

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

|  |  |
|--|--|
| <b>Škola:</b>  | <b>Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9</b>                        |
| <b>Projekt MŠMT ČR:</b>  | <b>EU PENÍZE ŠKOLÁM</b>  |
| <b>Číslo projektu:</b>   | <b>CZ.1.07/1.5.00/34.0536</b>  |
| <b>Název projektu školy:</b>   | <b>Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice</b>                               |
| <b>Šablona III/2:</b>  | <b>Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT</b>                           |
| <b>Číslo šablony:</b>  | VY_32_INOVACE_OBP_164  |
| <b>Předmět:</b>  | Obchodní provoz  |
| <b>Tematický okruh:</b>  | Obchodní logistika   |
| <b>Autor, spoluautor:</b>  | Ing. Kateřina Volfová  |
| <b>Název DUMu:</b>   | Logistické cesty zboží   |
| <b>Pořadové číslo DUMu:</b>  | 04   |
| <b>Stručná anotace:</b>  |  |
| Prezentace vysvětluje žákům základní druhy logistických cest zboží.      |  |
| <b>Ročník:</b>   | 3.   |
| <b>Obor vzdělání:</b>  | 63-41-M/01 Ekonomika a podnikání   |
| <b>Metodický pokyn:</b>  | Prezentace v MS PowerPoint na podporu výkladu učitele, lze využít i k samostudiu |
| <b>Výsledky vzdělávání:</b>  | Žák zná logistické cesty zboží a volí vhodné cesty zboží pro konkrétní sortiment |
| <b>Vytvořeno dne:</b>  | 7.8. 2013  |
| Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora. |  |

# Logistické cesty zboží

# Logistické cesty zboží

## **představují:**

- hlavní charakteristiku pohybu zboží s uvedením jednotlivých článků

## **Rozlišujeme:**

- fyzické cesty zboží
- informační cesty

## **Základem obchodní logistiky jsou:**

- racionálně uspořádané cesty zboží včetně racionálního rozložení zásob
- dobré dodací a platební podmínky
- efektivní systém objednávek



## **Základní otázkou je:**

- jaká cesta, případně jaký počet článků na cestě zboží od výroby k zákazníkovi, je optimální

# Druhy cest zboží

**Existuje šest základních typů distribučních kanálů obvyklých v Evropě:**

# 1) výroba - zákazník

- je nejjednodušší a nejlevnější
- tímto způsobem se uskutečňuje necelé 1 % všech prodejů (jde o malovýrobce, kteří prodávají svůj sortiment v blízkém okolí)
- například pekařství, výroba nábytku



## 2) výroba - maloobchod - zákazník

- objevuje se častěji
- v současné době se takto prodává 30 - 40 % potravin
- u nepotravinářského zboží se realizuje formou firemních prodejen



# 3) zásilkový obchod

- tento způsob se uplatňuje zejména u nepotravinářského zboží
- maximální rozsah může i při velmi dobré organizaci dosáhnout jen 5 % veškerého maloobchodního prodeje



# 4) výroba - velkoobchod - zákazník

- je výjimečným případem
- je charakterizován především prodejními sklady paliv a stavebnin, výprodeje přímo ze skladů



# 5) výroba - velkoobchod - maloobchod - zákazník

- je u většiny spotřebního zboží



Zdroj: <http://life.ihned.cz/c1-54362000-co-nekupovat-seznam-pancovanych-potravin-kontrolovanых-v-roce-2011-potravinarskou-inspekci>

## **6) výroba - velkoobchod I - velkoobchod II - maloobchod - zákazník**

- více velkoobchodních článků na této cestě je možné u zámořských dodávek, nebo odebírá-li specializovaný velkoobchod sloužící maloobchodu zboží od větších velkoobchodních firem

# Procvičování

1. Uvedte ke každému způsobu cest zboží konkrétní podnik nebo firmu, která tuto cestu využívá.
2. U následujících druhů zboží stanovte, který způsob cest zboží je nejvhodnější a odůvodněte svoje rozhodnutí
  - a) *Cement*
  - b) *Židle*
  - c) *Prací prášek*
3. Jednotlivé cesty zboží zhodnoťte z časového a ekonomického hlediska.

# Použitá literatura:

- VANĚČEK, Drahoš. Logistika. 3. přeprac. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2008, 178 s. ISBN 978-807-3940-850.