

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze bakalářské práce

Obchod s bioprodukty v Praze

Šárka Nováková

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Obsahem bakalářská práce je obchod s bioprodukty na území České republiky, konkrétně je zaměřena na vybranou prodejnu na území hlavního města Prahy. V současné době se trh s bioprodukty v České republice postupně rozvíjí, avšak při srovnání s vyspělejšími zeměmi Evropské unie je zřetelné, že nabídka bioproduktů není příliš široká. Tento fakt je ovlivněn výrobcí i samotnými spotřebiteli. Práce se zaměřuje na způsob prodeje bioproduktů a biopotravin i na možný vliv samotného prodejce na konečný prodej. V první části práce je zpracován za použití literárních a internetových zdrojů teoretický základ pro praktickou část bakalářské práce. V praktické části je provedena STEP analýza vnějších faktorů a SWOT analýza, která zkoumá vnější i vnitřní faktory firmy, prostředí konkrétní prodejny bioproduktů v Praze. Výsledky analýz slouží pro posouzení nevhodných strategických kroků. Cílem práce je navržení možného vylepšení strategie v prodeji bioproduktů sledované provozovny. Z provedených analýz je patrné, že podnik má potíže v prodeji bioproduktů. Vnější faktory podnik příliš ovlivnit nemůže, může si pouze zvolit například vhodné místo a předmět činnosti. Z vnitřní analýzy jsou patrné vážné nedostatky v oblasti marketingu podniku. Podnik by se měl na marketing zaměřit, aby zefektivnil svůj prodej produktů. Z marketingového mixu podnik využívá pouze některé formy reklamy, což je však nedostačující, a je vhodné, ne-li nezbytné, aby podnik využil všechny části marketingového mixu a zdokonalil je.

Klíčová slova: Ekologické zemědělství, bioprodukty, prodej, SWOT analýza, STEP analýza, marketingová podpora

Cíl práce

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjištění nedostatků prodeje bioproduktů. Na základě praktického zjištění budou navržena možná zlepšení s využitím marketingových prvků.

Tato práce je zaměřena na obchod s bioprodukty na území Prahy. V dané problematice je důležitým prvkem poukázání na související téma ekologického zemědělství. V práci dojde ke zhodnocení převážně silných a slabých stránek bioproduktů a poptávku po bioproduktech.

Metodika

Metodické zpracování teoretické části této bakalářské práce bude vycházet z dat a informací sesbíraných z literárních tištěných a internetových zdrojů a také z prostudovaných platných zákonných norem. Odborné literární zdroje budou vybrány a prostudovány na základě předem zvoleného tématu. Vybrané zdroje poslouží pro základ teoretické části. Literární a internetové zdroje budou obsahovat základní informace o ekologickém zemědělství, bioproduktech, distribuci bioproduktů, STEP analýze, SWOT analýze a v neposlední řadě informace o marketingovém mixu.

V praktické části bude nejprve použit popis vybraného bioobchodu, jeho charakteristika, předmět podnikání a umístění prodejny. Pro zjištění nedostatků distribuce produktů ze strany prodejce bude provedena analýza prostředí prodejny. K rozboru prostředí budou využity dvě analýzy: STEP analýza a SWOT analýza. STEP analýza bude provedena zjišťováním vnějších vlivů na prodejnu. Při provedení STEP analýzy se berou v úvahu pouze vlivy vnějšího prostředí, které prodejce příliš neovlivní. Je tedy vhodné provést SWOT analýzu. K zjištění slabých stránek ovlivnitelných prodejcem lze vhodně zvolit SWOT analýzu. SWOT analýza nám popíše vnější prostředí podniku, které prodejce sice příliš nedokáže ovlivnit, lze však zjistit příležitosti vnějšího prostředí vhodné k využití a také hrozby, kterým by se měl prodejce vyvarovat. Při zkoumání SWOT analýzy bude použito i bodové hodnocení jednotlivých faktorů, které na prodejnu působí. Lze tak snadněji posoudit vlivy jednotlivých činitelů na prodejnu a s tím i poukázat na vážné nedostatky ze stran prodejců. Ze SWOT analýzy budou patrné po bodovém hodnocení největší slabé stránky podniku.

Na závěr je jako hlavní cíl je podle složek marketingového mixu uvedeno několik možností pro zlepšení stávající nedostačující situace.

Závěr

Cílem bakalářské práce s tématem Obchod s bioprodukty v Praze bylo zmapovat nedostatky v podnikání prodejce bioproduktů prodejny Farmářský obchůdek v pražských Čakovících. Součástí práce je popis činnosti podniku, jeho prostředí a návrh zlepšení.

Teoretická část byla zpracována na základě prostudovaných literárních a internetových zdrojů. Charakteristika bioobchodu Farmářského obchůdku byla provedena na základě zjištění informací z rozhovoru s majitelkou prodejny Mgr. Kristýnou Petrbokovou a také z informací nalezených na webových stránkách.

Pro splnění předem stanoveného cíle bylo využito několik metod. Provedenou STEP analýzou bylo určeno několik vnějších faktorů, které prodej bioproduktů ovlivní, avšak prodejce je sám ovlivnit příliš nemůže. Může jich pouze využít na začátku podnikatelské činnosti při stanovení podnikatelského záměru. Dále může výsledků STEP analýzy využít například pro stanovení místa distribuce produktů.

Pro zjištění nedostatků prodejce je vhodné využít SWOT analýzu. Ve SWOT analýze se zjišťují vnější i vnitřní činitele. Vnější činitele naznačují příležitosti i hrozby, kterých prodejce může využít ke zvýšení zisku, nebo se jich naopak vyvarovat. Vnitřní činitele podniku se dělí na silné a slabé stránky. Výsledek SWOT analýzy jasně ukazuje na vážně nedostatky slabých stránek. Nejslabší stránkou Farmářského obchůdku je marketingu podniku.

Po vypracování praktické části je zřejmé, že by podnik potřeboval značné změny v marketingu bioproduktů, zejména v propagaci. Bylo navrženo několik změn podle marketingového mixu. Při jejich promyšlení, propracování a následném provedení může podnik Farmářský obchůdek přilákat více zákazníků a tím i zvýšit svůj zisk.

Práce bude poskytnuta majitelce Farmářského obchůdku, která by tak mohla navrhované změny zrealizovat a prospět tak rozvoji své provozovny.

Nejpoužívanější zdroje

ČERVENKA, J. a K. KOVÁŘOVÁ. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, 2005, ISBN 80-213-1404-4.

KADLEC, J. a V. LAČŇÁK. *Zpracování bioproduktů v podmínkách prvovýrobce*. Olomouc: Bioinstitut, 2006, ISBN 80-87080-03-3.

KETTNEROVÁ, M. *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2013, ISBN 978-80-7434-139-7.

MICHALOVÁ, I. *Značky a informace na potravinách*. Praha: Sdružení českých spotřebitelů, 2006, ISBN 80-239-6652-9.

ŠARAPATKA, B. a J. URBAN. *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk: PRO-BIO, 2006, ISBN 978-80-903583-0-0.

VÁCLAVÍK, T. *Český trh s biopotravinami*. Praha: Green Marketing, 2007, ISBN 978-80-239-9241-0.