

Prodejnost sortimentu suchého zboží v shopu čerpací stanice pohonných hmot

Diplomová práce

**Vedoucí práce:
doc. JUDr. Ing. Oldřich Tvrdoň, CSc.**

Bc. Petr Bašta

Brno 2015

Poděkování

Tímto děkuji svému vedoucímu diplomové práce panu doc. JUDr. Ing. Oldřichu Tvrdoňovi, CSc. za jeho odborné rady, ochotu, trpělivost a čas, díky kterým bylo možné tuto práci realizovat.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci: **Prodejnost sortimentu suchého zboží v shopu čerpací stanice pohonných hmot** vypracoval samostatně a veškeré použité prameny a informace uvádím v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendlova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 21. prosince 2015

.....
Podpis

Abstract

Bašta, P., The marketability of the product range of dry goods in shop fuel station. Diploma thesis. Brno: MENDELU in Brno, 2015.

The diploma thesis solves an important problem with the supply of fuel in the vicinity of the competitive environment. It was found that the biggest competitors of the subject are two fuel stations in the vicinity, although smaller in the scale of trading range sale, they must be regarded as competitors. Any failure causes the transfer of customers just to them. Analysis of the survey results showed that the proportion of the sales of dry goods to total sales in the years 2010 to 2014 was 13.22 percent on average. In the assortment of dry goods there was a significant increase in sales for vehicles and a reduction in other goods. Other products consists of the following specific items: toiletries, photoes, motorway tax stickers, batteries, telephone cards and coupons and others. The sale of fuel is significantly influenced by the price (for the period 2010-2014 change of 5.06 CZK per liter) and quantity (for the same period change of 28.41 percent). Due to the current low price of fuel and the assumption of relatively same level of sale prices it will be necessary to focus on improving the quality of services provided by employees of fuel station and expanding the trade range of additional sales for motorists.

Keywords

Sales, fuel, dry goods, range of goods, fuel station.

Abstrakt

Bašta, P., Prodejnost sortimentu suchého zboží v shopu čerpací stanice pohonných hmot. Diplomová práce. Brno, 2015

Diplomová práce řeší stěžejní problém se zásobováním pohonnými hmotami v nejbližším okolí konkurenčního prostředí. Bylo zjištěno, že největší konkurencí daného subjektu jsou dvě čerpací stanice v nejbližším okolí, které sice mají menší rozsah prodeje obchodního sortimentu, přesto je nutné je jako konkurenty považovat. Jakýkoliv neúspěch se projeví přesunem zákazníků právě k nim. Analýza výsledku průzkumu ukázala, že podíl prodeje suchého zboží na celkových tržbách byl v letech 2010 až 2014 průměrně 13,22 procent. V sortimentu suchého zboží došlo k výraznému nárůstu prodeje pro dopravní prostředky a ke snížení v ostatním zboží. Ostatní sortiment tvoří tyto vybrané položky: drogerie, foto, dálniční známky, baterie do spotřebičů, telefonní kupony a karty aj. Prodej pohonných hmot je významně ovlivněn jejich cenou (za období 2010 – 2014

změna o 5,06 Kč za jeden litr) a současně množstvím (za stejné období o 28,41 procent). Vzhledem k současné nízké ceně pohonných hmot a předpokladu relativně stejné úrovně prodejních cen bude třeba se zaměřit na zkvalitnění služeb poskytovaných zaměstnanci čerpací stanice a rozšíření obchodního sortimentu o doplňkový prodej pro motoristy.

Klíčová slova

Tržby, pohonné hmoty, suché zboží, obchodní sortiment, čerpací stanice.

Obsah

1	Úvod a cíl práce	10
1.1	Úvod.....	10
1.2	Cíl práce.....	10
2	Literární přehled	11
2.1	Služby.....	11
2.1.1	Charakteristika služeb.....	12
2.1.2	Faktory služeb	13
2.1.3	Rozdělení služeb.....	14
2.1.4	Kvalita služeb.....	14
2.2	Obchodní sortiment.....	16
2.2.1	Klasifikace obchodního sortimentu zboží	16
2.2.2	Specializace obchodního sortimentu.....	17
2.2.3	Forma prodeje	18
2.3	Zásoby.....	18
2.3.1	Řízení zásob.....	20
2.3.2	Doba obratu zásob	22
2.3.3	Řízení objednávek.....	23
2.3.4	Cena	24
2.4	Maloobchodní prodej.....	24
2.4.1	Nákup maloobchodu.....	25
2.5	Záruční lhůty	26
2.6	SWOT analýza	27
3	Metodika	28
4	Praktická část	30
4.1	Charakteristika čerpací stanice.....	30
4.1.1	Sortiment zboží na čerpací stanici.....	30
4.1.2	Doba použitelnosti pohonných hmot	32
4.2	Čerpací stanice GULF Valeč	32
4.2.1	Popis čerpací stanice.....	33
4.2.2	Franchising	35

4.2.3	Vybavenost čerpací stanice	36
4.2.4	SWOT analýza	36
4.3	Analýza konkurence	37
4.3.1	Konkurenční čerpací stanice EuroOil Hrotovice.....	38
4.3.2	Konkurenční čerpací stanice A+S Dukovany.....	39
4.3.3	Výsledky analýzy konkurence.....	40
4.4	Kvalita prodáváného obchodního sortimentu paliv	41
4.4.1	Automobilové benzíny	41
4.4.2	Motorová nafta	42
4.4.3	Prémiové paliva	42
4.5	Prodejnost obchodního sortimentu v letech 2010 až 2014.....	43
4.6	Prodejnost sortimentu suchého zboží.....	46
4.7	Podíl tržeb suchého zboží v jednotlivých měsících roce 2014	48
4.8	Prodejnost sortimentu pohonných hmot.....	49
4.9	Závislost prodejnosti suchého zboží na prodejnosti pohonných hmot.....	50
4.10	Objednávky zboží v návaznosti na zásoby a prodejnost zboží	52
4.11	Závislost výše tržeb na ročním období roku 2014	53
4.12	Vztah k záručním lhůtám u suchého zboží.....	55
5	Diskuze	56
6	Závěr	58
7	Literatura	59
8	Seznam obrázků	62
9	Seznam tabulek	63
10	Seznam grafů	64
	Přílohy	65
A	Klasifikace základních ekonomických činností CZ NACE	66
B	Ekonomické ukazatele čerpací stanice	67
C	Shop čerpací stanice Gulf Valeč	68
D	Leták prémiová paliva č.1	69

1 Úvod a cíl práce

1.1 Úvod

1.2 Cíl práce

Cílem této práce je vyhodnotit prodejnost obchodního sortimentu prodáváného zboží v letech 2010 až 2014 v shopu jako nedílné součásti čerpací stanice pohonných hmot. Zjistit podíl tržeb prodejnosti sortimentu obchodního zboží během jednotlivých měsíců roku 2014, vztah k záručním lhůtám zdravotní nezávadnosti a jejich návaznost na objednávání zboží. Dílčím úkolem je vyjádřit vztah závislosti tržeb prodáváného obchodního zboží na velikosti tržeb z pohonných hmot a zjistit vliv sezónnosti na jednotlivé druhy obchodního zboží.

2 Literární přehled

Čerpací stanice pohonných hmot jsou malo i velkoobchodní prodejní jednotky, podle toho, kdo odebírá a kupuje pohonné hmoty. Znakem velkoobchodu je, že zboží se kupuje kvýrobní spotřebě, to znamená podnikatelům, kteří pomocí nakoupeného zboží vyrábějí výrobky, které až potom prodávají konečným spotřebitelům. Pod pojmem konečná spotřeba se rozumí, že se zboží spotřebovává. Čerpací stanice vlastní obchodníci, kteří nakupují pohonné hmoty od různých dodavatelů

Činnost čerpací stanice je možné rozdělit podle těchto úseků:

- Prodej pohonných hmot.
- Doplnkové prodejní služby.
- Ostatní služby, spojené s provozem motorových vozidel.

Ve všech případech se jedná o služby, což jsou nehmotné statky.

2.1 Služby

Služby ve vyspělých zemích se velkou měrou podílejí na tvorbě hrubého domácího produktu (HDP). Český statistický úřad vypracoval klasifikaci národního hospodářství, kterou označil CZ NACE („Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Euro-péennes“). Čerpací stanice jsou zařazeny v sekci G, v ekonomické činnosti *“Velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel“*.

Výsledkem služeb jsou nehmotné statky, které svému příjemci poskytují přínosy především nehmotné povahy. Všeobecně se uznává, že nárůst sféry služeb je jednou z nejvýraznějších charakteristik dynamického vývoje národního hospodářství. V USA pracují ve službách tři čtvrtiny ekonomicky aktivního obyvatelstva a na tvorbě HDP se služby podílejí 70%. (Foret, 2010, s. 153).

Jakubíková (2012, s. 70) uvádí, že *„službou můžeme nazvat každou činnost, která uspokojuje nějakou potřebu. Je to činnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé, je naprosto nehmotná a nevytváří žádné nabyté vlastnictví. Služba je velmi snadno napodobitelná, a proto jsou služby oblastí, ve které dochází k neustálým inovacím“*.

Můžeme uvést, že služba je jakýkoliv výkon, který může jedna strana nabídnout straně jiné a který je svoji podstatou nehmotný a nevede ke změně vlastnictví čehokoliv. Příprava služby může, ale nemusí, být spojena s fyzickým výrobkem. Výrobci, distributoři a maloobchodníci mohou nabízet zákazníkům

služby přidávající hodnotu nebo služby na výborné úrovni za účelem odlišení (Kotler, Keller, 2007, s. 440).

2.1.1 Charakteristika služeb

Lovelock (2001, s. 35) vypracoval následující kritéria charakteristiky služeb:

- 1. Stupeň hmotnosti služby** Některé služby jsou více vázány na hmotnou stránku, na úroveň hmotného vybavení než jiné.
- 2. Osobní účast zákazníka** Některé služby vyžadují větší osobní účast zákazníka. Jako cestující si musí zjistit linku a její trasu, vědět, kde je zastávka, znát jízdní řád, zakoupit si jízdenku a konečně osobně strávit cestu dopravním prostředkem. Zákazník je tedy účastníkem produkce služby.
- 3. Místo a čas doručení služby** Někdy si musí zákazník dojet za službou, jindy může služba přijít za zákazníkem. Jestliže chce, může se jít najíst do restaurace nebo si nechat jídlo přivést domů.
- 4. Individualizace versus standardizace** Veřejná hromadná doprava přepravuje cestující standardizovaně po předem daných linkách v předem určených časech za určené jízdné. Taxislužba splní zákazníkům individuální požadavek a za případný nadstandard může vyžadovat příplatek.
- 5. Vztah se zákazníky** U některých služeb je vztah se zákazníkem velice osobní, zatímco u některých jsme zcela anonymní a může se jednat o jednorázovou záležitost.
- 6. Význam sezonnosti poptávky** Především ve službách spjatých s cestovním ruchem. Naproti tomu ve zdravotnictví, pokud nenastane epidemie nebo katastrofa, je poptávka setrvalá.
- 7. Znalost vybavy a personálu poskytovatele** U některých služeb se zákazník seznamuje s budovou a jejím technickým vybavením, osobně se setkává s personálem, v jiných případech s nimi nemusí vůbec do styku přijít.

Foret (2010, s. 155) uvádí, že „v některých službách je zcela zřetelná snaha nahrazovat osobní vyřizování některých záležitostí a šetřit tak zákazníkům čas a námahu prostřednictvím nových komunikačních technologií (telefon, internet)“.

2.1.2 Faktory služeb

Stále více firem, které se zabývají poskytováním jak hmotných, tak i nehmotných produktů, přemýšlí, jak svou nabídku obohatit o služby, které by oslovily jak stávající, tak i potencionální zákazníky, jejichž prostřednictvím by zvítězily nad konkurencí. Za nejdůležitější faktory Lovelock (1999, s. 11) pokládá:

- **privatizace**
Změna ve vlastnických právech dříve vlastněných státem, popřípadě národními výbory.
- **nové technologie**
Základní inovační změny probíhají v oblasti služeb ve spojení s novými, zejména komunikačními a informačními technologiemi.
- **vytváření řetězců a franchisingových sítí**
Stále více služeb je poskytováno nikoli malými soukromými firmami, ale naopak velkými, často nadnárodními společnostmi, které vytlačují z trhu místní drobné podnikatele.
- **internacionalizace a globalizace služeb**
Zejména zřetelná v oblasti cestovního ruchu, dopravy a komunikačních technologií, kdy původně domácí firmy stále častěji pronikají na zahraniční destinace.
- **zvyšování produktivity**
Díky konkurenční soutěži, často zaměřené na snižování ceny, se nahrazuje lidská práce novými technologiemi a dochází ke zvyšování produktivity.
- **zlepšování kvality**
Zejména s ohledem na požadavky zákazníků.
- **bezhotovostní platby**
Využívání platebních výhod prostřednictvím bezhotovostních plateb v podobě elektronických platebních karet, půjček a leasingu.
- **pronikání velkých výrobců do oblasti služeb**
Jako například General Electric do finančních služeb.
- **tlaky veřejných a neziskových organizací na získávání nových finančních zdrojů**
Jejich získávání nových finančních zdrojů, jako jsou například prodejny suvenýrů v muzeích, ve sportovních klubech apod.
- **získávání kvalifikovaných manažerů**
Kteří jsou schopní přinášet do oblasti služeb nové inovace.

2.1.3 Rozdělení služeb

Služby můžeme je dělit podle:

- místa jejich poskytnutí – tržní a netržní služby,
- podle cílového trhu – služby pro spotřebitele a služby pro firmy,
- podle své funkce – interní a externí, podle cílového trhu a stupně nehmotnosti,
- podle charakteru poptávky po službě, dále podle způsobu distribuce aj. (Eamos, 2015).

Jak uvádí Jakubíková (2012, s. 70), „z marketingového pohledu je zajímavá klasifikace služeb, kterou provedli Foot a Hatt. Ti je rozčlenili na služby terciární, kvartární a kvintární. Poskytované služby jsou obsaženy ve všech třech kategoriích. Je na poskytovatelích, aby si uvědomili, do jaké kategorie jsou jejich služby zařazeny a jakým způsobem mohou být ohroženy, nebo naopak rozvíjeny podle jednotlivých fází ekonomického cyklu“.

Tabulka 1: Klasifikace služeb

Sféra služeb		
Služby terciární	Služby kvartární	Služby kvintární
Služby vykonané dříve doma	Služby usnadňující a zefektivňující rozdělení práce	Služby, které určitým způsobem mění a zdokonalují jejich příjemce
stravovací a ubytovací služby holičství a kadeřnictví prádelny kosmetické služby úpravy oděvů aj.	doprava obchod komunikace finance správa aj.	zdravotní péče vzdělávání rekreace aj.

Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012, upraveno autorem

2.1.4 Kvalita služeb

Klíčovou otázkou služeb představuje jejich kvalita. Tlak zvyšování kvality služeb je jedním z imperativů současného podnikání v této dynamické oblasti. Kvalitní služba je proto nezbytná pro odlišení od konkurence. Proto se této otázce právem věnuje v posledních desetiletí velká pozornost jak ze strany teorie, tak i praxe (Foret, 2010, s. 156).

Michalová (1999, s. 43) kvalitu služeb vymezuje následujícími kritérii:

1. Spolehlivost

Schopnost realizovat a poskytovat služby spolehlivě a správně.

2. Vnímavost

Schopnost reagovat rychle, iniciativně a tvořivě na přání a potřeby zákazníků.

3. Kompetentnost

Uplatnění požadovaných schopností, znalostí a zručností k bezchybnému poskytnutí služby.

4. Zdvořilost

Kultivovanost, ohleduplnost, vstřícnost, pozornost, uctivost a srdečnost v přístupu k zákazníkům.

5. Důvěryhodnost

Loajalita vůči zákazníkům, hodnověrnost a upřímnost.

6. Bezpečnost, jistota

Poskytování služeb nesmí představovat pro zákazníka nejistotu, riziko či nebezpečí, případně musí být o možném riziku předem pravidelně informován.

7. Přístupnost

Snadná dostupnost na vhodném místě, ve vhodném čase a krátkou čekací dobou.

8. Hmatatelnost, materiálnost

Úroveň fyzického vybavení, technického zařízení pro poskytnutí služby.

9. Komunikativnost

Schopnost dobré komunikace, nesmírně důležité při kontaktu se zákazníky, přesně a srozumitelně popsat službu, pohotově a rychle ji poskytnout.

10. Pochopení zákazníka

Poznat zákazníka a jeho problémy, poskytnout mu individuální pozornost.

2.2 Obchodní sortiment

Obchodní sortiment je významnou částí každé malo i velko obchodní prodejní jednotky. Muláčová (2013, s. 67) obchodní sortiment definuje jako „soubor výrobků, který je cílevědomě soustředěný a utříděný podle určitého obchodního záměru. Je zřejmé, že sortiment je jednou ze základních charakteristik každé maloobchodní i velkoobchodní jednotky“.

Podle Pražské a Jindry (2002, s. 609) racionality řízení toku zboží v oběhu předpokládá s ohledem na náročnost tohoto řízení určitý řád v souboru zboží, které je předmětem logistiky. Utřídění může být provedeno podle různých hledisek – podle výrobního materiálu, podle účelu užití, frekvence spotřeby apod.

Obchodní sortiment je vše, co se vyrábí a poté vchází do sféry oběhu. Není to pouhé nahromadění výrobků, nýbrž určitým způsobem sestavené, utříděné a nabízené výrobky za určitých konkrétních technických, technologických, organizačních a jiných podmínek. Smyslem činnosti obchodu je soustředit všechny operace, které obchod spotřebním zbožím uskutečňuje, na získání a prodej takového souboru spotřebního zboží, který odpovídá poptávce a jejím změnám (Pražská, Jindra a kol., 2002, s. 610).

2.2.1 Klasifikace obchodního sortimentu zboží

Mezinárodně užívané členění rozeznává dvě základní skupiny spotřebního zboží, jak ukazuje tab. 2.

Tabulka 2: Klasifikace spotřebního zboží

Potraviny	Suchý sortiment	Zboží skladovatelné po delší dobu
	Rychle se kazící zboží	Rychloobrátkové
Nepotraviny	Měkké zboží	Oděvy, obuv atd.
	Tvrdé zboží	Nábytek, potřeby pro domácnost

Zdroj: MULÁČOVÁ, Věra, MULAČ, Petr a kol., upraveno autorem

I když se členění sortimentu vyskytuje v mnoha podobách, mezinárodně obecně užívaným členěním je rozdělení spotřebního zboží na potraviny (food) a nepotraviny (non-food). Potravinářské zboží se člení na tzv. suchý sortiment (dry goods), a na část představující rychle se kazící zboží, tedy s požadovanou rychlou obrátkou (perishable goods), typické u nás pro případ přímé dodávky z výroby do maloobchodu. U velkých obchodních firem retailingového typu však dnes i toto

zboží převážně prochází velkoobchodními distribučními centry při zachování potřebné rychlosti pohybu a jsou součástí komplexních dodávek do maloobchodních jednotek z těchto distribučních center. Nepotravinářské zboží označené jako „soft“, tedy „měkké“, představuje poměrně rozsáhlý soubor odívání, včetně obuvi, ostatní „hard“, tedy „tvrdé“, pak zejména nábytek a potřeby pro domácnost (Pražská, Jindra a kol., 2002, s. 610).

2.2.2 Specializace obchodního sortimentu

Specializací prodávaného sortimentu se rozumí *„Seskupování v obchodním sortimentu je procesem tvořícím základ specializace v obchodě. Specializací sortimentu zboží se rozumí omezení rozsahu sortimentu na určité sortimentní skupiny, podskupiny nebo druhy zboží. Šířka sortimentu prodejny je dána počtem skupin zboží vzniklých účelovým seskupením výrobků, hloubka sortimentu je dána možností výběru v dané skupině v závislosti na užitečných vlastnostech, výrobci, ceně apod. Členěním obchodního sortimentu, seskupováním a kombinací různých souborů spotřebního zboží sleduje obchodní firma zejména:*

- *racionalizaci práce v provozních jednotkách,*
- *využití kvalifikace pracovníků,*
- *přizpůsobení se spotřebitelské poptávce (nákupním zvyklostem), zjednodušení a zprůhlednění obchodní činnosti“ (Mendelu, 2015).*

Muláčová a Mulač (2013, s. 67) k tomu napsali: *„Rozhodování o volbě sortimentu je základní a zároveň nejdůležitějším rozhodováním. Žádný obchod nemůže nabízet veškeré existující zboží, každý se nějakým způsobem profiluje, na něco se specializuje. Specializace je v podstatě omezení sortimentu zboží jen na určité skupiny, podskupiny nebo druhy“.*

Podle seskupování zboží v obchodě z hlediska specializace sortimentu zboží dále autoři Mulačová a Mulač (2013, s. 67) popisují dvě základní charakteristiky specializace sortimentu:

- **šířka sortimentu** znamená počet skupin, podskupin či druhů zastoupených v obchodním sortimentu
- **hloubka sortimentu** představuje počet položek v rámci jedné skupiny, podskupiny nebo druhu, ovlivňující možnost výběru v dané skupině podle požadovaných vlastností, ceny, značky, výrobce nebo země původu

2.2.3 Forma prodeje

Formy maloobchodního prodeje podle účasti zákazníka na jednotlivých fázích prodeje jsou následující:

1. Samoobslužný prodej

Tento prodej předpokládá aktivitu zákazníka, který má volný přístup ke zboží v obchodě, může si zboží libovolně dlouho prohlížet a seznamovat se s ním. Nakupování je rychlé, zákazník nemusí čekat ve frontě na obsluhu. Z hlediska obchodníka je ale tato forma náročná na řízení obchodně provozních operací, klade také velké nároky na velikost prodejní plochy a její prostorové upořádání. Tento prodej je vhodný pro většinu potravin a dále pak pro nepříliš specializované rychle obrátkové zboží s nižší hodnotou.

2. Pultový prodej

Při této formě prodeje dochází k úplnému oddělení zákazníka a zboží, nabídka a výběr probíhá formou rozhovoru. To však má své výhody, kdy zákazník může konzultovat výběr zboží s prodavačem, který by mu měl umět poradit, ale i své nevýhody, kterou je relativní pomalost nákupu. Pultový prodej se využívá u specializovaných výrobků, u luxusního zboží a u sortimentu, které svým charakterem vyžadují obsluhu.

3. Kombinovaný prodej

Zde se jedná o kombinaci samoobslužného a pultového prodeje. Pro formu tohoto prodeje je typická optická nabídka zboží, které si zákazník vybírá samostatně. Pokud je však nerozhodný nebo se sám obrátí s dotazem, vstupuje do nákupu prodavač. Tyto formy prodeje jsou typické pro prodejny s oblečením, obuvi a větší specializované prodejny.

2.3 Zásoby

„Význam zásob pro řízení toku zboží je dán tím, že vyrovnávají časový nebo množství nesoulad mezi jednotlivými procesy (nabídkou a poptávkou) a tlumí či zachycují náhodné výkyvy v procesu nabídky a poptávky“ (Pražská a Jindra, 2002, s. 603)

Podle Bělohlávka (2001, s. 321) jsou zásoby součástí oběžných aktiv, které se z účetního pohledu definují jako krátkodobá aktiva, protože se předpokládá, že budou prodány nebo zpracovány do výrobků, které vyprodukují peníze v průběhu jednoho roku. Patří sem:

- **Materiál.** Materiál, palivo, náhradní díly, obaly a další.

- **Nedokončená výroba a polotovary.** Produkty, které již vstoupily do výrobního procesu a už nejsou materiálem, ale ještě nejsou hotovým výrobkem.
- **Výrobky.**
- **Zvířata.**
- **Zboží.** Je to všechno, co firma nakupuje za účelem, přímého prodeje. Patří sem i vlastní výrobky, prodávané ve vlastních prodejnách.

Kotler a Keller uvádějí (2007, s. 566), že úrovně zásob představují značné náklady. Z tohoto hlediska není efektivní držet dostatečné zásoby pro okamžité vyřízení všech objednávek zákazníků. Management potřebuje vědět, jak se může zvýšit obrat a zisk v důsledku udržování vyšších zásob a slibu rychlejšího vyřízení objednávky, a teprve až potom může učinit rozhodnutí.

Podle Pražské a Jindry (2002, s. 603) „*existence zásob umožňuje strukturální změny v sortimentu, tj. změnu výrobního sortimentu na sortiment obchodní, zásoby zabezpečují pohotovou nabídku pro okamžitý prodej. Z pojetí logistiky jako souhrnu dodavatelských služeb vyplývá zásadní význam zásob pro dodací spolehlivost, rychlost dodávek i pružnost dodavatele*“.

Příbyl (2012) dělí zásoby do tří kritérií následovně:

1. Podle stupně rozpracovanosti:

- **Výrobní zásoby** – normální nakoupené zásoby za účelem jejich dalšího zpracování
- **Zásoby rozpracované výroby** – meziprodukt nakoupený nebo vyrobený
- **Zásoby hotových výrobků** – na výstupu – distribuční sklad
- **Zásoby zboží** – nakoupené výrobky za účelem prodeje, u obchodních podniků leží těžiště zásob ve zboží

2. Podle funkce v logistickém řetězci – funkce jednotlivých druhů zásob má významný vliv na potřebný způsob jejich řízení

- **Zásoby rozpojovací** – jsou určeny ke krytí nepředvídatelných výpadků v materiálovém toku, rozeznáváme 4 druhy rozpojovacích zásob: obratovou, pojistnou, vyrovnávací a pro předzásobení.
- **Zásoby na logistické trase** – bývají také označovány jako zásoby v logistickém kanále, které tvoří materiály či výrobky, které mají konkrétní

určení, už opustily výchozí místo a dosud nedorazily na cílové místo v logistickém řetězci.

- **Technologické zásoby** – umožňují, aby probíhaly technologické procesy tak, jak mají. Toto skladování je většinou součástí technologického procesu, proto by tato zásoba vlastně měla být zařazována do zásoby rozpracované výroby.
- **Strategické zásoby** – zásoby klíčových produktů, tvoří se obvykle při předvídané změně. Mají zabezpečit přežití podniku při nepředvídaných kalamitách v zásobování. Tyto zásoby nejsou předmětem řízení zásob v obvyklém slova smyslu. O jejich vytvoření a velikosti rozhoduje vrcholový management na základě jiných než nákladových kritérií.
- **Spekulační zásoby** – vytváří se za účelem spekulace na růst či pokles jejich ceny. Vytváří se ve snaze docílit úspory při nákupu, bývají to základní suroviny pro výrobu. Představují specifický druh zásob pro předzásobení a může být předmětem řízení zásob v obvyklém smyslu.

3. Podle použitelnosti

- **Použitelné zásoby** – položky, které se běžně spotřebovávají nebo prodávají. Použitelná zásoba se může skládat ze dvou složek: *přiměřená zásoba* – je taková část průměrné zásoby, jejíž spotřebu pro výrobu nebo prodej lze očekávat v rozumné době. Velikost přiměřené zásoby vyplývá z použité metody pro řízení zásob. *Nadbytečná zásoba* – je dána rozdílem mezi celkovou průměrnou zásobou a přiměřenou zásobou daného zboží. Vyskytne-li se nadbytečná zásoba, je nutno v první řadě zamezit jejímu dalšímu doplňování.
- **Nepoužitelné zásoby** – jsou položky s prakticky nulovou spotřebou, u nichž je nepravděpodobné, že budou moci být normálně využity pro budoucí výrobu nebo prodány obvyklými distribučními cestami za normální ceny. Vznikají většinou v důsledku změny výrobního programu nebo inovací výrobků, popřípadě chybným nákupním rozhodováním či omylem odhadu budoucí poptávky. U těchto zásob je třeba se pokusit je prodat za snížené ceny, nebo odepsat.

2.3.1 Řízení zásob

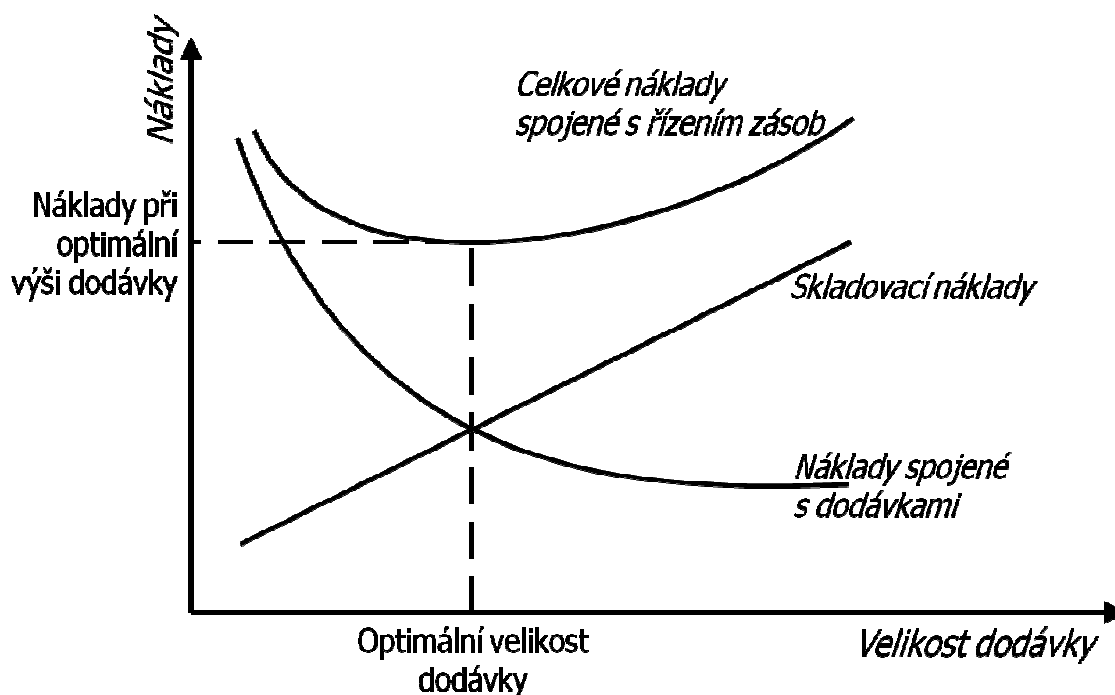
Řízení zásob je specifickým souborem aktivit, který se v podmínkách rovnovážné tržní ekonomiky stává dominantním úkolem nákupního managementu. Jeho úkolem je udržování zásob na takové úrovni, která umožňuje kvalitní splnění jejich funkce vyrovnávat časový a množství nesoulad mezi procesem výroby u

dodavatele a spotřeby u odběratele. Dále tlumit nebo zcela zachycovat důsledky náhodných výkyvů těchto dvou navazujících procesů včetně jejich logistického zabezpečení. Strategické řízení zásob se v některých podnicích také nazývá finanční řízení zásob. Základním kritériem je optimalizace a minimalizace celkových nákladů na pořízení a udržování zásob. Respektuje se požadavek plného krytí předvídatelných potřeb s jistou mírou rizika a případných odchylek v průběhu dodávek a čerpání ze zásob (Synek, 2002).

Ve velkoobchodním prodeji je riziko spojené se zásobami užší, ale hlubší než u maloobchodu, zejména proto, že se zásoby musí udržovat delší dobu. Je to dáno tím, že od výrobce se nakupuje velké množství, ale dodává sortiment v malých dodávkách, což představuje vyšší časovou náročnost skladovacích operací. V maloobchodním prodeji se nakupuje široká paleta výrobků, náklady na skladování jsou vysoké, maloobchod se proto musí zaměřit především na co největší obrát zboží a na přímou rentabilitu prodeje všech položek nabízeného sortimentu. Riziko spojené s držením zásob je zde širší, ale nikoliv hluboké. Míra rizika se zde rozděluje mezi velké množství položek a tím klesá celkové riziko udržování zásob (Příbyl, 2012).

Podle Pražské a Jindry (2002, s. 641) je podmínkou optimalizace zásobovacího procesu určitá možnost řízení procesu čerpání a doplňování zdrojů. To znamená, že optimalizační postupy předpokládají, že čerpání zásob probíhá rovnoměrně, požadovaný zdroj přichází pravidelně v dodávkách o stejné velikosti v okamžiku, kdy zásoba je nulová, a doba skladovatelnosti i velikost objednávky jsou v podstatě neomezené. Další podmínkou je existence optimalizačního kritéria, které je pro zásoby kritériem minimalizace nákladů, které vznikají v souvislosti se zásobovacími procesy.

Graf 1: Vývoj nákladů při změně a velikosti dodávky



Zdroj: Mendelu, 2015

2.3.2 Doba obratu zásob

Doba obratu zásob (Inventory Turnover) je pojem, který označuje průměrný počet dnů, po které jsou zásoby vázány v podniku do doby jejich spotřeby (suroviny, materiál) nebo do doby jejich prodeje (zásoby vlastní výroby). Obecně je situace v podniku dobrá, pokud se obrat zásob zvyšuje a doba obratu zásob snižuje. Problematikou optimalizace zásob se zabývá samostatná oblast finančního řízení podniku (ManagementMania, 2015).

Ukazatel doby obratu zásob měří rychlost nebo dobu, za jakou společnost průměrně prodá své zásoby. Pokud je doba obratu zásob 60 dnů, znamená to u obchodní společnosti, že od okamžiku nákupu zboží do okamžiku prodeje zboží leží zboží průměrně 60 dnů na skladu. U výrobní společnosti s dobou obratu např. 90 dnů zahrnuje tato hodnota celý výrobní cyklus, tedy od okamžiku nákupu materiálu, přes výrobu, do okamžiku prodeje výrobku. Z hlediska finančního řízení je důležité, že čím je ukazatel doby obratu zásob nižší, tím méně zdrojů k financování zásob firma potřebuje a naopak. Obrátku zásob je dobré sledovat v trendu. Rostoucí obrátka zásob může být důsledkem např. sezónní povahy podnikání firmy či změny řízení skladu, ale zpravidla to odráží nárůst méně

prodejných či znehodnocených zásob. Při hodnocení doby obratu zásob je třeba zohlednit zejména (Faf, 2015):

- **trend tržeb**
- **sezónnost podnikání**
- **prodej napřímo (nikoli ze skladu) a prodeje z konsignačních skladů dodavatelů**
- **způsob účtování zásob**
- **druh zásob**
- **možné důvody snížení skladových zásob**

Výpočet ukazatele obratu zásob:

Obratu zásob = Tržby / Průměrná zásoba

Výpočet ukazatele doby obratu zásob:

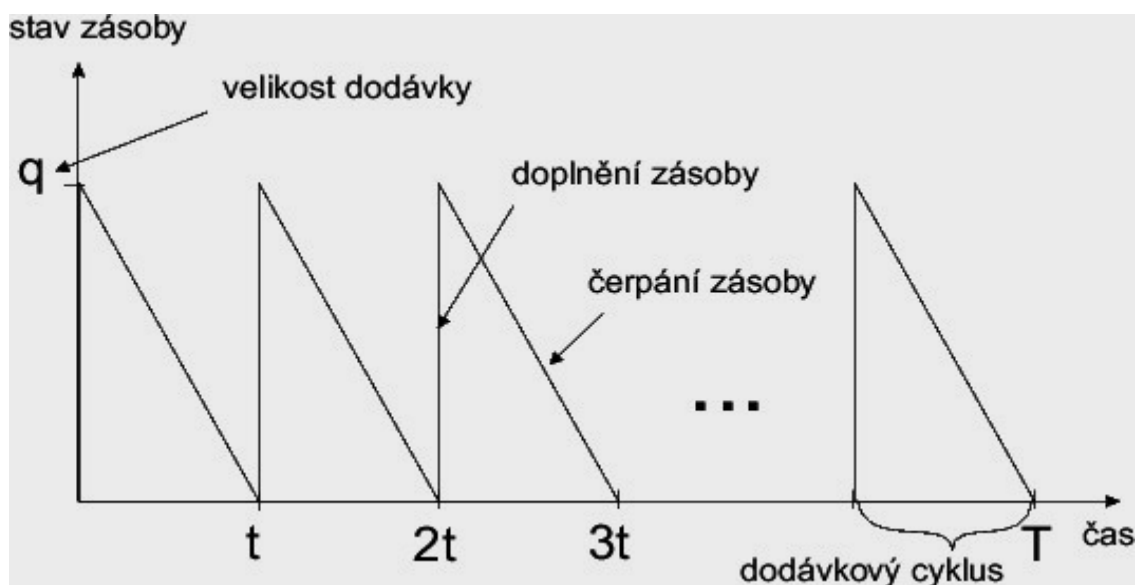
Doba obratu zásob = Zásoby / (Tržby / 360)

Pomocí ukazatele zjistíme, jak efektivně podnik hospodaří se svými aktivy. Má-li jich více, než je potřeba, vznikají zbytečné náklady a tím nízký zisk. Má-li zásob málo, přichází o tržby, které by mohl jinak získat. Ukazatel obratu zásob udává počet obrátek zásob za sledované období, kterým bývá obvykle rok. Dělíme-li 360 počtem obrátek, dostaneme dobu obratu zásob ve dnech. Zájem je na zvyšování počtu obrátek neboli na zkracování doby obratu, což obvykle vede ke zvyšování zisku a k snižování potřebného kapitálu při dosahování stejného zisku (Synek, 2011).

2.3.3 Řízení objednávek

Cílem řízení zásob je dát odpověď na otázku kdy a kolik výrobků na sklad objednat nebo vyrábět. Přitom je třeba najít ekonomicky výhodný poměr mezi náklady na skladování a ztrátami způsobnými nedostatkem zásob. Modely řízení zásob se snaží minimalizovat celkové náklady na pořizování, skladování a čerpání zásob včetně případných ztrát spojených s neexistencí potřebné zásoby. Výsledkem výpočtů jsou především termíny a velikosti objednávek (Czu, 2015).

Graf 2: Deterministický proces doplňování a čerpání zásob



Zdroj: Czu, 2015

2.3.4 Cena

Cena je vyjádření hodnoty zboží nebo služby v peněžních či jiných jednotkách. Mění se v čase podle momentální nabídky a poptávky a v závislosti na jejich očekávaném vývoji. Z makroekonomického pohledu je chápána jako výslednice vzájemného působení nabídky a poptávky. Tím se stává na jedné straně funkcí nabídky a na druhé straně funkcí poptávky. Trh je v rovnováze, jestliže se nabídka rovná poptávce. Cena v tom případě je cenou rovnovážnou. Funkce ceny znamená, že cena ovlivňuje poptávku, ovlivňuje i prodejnost zboží a služeb a okruh zákazníků. U některých kategorií zákazníků však nízká cena není směrodatná pro rozhodnutí o koupi. Pro každé zboží nebo službu v každém čase existuje cena, kterou trh a zákazník přijme, tzn. cena tržní příležitosti. Cena je stanovena na základě znalosti trhu v daném okamžiku i očekávání do budoucna. Podstatou tohoto přístupu je stanovit cenu, jakou spotřebitel akceptuje. Z účetního hlediska je cena jako výsledek nákladů a výnosů, tj. ziskové marže (Oanachod, 2015).

Dle § 1, zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů, je „cena peněžní částka a) sjednaná při nákupu a prodeji zboží podle § 2 až 13 nebo b) určená podle zvláštního předpisu1) k jiným účelům než k prodeji“. Vyskytuje se vždy v jednotce množství.

2.4 Maloobchodní prodej

Maloobchodní činnost spočívá v nákupu zboží od velkoobchodu nebo od výrobce a jeho následná prodej konečnému spotřebiteli bez dalšího zpracování. Úkolem

maloobchodu je cílevědomá koncentrace vybraných skupin zboží a tím zajištění takové nabídky, která odpovídá z hlediska času, místa, druhů, množství, kvality a cenové úrovně požadavkům konečných spotřebitelů. Maloobchodní trh je v dnešní době velmi nasycen, přetlak na straně nabídky se promítá ve velmi ostrém konkurenčním boji. Literatura obsahuje členění maloobchodu na dvě základní skupiny (Mulačová, Mulač, 2013):

- **Potravinářský maloobchod** – základní sortimentem jsou potraviny. Do této skupiny však spadají i obchodní jednotky, jejichž sortiment zboží doplňují také nepotraviny, zejména zboží denní spotřeby a jiné doplňkové zboží. Zde se obchoduje se zbožím s velmi rychlou obrátkou, proto je kladen důraz na efektivitu a hospodárnost veškerých obchodně provozních činností. Jednotkové marže jsou zde s ohledem na velkou konkurenci poměrně nízké. Výhodou této kategorie je poměrně pravidelný a rovnoměrný průběh poptávky a i menší citlivost na vývoj ekonomiky jako celku.
- **Nepotravinářský maloobchod** – sem spadá široká škála obchodních jednotek a rozličných sortimentů. Tento sektor je značně dynamický a proměnlivý, a to jak z hlediska kvantitativního, tak i z pohledu kvalitativního. Míra náročnosti jednotlivých trhů je vždy ovlivněna konkrétním působením faktorů pro dané podnikatelské zaměření, nezbytnou součástí činnosti v této oblasti je aktivní přístup a využívání progresivních marketingových nástrojů.

2.4.1 Nákup maloobchodu

Základním požadavkem maloobchodu na nákup je druh, kvalita a cena zboží. Z logistického hlediska však přistupují další požadavky na způsob a realizaci nákupu, zejména pohodlný výběr z hlediska ekonomie času, malý počet dodávek a jejich vhodné časové rozdělení, rychlá odezva na objednávku, potřebná úprava zboží a přijatelná velikost dodávky. Existují následující možnosti:

- *„Návštěva obchodního zástupce velkoobchodu na prodejně*
- *Telefonická objednávka*
- *Písemná objednávka*
- *Objednávání pomocí informační techniky*
- *Objednávky podle standardu*
- *Objednávky ve vzorkovně*
- *Nákup v samoobslužném velkoobchodě“ (Pražská, Jindra, 2002, s. 620).*

Pro realizaci nákupu v maloobchodu platí tyto obecné zásady:

- ten kdo nakupuje, musí ručit i za zásoby a prodej, jen tak lze pracovat s minimálními zásobami
- při nákupu je potřeba řešit i balení, záruky kvality, způsob dodání a platební způsoby, aby výsledkem byly nejnižší náklady při fungujícím zásobování
- výběr správného informačního systému a softwaru, který zajišťuje rychlost, spolehlivost a minimalizaci zásob
- čím vyšší stupeň integrace, tím větší koncentrace obchodní politiky, rozhodování o nákupu, cenách a prodeji
- nakupovat je možno kdekoliv, ale nejvýhodnější jsou velké velkoobchodní firmy pro maloobchodníky a nákupní centrály pro velkoobchod
- je třeba využívat místní zdroje nákupu, ale hlavní je nakupovat od velkých výrobců na mezinárodní úrovni s cílem dosáhnout bohatého a širokého sortimentu za konkurenceschopné ceny
- dodávky, jejich balení a použité přepravní prostředky musí umožnit racionalizování manipulace a prodeje (Pražská, Jindra, 2002, s. 622).

2.5 Záruční lhůty

Podle Sdružení českých spotřebitelů (2015) se „u potravin nehovoří o délce záruční doby ve smyslu občanského zákoníku, ale o době trvanlivosti podle zákona o potravinách. Doba trvanlivosti potravin se vyjadřuje dvěma způsoby. Jednak dobou minimální trvanlivosti výrobků s delší dobou trvanlivosti a dobou spotřeby u výrobků, které podléhají rychlé zkáze. Spotřebitel by si měl proto všimnout označení na potravinách, do jaké doby má výrobek zkonzumovat“.

- **Minimální trvanlivost** – značení u potravin, jejichž trvanlivost je obvykle delší než dva týdny a pokud nejsou tzv. zdravotně rizikové. Údaj o délce doby minimální trvanlivosti nemusí být doprovázen údajem o podmínkách skladování. Prodej prošlých potravin je možný za podmínky, že jsou zdravotně nezávadné, že jsou zřetelně označeny a že jsou prodávány odděleně od ostatního zboží. Datum minimální trvanlivosti nemusí být v případech uvedených v zákoně uváděno, např. lihoviny a ostatní alkoholické nápoje s obsahem alkoholu 10 a více objemových procent, s výjimkou emulzních lihovin, vína, aj.
- **Spotřebujte do** - datem spotřeby se označují potraviny, které snadno podléhají zkáze, které je nutno udržovat za stanovených, zejména teplotních podmínek.

Uvedení podmínek skladování je nezbytnou součástí označení. Potraviny takto označené např. cukrářské a lahůdkářské zboží, bagety, mražené zboží, nesmí být uváděny do oběhu po dosažení data spotřeby uvedeného na obalu. Je nutno je zlikvidovat, neboť mohou představovat zdravotní riziko.

Pokud je potravina označena slovy **spotřebujte do** neboli datem použitelnosti, neměla by být ani den poté zpracovávána. Mohou se v ní množit bakterie a zdraví nebezpečné látky, které mohou vést až k vážné chorobě (Týden, 2015).

2.6 SWOT analýza

SWOT analýza je univerzální analytická technika zaměřená na zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru (například nového produktu či služby). Nejčastěji je SWOT analýza používána jako situační analýza v rámci strategického řízení. Autorem SWOT analýzy je Albert Humphrey, který ji navrhl v šedesátých letech 20. století. SWOT je akronym z počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů (Managementmania, 2015):

- Strengths - silné stránky
- Weaknesses - slabé stránky
- Opportunities - příležitosti
- Threats - hrozby

Podle Kotlera (1999) SWOT analýza čerpá kritické silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby ze strategického auditu. Audit obsahuje velké množství dat odlišného významu a spolehlivosti. SWOT analýza vybere důležité údaje pro zobrazení kritické položky u interního a externího auditu. Malý počet důležitých údajů pak ukazuje, na které by se měla organizace zaměřit.

3 Metodika

Metodika diplomové práce bude korespondovat se stanovenými cíly. Diplomová práce bude rozdělena na dvě části, a to část teoretickou a část praktickou. Teoretická část bude zaměřena na vysvětlení základních pojmů, které budou použity v praktické části, zejména pak charakteristika čerpací stanice, služeb, obchodního sortimentu, maloobchodního prodeje, řízení zásob, vysvětlení pojmů minimální trvanlivosti a datum použitelnosti a jejich vliv na zdravotní nezávadnost. V praktické části bude vyhodnocena prodejnost obchodního sortimentu v shopu v letech 2010 až 2014, včetně jeho členění na konkrétní čerpací stanici, jejich podíl během jednotlivých měsíců v roce 2014. Dále bude zkoumán vztah k záručním lhůtám zdravotní nezávadnosti, četnost a množství objednaného zboží v návaznosti na zásoby a prodejnost zboží. Mimo to bude zkoumána závislost mezi velikostí tržeb z obchodního zboží na velikosti tržeb z pohonných hmot a také vliv sezónnosti na prodeje určité kategorie zboží. Jako výchozí zdroj dat k dosažení cílů mé diplomové práce budou použita primární data sledovaného období z řídicího a informačního systému Shop 2000, využívaného na čerpací stanici. Závěr práce budu věnovat zhodnocení dosažených cílů a zjištěných závislostí, navrhu opatření ke zlepšení stávajícího systému.

Pro potřebu této diplomové práce budou použity tyto indexy:

Index množství: $i_q = \frac{q_1}{q_0}$

Index ceny: $i_p = \frac{p_1}{p_0}$

V této podobě jsou indexy ve tvaru koeficientu. V běžném textu indexy publikujeme převážně v procentech. Pokud srovnáváme více období, je nutné rozlišovat indexy řetězové. Jsou vztaženy vždy k předchozímu období, bývají nazývány též koeficienty růstu nebo tempa růstu.

Řetězový index hodnoty Q v časovém okamžiku t : $i_{Q_t} = \frac{Q_t}{Q_{t-1}}$

Bazické jsou vztaženy vždy k jednomu základnímu období 0. Popisují celkový vývoj za uplynulé období (100% = hodnota prvního období)

Bazický index hodnoty Q v časovém okamžiku t : $b_{Q_t} = \frac{Q_t}{Q_0}$

Časové řady: sezónní index= běžný údaj/průměrný údaj

Součástí metodiky práce je také analýza zásob čerpací stanice Gulf Valeč. Pro výpočet jednotlivých ukazatelů budou použity následující vztahy:

Obrat zásob = tržby/zásoby

Doba obratu zásob = zásoby/(tržby/360)

Dále pro zkoumání závislostí bude využita:

Lineární regrese: závislost tržeb za suché zboží na tržbách z pohonných hmot.

4 Praktická část

V praktické části bude nejdříve představena čerpací stanice ve vztahu k záměru této diplomové práce.

4.1 Charakteristika čerpací stanice

Nejdůležitějším legislativním předpisem, který vymezuje základní ustanovení pro provozování čerpacích stanic pohonných hmot, je zákon 311/2006 Sb., o pohonných hmotách a čerpacích stanicích pohonných hmot a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o pohonných hmotách), ve znění účinném k 1. 10. 2013 (zákon č. 234/2013 Sb.). Čerpací stanice je v zákoně definována jako „stavba nebo zařízení, z něhož se pohonná hmota prodává nebo vydává zpravidla do palivové nádrže vozidla, a jako čerpací stanice, která není stavba nebo zařízení, ale kde jsou provozní nádrže umístěny v provozu, pokud se pohonné hmoty vydávají pouze pro vlastní potřebu“. Z definice vyplývá, že mohou být provozovány dva typy stanic rozličného účelu. Za zásadní považujeme, že oba typy stanic mají splňovat stejné předpisy a technické normy a to proto, že se na obou typech stanic manipuluje s nebezpečnými a extrémně nebezpečnými látkami. Za zmínku stojí, že zákonem o pohonných hmotách byl změněn zákon o pozemních komunikacích, kde v 19 § bylo doplněno ustanovení o tom, že je zakázáno umísťovat nebo provozovat pojízdné nebo přenosné zařízení, které je určeno k prodeji zkapalněných ropných plynů (Petrol, 2015).

Čerpací stanice pohonných hmot lze zařadit do skupiny specializované maloobchodní prodejny. Jejich sortiment se specializuje na speciální druh zboží, tímto jsou pohonné hmoty. Do nich patří motorová nafta, automobilový benzín, zkapalněné ropné plyny, biopalivo nebo jiné palivo z obnovitelných zdrojů, směsné palivo, stlačený a zkapalněný zemní plyn.

4.1.1 Sortiment zboží na čerpací stanici

Základním sortimentem zboží jsou pohonné hmoty, které definuje zákona č.311/2006 Sb. o pohonných hmotách, „pohonnou hmotou se rozumí motorový benzín, motorová nafta, zkapalněné ropné plyny, biopalivo nebo jiné palivo z obnovitelných zdrojů, směsné palivo, stlačený a zkapalněný zemní plyn, pokud jsou určeny k pohonu motoru vozidla nebo zvláštního vozidla. Pohonné hmoty lze prodávat nebo vydávat, pouze pokud splňují požadavky na jejich jakost a složení stanovené prováděcím právním předpisem, zvláštními právními předpisy a českými technickými normami.“.

Mimo pohonných hmot čerpací stanice prodává suché zboží. Suchým zbožím se rozumí zejména níže uvedené výrobky (Čepro, 2015):

Kategorie zboží auto-moto:

- Autokosmetika (přípravky na čištění karoserie, palubní desky, kůže a textilie, autošampóny, odmašťovače, prostředky na mytí motorů, převodovek apod.);
- Provozní kapaliny pro zimní a letní provoz (brzdová a chladicí kapalina, technický benzin, petrolej, destilovaná voda) apod.;
- Oleje a maziva pro celoroční provoz motorových vozidel, motocyklů, zahradní techniky apod. (v členění na vysokoobrátkové oleje motorové, převodové, hydraulické a ostatní maziva);
- Automobilové stírací lišty, žárovky, zapalovací a žhavicí svíčky, auto pojistky, zimní auto-doplňky, náradí, klíče, tažná lana, výstražné trojúhelníky, kanystry, mycí houby, trychtýře, autolékárny apod.

Kategorie zboží potraviny:

- Alkoholické nápoje (např. pivo, destiláty, vína, sekty apod.);
- Nealkoholické nápoje (např. minerální, slazené, neslazené, kolové, sycené, nesycené, energetické, ledová káva, nealkoholické pivo/víno apod.);
- Bagety, sendviče a rozpékané pečivo (včetně chlazené a balené stravy);
- Zmrazené krémy pro individuální a rodinou konzumaci;
- Cukrovinky (čokolády, tyčinky, lízátko, žvýkačky, dezerty, oplatky, sušenky, perníky apod.);
- Lahůdkářské balené zboží vhodné pro prodej na ČS EO dle nabídky (např. paštiky, mléčné lahůdky, sýry, jogurty, uzeniny balené) s prodlouženou expirační dobou;
- Krmivo pro zvířata (pes/kočka).

Kategorie ostatní zboží:

- Tabákový sortiment (cigarety, doutníky, tabák balený apod.);
- Automapy (region ČR a příhraniční regiony sousedních států, včetně turistických a cykloturistických map);
- Grilovací program (grilovací uhlí, palivové dřevo, podpalovače, apod.);
- Hračky, brýle, modely automobilů apod.;
- Denní a periodický tisk s celorepublikovou a regionální působností, sortiment CD a DVD;
- Ostatní sortiment (např. drogerie, foto, dálniční známky, baterie do spotřebičů, telefonní kupony a karty) vhodný pro prodej na ČS;

- Zboží a služby zde nespecifikované, vykazující vlastnosti obrátkovosti prodeje a poptávky zákazníky ČR

4.1.2 Doba použitelnosti pohonných hmot

Z důvodu zavedení povinného přimíchávání biosložek do motorových paliv je nutno zmínit, že se to projevilo ve změně některých jejich vlastností. Za určitých podmínek mohou biosložky ovlivnit stálost paliv a projevit se na omezené době jejich použitelnosti. Problematika skladování motorových paliv a doporučená doba jejich použitelnosti je stanovena normou ČSN 656500. Pro jednotlivá paliva je doporučená doba uvedena v následující tabulce č. 3.

Tabulka 3: Doporučená doba použitelnosti motorových paliv

Motorové palivo	ČSN	Doporučená doba použitelnosti v měsících
Bezolovnatý automobilový benzin	ČSN EN 228	3
Motorová nafta	ČSN EN 590	3
Methylestery mastných kyselin (FAME)	ČSN EN 14214	1
Směsná motorová nafta SMN 30	ČSN 656508	2
Ethanol E85	ČSN P CEN/TS 15293	2

Zdroj: Čepro, 2015

4.2 Čerpací stanice GULF Valeč

Čerpací stanice GULF Valeč byla uvedena do provozu v roce 2000. Je vybudována u hlavní silnice po pravé straně silnice II/351 směr Dukovany-Třebíč cca 70 m za křižovatkou s místní komunikací III/35122 Valeč – Chroustov, v okrese Třebíč. Je majetkem a součástí prodejní strategie firmy AMT Hrotovice, spol. s r.o. se sídlem Na Bojišti 1459, 12000 Praha 2, od svého počátku se věnuje velkoobchodnímu a maloobchodnímu prodeji pohonných hmot, olejů a maziv. V současné době se v důsledcích vysoké konkurence zaměřuje především na maloobchodní prodej pohonných hmot a velkoobchodní prodej olejů a maziv, kde je jednou z významných prodejců na trhu. Čerpací stanice je otevřena nonstop každý den, včetně všech svátků. Pracovní tým tvoří 5 zaměstnanců, kteří pracují na denní

nebo noční směnu. Kromě hotovostních plateb se zde akceptují bankovní platební karty: VISA, MasterCard, American Expres, dále CCS karty, DFC karty.

Obrázek 1: Čerpací stanice GULF Valeč



Zdroj: AMT Hrotovice, spol. s r.o.

4.2.1 Popis čerpací stanice

Technologie čerpací stanice je provedena ocelovou dvouplášťovou nádrží s kontrolou těsnosti mezipláště o objemu 80 m³, dělené v poměru (22,9/6/17/19,1/15), která je koncipovaná jako přejezdová, s výdejními stojany umístěnými nad tělem nádrže. Výdej pohonných hmot do vozidel je uskutečňován na pěti výdejních místech s výdejem produktu ze stojanu. Pohonné hmoty jsou do uskladňovací nádrže plněny přes čtyř vtokovou ocelovou nepropustnou šachtu. Proti přeplnění jsou uskladňovací nádrže při stáčení chráněny signalizačním zařízením se světelnou a akustickou signalizací. Plnicí armatura je vybavena i stáčecím ovladačem EMCO WHEATON, který uzavře stáčecí potrubí při plném průtoku stáčené kapaliny. Před stáčením musí být autocisterna připojena vodivě na uzemňovací bod. Do pásma stanovené pro stáčení z autocisterny je po dobu

doplňování pohonných hmot zákaz vjezdu všech motorových vozidel. Výdej pohonných hmot uvádí následující tabulka č. 4.

Tabulka 4: Výdej pohonných hmot

Stojan č. 1 Typ 4602.040/VR2	Výdejní místo č. 1	Natural 95
		GULF Diesel
	Výdejní místo č. 2	Natural 95
		GULF Diesel
Stojan č. 2 Typ 4602.040/VR2	Výdejní místo č. 3	Diesel
		GULF Natural 95
	Výdejní místo č. 4	Diesel
		GULF Natural 95
Stojan č. 3 Typ 8997.72/COM	Výdejní místo č. 5	Diesel

Zdroj: Vlastní práce autora

Z tabulky vyplývá, že čerpací stanice je osazena dvěma dvojstrannými, dvou produktovými stojany, a jedním velkovýdejním stojanem pro nákladní automobily, traktory a zemědělskou techniku. Jedná se o výdejní stojany ADAST typové řady 4600. Výdejní stojany jsou zvláštní zařízení podléhající zvláštnímu nároku z hlediska bezpečnosti, metrologie a ekologie. Obsluha výdejního stojanu je prováděna pouze jednoduchými úkoly. Zákazník se rozhodne, kterou pohonnou látku chce čerpat. Zvednutím výdejní pistole se uvede do činnosti elektronické počítadlo, proběhne test správné funkce počítadla a automatické zapnutí čerpadla. Zákazník může tankovat do svého automobilu. Podmínkou je vsunutí nástavce výdejní pistole co nehlouběji do hrdla palivové nádrže a plynule ovládat páku výdejní pistole. Zákazník může kdykoliv výdej ukončit uzavřením páky výdejní pistole.

Za provoz čerpací stanice odpovídá provozovatel. Jeho povinností je sledovat průběh čerpání pohonných hmot a v případě, že zákazník postupuje při čerpání nedovoleným způsobem, musí ho poučit o správné manipulaci. Provozovatel je rovněž povinen označit rizikový prostor čerpací stanice výstražnými symboly.

K bezproblémové komunikaci mezi výdejními stojany a obsluhou čerpací stanice je využívám řídicí systém Shop2000, je to komplexní řešení pro správu čerpací stanice, který splňuje požadavky moderního prodeje. Systém může být nakonfigurován jak pro malé soukromé čerpací stanice, tak i pro celé sítě, vlastněné nadnárodními společnostmi. Samotné řešení hardwaru a softwaru umožňuje jeho uživateli pracovat v pohodlí, pokud jde o pracovní oblasti ergonomie. Uživatelé mohou ovládat všechny části aplikace intuitivně, což činí jejich práci rychlejší a efektivnější. Shop2000 je systém nejnovější generace

úspěšných maloobchodních systémů pro čerpací stanice, navržený a vyvíjený firmou UNICODE SYSTEMS s.r.o. Tento systém byl instalován téměř na 1 800 čerpacích stanic ve střední Evropě. Software pokrývá všechny požadavky na POS a front office moderní čerpací stanice. Obsažené softwarové funkce pokrývají všechny požadavky na jednoduché ovládání a prodej pohonných hmot. Uživatelsky příjemná je i manipulace se suchým zbožím. Zaručuje silnou podporu podnikání v oblasti prodeje ostatního a doplňkového zboží. Součástí tohoto řešení je Back Office, moderní informační systém, který představuje komplexní nástroj pro správu vhodný pro všechny manažery čerpacích stanic. Obsahuje komplexní řešení řízení zásob. Propracovaný systém prodeje pohonných hmot poskytuje pomoc při jeho evidenci a kontrole, zabraňuje jeho ztrátám. Podporují spokojenost a loajalitu zákazníků, Back Office je úzce spojena s Euro2000 pokladnou, umožňuje sdílení všech dat v reálném čase. Společně s velkým rozsahem funkcí, v reálném čase soběstačný, je systém vytvořen, aby poskytl nástroj pro kvalitní řízení čerpací stanici. Uživatelé mohou snadno ovládat kompletní prodej na čerpací stanice díky podrobným řízením na směny a zpráv. Bezpečnost systému je zajištěna užitečné řízení práv uživatelů a proti podvodům při monitorování. Systém umožňuje nabízet slevy a platby faktur za stálé zákazníky (Unicodesys, 2015).

4.2.2 Franchising

Franchising je vhodné řešení zejména pro firmy, které se chtějí začlenit do mezinárodní sítě již zaběhlé a známé značky a tím účinněji bojovat s rostoucí konkurencí. Je to smluvní dohoda mezi poskytovatelem (franchisor) a nezávislým podnikatelem (franchisant), který platí za to, že může používat zavedenou značku, osvědčené know-how a prodávat stejné produkty. Značka Gulf se 108letou tradicí působí ve více než 150 zemích světa, díky čemuž má vybudované stabilní postavení na americkém a evropském trhu. Dnes už každá nová čerpací stanice, která vstupuje do této mezinárodní sítě čerpacích stanic, těží z jejího postavení a velikosti (Gulfoil, 2015).

Od roku 2010 je čerpací stanice ve Valči zapojená do sítě pod značkou GULF, na základě uzavřené franchisingové smlouvy s firmou Oil Traders Corporation, která jako licenční partner Gulf Oil International. Franchising pro podnikatele přináší tyto výhody:

- přináší projekt budování, jednotný design sítě čerpacích stanic začleněných do nadnárodní skupiny Gulf,
- jednotný palivový marketing,
- záměr vytvořit pro franchizové partnery lepší podmínky v konkurenčním prostředí,

- spolupráci právně samostatných podniků vystupujících pod stejným obchodním jménem se stejným předmětem podnikání.

4.2.3 Vybavenost čerpací stanice

Čerpací stanici tvoří tři výdejní stojany na pohonné hmoty, které se nachází pod zastřešenou plochou, dále pak přilehlý prodejní shop, parkovací plochy a příjezdová komunikace. V rámci poskytovaných služeb je v areálu i kompresor pro huštění a kontrolu vzduch pneumatik osobních vozů. V prodejním shopu čerpací stanice je možnost zakoupení motoristických potřeb, potravin a nápojů, občerstvení v podobě kávy a ostatního nabízeného zboží. Mimo to je zde terminál společnosti Sazka a.s. pro dobíjení telefonního kreditu, vsazení sázkových her, platbu složenek nebo rezervaci vstupenek. Samozřejmě je dostupné sociální zařízení.

4.2.4 SWOT analýza

Na základě vypracované SWOT analýzy čerpací stanice Gulf Valeč je cílem vyhodnotit vnitřní a vnější faktory úspěšnosti čerpací stanice. Kritéria silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb pro čerpací stanice Gulf Valeč obsahuje následující tabulka č. 5.

Tabulka 5: SWOT analýza čerpací stanice Gulf Valeč

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • individuální přístup k zákazníkovi • kvalita služeb na vysoké úrovni • širší poskytovaných služeb • umístění u silnice II/351 • zapojení do sítě čerpacích stanic Gulf • parkoviště i pro nákladní automobily 	<ul style="list-style-type: none"> • prodejnost ovlivněna sezónní návštěvností • vzdálenost od většího města • nedostatečné označení odbočky u silnice II/351
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • nabídka aditivovaných pohonných hmot • využití marketingové podpory Gulf • díky zapojení do sítě čerpacích stanic Gulf větší vyjednávací síla s dodavateli • zapojení do věrnostního programu Gulf 	<ul style="list-style-type: none"> • ekonomická krize • omezení výdajů domácností • vzrůstající konkurence mezi čerpacími stanicemi • vzrůstající ceny pohonných hmot

Zdroj: Vlastní práce autora

4.3 Analýza konkurence

Konkurence čerpací stanice GULF Valeč je hodnocena v blízkém okolí, které může výrazně ovlivnit její prodeje. Jedná se o dvě čerpací stanice, z nichž jedna se nachází ve městě Hrotovice, druhá je v obci Dukovany. Bude provedeno srovnání nabízených služeb, druhů pohonných hmot a zboží v shopech čerpacích stanic.

Čerpací stanici EuroOil Hrotovice, která je součástí české sítě čerpacích stanic. Jejím majitelem a provozovatelem je společností Čepro a.s. Druhou srovnávanou je čerpací stanice A+S v Dukovanech, vlastněnou a provozovanou firmou A + S, s.r.o. Je také součástí sítě čerpacích stanic, kterou zmiňovaná firma provozuje.

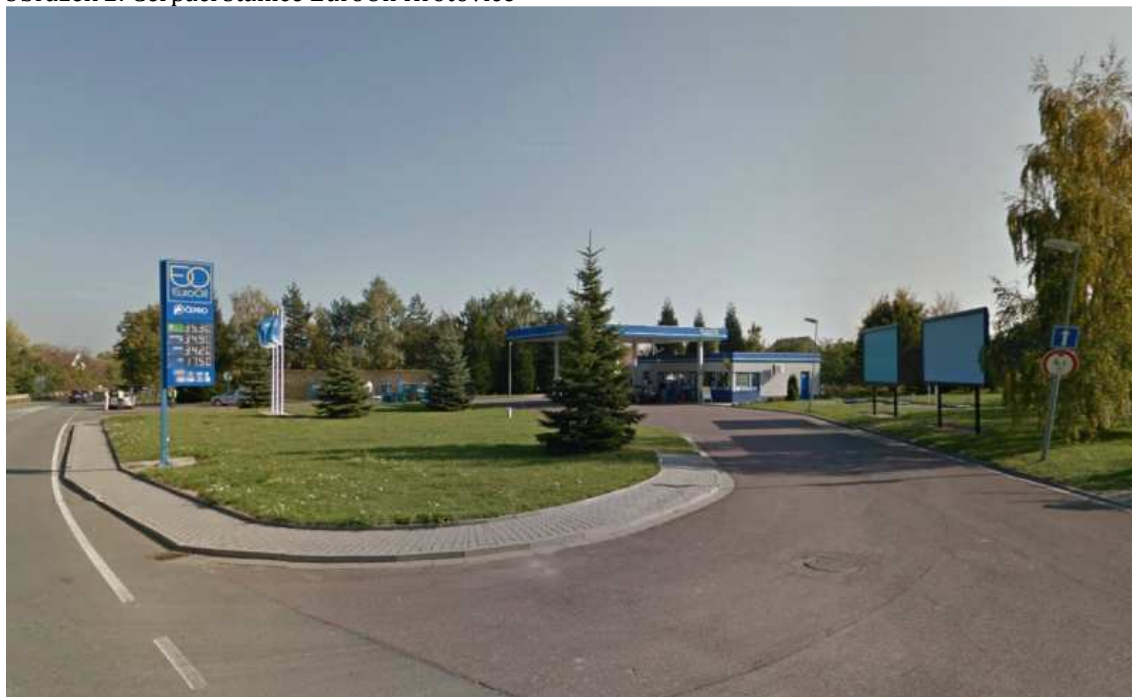
4.3.1 Konkurenční čerpací stanice EuroOil Hrotovice

Tabulka 6: Čerpací stanice EuroOil Hrotovice

Pohonné hmoty
Natural 95, Optimal 95, Diesel, Ethanol E85, LPG
Služby
Prodej suchého zboží, propanbutanových lahví, kompresor pro huštění a kontrolu pneumatik, vysavač, WiFi
Parkování
Parkování je zajištěno v areálu čerpací stanice, omezeno malou venkovní plochou. Není přizpůsobeno k parkování nákladních automobilů.
Otevírací doba
Pondělí až neděle od 6:00 - 19:00
www prezentace
http://www.ceproas.cz/

Zdroj: Vlastní práce autora.

Obrázek 2: Čerpací stanice EuroOil Hrotovice



Zdroj: Obrázek Euro Oil Hrotovice (Čepro, 2015).

4.3.2 Konkurenční čerpací stanice A+S Dukovany

Tabulka 7: Čerpací stanice EuroOil Hrotovice

Pohonné hmoty
Natural 95, Diesel, Směsná motorová nafta
Služby
Prodej suchého zboží, kompresor pro huštění a kontrolu pneumatik.
Parkování
Parkování je zajištěno v areálu čerpací stanice, omezeno malou venkovní plochou. Není přizpůsobeno k parkování nákladních automobilů.
Otevírací doba
Pondělí až neděle od 6:00 - 19:00.
www prezentace
Nemá vlastní www prezentaci.

Zdroj: Vlastní práce autora

Obrázek 3: Čerpací stanice A+S Dukovany



Zdroj: Vlastní foto autora

4.3.3 Výsledky analýzy konkurence

Výsledkem provedené analýzy konkurence čerpací stanice Gulf Valeč, v jejím blízkém okolí, jsme došli k těmto závěrům:

- žádná čerpací stanice nenabízí kompletní prémiová paliva
- pro parkování nákladních automobilů nemá žádná dostatečně velké parkoviště
- žádná nenabízí tak rozsáhlý sortiment suchého zboží, zvláště pak sortiment olejů, maziv
- žádná nenabízí čerstvě mletou kávu v kelímku, kterou si můžeme odnést s sebou
- připojení k WiFi pouze na jedné z nich
- omezená provozní doba

Závěrem je možno konstatovat, že čerpací stanice Gulf Valeč může díky větší šíři poskytovaných služeb a sortimentu suchého zboží v shopu získat větší konkurenční výhodu v porovnání s blízkou konkurencí. Mnohaletá zkušenost provozovatele v rámci oboru poskytování služeb motoristům a zároveň velmi dobrá znalost specifik lokálních zákaznické klientely je na čerpací stanici zřetelná v komplexnosti a kvalitě nabízených produktů a služeb. Díky zapojení do sítě čerpacích stanic Gulf nabídnout pro koncového spotřebitele aktivovaná a barvená paliva ve dvou stupních aktivace Premium a Extream, využít získanou marketingovou podporu prodeje prémiových paliv, se zaměřením na představení benefitů používání aditivovaných motorových paliv ve vozidlech zákazníků na konkrétní cílovou skupinu. Tímto nabídnout atraktivní produkt co do poměru kvalita cena, a také směřování odlišné od konkurence, nástroj na konkurenční boj jinak než přes cenu pohonných hmot.

4.4 Kvalita prodáváného obchodního sortimentu paliv

4.4.1 Automobilové benzíny

Čerpací stanice Gulf Valeč prodává bezolovnaté automobilové benzíny, což jsou směsi kapalných uhlovodíků vroucích v rozmezí převážně 30 až 210 °C. Jsou určeny jako palivo pro zážehové motory definovány normou ČSN EN 228.

Tabulka 8: Automobilové benzíny – vybrané ukazatele dle ČSN EN 228

Ukazatel	Jednotka	Bezolovnatý automobilový benzin Super BA-95 (E5)		Bezolovnatý automobilový benzin E10 Super BA-95	
		Mezní hodnoty		Mezní hodnoty	
		min.	max.	min.	max.
Hustota při 15 °C	kg/m ³	720	775	720	775
Oktanové číslo výzkumnou metodou, OČ VM		95	-	95	-
Destilační zkouška					
Odpařené množství při 70°C		20,0/22,0*	48,0/50,0*	22,0/24,0*	50,0/52,0*
Odpařené množství při 100°C		46	71	46	72
Odpařené množství při 150°C		75	-	75	-
Konec destilace (FBP)		-	210	-	210
Obsah síry	mg/kg	-	10	-	10
Obsah etanolu	% (V/V)	-	5	-	10
Obsah kyslíku	% (m/m)	-	2,7	-	3,7

Zdroj: Čepro (2015)

4.4.2 Motorová nafta

Motorová nafta je směsí ropných kapalných uhlovodíků, vroucích převážně v rozmezí 150 až 360 °C. Používá se jako paliva pro vznětové motory, případně pro některé typy plynových turbín. Mohou obsahovat přísady ke zlepšení užitečných vlastností. Jsou definovány normou ČSN EN 590.

Tabulka 9: Motorová nafta – vybrané ukazatele dle ČSN EN 590

Ukazatel	Jednotka	Motorová nafta			
		třída B	třída D	třída F	třída 2
Hustota při 15°C	kg/m ³	820,0 – 845,0	820,0 – 845,0	820,0 – 845,0	800,0 – 840,0
Cetanové číslo		min. 51,0	min. 51,0	min. 51,0	min. 48,0
Obsah síry	mg/kg	max. 10,0	max. 10,0	max. 10,0	max. 10,0
Viskozita při 40°C	mm ² /s	2,00 – 4,50	2,00 – 4,50	2,00 – 4,50	1,50 – 4,00
Bod vzplanutí	°C	nad 55	nad 55	nad 55	
Destilační zkouška					
při 180°C předest.	% (V/V)				max. 10
při 250°C předest.	% (V/V)	<65	<65	<65	
při 340°C předest.	% (V/V)				min. 95
při 350°C předest.	% (V/V)	min. 85	min. 85	min. 85	
95% (V/V) předest.	°C	max. 360	max. 360	max. 360	
Filtrovatelnost CFPP	°C	max. 0	max. -10	max. -20	max. -32
Období dle klimatických podmínek		mírné klima	mírné klima	mírné klima	arktické klima
		15.04.-30.09.	01.10.-15.11.	16.11.-28.02.	
			01.03.-14.04.		
Obsah metylesterů mastných kyselin (FAME)	% (V/V)	max. 7,0	max. 7,0	max. 7,0	

Zdroj: Čepro (2015)

4.4.3 Prémiové paliva

Kromě těchto základních motorových paliv čerpací stanice prodávají prémiová paliva, která mají stejné kvalitativní parametry jako benzín nebo motorová nafta, liší se od nich zlepšenými vybranými užitečnými vlastnostmi přidáváním speciálních aditiv. Na čerpací stanici Gulf Valeč jsou to paliva označená Gulf Extream, která jsou navíc ještě barvená. Jsou tím výjimečná z hlediska jednoznačné identifikace původu motorového paliva. V ukazatelích prodejnosti obchodního sortimentu jsou označená jako Gulf Natural 95 a Gulf Diesel.

4.5 Prodejnost obchodního sortimentu v letech 2010 až 2014

Jedním z cílů této diplomové práce je vyhodnocení prodejnosti obchodního sortimentu prodáváného suchého zboží v shopu, jako součásti čerpací stanice pohonných hmot Gulf Valeč. Pohonné hmoty dělíme na automobilové benziny a motorovou naftu, které jsou v nabídce každé čerpací stanice. Na čerpací stanici Gulf Valeč je tato nabídka rozšířena o prémiová paliva Gulf Natural 95 a Gulf Diesel, s vylepšenými vybranými užitečnými vlastnostmi přidanými speciálními aditivy. Z pohledu prodejnosti suchého zboží budeme rozlišovat jeho základní rozdělení na tři kategorie, a to:

- kategorie zboží auto-moto
- kategorie zboží potravin
- kategorie ostatní zboží

Tabulka 10: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2010

Ukazatel		2010				
		Celkem	Průměrná cena za měrnou jednotku	Tržby v tis. Kč	%	
Tržby celkem		1118854	32,00	35802	100,00	
V tom	Pohonné hmoty (v litrech)	990921	30,34	30160	84,24	
	V tom	Natural 95	355401	31,34	11138	31,11
		Gulf Natural 95	4213	31,33	132	0,37
		Diesel	620347	29,90	18550	51,81
		Gulf Diesel	10960	31,20	340	0,94
V tom	Suché zboží (v kusech)	127933	44,10	5642	15,76	
	V tom	Auto- moto	6158	72,59	447	1,25
		Potravin	57195	21,82	1248	3,49
		Ostatní zboží	64580	61,12	3947	11,02

Zdroj: Vlastní práce autora

V tabulce č. 10 je zobrazena prodejnost obchodního sortimentu v roce 2010. Pohonné hmoty se podílí na celkových tržbách 84,24 procent. Suché zboží je v tržbách zastoupeno 15,76 procenty. Z toho sortiment auto-moto 1,25 procenty, sortiment potravin 3,49 procenty a ostatní zboží 11,02 procenty. Prémiové pohonné hmoty Gulf Natural 95 a Gulf Diesel jsou v tomto roce v porovnání se základními pohonnými hmotami zastoupeny zhruba jedním procentem. Je to možné vysvětlit tím, že zmiňovaná franchisingová smlouva se společností Oil Traders Corporation, byla uzavřena až koncem roku 2010.

Tabulka 11: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2011

Ukazatel		2011				
		Celkem	Průměrná cena za měrnou jednotku	Tržby v tis. Kč	%	
Tržby celkem		1257266	35,06	44085	100,00	
V tom	Pohonné hmoty (v litrech)	1116504	33,85	37793	85,73	
	V tom	Natural 95	366516	34,24	12551	28,47
		Gulf Natural 95	47709	35,17	1678	3,81
		Diesel	622020	33,40	20774	47,12
		Gulf Diesel	80259	34,76	2790	6,33
V tom	Suché zboží (v kusech)	140762	44,70	6292	14,27	
	V tom	Auto- moto	13872	33,16	460	1,04
		Potraviny	61755	22,54	1392	3,16
		Ostatní zboží	65135	68,17	4440	10,07

Zdroj: Vlastní práce autora

Jak je vidět z tabulky č. 11, kde je zobrazena prodejnost obchodního sortimentu v roce 2011, pohonné hmoty se podílí na celkových tržbách v 85,73 procentech. Suché zboží je v tržbách zastoupeno 14,27 procenty. Z toho sortiment auto-moto 1,04 procenty, sortiment potravin 3,16 procenty a ostatní zboží 10,07 procenty. Prémiové pohonné hmoty jsou v tomto roce v porovnání se základními pohonnými hmotami zastoupeny 10,14 procenty. Je zde vidět nárůst jejich prodeje.

Tabulka 12: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2012

Ukazatel		2012				
		Celkem	Průměrná cena za měrnou jednotku	Tržby v tis. Kč	%	
Tržby celkem		1471818	36,49	53705	100,00	
V tom	Pohonné hmoty (v litrech)	1321970	35,90	47464	88,38	
	V tom	Natural 95	373667	36,43	13612	25,35
		Gulf Natural 95	33821	37,23	1259	2,34
		Diesel	840042	35,52	29842	55,57
		Gulf Diesel	74440	36,96	2751	5,12
V tom	Suché zboží (v kusech)	149848	41,65	6241	11,62	
	V tom	Auto- moto	25074	21,50	539	1,00
		Potraviny	62108	23,60	1466	2,73
		Ostatní zboží	62666	67,60	4236	7,89

Zdroj: Vlastní práce autora

V roce 2012 podle tabulky č. 12, kde je zobrazena prodejnost obchodního sortimentu v roce 2012, pohonné hmoty se podílí na celkových tržbách v 88,38 procentech. Suché zboží je v tržbách zastoupeno 11,62 procenty. Z toho sortiment auto-moto 1,00 procenty, sortiment potravin 3,73 procenty a ostatní zboží 7,89 procenty. Prémiové pohonné hmoty jsou v tomto roce v porovnání se základními pohonnými hmotami zastoupeny 7,46 procenty. Zde vidět nárůst prodeje motorové nafty, který byl způsoben uzavřením smlouvy o prodeji na čerpací stanici Gulf s jednou významnou dopravní firmou, která zde začala tankovat své nákladní vozidla.

Tabulka 13: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2013

Ukazatel		2013				
		Celkem	Průměrná cena za měrnou jednotku	Tržby v tis. Kč	%	
Tržby celkem		1478393	35,66	52715	100,00	
V tom	Pohonné hmoty (v litrech)	1323175	35,10	46437	88,09	
	V tom	Natural 95	289625	35,54	10293	19,53
		Gulf Natural 95	19837	36,25	719	1,36
		Diesel	954905	34,86	33290	63,15
		Gulf Diesel	58808	36,30	2135	4,05
V tom	Suché zboží (v kusech)	155218	40,45	6278	11,91	
	V tom	Auto- moto	35087	17,41	611	1,16
		Potravin	59720	24,50	1463	2,78
		Ostatní zboží	60411	59,59	4204	7,97

Zdroj: Vlastní práce autora

V roce 2013 podle tabulky č. 13, kde je zobrazena prodejnost obchodního sortimentu v roce 2013, pohonné hmoty se podílí na celkových tržbách v 88,38 procentech. Suché zboží je v tržbách zastoupeno 11,62 procenty. Z toho sortiment auto-moto 1,00 procenty, sortiment potravin 3,73 procenty a ostatní zboží 7,89 procenty. Prémiové pohonné hmoty jsou v tomto roce v porovnání se základními pohonnými hmotami zastoupeny 7,46 procenty.

Z tabulky č. 14, kde je zobrazena prodejnost obchodního sortimentu v roce 2014, pohonné hmoty se podílí na celkových tržbách v 87,44 procentech. Suché zboží je v tržbách zastoupeno 12,56 procenty. Z toho sortiment auto-moto 1,15 procenty, sortiment potravin 2,81 procenty a ostatní zboží 8,60 procenty. Prémiové pohonné hmoty jsou v tomto roce v porovnání se základními pohonnými hmotami zastoupeny 8,41 procenty. Zde vidět nepatrný pokles prodeje motorové nafty, který byl způsoben koncem léta zrušením uzavřením smlouvy o prodeji na čerpací stanici Gulf s významným odběratelem, která zde tankovat své nákladní

vozidla. Nebylo to z důvodu nespokojenosti s poskytovanými službami čerpací stanice, ale důvodem bylo pořízení vlastní nadzemní nádrže pro vlastní tankování ve svém areálu.

Tabulka 14: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2014

Ukazatel		2014				
		Celkem	Průměrná cena za měrnou jednotku	Tržby v tis. Kč	%	
Tržby celkem		1424760	36,15	51500	100,00	
V tom	Pohonné hmoty (v litrech)	1268895	35,49	45034	87,44	
	V tom	Natural 95	269462	35,75	9634	18,71
		Gulf Natural 95	36363	36,47	1326	2,57
		Diesel	880062	35,30	31065	60,32
		Gulf Diesel	83008	36,25	3009	5,84
V tom	Suché zboží (v kusech)	155865	41,49	6466	12,56	
	V tom	Auto- moto	34887	16,91	590	1,15
		Potraviny	58690	24,62	1445	2,81
		Ostatní zboží	62288	71,15	4431	8,60

Zdroj: Vlastní práce autora

I přesto, že podle podílu na celkových tržbách prodej suchého zboží podle procentního zastoupení klesá, pokud srovnáme výši celkových tržeb, je vidět nárůst prodeje.

4.6 Prodejnost sortimentu suchého zboží

Tabulka 15: Prodejnost suchého zboží v letech 2010 až 2014

Rok			2010	2011	2012	2013	2014	Změna	%
Suché zboží	Jednotka								
Celkem tržby		tis. Kč	127933	140762	149848	155218	155865	27932	121,83
V tom	Auto- moto	tis. Kč	6158	13872	25074	35087	34857	28699	563,57
	Potraviny	tis. Kč	57195	61755	62108	59720	58690	1495	102,61
	Ostatní zboží	tis. Kč	64580	65135	62666	60411	62288	-2292	96,45

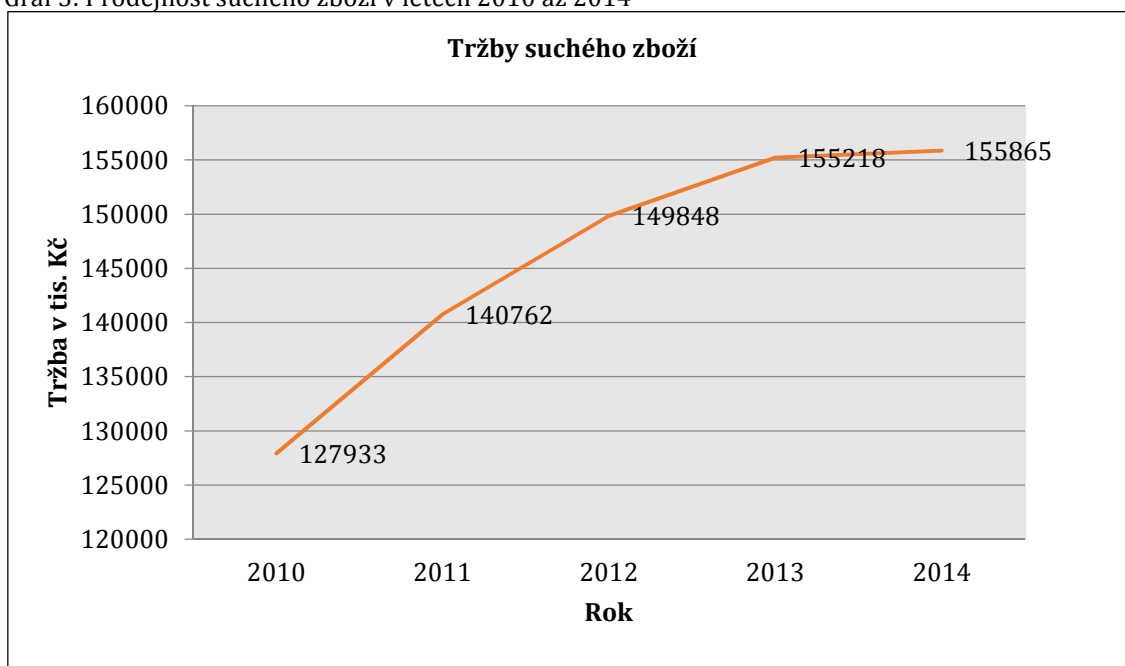
Zdroj: Vlastní práce autora

V tabulce č. 15 je vyjádřena prodejnost suchého zboží na čerpací stanici Gulf Valeč v letech 2010 až 2014. Suché zboží je zde rozděleno do základních skupin sortimentu, a to na auto-moto sortiment, sortiment potravin a sortiment

ostatního zboží. Při srovnání je vidět, že celkové tržby v roce 2014 dosáhly 155865 tis. Kč, což je v porovnání s rokem 2010, kdy dosáhly výše 127933 tis. Kč, nárůst o 27932 tis. Kč. Při podrobném zkoumání vidíme, že výše tržeb se nejvíce zvýšila v kategorii auto-moto z 6158 tis. Kč v roce 2010 na 34857 tis. Kč v roce 2014. V kategorii potraviny došlo také k nárůstu, a to z 57195 tis. Kč v roce 2010 na 58690 tis. Kč v roce 2014. Naproti tomu došlo v poslední kategorii ostatní zboží k poklesu z 64580 tis. Kč v roce 2010 na 62288 tis. Kč v roce 2014. I přes to došlo při prodeji suchého zboží se na čerpací stanici Gulf Valeč za sledované období k nárůstu celkových tržeb v roce 2014 o 21,83 procent oproti roku 2010.

V grafu č. 3 je vidět popisovaná prodejnost suchého zboží ve sledovaných letech. Od roku 2010 je patrný vysoký nárůst prodejnosti až do roku 2013, kde při srovnání s rokem 2014 už není nárůst tak vysoký. Je nutné doporučit provozovateli čerpací stanice Gulf Valeč, aby se zaměřil na příčinu a zjistit důvody, které k tomu vedly.

Graf 3: Prodejnost suchého zboží v letech 2010 až 2014



Zdroj: vlastní práce autora

V tabulce č. 16 jsou kromě srovnání jak celkových tržeb, tak i tržeb za jednotlivé kategorie suchého zboží, jejich celková struktura ve sledovaném období. Mimo to je zde vyjádřeno procentní zastoupení jednotlivých kategorií na celkové tržbě v letech 2010 až 2014. V posledním sloupci je pak vidět, o kolik se změnila tržba z prodeje suchého zboží v roce 2014 ve srovnání s rokem 2010.

Tabulka 16: Výpočet struktury tržeb suchého zboží

Ukazatel	2010		2011		2012		2013		2014		Změna 2014-2010	
	Celkem v tis. Kč	%	Celkem v tis. Kč	%	Celkem v tis. Kč	%	Celkem v tis. Kč	%	Celkem v tis. Kč	%	Celkem v tis. Kč	%
Tržby celkem	127933	100	140762	100	149848	100	155218	100	155865	100	27932	21,83
Auto-moto	6158	4,81	13872	9,85	25074	16,73	35087	22,60	34857	22,36	28699	466,04
Potraviny	57195	44,71	61755	43,87	62108	41,45	59720	38,47	58690	37,65	1495	2,61
Ostatní zboží	64580	50,48	65135	46,27	62666	41,82	60411	38,92	62288	39,96	-2292	-3,55

Zdroj: vlastní práce autora

Tržby z prodeje suchého zboží ve sledovaném období 2010 až 2014 vzrostly o 21,83 %.

4.7 Podíl tržeb suchého zboží v jednotlivých měsících roce 2014

Tabulka 17: Podíl tržeb zboží v roce 2014

Měsíc	Suché zboží tis. Kč	Podíl %	PHM tis. Kč	Podíl %	Celkem tis. Kč	Podíl %	Kumulativní součet	
							%	tis. Kč
Leden	421	9,98	3797	90,02	4218	8,19	8,19	4218
Únor	410	10,14	3634	89,86	4044	7,85	16,05	8262
Březen	502	9,78	4631	90,22	5133	9,97	26,02	13395
Duben	520	10,46	4452	89,54	4972	9,66	35,67	18367
Květen	604	10,48	5159	89,52	5763	11,19	46,87	24130
Červen	644	11,04	5188	88,96	5832	11,33	58,19	29962
Červenec	663	11,84	4939	88,16	5602	10,88	69,07	35564
Srpen	633	16,18	3280	83,82	3913	7,60	76,67	39477
Září	568	15,20	3168	84,80	3736	7,26	83,93	43213
Říjen	548	16,09	2857	83,91	3405	6,61	90,54	46618
Listopad	463	17,52	2180	82,48	2643	5,13	95,67	49261
Prosinec	480	21,55	1747	78,45	2227	4,33	100,00	51488
Celkem	6456		45032		51488	100,00	-	-

Zdroj: Vlastní práce autora

Tabulka č. 17 ukazuje podíl tržeb suchého zboží a tržeb z pohonných hmot v jednotlivých měsících roku 2014. Dále jsou zde celkové tržby a jejich kumulativní součet v jednotlivých měsících roku 2014. Je patrné, že největší tržby čerpací stanice Gulf Valeč vykazuje v měsících březen (5133 tis. Kč), duben (4972 tis. Kč),

květen (5763 tis. Kč), červen (5832 tis. Kč) a červenec (5602 tis. Kč), což je dáno sezónností prodeje na čerpací stanici. Průměrný podíl tržeb suchého zboží na celkových tržbách v roce 2014 je 13,35% a podíl tržeb z pohonných hmot je 86,65%. Nadprůměrného podílu tržeb suchého zboží bylo dosaženo v měsíci srpnu (16,18%), září (15,20%), říjnu (16,09%), listopadu (17,52%) a prosinci (21,55%). Je vidět narůstající trend podílu suchého zboží na celkových tržbách. Je vidět pokles v tržbách prodeje pohonných hmot, který byl způsoben ukončením smlouvy o tankování s významným zákazníkem koncem srpna zkoumaného roku.

4.8 Prodejnost sortimentu pohonných hmot

V tabulce č. 18 můžeme vidět jednotlivé prodeje v letech 2010 až 2014. Celkové tržby vykazují ve sledovaném období rostoucí trend, pouze v roce 2013 došlo k nepatrnému poklesu. V roce 2014 zaznamenaly prodeje pohonných hmot ve srovnání s rokem 2010 přírůstek o 277974 litrů a přírůstek tržeb ve stejném srovnání přírůstek o 14874 tis. Kč. Při počtu pěti zaměstnanců, kteří jsou odpovědní za prodej zboží a nabízených služeb, se jejich produktivita, přepočítaná na jednoho zaměstnance, zvýšila z 6030 tis. Kč v roce 2010 na úroveň 9007 tis. Kč v roce 2014.

Tabulka 18 Přehled o tržbách za prodej pohonných hmot v letech 2010 až 2014

Ukazatel	Rok	2010	2011	2012	2013	2014	Index v %	Změna tržeb
	Měrná jednotka							
Tržby	Tis. Kč	30160	37793	47464	46437	45034	149,32	14874
Přírůstek tržeb	Tis. Kč	-	7633	9671	-1027	-1403	-	-
Přírůstek tržeb	%	-	25,31	25,59	-2,16	-3,02	-	-
Zaměstnanci	Počet	5	5	5	5	5	100,00	-
Produktivita na zaměstnance	Tis. Kč	6032	7557	9493	9287	9007	149,32	
Prodej	Litr	990921	1116504	1321970	1323175	1268895	128,05	277974
Přírůstek	Litr	-	125583	205466	1205	-54280	-	-
Přírůstek	%	-	12,67	18,40	0,09	-4,10	-	-
Tržby celkem	Tis. Kč	35802	44085	53705	52715	57500	160,61	21698

Zdroj: Vlastní práce autora

Byly vypočítány bazické indexy výše tržeb. Rok 2010 je brán jako 100%. Pro rok 2014 vydělíme výši tržeb v roce 2014 a 2010, tj. $(45034/30160) * 100 = 149,32$. Stejným způsobem dostaneme i index produktivity zaměstnanců $(9007/6032) * 100 = 149,32$ a index prodeje litrů pohonných hmot $(1268895/990921) * 100 = 128,32$. Dále byly spočítány meziroční přírůstky tržeb z pohonných hmot a prodaných litrů pohonných hmot. V roce 2011 byl nárůst tržeb z pohonných hmot

25,31% a nárůst prodejů z pohonných hmot 12,67%. V roce 2012 to bylo 25,59% a 18,40%. V roce 2013 již pozorujeme pokles růstu tržeb o 2,16%, ale přírůstek prodeje pohonných hmot byl 0,09%. Pokles tržeb byl způsoben klesající cenou pohonných hmot, která reagovala na celkový pokles nákupních cen, jak ukazuje tabulka č. 19 cenový rozdíl průměrných cen v roce 2010 a 2014, a reakcí ostatních čerpacích stanic v konkurenčním okolí. V roce 2014 došlo k poklesu celkových tržeb o 3,02% a poklesem prodaného množství pohonných hmot o 4,10%, které způsobil již zmiňovaný odchod významné dopravní firmy, která zde využívala služeb čerpací stanice k nákupu pohonných hmot do svých nákladních automobilů.

Tabulka 19 Cenový rozdíl v průměrné ceně pohonných hmot mezi roky 2010 a 2014

Rok	2010	2014	Rozdíl Kč	index v %
Cena/litr Kč	30,43	35,49	5,06	116,63

Zdroj: Vlastní práce autora

4.9 Závislost prodejnosti suchého zboží na prodejnosti pohonných hmot

Na základě výší tržeb z prodeje pohonných hmot a výší tržeb ze suchého zboží v jednotlivých měsících roku 2014 se pokusíme zjistit, zda je mezi nimi nějaká závislost a zda je mezi těmito veličinami nějaký vztah.

Tabulka 20 Výše tržeb v jednotlivých měsících roku 2014

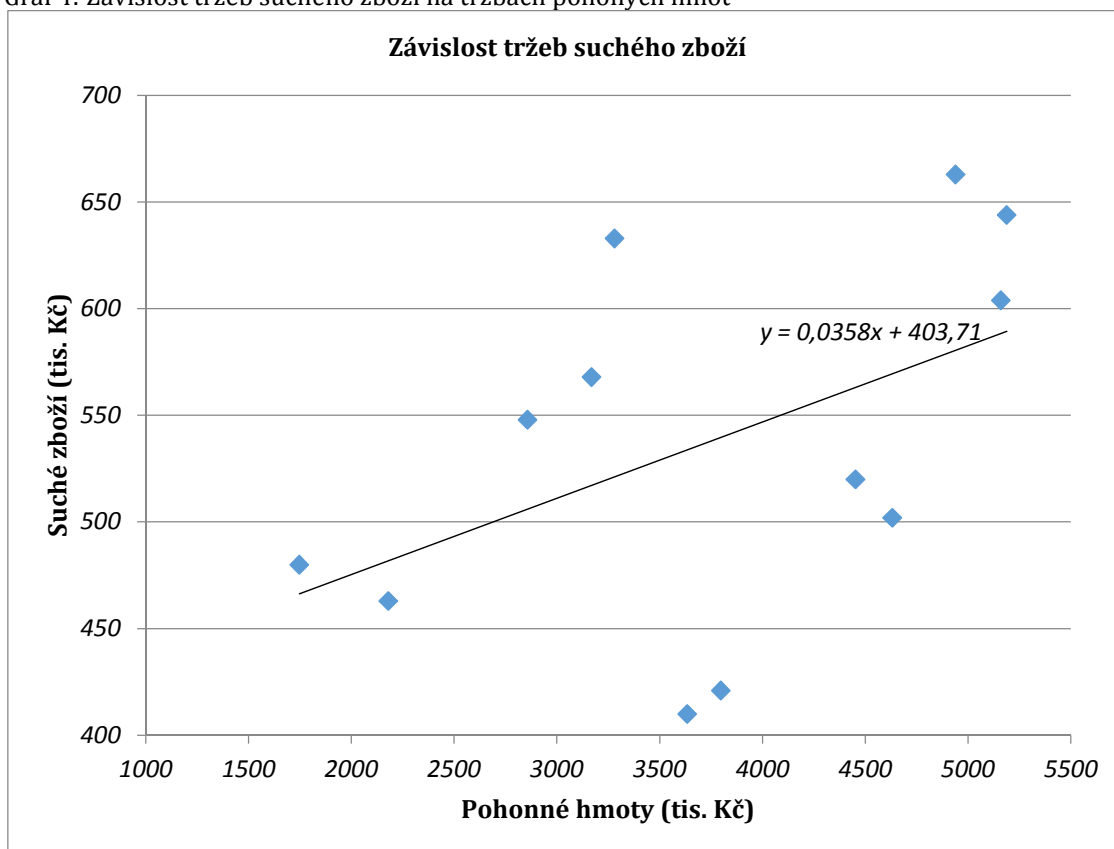
Měsíc	Tržby v tis. Kč	
	Suché zboží	PHM
Leden	421	3797
Únor	410	3634
Březen	502	4631
Duben	520	4452
Květen	604	5159
Červen	644	5188
Červenec	663	4939
Srpen	633	3280
Září	568	3168
Říjen	548	2857
Listopad	463	2180
Prosinec	480	1747

Zdroj: Vlastní práce autora

Pro zjišťování závislosti bude použita lineární regrese a budeme předpokládat, že je, tak je určena rovnicí: $y = a \cdot x + b$ neboli výše tržeb z prodeje suchého zboží =

$a \cdot$ výše tržby z prodeje pohonných hmot + b . Kde x je nezávislá proměnná, jinými slovy proměnná, na která závisí ta druhá. V tomto případě je to prodej pohonných hmot, protože prodej suchého zboží značně závisí na prodeji pohonných hmot, ne naopak. Y je závislá proměnná, jejíž hodnoty závisí na nezávislé proměnné. V tomto případě je to prodej suchého zboží, protože ten závisí na prodeji pohonných hmot. Cílem regresní analýzy je vypočítat koeficienty a a b .

Graf 4: Závislost tržeb suchého zboží na tržbách pohonných hmot



Zdroj: Vlastní práce autora

Jak ukazuje grafu č. 4, je zde promítnutá přímka, která znázorňuje lineární závislost tržeb za suché zboží na tržbách z pohonných hmot, která je daná rovnicí $y = 0,0358x + 403,71$. Vypočítali jsme koeficienty: $a = 0,0358$ a koeficient $b = 403,71$. Pokud tedy vynásobíme tržbu z pohonných hmot koeficientem a a přičteme koeficient b , dostaneme odhadovanou výši tržby za suché zboží.

4.10 Objednávky zboží v návaznosti na zásoby a prodejnost zboží

Podmínkou optimalizace procesu objednávání obchodního sortimentu na čerpací stanici Gulf Valeč je možnost řízení procesu čerpání a doplňování zboží. Znamená to, že prodej zboží probíhá v podstatě rovnoměrně, požadované objednávky přichází v pravidelných dodávkách, kdy jsou potřeba, a velikost objednávky je neomezená. U většiny prodávaného sortimentu je doba dodání od dodavatele do dvou dnů. To znamená, že není potřeba držet skladem zbytečně velké množství zboží.

Tabulka 21 Ukazatel obratu zásob a doby obratu zásob

Rok 2014					
Ukazatele	Zboží	Průměrný stav zásob Kč	Tis. Kč	Obrat zásob (krát za rok)	Doba obratu zásob (počet dní)
Celkové tržby	Celkem	1308862	51500	39,35	9,15
Pohonné hmoty	Celkem	851623	45034	52,88	6,81
V tom	Natural 95	347496	9634	27,72	12,99
	Gulf Xtream natural 95	168632	1326	7,86	45,78
	Diesel	286135	31065	108,57	3,32
	Gulf Xtream Diesel	49360	3009	60,96	5,91
Suché zboží	Celkem	457239	6466	14,14	25,46
V tom	Kategorie zboží auto moto	136832	590	4,31	83,49
	Autokosmetika	18990	38	2,00	179,91
	Provozní kapaliny	21528	313	14,54	24,76
	Oleje a maziva	47793	133	2,78	129,36
	Autopříslušenství	48521	106	2,18	164,79
	Kategorie zboží potraviny	83456	1445	17,31	20,79
	Alkoholické nápoje	31779	409	12,87	27,97
	Nealkoholické nápoje	18549	465	25,07	14,36
	Bagety	858	144	167,83	2,15
	Zmrazené krémy	2188	104	47,53	7,57
	Cukrovinky	30082	323	10,74	33,53
	Kategorie ostatní zboží	236951	4431	18,70	19,25
	Tabákový sortiment	103000	3994	38,78	9,28
	Automapy	1337	1	0,75	481,32
	Grilovací program	267	4	14,98	24,03
	Hračky, brýle, modely	20620	17	0,82	436,66
	Denní a periodický tisk	86777	99	1,14	315,55
	Ostatní sortiment	24950	316	12,67	28,42

Zdroj: Vlastní práce autora

V tabulce č. 21 je vypočítán ukazatel obratu zásob a ukazatel doby obratu zásob. Ukazatel obratu zásob vyjadřuje, kolikrát je během roku každá položka zboží prodána a znovu naskladněna. Přináší přehled o úrovni likvidity těchto zásob. Pokud je ukazatel vyšší, znamená to vysokou obrátku zásob, nejsou zbytečné nelikvidní zásoby. V praktickém provozu je důležité dát pozor na množství pohotových zásob ne uspokojení poptávky. Pokud je ukazatel nízký, je možná existence zastaralých zásob s nižší reálnou hodnotou.

Ukazatel doby obratu zásob udává dobu, za jakou čerpací stanice prodá své zboží. Jinak řečeno, jak dlouho toto zboží leží na prodejně a váže tak na sebe finanční prostředky. Pomocí ukazatele obratu zásob lze vypočítat, kolik dnů jsou oběžná aktiva vázána v určité formě zásob. Tento ukazatel udává počet dní, za něž se zboží prodá.

Z vypočítaných výsledků je patrné, že průměrný obrat zásob pohonných hmot je 52,88 krát za rok a doba obratu pohonných hmot je 6,81 dnů. V suchém zboží je průměrný obrat 14,14 krát za rok a doba obratu je 25,46 dnů. Zde se je potřeba zaměřit na kategorie zásob, které mají nízký obrat zásob a vysokou dobu obratu. V tomto zboží jsou vázány finanční prostředky a proto je potřeba u tohoto zboží konkrétně analyzovat to, které se neprodává a vyřadit je z nabídky, nebo nastavit nižší stavy prodáváného zboží.

4.11 Závislost výše tržeb na ročním období roku 2014

Na výši tržeb čerpací stanice má vliv i sezónní charakter obchodního sortimentu. Jsou zde obvyklé pravidelné výkyvy hodnot sledovaných jevů. Pro sledování sezónnosti se používají různé metody. Jejich podstatou je porovnání skutečné hodnoty s určitou teoretickou hodnotou. Použijeme způsob, kdy budeme porovnávat skutečné hodnoty s jejich průměrem.

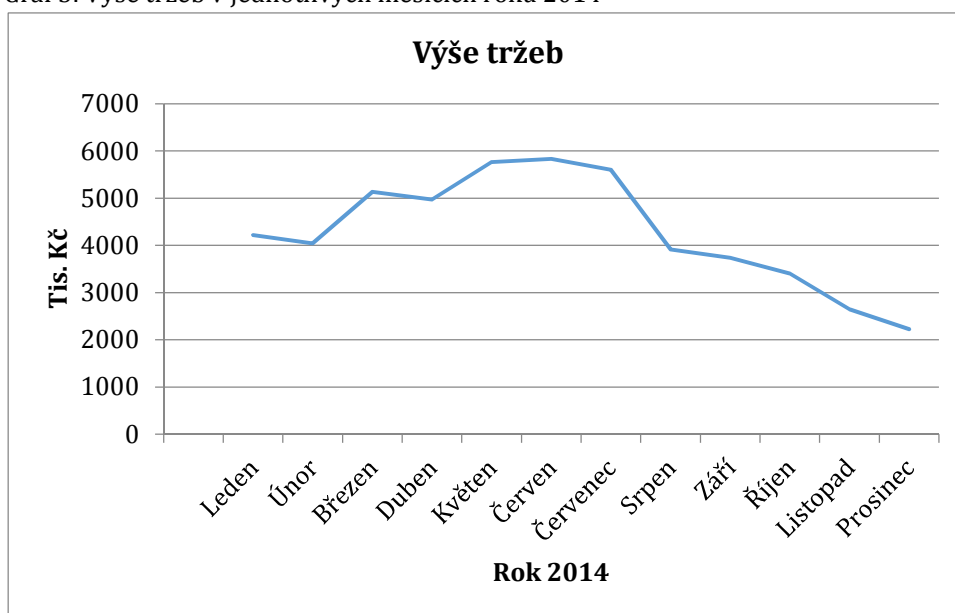
Tabulka č. 22 ukazuje vývoj tržeb na čerpací stanici v jednotlivých měsících roku 2014. Kromě toho jsou zde spočítané jednotlivé sezónní indexy pro jednotlivé měsíce. Z výpočtů vyplývá, že výrazně nad průměrem jsou tržby čerpací stanice v měsících březen (1,20%), duben (1,16%), květen (1,34%), červen (1,36%) a červenec (1,31%), kdy jsou nejlepší podmínky pro provoz motorových vozidel. Nejnižší tržby vykazuje čerpací stanice v měsíci říjen (0,79%), listopad (0,62%) a prosinec (0,52%), což souvisí s nepříznivým zimním počasím. Na nižších tržbách v prosinci se také podílejí vánoční svátky a dovolené. Ve zbylých měsících leden (0,98%), únor (0,94%) a srpen (0,91%) jsou tržby skoro průměrné. Průměrná měsíční tržba v roce 2014 dosahovala výše 4291 tis. Kč. Z grafu č. 5 je vidět tendence změny výše tržeb na čerpací stanici Gulf Valeč v jednotlivých měsících roku 2014.

Tabulka 22 Tržby a sezónní indexy v jednotlivých měsících roku 2014

Měsíc	Celková tržba v tis. Kč	Sezónní index v % v měsíci
Leden	4218	0,98
Únor	4044	0,94
Březen	5133	1,20
Duben	4972	1,16
Květen	5763	1,34
Červen	5832	1,36
Červenec	5602	1,31
Srpen	3913	0,91
Září	3736	0,87
Říjen	3405	0,79
Listopad	2643	0,62
Prosinec	2227	0,52
Celkem	51488	-
Průměr	4291	-

Zdroj: vlastní práce autora

Graf 5: Výše tržeb v jednotlivých měsících roku 2014



Zdroj: vlastní práce autora

4.12 Vztah k záručním lhůtám u suchého zboží

Spotřební zboží podléhá záručním lhůtám, které jsou rozdílné podle druhu zboží. Ve vztahu k záručním lhůtám je třeba zejména v měsících, kdy prodeje a tržby nedosahují průměrné výše, aby se skladové zásoby pohybovaly na takové úrovni, aby plnila funkci vyrovnávat časový a množství nesoulad mezi dodávkami a následným prodejem. Je potřeba zajistit, aby doba obratu zásob byla nižší, než je jejich minimální trvanlivost, nebo doba použitelnosti. Ideálním řešením je dohoda s dodavateli, že vše co překročí dobu minimální trvanlivosti nebo dobu použitelnosti, bude nahrazeno stejným počtem nového zboží nebo bude poskytnuta přiměřená kompenzace. V ostatních případech je třeba zboží odepsat a zahrnout do technologických úbytků. S tím souvisí odpovědnost zaměstnanců čerpací stanice Gulf Valeč ke každodenní kontrole obchodního sortimentu suchého zboží. Pokud zjistí, že něco již je po záruce, nebo se blíží k jejímu konci, musí vše okamžitě stáhnout z prodeje. U zboží s prošlou minimální trvanlivostí je jejich prodej možný, ale za podmínky, že nesmí být zdravotně závadné, musí být zřetelně označeny a jsou odděleny od ostatního zboží. Následná tabulka č. 23 ukazuje průměrné doby minimální trvanlivosti nebo data použitelnosti v obchodním sortimentu v kategorii zboží potravin, kde jsou tyto doby významné, z hlediska řízení objednávek a řízení zásob. U ostatního obchodního sortimentu, kategorie auto-moto a kategorie ostatního zboží se již objevuje zejména minimální trvanlivost, která je výrazně delší, a nejsou zdravotně rizikové.

Tabulka 23 Průměrné doby minimální trvanlivosti nebo data použitelnosti potravin

Kategorie zboží potravin	Minimální trvanlivost	Datum použitelnosti (spotřebujte do)
Alkoholické nápoje	Nemusí být uvedeno (s obsahem alkoholu 10 a více objemových procent) nebo měsíce	-
Nealkoholické nápoje	Měsíce	-
Bagety	-	Dny
Zmrazené krémy	Měsíce	-
Cukrovinky	Měsíce	-

Zdroj: vlastní práce autora

5 Diskuze

Při zpracování práce „Prodejnost sortimentu suchého zboží v shopu čerpací stanice pohonných hmot“ bylo zjištěno, že zkoumaná čerpací stanice Gulf Valeč, kterou vlastní a provozuje firma AMT Hrotovice, spol. s r.o., vykazuje v porovnání s konkurencí určité silné a slabé stránky, které jsou popsány v praktické části diplomové práce. Během sledovaného období v letech 2010 až 2014 analýza primárních dat z řídicího a informačního systému Shop 2000 ukázala, jaký byl poměr prodeje suchého zboží a prodeje pohonných hmot na celkových tržbách čerpací stanice. Dále bylo zjištěno, že čerpací stanice Gulf Valeč navyšovala každý rok své prodeje a zlepšovala svoji pozici v porovnání s konkurenčními čerpacími stanicemi v blízkém okolí. V roce 2014 vykázala nejvyšší objem prodejů suchého zboží, ale v porovnání s předchozím rokem nárůst již nebyl tak vysoký. Proto je potřeba zabývat se případnými důvody, které k tomu vedly. Od roku 2013 došlo k menšímu poklesu tržeb z prodeje pohonných hmot, ale při pohledu na celkové prodané množství, které se v roce 2013 zvýšilo oproti roku 2012, bylo zjištěno, že za poklesem tržeb je klesající prodejní cena automobilových benzínů a motorové nafty. Důvodem tohoto poklesu byl pokles nákupních cen od dodavatelů a celkovou situací na trhu s ropnými produkty.

Sortiment zboží na čerpací stanici Gulf Valeč je ve srovnání s konkurenčními čerpacími stanicemi obdobný, přesto je díky větší prodejní ploše jeho šíře větší. Mimo nabízené pohonné hmoty je zde i obchodní sortiment suchého zboží, který se dělí na kategorii zboží auto-moto, kategorii zboží potravin a kategorii ostatní zboží, který je zde podrobněji popsán. Výjimečností je sortiment olejů a maziv, které popisovaná čerpací stanice nabízí. Je zde kompletní portfolio automobilových a motocyklových olejů značky MOL, doplněné vybranými druhy značek Shell a Gulf, který předčí všechny čerpací stanice v dalekém okolí. V nabídce ale zcela chybí například venkovní vysavač či myčka osobních automobilů. Na druhou stranu ale nabízí spoustu dalších nadstandardních služeb, kterými se snaží oslovit stávající i potencionální nové zákazníky.

V roce 2010 prošel shop čerpací stanice rekonstrukcí, a celkově se čerpací stanice vizuálně změnila. Důvodem bylo zapojení do mezinárodní sítě pod značkou Gulf, na základě uzavřené franchisingové smlouvy. A to díky firmě Oil Traders Corporation, která je licenční partner Gulf Oil International. Díky této spolupráci získala čerpací stanice jednotný design již zaběhlé a známé značky Gulf, a díky tomu může účinněji bojovat s rostoucí konkurencí. Jak je vidět z provedené analýzy v letech 2010 až 2014, je zde vidět rostoucí trend prodejů. Na čerpací stanici Gulf Valeč byl také rozšířen prodej o prémiová paliva, označená jako Gulf Extream, která jsou navíc ještě barvená. Jsou tím výjimečná z hlediska jednoznačné

identifikace původu motorového paliva. V obchodním sortimentu jsou označena jako Gulf Natural 95 a Gulf Diesel. Díky této nabídce byla oslovena další kategorie nových potenciaálních zákazníků.

Čerpací stanice Gulf Valeč má již patnáctiletou tradici. Převážnou část klientely tvoří stálí a letití zákazníci, kteří jsou zde spokojeni s vysokou úrovní nabízených služeb. Mimo stálých zákazníků je zde vidět i nárůst nových, kteří jsou zde spokojeni, a opakovaně se sem vrací, a v neposlední řadě i doporučují kvalitu nabízených služeb. Vzhledem k osobní formě prodeje, která je orientovaná na zákazníka a jeho potřeby, je zde komunikace zásadní. Důležitý je vstřícný postoj zaměstnanců čerpací stanice k zákazníkům, jejich ochota a úsměv by měl být samozřejmostí.

V rámci prodejních aktivit bych doporučil se zaměřit především na obchodní sortiment zboží, nabízený na čerpací stanici Gulf Valeč. Rozšířením o položky, které zákazníci zajímají a které kupují. Na druhé straně na základě provedené analýzy se zamyslet nad některými položky stávajícího obchodního sortimentu, které se neprodávají, a případně o jejich vyřazení z nabídky. Sledovat ukazatele obratu zásob a dobu obratu zásob. Ve vztahu k záručním lhůtám bych doporučil vybírat takové dodavatele prodávaného zboží, kteří to řeší tak, že vše co překročí dobu minimální trvanlivosti nebo dobu použitelnosti, nahrazují stejným počtem nového zboží nebo poskytují přiměřenou kompenzaci.

Doporučil bych v rámci marketingové strategie čerpací stanici Gulf Valeč zaměřit se především na budování značky a pozitivního image v očích zákazníků. Značka s dobrou pověstí může být prvním podnětem k návštěvě čerpací stanice a využívání jejich nabídky služeb. Kvalita nabízených služeb, dobrá značka a spokojenost zákazníka může pomoci v boji s konkurencí ostatních čerpacích stanic víc než jen samotná cena nabízených pohonných hmot.

6 Závěr

Tématem diplomové práce byla prodejnost sortimentu suchého zboží v shopu čerpací stanice pohonných hmot. Hlavním cílem bylo vyhodnotit prodejnost obchodního sortimentu prodáváného suchého zboží v shopu, jako součásti čerpací stanice, v letech 2010 až 2015. Prodejnost suchého zboží se během sledovaného období zvýšila. Samotné tržby vzrostly o 21,83%. Nejvíce se zvýšily tržby v kategorii zboží auto-moto, v kategorii potraviny došlo také k nárůstu. V kategorii ostatní zboží ale došlo k poklesu tržeb. Dalším cílem bylo zjistit podíl tržeb prodáváného sortimentu suchého zboží v jednotlivých měsících roku 2014, vztah k záručním lhůtám, vyhodnotit objednávky zboží v návaznosti na zásoby a prodejnost. Průměrný podíl tržeb suchého zboží na celkových tržbách byl v roce 2014 13,35%. Bylo zjištěno, že na výši tržeb v jednotlivých měsících roku má vliv sezónní charakter obchodního sortimentu. Jsou zde vidět pravidelné výkyvy výše tržeb. Největší prodejnost suchého zboží je v měsících duben až říjen. V ostatních měsících listopad až únor je prodejnost menší, což souvisí s nepříznivým zimním počasím. Ve vztahu k záručním lhůtám je třeba, aby se skladové zásoby pohybovaly na takové úrovni, aby plnily funkci vyrovnávat časový a množstevní nesoulad mezi dodávkami a následným prodejem. Důležité je, aby doba obratu zásob byla nižší, než je jejich minimální trvanlivost, nebo doba použitelnosti. Řešením je dohoda s dodavateli, aby zajistili, že vše bude nahrazeno stejným počtem nového zboží nebo bude poskytnuta přiměřená kompenzace. V ostatních případech je třeba zboží odepsat. Úkolem bylo také vyhodnocení závislosti mezi prodejem suchého zboží a prodejem pohonných hmot. Byla zjištěna lineární závislost, prodej suchého zboží značně závisí na prodeji pohonných hmot. V praktické části byla dále popsána vybavenost čerpací stanice pohonných hmot, popsány výhody uzavřené franchízové smlouvy se společností Oil Traders Corporation, která je licenční partner Gulf Oil International, a posouzení konkurence čerpacích stanic v okolí prodejny. Závěrem je třeba dodat, že asi nejintenzivnější dnes zákazníci čerpacích stanic vnímají, že po dlouhém období, kdy ceny pohonných hmot dosahovaly víc než 35 Kč za litr, jsou ceny v tomto roce výrazně nižší. Důležité je i to, že stálým atributem českého maloobchodního trhu s pohonnými hmotami je vysoký a neustále mírně rostoucí počet čerpacích stanic, a tím i zvyšující se konkurence na tomto trhu.

7 Literatura

- BÁRTA, Vladimír., PÁTÍK, Ladislav., POSTLER, Milan. *Retail marketing*. Praha: Management Press, 2009. 326 s. ISBN 978-80-7261-207-9.
- BÁRTOVÁ, Hilda, Vladimír BÁRTA a Jan KOUDELKA. *Spotřebitel: (chování spotřebitele a jeho výzkum)*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007, 254 s. ISBN 978-80-245-1275-4.
- BĚLOHLÁVEK, František, Pavol KOŠŤAN a Oldřich ŠULEŘ. *Management*. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 2001, 642 s. ISBN 80-85839-45-8.
- FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. 2. Brno: Computer Press, a.s., 2010. 178 s. ISBN 978-80-251-3234-0.
- HAMMOND, Richard. *Chytře vedená prodejna: jak mít více zákazníků a větší tržby*. Praha: Grada, 2005. 141 s. ISBN 80-247-1066-8.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KOTLER, Philip a kolektiv. *Principles of marketing*. 2. London: Prentice Hall Europe, 1999. 1031 s. ISBN 0-13-262254-8. Str. 94
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- LOVELOCK, Christopher, *Services marketing: people, technology, strategy*. 4th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, c2001, xvii, 720 p. ISBN 978-0-13-017392-8.
- LOVELOCK, Christopher; VADERMERWE, Sandra; LEWIS Barbara. *Services marketing: a European perspective*. [New ed.]. London: Prentice Hall Europe, 1999. 736 p. ISBN 978-0-13-095991-1.
- MICHALOVÁ, Valéria. *Manažment a marketing v trhových službách*. Bratislava: Sprint, 1999, 209 s. ISBN 978-80-88848-53-0.
- MULÁČOVÁ, Věra., MULAČ, Petr. a kol. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 2013. 520 s., ISBN 978-80-247-4780-4.
- PRAŽSKÁ, Lenka, JINDRA, Jiří a kol. *Obchodní podnikání. Retail management*. Praha: Management Press, 2002. 875 s. ISBN 80-7261-059-7.
- PŘIBIL, Martin. *Logistika*. SVŠE Znojmo, Katedra marketingu a managementu, 2012.
- SCHIFFMAN, Leon G. A KANUK, Leslie Lazar. *Nákupní chování*. Brno: Computer Press, 2004. 633 s. ISBN 80-251-0094-4.
- SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. Grada: Praha, 2007, 452 s., ISBN 978-80-247-1992-4.
- SYNEK, Miloslav. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck, 2002. 479 s. ISBN 80-7179-736-7.

- TURČÍNKOVÁ, Jana, STEJSKAL, Ladislav., STÁVKOVÁ, Jana. *Rozhodování a chování spotřebitele*. Brno: MSD, 2007. 102 s. ISBN 978-80-7392-013-5.
- VEBER, Jaromír., SRPOVÁ Jitka. a kolektiv. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing a.s., 2008. 320 s. ISBN 987-80-247-2409-6.
- VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Chování zákazníka – Jak odkrýt tajemství „černé skříňky“*. Praha 7 : Grada Publishing, 2011. 360 s. ISBN 978-80-247-3528-3.
- VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie spotřebitele – Jak zákazníci nakupují*. 1.vyd. Praha: Grada, 2004. 284 s. ISBN 80-247-0393-9.

Internetové zdroje

- Bakterie na talíři. [online]. 2015 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z:
http://www.tyden.cz/rubriky/zdravi/lide-si-klidne-pochutnaji-na-proslem-jidle-riskuji-zdravi_237224.html
- Bezolovnaté benzíny. [online]. 2015 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z:
<https://www.ceproas.cz/bezolovnate-benziny>
- Cena. [online]. 2015 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z:
<http://www.oanachod.cz/soubory/ff/Cena.ppt>
- CZ Nace [online]. 2015 [cit. 2015-10-19]. Dostupné z:
https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_cz_nace
- Čerpací stanice. [online]. 2015 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z:
<http://www.gulfoil.cz/franchising/cerpaci-stance>
- Doba obratu zásob. [online]. 2015 [cit. 2015-11-22]. Dostupné z:
<http://www.faf.cz/Likvidita/Doba-obratu-zasob.htm>
- Doba obratu zásob. [online]. 2015 [cit. 2015-11-24]. Dostupné z:
<https://managementmania.com/cs/doba-obratu-zasob>
- Doba použitelnosti paliv. [online]. 2015 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z:
<https://www.ceproas.cz/doba-pouzitelnosti-paliv>
- Doba trvanlivosti. [online]. 2015 [cit. 2015-12-08]. Dostupné z:
<https://www.konzument.cz/kde-najit-pomoc/potraviny/doba-trvanlivosti.php>
- Ekonomické výpočty. [online]. 2015 [cit. 2015-12-25]. Dostupné z:
www.oahovorcovicka.cz/files/soubory/EKV.pdf
- Franchising. [online]. 2015 [cit. 2015-12-08]. Dostupné z:
<http://www.gulfoil.cz/franchising>
- Indexy. [online]. 2015 [cit. 2015-12-20]. Dostupné z:
<http://www.eistat.cz/indexy/jednoduche/index.htm>
- Legislativa výstavby a provozu čerpacích stanic. [online]. 2015 [cit. 2015-11-27]. Dostupné z: <http://petrol.cz/aktuality/labyrinth-legislativy-vystavby-a-provozu-cerpacich-panic-3692.aspx>
- Lineární regrese. [online]. 2015 [cit. 2015-12-18]. Dostupné z: <http://vyuka-excelu.cz/navody/pokrocila-analyza-regrese-korelace/linearni-regrese-v-excelu/>

- Model nákladů. [online]. 2015 [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://strategy4smes.mendelu.cz/detail-clanku/4-3-2>
- Obrat zásob. [online]. 2015 [cit. 2015-12-20]. Dostupné z: <http://www.inekon-systems.com/files/inekon-systems/studijni-materialy/studijni-material-inekon-systems-financni-analyzy.pdf>
- Obrázek Euro Oil Hrotovice. [online]. 2015 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://www.zarukakvalit.cz/cepro-a-s-eurooil-hrotovice-d24035/obrazek-eurooil-hrotovice>
- Poměrové ukazatele. [online]. 2015 [cit. 2015-12-20]. Dostupné z: <http://www.finanalysis.cz/pouzite-pomerove-ukazatele.html>
- Regrese. [online]. 2015 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://homel.vsb.cz/~lit40/STA1/Cviceni/PDF/14cRegrese.PDF>
- Regrese. [online]. 2015 [cit. 2015-12-20]. Dostupné z: <http://www.karlin.mff.cuni.cz/~zvara/regrese.ppt>
- Regresní výpočty. [online]. 2015 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: http://www1.osu.cz/studium/rardi2003/regr_vyp.htm
- Sezónní charakteristiky. [online]. 2015 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://www.eistat.cz/casove/klasicky/sezonnost/volba.htm>
- Shop2000. [online]. 2015 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <https://www.unicodesys.cz/index.php/solutions-for-petrol-station/systems/>
- Služba. [online]. 2015 [cit. 2015-10-11]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/sluzba>
- Služby. [online]. 2015 [cit. 2015-10-13]. Dostupné z: http://www.eamos.cz/amos/kre/externi/kre_2114/01.ppt
- Sortiment paliv. [online]. 2015 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <https://www.ceproas.cz/sortiment-paliv>
- Specializace v obchodě. [online]. 2015 [cit. 2015-10-25]. Dostupné z: https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=3006
- SWOT analýza. [online]. Poslední revize 2012 [cit. 2012-12-20]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>
- Teorie zásob. [online]. 2015 [cit. 2015-11-25]. Dostupné z: <http://pef.czu.cz/~BROZOVA/CASESTUDY/tz1.html>
- Ukazatele aktivity. [online]. 2015 [cit. 2015-12-18]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/financni-analyza/ukazatele-aktivity>
www.eamos.cz/amos/kre/externi/kre_2114/01.ppt
- Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách. [online]. 2015 [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=526~2F1990&rpp=15#seznam>
- Zákon č.311/2006 Sb. o pohonných hmotách. [online]. 2015 [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=311~2F2006&rpp=15#seznam>

8 Seznam obrázků

Obrázek 1: Čerpací stanice GULF Valeč	33
Obrázek 2: Čerpací stanice EuroOil Hrotovice	38
Obrázek 3: Čerpací stanice A+S Dukovany	39

9 Seznam tabulek

Tabulka 1: Klasifikace služeb.....	14
Tabulka 2: Klasifikace spotřebního zboží	16
Tabulka 3: Doporučená doba použitelnosti motorových paliv.....	32
Tabulka 4: Výdej pohonných hmot	34
Tabulka 5: SWOT analýza čerpací stanice Gulf Valeč	37
Tabulka 6: Čerpací stanice EuroOil Hrotovice.....	38
Tabulka 7: Čerpací stanice EuroOil Hrotovice.....	39
Tabulka 8: Automobilové benziny – vybrané ukazatele dle ČSN EN 228	41
Tabulka 9: Motorová nafta – vybrané ukazatele dle ČSN EN 590	42
Tabulka 10: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2010	43
Tabulka 11: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2011	44
Tabulka 12: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2012	44
Tabulka 13: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2013	45
Tabulka 14: Prodejnost obchodního sortimentu v roce 2014	46
Tabulka 15: Prodejnost suchého zboží v letech 2010 až 2014	46
Tabulka 16: Výpočet struktury tržeb suchého zboží	48
Tabulka 17: Podíl tržeb zboží v roce 2014	48
Tabulka 18 Přehled o tržbách za prodej pohonných hmot v letech 2010 až 2014 .	49
Tabulka 19 Cenový rozdíl v průměrné ceně pohonných hmot mezi roky 2010 a 2014.	50
Tabulka 20 Výše tržeb v jednotlivých měsících roku 2014.....	50
Tabulka 21 Ukazatel obratu zásob a doby obratu zásob.....	52
Tabulka 22 Tržby a sezónní indexy v jednotlivých měsících roku 2014	54
Tabulka 23 Průměrné doby minimální trvanlivosti nebo data použitelnosti potravin....	55

10 Seznam grafů

Graf 1: Vývoj nákladů při změně a velikosti dodávky	22
Graf 2: Deterministický proces doplňování a čerpání zásob	24
Graf 3: Prodejnost suchého zboží v letech 2010 až 2014	47
Graf 4: Závislost tržeb suchého zboží na tržbách pohoných hmot	51
Graf 5: Výše tržeb v jednotlivých měsících roku 2014	54

Přílohy

A Klasifikace základních ekonomických činností CZ NACE

Klasifikace základních ekonomických činností CZ NACE

Sekce	Ekonomická činnost
A	Zemědělství, lesnictví a rybnářství
B	Těžba a dobývání
C	Zpracovatelský průmysl
D	Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
E	Zásobování vodou, činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi
G	Velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel
H	Doprava a skladování
I	Ubytování, stravování a pohostinství
J	Informační a komunikační činnosti
K	Peněžnictví a pojišťovnictví
L	Činnosti v oblasti nemovitostí
M	Profesní, vědecké a technické činnosti
N	Administrativní a podpůrné činnosti
O	Veřejná správa a obrana, povinné sociální zabezpečení
P	Vzdělávání
Q	Zdravotní a sociální péče
R	Kulturní, zábavné a rekreační činnosti
S	Ostatní činnosti
T	Činnosti domácností jako zaměstnavatelů, činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu
U	Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů

Zdroj: Český statistický úřad, upraveno autorem

B Ekonomické ukazatele čerpací stanice

Ekonomické ukazatele čerpací stanic

Rok	Ukazatel	2010			2011			2012			2013			2014		
		Kč/litr	litr.kč	%	Kč/litr	litr.kč	%	Kč/litr	litr.kč	%	Kč/litr	litr.kč	%	Kč/litr	litr.kč	%
Celkovářížby Polevné řížby	Celkem	311866,4	35802	100,00%	723726,6	44063	100,00%	147101,6	53703	100,00%	1478593	62713	100,00%	1424760	51300	100,00%
	Natura 93	99092,1	30160	64,24%	111650,4	37793	65,73%	132197,0	47464	88,19%	1323173	46437	88,09%	1268693	45034	87,44%
	Gulf Xtream natura 93	36540,1	11136	31,34	31,11%	36631,6	12451	34,24	26,47%	37366,7	13612	36,43	26,31%	269462	9634	33,73
	Gulf Xtream natura 95	4213	132	31,33	0,37%	47709	1676	35,17	3,619%	33821	1248	3,723	2,34%	19837	718	1,34%
	Diesel	620347	16530	29,90	81,61%	622020	20774	33,40	47,12%	64042	29842	35,22	55,77%	94960	3290	60,062
	Gulf Xtream Diesel	10960	340	31,02	0,85%	80259	2790	34,76	6,33%	74440	2743	36,36	5,12%	86808	2136	4,01%
	Celkem	127933	4642	16,76%	140762	6292	14,27%	149648	6241	11,62%	162716	6276	11,59%	165653	6468	12,86%
	Kategorie zboží auto-moto	6146	447	1,25%	13872	440	1,09%	21074	539	1,09%	31687	611	1,16%	34687	590	1,16%
	Autobenzína	631	62		866	57		656	69		460	45		367	36	
	Provoz kapaliny	1403	61		9477	140		21354	243		31296	307		31221	313	
přítel a mazava	1263	144		1116	129		1073	129		1122	133		961	133		
Autopřídavný	260	160		2693	134		1990	98		2207	106		2016	106		
Kategorie zboží potraviny	57195	1246	3,49%	61755	1392	3,16%	62106	1466	2,73%	69720	1463	2,76%	66690	1443	2,81%	
Alkoholické nápoje	13474	364		13423	427		13803	464		13617	433		12923	409		
Nealkoholické nápoje	14664	333		17259	394		16964	411		17363	437		18063	463		
Bary	2641	106		2827	116		2714	123		3117	145		3047	144		
Zpracované potraviny	6977	124		7053	130		7320	132		6474	120		6007	104		
Cukrovinky	17239	321		19189	323		19267	336		19207	328		18448	323		
Kategorie ostatní zboží	64480	3947	11,02%	63136	4440	10,07%	62666	4236	7,89%	60411	4204	7,99%	62188	4431	8,60%	
Tabákový sortiment	60431	3238		61317	3440		61066	3524		61317	3673		64453	3994		
Automaty	13	1		16	1		28	2		14	1		13	1		
Grafičtí programy	53	4		51	4		64	5		39	3		47	4		
Hračky, bytové mobil	226	27		161	22		157	22		164	16		151	17		
Demna periodický tisk	11627	304		9712	204		8036	144		6336	117		5641	99		
Osadař sortiment	2231	373		3639	749		2673	539		2341	395		1979	316		

C Shop čerpací stanice Gulf Valeč



D Leták prémiová paliva č.1

**PRÉMIOVÉ PALIVO
S ADITIVEM**


zlepšuje akceleraci
snižuje spotřebu
zvýšuje výkon

Gulf

čistí palivový systém
chrání před korozí
snižuje emise

XTREAM
premium fuel

VÍCE NEŽ PALIVO



**Jsme si jisti, že rozumíme
potřebám Vašeho auta**

A Vy oceníte naše produkty, které Vám nabízejí vysokou kvalitu, užité vlastnosti a úsporu nákladů.

Naše aditiva spolehlivě:

- čistí a odstraňují usazeniny ze vstřikovacích trysek, ventilů a spalovacího prostoru motoru
- snižují kouřivost a obsah škodlivých emisí ve výfukových plynech
 - usnadní startování a obnoví ztracenou akceleraci
 - sníží spotřebu paliva
- obnoví ztracený výkon, výrazně přispějí ke zlepšení životního prostředí, sníží náklady na údržbu

www.gulfoil.cz

E Leták prémiová paliva č.2

PROČ TANKOVAT GULF

zlepšuje akceleraci
snižuje spotřebu
zvysuje výkon



čistí palivový systém
chrání před korozi
snižuje emise

Xtream premium fuel

Nejpokročilejší technologie

Gulf se snaží vyvíjet produkty a poskytovat služby, které přinášejí zákazníkům významné výhody. To je důvod, proč Vám přinášíme aditiva do paliv. Moderní technologie výroby motorů s malými tolerancemi a vysokou přesností jsou citlivé na jakékoli znečištění. Ventily, karburátory, vstříkovací jednotky, písty a spalovací prostor se zanášejí škodlivými usazeninami, které výrazně redukuje akceleraci a výkon motoru, zvyšují spotřebu paliva a zhoršují startování.



Dieselové palivo s obsahem multifunkčního aditiva unikátních vlastností

Používáním paliva s tímto aditivem okamžitě zjistíte zlepšení chodu Vašeho motoru, zvýšení výkonu a snížení spotřeby. Toto aditivum obsahuje vysoce účinnou čisticí složku, která zajistí čistotu Vašeho motoru. Cetánový vylepšovač v tomto produktu zlepši spalování a umožní palivu hořet rovnoměrně, čím vylepší studené starty a snižuje hluk. Protipěnová přísada zabraňuje tvorbě pěny. Mimořádně účinná anti-korozní složka ochrání palivový systém motoru před vnitřní korozi.





benzinové palivo s obsahem multifunkčního aditiva s výjimečnou čisticí schopností



Tento produkt je výjimečný svou čisticí účinností na vstříkovací jednotky, ventily a spalovací prostor. Při dlouhodobém používání oceníte zvýšení výkonu motoru a snížení spotřeby. Jako přidanou hodnotu produkt ochrání palivový systém Vašeho automobilu před korozi a odseparuje vodu od paliva v palivové nádrži.

www.gulfoil.cz

Oil Traders Corporation s.r.o., Panenská 13, 811 03 Bratislava