

Střední škola obchodní, Belgická 29, Praha 2

Obchodní provoz

2. Ročník



Zpracoval: Mgr. Mojmír Novotný

2018

PŘEDMLUVA

Tento studijní text tvoří povinnou literaturu předmětu "Obchodní provoz", který je určen pro **obory prodavač a obchodník** Střední školy obchodní, Belgická 29, Praha 2.

Studijní text je v souladu s osnovami oborů, objasňuje základní obchodně provozní pojmy, obecně rozebírá problematiku bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, hygienu práce, požární prevenci, prodejnu včetně zařízení prodejny a dodržování hygienických předpisů.

Další kapitoly se zaměřují na zaměstnance prodejny, organizace práce v prodejně a formy prodeje.

Učební text je určen výhradně **pro vnitřní potřebu** Střední obchodní školy obchodní Belgická 29, je textem převzatým a nově upraveným z **původní autorovy učebnice**, která vyhovuje potřebám učebních osnov výše uvedených oborů.

Autor: Mgr. Mojmír Novotný

Korektura, grafická úprava: Ing. Marek Začal

Poděkování:

Společnost HP TRONIC Zlín, spol. s r.o., provozovna DATART Praha – Zličín
Společnost Albert Česká republika, s.r.o., provozovna ALBERT Praha – Zličín
Adéla Velhartická, 1.A (roč.2018/2019) – korektura, seznam obrázků

1. Obchodní operace v prodejně	5
1.1 Nákup zboží	5
1.1.1 Příprava k nákupu zboží.....	5
1.1.2 Sledování spotřebitelské poptávky	5
1.1.3 Vlastní nákup a objednávání zboží.....	9
1.1.4 Uzavírání kupní smlouvy.....	13
1.2 Příjem zboží	16
1.2.1 Odběr zboží.....	16
1.2.2 Přejímka zboží	17
1.2.3 Reklamace vůči dodavateli.....	20
1.2.4 Platební styk v obchodní činnosti.....	22
1.3 Skladování zboží a obalů	26
1.3.1 Bezpečnost při práci ve skladech	26
1.3.2 Organizace práce ve skladech.....	27
1.3.3 Zásady skladování zboží.....	29
1.3.4 Skladovací podmínky a skladovací prostory	31
1.3.5 Mechanizace a automatizace ve skladech.....	32
1.4 Příprava zboží k prodeji.....	34
1.4.1 Ošetřování zboží před prodejem	34
1.4.2 Předbalování a předvažování zboží	34
1.4.3 Úprava zboží před prodejem.....	34
1.4.4 Vystavování zboží a označování cenou	35
1.4.5 Doplnování zboží.....	37
1.5 Prodej zboží	38
1.5.1 Nabídka zboží	38
1.5.2 Kulturnost a odbornost obsluhy.....	42
1.5.3 Technika prodeje v prodejně s obsluhou.....	46

1.5.3.1	Fáze prodejního procesu	47
1.5.4	Technika prodeje při prodeji volným výběrem.....	55
1.5.5	Technika prodeje v prodejnách se samoobsluhou	55
1.6	Práce s kontrolními pokladnami	57
1.6.1	Příprava pokladny k provozu a zahájení směny v pokladně.....	59
1.6.2	Provoz kontrolní pokladny během směny.....	61
1.6.3	Uzávěrka pokladny	63
2.	Písemnosti spojené s obchodními operacemi	65
2.1	Pokladní stvrzenky.....	65
2.2	Faktura zákazníka	68
2.3	Záruční list	68
3.	Ochrana spotřebitele	70
3.1	Právní předpisy týkající se ochrany spotřebitele	70
3.2	Zákon o ochraně spotřebitele.....	70
3.3	Živnostenský zákon	74
3.4	Občanský zákoník.....	75
3.5	Reklamační řízení	76
3.5.1	Podstata a nejčastější příčiny reklamací zákazníků.....	77
3.5.2	Předpisy pro vyřizování reklamací	78
3.5.3	Zásady vyřizování reklamací zákazníků.....	80
3.5.4	Výměna bezvadného zboží.....	81

1. OBCHODNÍ OPERACE V PRODEJNĚ

1.1 Nákup zboží

1.1.1 Příprava k nákupu zboží

Příprava na nákup zboží, jako **dílčí operace nákupu zboží**, je součástí objednávacího styku mezi prodejnou a jejími dodavateli zboží. **Cílem** této operace je včasné **krytí objednávky** prodejny **dodávkou zboží**.

Při přípravě na nákup vychází prodejna především **ze stavu zásob** zboží, ze záznamů o **spotřebitelské poptávce**, z předpokládaného maloobchodního obratu, z cyklu dodávek a také ze sezónních vlivů. Jde o důležitou činnost prodejny, protože příprava na nákup je podkladem pro **zajištění takového množství** zboží, které musí **odpovídat** svou strukturou i kvalitou **poptávce** v daném místě a čase.

Základem přípravy na nákup je:

- zjištění skutečného současného **stavu zásob** v prodejně,
- **vyhodnocení poptávky** po stávajícím i novém zboží,
- **porovnání** skutečnosti srovnatelného období a odhadu spotřeby
- jednotlivých druhů zboží,
- provedení **poznámek o potřebě** nákupu zboží.

1.1.2 Sledování spotřebitelské poptávky

Proces nákupu zboží začíná sledováním spotřebitelské poptávky v určitém období, pokračuje výběrem zboží, které by této poptávce odpovídalo, a končí

objednávkou zboží. Spotřebitelská poptávka vyjadřuje požadavky obyvatelstva po zboží a službách.

Znalost spotřebitelské poptávky je jedním z nejdůležitějších předpokladů pro **správné sestavení objednávky**. Její vývoj se sleduje podle druhů prodaného zboží, podle neuspokojených požadavků spotřebitelů i podle jejich zvláštních přání týkajících se úpravy a kvality zboží. Z obecného hlediska můžeme proto rozeznávat poptávku :

- uspokojenou,
- neuspokojenou a
- vznikající.

Neznalost spotřebitelské poptávky může zapříčinit, že objednané zboží nemusí odpovídat potřebám zákazníků a následkem toho vzniknou problémy s neprodejnými druhy zboží.

Cílem sledování spotřebitelské poptávky je **zjistit současný stav i očekávaný vývoj poptávky** v určitém sortimentu zboží.

Pro zajištění souladu těchto důležitých faktorů, má velký význam **výzkum (zjišťování)** spotřebitelské poptávky.

Výzkumem spotřebitelské poptávky rozumíme souhrn metod a forem, kterými prodejny (obchodní podniky) zjišťují poptávku obyvatelstva po zboží a službách.

Na úroveň spotřebitelské poptávky po zboží a službách působí:

- úroveň příjmů obyvatelstva,
- sociální skladba obyvatelstva,
- celková národohospodářská situace,
- rozsah a úroveň nabídky,
- úroveň cen,
- existence zastupitelného a doplňujícího zboží,
- další prvky (móda apod.).

Tyto faktory je třeba sledovat a vycházet z nich při konkrétních metodách a postupech výzkumu. Mezi nejčastější **metody průzkumopoptávky** patří:

- a) výzkumy prováděné pomocí tazatelů **přímo v „terénu“**, tzv. *primární (přímé) výzkumy*.

Patří sem:

- *dotazovací metoda* ústní nebo písemná (např. anketa),
- *pozorovací metoda*, která spočívá v pozorování chování a reakce zákazníka (např. kamerou) atd.

b) druhotné (**nepřímé**) *výzkumy* čerpající např. z údajů statistiky prodejen,

c) psychologické a sociologické výzkumy,

d) matematicko-statistické výzkumy.

Mimořádně důležitou podmínkou správně prováděného výzkumu spotřebitelské poptávky je požadavek, aby výzkum byl prováděn **současně a stále na všech úsecích provozníčinnosti**. V praxi to znamená, aby vývoj situace na trhu byl sledován každým vedoucím prodejny spolu s prodavači právě tak jako pracovníky obchodně provozní sféry podniku. Výzkum prováděný v takové šíři je nejuplněnější a také nejúčinnější, a jako takový má význam pro zabezpečení úkolů prodejny.

Pro přehled o vývoji poptávky si vede prodejna jednak **deník pro výzkum**, jednak **seznam nedostatkových druhů zboží**. Tyto deníky a seznamy jsou považovány za důležitý způsob zjišťování spotřebitelské poptávky, protože zachycují, proč nebyla poptávka uspokojena a zároveň odhalují i příčiny jejich výkyvů; záznamy lze vést různými způsoby.

V prodejně se vzhledem k jejím podmínkám provádí většinou **jen primární výzkum**.

Význam výzkumu spotřebitelské poptávky spočívá v tom že :

- dává úplnou informaci **o přání a potřebách zákazníků** v okruhu prodejny,

- je nejlepším **podkladem pro** optimální tvorbu **objednávky** zboží jak v druzích, tak i množstvích,
- umožňuje, aby prodejna měla **správnou skladbu zásob** (vedla jen požadované zboží v potřebném množství),
- spolu se znalostí nabídky trhu dovoluje uskutečňovat **správnou obchodní strategii**, např. zajišťovat zastupitelné druhy zboží, propagací ovlivňovat zájem o nadbytkové druhy zboží, včas se připravit na změny v poptávce, včas podchytit sezónní výkyvy apod.,
- **upozorňuje na budoucí změny** v poptávce,
- je jedním z podkladů pro úspěšné **řízení propagace**.

V souladu se spotřebitelskou poptávkou uplatňují prodejny požadavky na dodávky zboží u svých dodavatelů (přímo u výrobních podniků nebo prostřednictvím velkoobchodních skladů).

- ❖ *Dokážete posoudit, jaký ekonomický dopad má hromadění nadbytečných zásob v prodejně?*
- ❖ *Rozhodněte, ve které prodejně bude jednodušší zjistit, které zásoby zboží je třeba nákupem doplnit.*

PRODEJNA A	PRODEJNA B
rozmístění zboží vzhledem k malému prostoru není přehledné	rozmístění zboží v prodejně místnosti a ve skladu je stabilní (neměnné)

1.1.3 Vlastní nákup a objednávání zboží

Nákupem zboží se zajišťuje zboží, které je určeno k dalšímu prodeji nebo zpracování. Nakoupeným množstvím zboží by měla prodejna **uspokojit spotřebitelskou poptávku** v daném místě a čase.

Účastníky nákupu jsou prodejna jako odběratel a dodavatel. Dodavatelem může být výrobní nebo odchodní firma (velkoobchod), a to podle toho zda se jedná :

- přímé dodávky přímo od výrobce,
- nebo nepřímé dodávky z velkoobchodu (vlastní nebo cizí firmy).

Při přípravě na nákup vychází prodejna **ze stavu zásob zboží v prodejně a ze záznamu o spotřebitelské poptávce**. Přihlíží se k průměrné zásobě (rozdíl mezi maximální a minimální zásobou), k pravděpodobné výši maloobchodního obratu, k časovému úseku, během něhož musí zboží vystačit k plynulému uspokojování poptávky až do další dodávky, a k situaci na trhu.

Na základě těchto ukazatelů sestavuje prodejna **objednávku zboží**, kterou předá velkoobchodní či výrobní firmě. Objednací styk je souhrn činností, které probíhají **podle standardních pravidel**.

Od dodavatele se vyžaduje, aby odběratele seznámil s rozsahem vyrobeného sortimentu, informoval jej o vlastnostech výrobků, způsobu jejich použití, ceně a právních stránkách nákupu. Z těchto pravidel vycházejí i dílčí fáze objednávacího styku : výběr zboží a vlastní objednávka, jejichž technika se řídí povahou objednávaného zboží.

Způsobů jakým lze **provádět výběr zboží** za účelem nákupu je několik:

- a) **nákup bez smyslového** (např. zrakového, sluchového, hmatového) **výběru** - požívá se u běžného zboží, jehož užitné vlastnosti jsou všeobecně dobře známy,

- b) **nákup se smyslovým** (zpravidla zrakovým, sluchovým, čichovým) **výběrem** – používá se u zboží technicky náročnějšího, které se rychle technicky vyvíjí a mění (spotřební elektronika, počítače, spojovací technika apod.), u zboží které sezónně podléhá módním vlivům (používáme zrak, např. u tkanin a pletenin omak tj. hmat) , u zboží s různorodostí barev, materiálů, vzorů, kosmetiky (používáme čich s zrak), nástrojů (sluch a zrak) a u zboží nestandardního (např. zboží různého uměleckého charakteru).
- c) **nákup kombinovaný** – tento způsob se používá u zboží dosud běžně nakupovaného smyslovým výběrem u novinek, které přicházejí do obchodu např. 1x za měsíc (1x nákup smyslovým výběrem a 1x nákup automaticky).

Objednávky jsou vyhotovovány tímto účastníkem obchodního vztahu:

- a) **prodejnou** (vedoucím prodejny či jiným pověřeným zodpovědným pracovníkem), a to formou:
- *přímé písemné objednávky* ; objednávka je sestavena podle vlastního momentálního uvážení za pomoci seznamu zboží nebo katalogu,
 - *předtištěné písemné objednávky*, do které se různými formami (značkou, číslem, písmenem apod.) k předtištěným druhům zboží zapisuje požadované množství a jakost či jiné doplňující údaje,
 - *telefonické objednávky*, která se obvykle potvrzuje písemně,
 - *faxové objednávky* ; předpokladem je instalace faxu,
 - *internetové objednávky* ; předpokladem je základní počítačové a příslušné telekomunikační vybavení,
 - *osobní návštěvy* pověřeného pracovníka prodejny ve vzorkově velkoobchodu, výrobce či jiného dodavatele.

- b) **obchodním zástupcem**, který společně s vedoucím prodejny :
- vyhotoví přímou písemnou objednávkou,
 - vyplní předtištěnou objednávkou.
- c) **prodejcem**, který je současně zástupcem příslušné výrobní nebo velkoobchodní firmy.

Formy, jakou může prodejna zboží objednat jsou různé a jsou již uvedeny ve stručném přehledu v předcházejících odstavcích. Určují je především: druh zboží, velikost a vzdálenost prodejny od dodávající velkoobchodní nebo výrobní firmy.

V objednávce mají být **uvedeny všechny druhy zboží, po kterých je poptávka**, bez ohledu na to, zda je dodavatel má či nemá na skladě. Druhy, které dodavatel nemá, se uvádějí obvykle ve zvláštním seznamu – defektáři. Z defektáře je jasně vidět, které druhy maloobchod žádá a potřebuje a velkoobchod má přehled, který může použít při objednávání zboží ve výrobě.

V písemné objednávce musí být tyto údaje:

1. přesná adresa příjemce objednávky (dodavatele),
2. datum a číslo objednávky,
3. druh zboží, příp. ceníkové číslo, název zboží, určení velikosti, značky apod.,
4. měrná obchodní jednotka (ks, kg, m, bal.),
5. cena za jednotku,
6. množství zboží (ks nebo obvyklé balení)
7. hodnota v Kč celkem,
8. adresa prodejny, razítko prodejny a podpis vedoucího.

Vzor objednávky

Doporučeně

VÁŠ DOPIS ZN.:

ZE DNE:

NAŠE ZN.: 219/2012-Ko

VYŘIZUJE: Kouřilová

TEL.: 236 588 611

FAX: 236 588 610

E-MAIL: marketing@dpl.cz

DATUM: 2012-02-28

CZ-Vlajky, s. r. o.

Na pískách 10

160 00 PRAHA 6

Objednávka vlajek

Vážení obchodní partneři,

K vyzdobení tříd pro maturitní zkoušky jsme z Vašeho aktuálního katalogu vybrali následující produkty:

- česká státní vlajka středně velká – 4 kusy, cena 400 Kč/1 ks,
- česká státní vlajčka malá, provedení pro nasunutí – 8 kusů, cena 90 Kč/1 ks,
- stojánek kovový chromovaný luxusní, jednoramenný, provedení pro nasunutí 8 kusů, cena 90 Kč/ 1 ks.

Požadujeme vystavení faktury, kterou po přijetí proplatíme převodem z účtu. Jako způsob dopravy volíme přepravu formou PPL – normální vnitrostátní balík. Také žádáme potvrzení objednávky e-mailem, nebo telefonicky.

S pozdravem

Ing. Jaromír Kolowrat,
ředitel školy

1.1.4 Uzavírání kupní smlouvy

Postup při uzavírání

Kupní smlouvou se prodávající zavazuje **dodat** kupujícímu movitou věc (zboží) a převést na něj vlastnické právo k této věci, kupující se zavazuje **zaplatit** kupní cenu. Místo ceny lze dohodnout způsob jejího dodatečného určení. **Dohodou** o předmětu a o ceně je kupní smlouva **platně uzavřena**.

Náležitosti kupní smlouvy

I když jiné náležitosti jsou nepodstatné a **zákon neukládá účastníkům** kupní smlouvy povinnost dohodnout se o nich, v důležitých kupních smlouvách **je účelné sjednat** také

- dobu, místo a způsob předání zboží;
- kdy na kupujícího přejde vlastnictví a nebezpečí škody;
- jakost, dobu a rozsah záruky prodávajícího za jakost zboží;
- nároky kupujícího vyplývající z odpovědnosti prodávajícího za vady zboží (reklamační nároky);
- dobu a způsob zaplacení kupní ceny;
- sankce za porušení povinností, např. smluvní pokutu nebo možnost odstoupení od smlouvy.

Co z těchto náležitostí **není uvedeno ve smlouvě**, posuzuje se podle podrobných ustanovení **obchodního zákoníku**, který mimo jiné obsahuje tato základní pravidla:

Není-li smluvena jiná **doba dodání**, je prodávající povinen bez vyzvání kupujícího dodat zboží **ve lhůtě přiměřené s přihlédnutím k povaze zboží a k místu dodání**

Je-li množství zboží **dohodnuto jen přibližně**, nesmí odchylka v dodávce přesáhnout **5%**.

Dnem předání je den, kdy prodávající umožní kupujícímu **nakládat s koupeným zbožím**, popř. den předání zboží prvnímu dopravci, jestliže se zboží odesílá prostřednictvím dopravce.

Plnění podmínek dodávky

Kupující nabývá **vlastnické právo**, jakmile je mu **zboží předáno**. Před převzetím nabývá vlastnictví k přepravovanému zboží, jakmile získá oprávnění zásilkou nakládat, tj. převzetím dokladů k přepravovanému zboží. Přechodem vlastnictví **přechází** na kupujícího nebezpečí **škody na zboží**.

Jakost zboží musí být **vhodná pro účel** uvedený ve smlouvě nebo pro účel, k němuž se takové zboží zpravidla užívá.

Prodávající **odpovídá za vady**, které má zboží v okamžiku, kdy přechází nebezpečí škody na zboží na kupujícího. Jestliže kupující **neprohlédne zboží ihned** při jeho převzetí, může uplatnit nároky z vad zjistitelných při této prohlídce (tzv. zjevné vady), **jen když prokáže**, že zboží mělo tyto vady již v době jeho převzetí.

Za **později vzniklé vady** odpovídá prodávající jen na základě **písemného převzetí záruky**. Účinky převzetí záruky má i vyznačení délky záruční doby nebo doby trvanlivosti zboží na jeho obalu.

Reklamační nároky se řídí podle toho, zda dodáním zboží s vadami byla smlouva porušena podstatným nebo nepodstatným způsobem. **Podstatným porušením** smlouvy jsou **takové vady** zboží, kdy je zřejmé, že **kupující** by o zboží neměl zájem, kdyby **předpokládal možnost výskytu** tak závažných **vad**

Neoznámí-li kupující prodávajícímu zvolený reklamační nárok **bez zbytečného odkladu**, může uplatnit **pouze nároky** jako při nepodstatném porušení smlouvy.

Kupní cenu je kupující povinen zaplatit **při převzetí zboží**. Jestliže prodávající kupujícímu zboží odesílá, může si stanovit podmínku, že zboží nebo

doklady umožňující nakládání se zbožím kupující obdrží jen při zaplacení kupní ceny dohodnutým ve smlouvě.

Kupující není povinen zaplatit, dokud nemá možnost si zboží prohlédnout.

Jestliže kupující z **důvodů reklamace** odmítá převzaté zboží, **je povinen** postarat se o jeho uchování. Dokud mu prodávající **neuhradí** přiměřené **náklady**, které mu uchováním zboží vznikly, je kupující **oprávněn toto zboží zadržovat**.

Za vady zboží se považuje i dodání **jiného zboží** (tzv. aliud), než určuje smlouva, a **vady v dokladech** nutných k užívání zboží. Dodá-li prodávající zboží před určenou dobou, je kupující oprávněn zboží převzít nebo odmítnout.

Od každé objednávky, zaslané dodavateli, **musí mít** vedoucí v prodejně **kopii** pro kontrolu vyřízení objednávky.

1.2 Příjem zboží

1.2.1 Odběr zboží

Provádí se **ihned při dodávce zboží do prodejny**. Při něm se má odběratel – prodejna přesvědčit, zda dostává takovou zásilku, jaká je uvedena v dodacím listu, zejména zda je zásilka **zevně neporušena a zda souhlasí počet manipulačních jednotek**.

Pro odběr zboží jsou určeny **tyto podmínky**:

- *místo odběru* : rampa, sklad nebo stanice určení, např. železniční stanice, pošta apod.,
- účast při odběru : dopravce zboží nebo dodavatel (řidič, závozník) a vedoucí prodejny nebo jím pověřený pracovník,
- *doklad*, podle kterého se uskutečňuje odběr - je jím přepravní list (dodací list, nákladní list, faktura apod.),
- *zaměření* odběru musí být na zjištění:
 - a) **zjevné neporušenosti** zásilky, neporušenosti plomby (olověné pečeti) např. na železničním vagóně, nákladním autě apod.,
 - b) **souhlasnost údajů**, vyznačených na přepravních obalech a v průvodních dokladech,
 - c) odsouhlasení **počtu obalů**, beden, balíků apod.,
 - d) zjišťování **brutto váhy** a její porovnání s údaji na přepravních dokladech,
 - e) **neporušenost** každého obalu, kusu.

Odběr zboží v prodejně přísluší jejímu **vedoucímu nebo pracovníkovi jím pověřenému v přítomnosti dodavatele nebo dopravce** (obvykle závozníka dodavatele). **Odpovídá-li** dodané zboží údajům v průvodních dokladech,

potvrdí jeho odběr vedoucí prodejny na dodacím listu a předá jej závozníkovi dodavatele.

Vyskytnou-li se však při odběru jakékoli **nesrovnalosti**, sepíše se **zápis**, který podepíše též přítomný zástupce dodavatele.

1.2.2 Přejímka zboží

Přejímka, jako **druhá fáze příjmu** zboží, následuje po odběru zboží a vedoucí prodejny ji má uskutečnit **ihned** hlavně u potravinářského a rychle se kazícího zboží, **nejpozději však do 15 dní** po odběru u sortimentu ostatního.

Pro **vlastní přejímku zboží** platí všeobecně tato pravidla:

- *místo přejímky* – sklad prodejny – prostor pro tento účel vymezený,
- *doklad*, podle kterého se přejímka uskutečňuje, má být zásadně faktura, podle které je prodejna za dodávku zatížena.

Přejímka zboží je **zaměřena na:**

1. **Kvantitativní** (množstevní) kontrolu, při níž se porovnává skutečně **dodané množství** s účtovaným. Uskutečňuje se přepočítáním, měřením, vážením.

2. **Kvalitativní přejímku** (jakostní) – principem jakostní přejímky je **srovnání jakosti** přejímaných výrobků s jakostí standardu, dohodnutého mezi dodavatelem a odběratelem. Jakostním standardem bývá nejčastěji



technická norma. Je možno se o jakosti domluvit i formou smlouvy popřípadě je měřítkem taková jakost, která vyhovuje obvyklému použití. Jakostní přejímku **provádíme zásadně u každé dodávky.**

Podle rozsahu můžeme jakostní přejímku zboží dělit na :

- a) úplnou (100% -ní přejímku)
- b) neúplnou (výběrovou), do které spadá přejímka namátková, procentní a statistická.

Stoprocentní jakostní přejímka znamená **kontrolu každého jednotlivého výrobku** v dodávce (kus po kuse). Používá se ke kontrole takových dodávek, kde jakost jednotlivých výrobků může být různorodá. (auta, klenoty, kožichy, některé elektrotechnické výrobky apod.)

Výběrová jakostní přejímka spočívá v tom, že **z celé dodávky vybereme určitou část** výrobků (výběr neboli vzorek). Překontrolujeme výběr (vzorek) a výsledky vztáhneme na celou dodávku. Rozeznáváme tři typy výběrové přejímky, lišící se způsobem výběru a z toho vyplývající pracnosti a přesnosti. Jsou to přejímka namátková, procentní a statistická

Výběrová jakostní přejímka namátková je nejčastější způsob kontroly dodávky a spočívá v tom, že **z různých míst dodávky vybereme 2 až 3 přepravní balení**, které překontrolujeme a otevřeme. Z každého přepravního balení odebereme 1 až 2 spotřebitelská balení a rovněž překontrolujeme.

Výběrová jakostní přejímka procentní je takový typ přejímky, kdy se **dohodou stanoví konkrétní procentní podíl** kontroly výrobků dodávky a výsledek se vztáhne na celou dodávku.

Výběrová jakostní statistická přejímka zboží **se provádí** při dodávkách **velkého množství zboží**, kde by prověřování každého jednotlivého výrobku bylo neúměrně nákladné. Proto přejímající organizace – velkoprodejny, obchodní domy, supermarkety a hypermarkety – prověřují jakost zboží tzv. statistickou přejímkou.

Podstata přejímky spočívá v tom, že se sledované vlastnosti – **jakost zboží, měří nebo zkoumají dohodnutým způsobem** (mezi maloobchodním podnikem a dodavatelem) jen u **určitého množství vybraných výrobků**. V dohodě se určuje rozsah výběru, tj. počet výrobků, který se bude prověřovat. Současně je určeno pravidlo pro rozhodnutí o tom, kdy se celá dodávka bude považovat za vyhovující nebo nevyhovující.

❖ *Na základě poznatků ze zbožíznalství uveďte příklady všech způsobů posouzení kvality vybraného zboží.*

3. **Sortimentní kontrolu**, při níž se porovnává:

a) *rozsah vyřízení objednávky,*

b) *soubornost a kompletnost dodávky.* Výrobek je nekompletní, **jestliže chybí** některá samostatně použitelná část, která měla být s výrobkem dodána. Za nekompletní výrobky se považují také ty, které **nemají příslušenství** – dokumentaci, atest, tj. označení vlastnosti, kvality výrobku, návod k použití, záruční list, náhradní díly – součástky, technický popis, označení výrobku výrobcem, označení velikosti apod.

4. **Cenovou a početní kontrolu**, při níž vedoucí prodejny **porovná účtované ceny** s cenami uvedenými v ceníku dodávající firmy. Stejně tak provede početní kontrolu podle jednotlivých účtovaných položek i na celkový obnos faktury.

❖ *Zopakujte si, jaké zařízení a prostředky se používají v prodejně při přejímce a odběru různých druhů zboží.*

1.2.3 Reklamace vůči dodavateli

Podstatou přejímky zboží je **odhalení případných jakostních i množstevních závad** v dodávce.

Dodavatel je **povinen dodat zboží** v množství, jakosti a provedení, **jež určuje smlouva**, a musí je zabalit nebo opatřit pro přepravu způsobem stanoveným ve smlouvě nebo takovým způsobem, který je obvyklý k uchování a ochraně zboží.



Je-li zboží dodáno **podle vzorku** nebo předlohy, je prodávající povinen dodat zboží s **vlastnostmi předloženého zboží**. Poruší-li dodavatel tyto povinnosti, má zboží **vady**.

Jakmile se při přejímce **zjistí** množstevní, kvalitativní nebo cenové a početní **nesrovnalosti**, uplatní vedoucí prodejny **právo reklamace**. Reklamace je písemné sdělení odběratele dodavateli, že dodávka zboží je vadná – s uvedením specifikace zjištěných vad.

Lhůta pro uplatnění práva reklamace z přejímky zboží **je určena ve smlouvě** mezi kupujícím a prodávajícím. Pokud není stanovena, a vady mohly být zjištěny později, je možné uplatňovat nároky z vad **nejpozději do dvou let** od doby dodání zboží. U vad, na něž se vztahuje záruka za jakost, platí místo této lhůty **záruční doba**.

Záruka za jakost zboží po určitou dobu znamená, že zboží si v této záruční době zachová smluvené vlastnosti.

O **zjištěných vadách** zboží je vedoucí prodejny **povinen podat zprávu** dodavateli bez zbytečného odkladu..

Na veškeré vady zjištěné při odběru i při převzetí vystavuje prodejna doklad (**reklamační list**) a vedoucí prodejny předloží věrohodný důkazní prostředek, který si zajistí tím, že:

1. jakmile zjistí chybu v dodávce, **přizve dodavatele** nebo jeho zástupce,
2. při zjištění závažných chyb **přeruší převzetí** dodávky a přizve dodavatele nebo jeho zástupce k dokončení převzetí,
3. **sepiše zápis**, který podepíše – a to opět pokud je to možné za přítomnosti dodavatele,
4. **odebere vzorky** chybného nebo jinak narušeného zboží,
5. **vadné výrobky** nebo část dodávky až do vyřízení reklamace **uloží odděleně**.

Způsoby vyřízení reklamací

Prodejna může požadovat:

- odstranění vad opravou zboží, jestliže vady jsou opravitelné;
- odstranění vad dodáním náhradního zboží za zboží vadné;
- dodání chybějícího zboží;
- přiměřenou slevu z kupní ceny (nejsou-li vady odstraněny v přiměřené lhůtě), nebo
- vrácení peněz, a tím odstoupit od sjednané smlouvy.

Kupující však **nemůže odstoupit od smlouvy**, jestliže vady **včas neoznámil** prodávajícímu.

Ve smlouvě může být sjednána i tzv. **smluvní pokuta**, kterou kupující uplatňuje v případě nedodržení smluvních podmínek.

- ❖ *Do tabulky zaznamenejte správnou odpověď týkající se odběru a přejímky zboží.*

<i>Ukazatel</i>	<i>Odběr</i>	<i>Přejímka</i>
<i>Je či není přítomen zástupce dodavatele ?</i>		
<i>Co se kontroluje ?</i>		
<i>Podle jakých původních dokladů se provádí srovnání sledovaných údajů ?</i>		
<i>Kdy se zboží prohlíží namátkově nebo statistickým výběrem ?</i>		
<i>Kdy se sleduje kompletnost dodávky?</i>		

1.2.4 Platební styk v obchodní činnosti

Platební stykem v obchodní činnosti rozumíme vztah mezi plátcem a příjemcem, dlužníkem a věřitelem navázaným prostřednictvím obchodní banky.

Rozeznáváme dva druhy platebního styku:

- bezhotovostní
- hotovostní

Bezhotovostní platební styk se vyznačuje tím, že mezi peněžními účty **neobíhají hotovostní peníze**, ale mění se pouze stavy stran účtů, které banky pro své klienty vedou. Stav se mění zásadně na příkazy svých klientů.

Bezhotovostní platební styk předpokládá **otevření běžného účtu** a složení minimální požadované částky. Současně se předkládá podpisový vzor osob zmocněných k peněžním transakcím.

Bezhotovostní platební styk je **stále více rozšiřující** se forma způsobu placení, avšak z hlediska obchodních bank je třeba věnovat zvýšenou pozornost úplnosti a pravdivosti převzatých dokladů (příkazů). Příkazy jsou jednorázové, hromadné, pravidelně se opakující.

Hotovostní platební styk představuje vydávání peněz při koupi zboží nebo poskytnuté službě. Hotovostní platební styk **není žádoucím** jevem mezi obchodujícími podniky. Pro toto tvrzení můžeme uvést tyto důvody :

- značné riziko s prevozem peněz,
- možnost inkasa padělaných a pozměněných peněz,
- možnost inkasa neúplné částky za dohodnutý prodej nebo službu.

Přes tyto nevýhody se tento způsob platebního styku v současné době rozšiřuje. Důvodem je jistota inkasovaných peněz a jejich možné okamžité vydání.

Rozhodující částí platebního styku je **platba**. Vyznačuje se tím, že při ní dochází ke změně vlastnictví zboží za peníze, nebo poskytnutá služba za peníze. Při ní prodávající **sjednává podmínky**, za kterých dojde k převzetí zboží a úhradě platby, Pokud zboží nebylo okamžitě proplaceno, pak prodávající prodává na úvěr, který je označován za obchodní nebo zbožový úvěr.

Shrnutí:

Účelný nákup je podmínkou úspěšného prodeje. Aby prodejna mohla po všech stránkách plynule uspokojovat požadavky spotřebitelů

na zboží v množství, jakosti i čase, musí **udržovat nutné zásoby zboží v požadované struktuře**.

Příprava na nákup zboží, jako **dílní operace nákupu zboží**, je součástí objednávacího styku mezi prodejnou a jejími dodavateli zboží. Jde o důležitou činnost prodejny, protože příprava na nákup je podkladem pro zajištění takového množství zboží, které musí odpovídat svou strukturou i kvalitou poptávce v daném místě a čase.

Proces nákupu zboží začíná sledováním spotřebitelské poptávky v určitém období, pokračuje výběrem zboží, které by této poptávce odpovídalo, a končí objednávkou zboží. **Cílem** sledování spotřebitelské poptávky je **zjistit současný stav i očekávaný vývoj poptávky** v určitém sortimentu zboží.

Mimořádně důležitou podmínkou správně prováděného výzkumu spotřebitelské poptávky je požadavek, aby výzkum byl prováděn **současně a stále na všech úsecích provozní činnosti**.

Nákupem zboží se zajišťuje zboží, které je určeno k dalšímu prodeji nebo zpracování. Nakoupeným množstvím zboží by měla prodejna **uspokojit spotřebitelskou poptávku** v daném místě a čase. Dodavatelem může být výrobní nebo odchodní firma (velkoobchod),

Objednávací styk je souhrn činností, probíhajících podle určitých pravidel, má charakter **kupní smlouvy a to ve formě kontraktu (smlouvě o dodávce zboží) nebo objednávky**.

Kupující nabývá **vlastnické právo**, jakmile je mu **zboží předáno**. Prodávající **odpovídá za vady**, které má zboží v okamžiku, kdy přechází nebezpečí škody na zboží na kupujícího. **Reklamační nároky** se řídí podle toho, zda dodáním zboží s vadami byla smlouva porušena podstatným nebo nepodstatným způsobem.

Z obchodního hlediska pod pojmem příjem zboží rozumíme, kromě vedlejších pomocných činností tyto dvě hlavní operace :

- **odběr zboží** od dodavatele,
- kontrolu množství a jakosti odebraného zboží čili **přejímku zboží**.

Podstatou **příjmu** zboží je **zachytit stav zásilky** po příchodu do prodejny **Podstatou přejímky** zboží je **odhalení případných jakostních i množstevních závad** v dodávce.

Jakmile se při přejímce **zjistí** množstevní, kvalitativní nebo cenové a početní **nesrovnalosti**, uplatní vedoucí prodejny **právo reklamace**. Reklamace je písemné sdělení odběratele dodavateli, že dodávka zboží je vadná – s uvedením specifikace zjištěných vad.

OTÁZKY A ÚKOLY

1. *Jaká pravidla je nutno respektovat při správně prováděném nákupu zboží ?*
2. *Co je cílem přípravy k nákupu zboží ?*
3. *Co je cílem sledování spotřebitelské poptávky ?*
4. *Jaké souvislosti nalézáme mezi sledováním spotřebitelské poptávky a nákupem zboží ?*
5. *Jaké náležitosti má písemná objednávka ?*
6. *Jaké náležitosti má kupní smlouva ?*
7. *Čeho se týkají podmínky dodávky ?*
8. *Jaká podmínky je třeba vytvořit pro optimální příjem zboží ?*
9. *V čem vidíte rozdíl mezi odběrem a přejímkou zboží ?*
10. *Popište základní druhy přejímek.*
11. *Pohovořte o způsobech placení dodávek.*
12. *Jak postupujeme při reklamaci dodávky ?*

1.3 Skladování zboží a obalů

1.3.1 Bezpečnost při práci ve skladech

Stejně jako ostatní zaměstnanci prodejny mají i pracovníci skladů **právo na ochranu zdraví při práci** a obchodní organizace jsou povinny **předcházet vzniku úrazů, nemocí z povolání a učinit všechna preventivní opatření**, což v nejjednodušší formě představuje:

- zajistit *proškolení pracovníků* skladu a pravidelně kontrolovat, zda jsou bezpečnostní předpisy dodržovány,
- pečovat o *stav technického zařízení* skladů tak, aby toto zařízení nebylo příčinou úrazu,
- zajistit pracoviště všemi *prostředky na ochranu zdraví* (pracovní oděv, rukavice, nářadí apod.)

Za tuto činnost odpovídá vedoucí prodejny spolu s vedoucím skladu.

Rovněž **pracovníci skladů** jsou v zájmu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci **povinni**:

- *dodržovat předpisy* k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci,
- *dodržovat zásady bezpečného chování* na pracovišti stanovené pracovní postupy (např. při manipulaci s pracovními pomůckami se musí dodržovat zásady manipulace stanovené výrobcem),
- *nepožívat alkoholické nápoje* a jiné omamné prostředky na pracovištích a v pracovní době. Nenastupovat pod jejich vlivem do práce a dodržovat stanovený zákaz kouření na pracovištích,
- *používat při práci ochranných zařízení a osobních ochranných pracovních prostředků*, pečovat o ně a řádně s nimi hospodařit,

- *účastnit se školení a výcviku* a podrobit se zkouškám a lékařským prohlídkám (stanoveno zvláštními předpisy),
- *oznamovat svému nadřízenému nedostatky* a závady, které by mohly ohrozit bezpečnost nebo zdraví při práci atd.

Vyvarovat se úrazů znamená **nepodceňovat nebezpečí z nedbalosti**. Úraz může být zaviněn i neopatrnou manipulací s břemeny, uklouznutím, vadnou instalací elektrického a plynového vedení apod.

1.3.2 Organizace práce ve skladech

V moderním velkém maloobchodním skladu je **použití výpočetní techniky nezbytností**. Jedině ta dává předpoklady pro **optimální provedení** jednotlivých pracovních operací, přičemž volí **nejracionálnější** postupy.

Organizace a řízení pracovních operací ve skladu prodejny se **předem velmi podrobně analyzují a zpracovávají** ve vztahu k použité vnitro-skladové a prodejní technologii a provazují se s programy uplatňující výpočetní techniku.



Pracovní operace představují souhrn činností vykonávaných pracovníky skladu. Tyto činnosti vykonávají buď ve spojitosti s určitým manipulačním prostředkem (rudl, vozík, paletizační vozík, apod.) nebo bez něho (přerovnávání zboží, vykládka palety apod.).

Většina pracovních operací ve skladech **představuje opakované úkony**. Jejich vykonávání je účelné usměrnit příslušnými **předpisy** tak, aby výsledná

činnost byla co nejracionálnější a aby je všichni pracovníci **vykonávali stejným způsobem**.

Na usměrnění způsobu vykonávání pracovních operací slouží **pracovní postupy**, které se zpracovávají pro každý sklad. V malém skladě jde většinou o velmi jednoduché rozdělení činností mezi jednotlivé pracovníky. Ve velkém skladě s vysokým stupněm organizovanosti hlavně při vazbě na **řízení provozu počítačem** se určují pracovní postupy **podrobným avyčerpávajícím způsobem**.

V každém skladě však zůstává určitá část úkonů, která není přesně v pracovních postupech specifikována. Jejich provádění se musí uskutečňovat analogicky k ostatním převažujícím pracovním operacím. Snahou při **stanovení optimální organizace práce apracovních postupů** je, aby byl postižen co největší rozsah prací jednotlivých pracovníků a aby nezůstal velký prostor pro improvizované činnosti, které vnášejí do organizace práce skladu chaos.

Základem organizačního skladového systému jsou problémové a programové okruhy, které se většinou dále rozdělují do několika typických **oblastí činnosti skladu** a to na :

- pracovní postupy spojené s *odběrem a přejímkou zboží*,
- pracovní postupy spojené s *uskladněním zboží*,
- pracovní postupy spojené s *tržní úpravou zboží a jeho kompletací*,
- pracovní postupy spojené s *přípravou zboží k prodeji*,
- pracovní postupy spojené s *vyskladněním zboží do prodejny*,
- pracovní postupy spojené s *oběhem prázdných přepravních prostředků a obalů*.

Pracovní postupy určují, jakým způsobem se zabezpečují **opakované činnosti** na určitém úseku skladu při použití manipulačních prostředků, jaké **informace** pracovník **dostává** pro výkon své činnosti a jaké informace **odevzdává** a komu.

1.3.3 Zásady skladování zboží

Při skladování je třeba dodržet především **tyto zásady**:

- přehledného a účelného rozmístění zboží,
- dovoleného a nedovoleného sousedství,
- obměňování zásob,
- zajištění vhodných skladovacích podmínek podle druhu zboží.

Hlavní zásadou při skladování a ukládání zboží je **přehlednost a účelnost**. Zboží zásadně ukládáme v určených místech a podle druhů. Přehledně uložené zboží ve skladě nám **umožní snadnou kontrolu** toho, jaký druh a jaké množství zboží jsme doplnili do prodejní místnosti, kolik nám ho zbývá ve skladě a kolik jej musíme objednat.

Ukládat zboží **účelně** znamená, že např. zboží těžké nebo zboží, které se rychle prodává, uložíme co nejbližší prodejní místnosti, abychom **ušetřili fyzickou námahu pracovníků**, kteří manipulují se zbožím.

Další zásadou, kterou je nutno respektovat, je **zásada dovoleného sousedství**. Odděleně se skladují ty druhy, které se svým fyzikálně- chemickým složením mohou vzájemně ovlivňovat.

Příklad :

Není přípustné společné skladování ovoce a zeleniny s běžným potravinářským zbožím. Při skladování některých druhů ovoce a zeleniny musíme udržovat co nejvyšší relativní vlhkost vzduchu, aby nedocházelo k vysychání, naproti tomu mlýnské výrobky, sůl, cukr a většina běžného potravinářského zboží vyžaduje vlhkost nižší, aby nedocházelo ke vzniku plísní, množení mikroorganismů či změně konzistence. Dokonce i některé druhy ovoce a zeleniny nemůžeme ukládat vedle sebe, protože

by se svými odlišnými fyzikálně - chemickými vlastnostmi vzájemně nepříznivě ovlivňovaly. Klasickým příkladem takového nevhodného sousedství jsou např. jablka a česnek. Česnek svým výrazným pachem ovlivnil aroma i chuť jableček. Velmi vysoký požadavek na relativní vlhkost jableček by velmi nepříznivě ovlivnil jakost česneku, s následkem plísně.

Neméně důležitou obecnou zásadou při ukládání a skladování zboží je **zásada obměny zboží** a pravidelné kontroly záručních lhůt. Při doplňování zboží do prodejní místnosti vybíráme ze skladu zboží ze starších dodávek. Takto se vyhneme nepříjemnostem způsobených „projitím“ záruční lhůty. Provádět obměnu sortimentu také znamená, že nově došlé zboží ukládáme tak, aby nebránilo plynulému odběru zboží již dříve dodaného a skladovaného (důležité zejména u potravin s omezenou garanční lhůtou).

- ❖ *Zopakujte si definici záruční lhůty a uveďte příklady u různých druhů zboží .*
- ❖ *Jaké požadavky na obměnu zásob budou kladeny u potravin se stanovenou minimální trvanlivostí.*

Poslední důležitou zásadou při skladování zboží je zajistit **vhodné skladovací podmínky** podle druhu zboží. Obecně dodržujeme následující stručné doporučení :

- zboží skladujeme v regálech, na laťových podložkách a na paletách. Dodržujeme **dostatečný odstup od stěn** (minimálně 20 cm u potravinářského zboží), vodovodního a teplovodního potrubí,
- zboží **nemá ležet přímo na podlaze**. Nejvhodnější jsou palety, které nám umožňují potřebný odstup od podlahy (minimálně 15 cm).

1.3.4 Skladovací podmínky a skladovací prostory

Základní zásadou ukládání zboží ve skladě je **čisté prostředí**. Už i umístění skladu by mělo splňovat tuto podmínku. Sklady zboží mají být umístěny mimo zařízení, která by mohla ovlivnit skladované zboží např. zápachem, škodlivým spadem, popř. rostlinnými nebo živočišnými škůdci. V okolí skladu se nesmí vyskytovat skládky jakýchkoliv odpadů a chemikálií.

Dveře a vrata skladů musí dobře těsnit a být tak konstrukčně řešena, aby znemožňovala vnikání škodlivých živočichů. Větrací zařízení, průduchy a elektroinstalace musí být dobře utěsněné.

Okna musí být taktéž utěsněná, s možností větrání, opatřená síťovinou proti vnikání hmyzu, popř. ptactva. Vhodné je natřít je modrým nátěrem.

Stěny a stropy skladů musí být hladké, čisté, bez spár, neotlučené a s neoprýskanou omítkou. Jednou ročně se bílí čerstvě hašeným vápnem, doporučuje se přidat 5% roztok modré skalice proti plísním.

Podlahy musí být čisté, bez prasklin a rozbitých míst. Nevhodná je betonová podlaha, při použití mechanizace dochází k prášení betonu. Nejrozšířenějším a nejkvalitnějším typem podlah je plast-beton, který je velmi tvrdý, stálý, velmi dobře se ošetřuje a je vzhlednější než jiné typy podlah. Podlahy ve skladech se dělají zásadně bez prahů a bez větších výškových rozdílů, které by bránily plynulému pohybu skladištní mechanizace.

- ❖ *Uvedte dvojice různých druhů zboží, které nemohou být skladovány vedle sebe. ..vezměte v úvahu tu skutečnost, že některé druhy zboží na sebe působí s snižuje se tak jejich kvalita.*

1.3.5 Mechanizace a automatizace ve skladech

Vědeckotechnický rozvoj je výrazným rysem rozvoje současné problematiky obchodu a služeb. Hlavně v podmínkách tržní ekonomiky je nutností a proto nachází komplexní podmínky pro své uplatnění – **pro odstranění namáhavé a zdlouhavé manuální práce, pro růst produktivity práce a tím i zvyšování zisku obchodní firmy.**

Hledání výhodných technických řešení, organizačních principů a návazností na výpočetní techniku v procesu skladových operací přinesl ve světě rozvoj automatizovaných skladových systémů, které se vyskytují v těchto podobách:

- automatizované sklady,
- plně automatizované sklady,
- poloautomatizované sklady.



Robotická linka Amazonu. zdroj: internet

Za automatizovaný sklad se všeobecně považuje takový sklad, který uplatňuje ve svém provozu **prvky automatizace** při manipulaci, uskladnění a při řízení skladu.

Za plně automatizovaný se označuje takový sklad, kde jsou **převážné části** skladových operací **zabezpečovány stroji bez zásahu člověka** podle příkazů počítače, který nejen řídí pohyb zboží ve skladě, nýbrž i kontroluje průběhy a správnost vykonaných operací. Tomuto způsobu řízení se říká on line.

Za poloautomatizovaný sklad se považuje takový, který je zaměřen hlavně na **nejlehčí automatizované procesy**. Řízení skladových operací zabezpečuje počítač **prostřednictvím operátora**, který je zpětně o proběhlých operacích ve skladě informován provozními pracovníky skladu. Tento systém je nazýván off line.

Automatizované sklady by připadaly v úvahu v takových prodejních celcích, jako jsou např. **hypermarkety či supermarkety**.

Mechanizace a automatizace ve skladech přináší především tyto výhody:

- *zvýšení produktivity práce a zisku obchodní firmy,*
- *zrychlení obrátky zásob zboží jako důsledek koncentrace zásob a přímého přístupu k veškerému zboží,*
- *stanovení nejlépe vyhovující struktury zásob zboží v důsledku přehledného uspořádání zboží,*
- *vysoké pracovní využití skladových mechanismů formou vícesměnného provozu,*
- *omezení závad v provozu odstraněním lidského činitele z řízení,*
- *zabezpečení vyšší bezpečnosti práce.*

Základní **nevýhodou je možnost poruchy mechanismu**, ochromení provozu skladu a následně i prodeje zboží.

1.4 Příprava zboží k prodeji

1.4.1 Ošetřování zboží před prodejem

Na kvalitu i vzhled zboží nemá vliv jen správné uskladnění, ale také i **soustavná péče** a některému nepotravinářskému zboží, u něhož se delším skladováním může narušit jakost.

Ošetřování uskladněného zboží je důležitou složkou činnosti provozních pracovníků, která vytváří podmínky pro úspěšné uspokojování poptávky spotřebitelů a pomáhá snižovat ztráty na zboží **během doby skladování**. Všechny druhy skladovaného zboží je třeba především **udržovat v čistotě**. Zboží ošetřujeme podle individuálních vlastností jednotlivých druhů zboží. Velká

pozornost při ošetřování zboží se musí věnovat **potravinářskému zboží s kratší trvanlivostí**

1.4.2 Předbalování a předvažování zboží

Zrychluje obsluhu při zvýšení frekvence zákazníků a dovoluje účelně využít prodejní doby se slabší frekvencí.

Předbalují a předvažují se potraviny, ale lze předbalovat i některé druhy nepotravinářského zboží, např. galanterní a papírnické zboží apod.

1.4.3 Úprava zboží před prodejem

U některých druhů zboží je nezbytné, aby spotřebitel dostal zboží **kompletní a připravené k používání**. Vhodná estetická úprava vzbuzuje

spotřebitelův zájem o zboží. Některé zboží upravujeme před přímým prodejem tak, aby bylo vystaveno, **předvedeno nebo předloženo** spotřebitelům v takové úpravě a **stavu, v jakém jim bude sloužit**. Např. oděvy musí být vyžehleny, jízdní kola kompletní, míče nahuštěny apod.

Příklad :

U potravinářského zboží věnujeme zvýšenou péči úpravě lahůdkářského a cukrářského zboží, uzeninám a masu.

Časově i odborně náročná je příprava masa k prodeji, (není-li maso dodáváno ve spotřebitelských obalech), která spočívá v dělení masa (tzv. bourání masa).

Některé druhy zboží, např. sýry, uzeniny, vařená masa apod., připravujeme na mísy pro urychlení prodeje, nakrájené, loupané nebo porcované. Tohoto zboží však připravujeme vždy menší zásobu, než bývá denní prodej, abychom zamezili ztrátám. Lahůdkářské, cukrářské, uzenářské i některé pekařské výrobky dodávané v distribučních obalech upravujeme na podnosy a tácy. Při manipulaci s nimi dodržujeme zásady hygieny.

1.4.4 Vystavování zboží a označování cenou

Přímým pokračováním přípravy zboží k prodeji je jeho vystavení a uspořádání v prodejní místnosti. Způsob vystavování zboží ovlivňuje především technika prodeje daná určitou formou prodeje, ale i typem prodejny a šíří jejího sortimentu a samozřejmě i celkovým dispozičním řešením. např. v prodejnách **s obsluhou** je zboží uspořádáno **vertikálně** podle četnosti prodeje (nejčastěji žádané zboží má mít prodavač na dosah ruky). Kupující má zboží vystavené před sebou.

V **samoobsluhách** jde kupující kolem vystaveného zboží; proto je zde výhodnější **horizontální uspořádání**, při kterém se příbuzné druhy umísťují blízko sebe.

Vkusné a účelně vystavené zboží **usnadňuje zákazníkovi výběr**, neboť je nejvhodnější nabídkou. Vystavené zboží musí být **označeno cenovkou**, na níž je název, druh i cena zboží. Vhodné je také stručné



upozornění na některé vlastnosti zboží; nemá však být formální. Způsoby vystavování zboží závisí **na vlastnostech jednotlivých druhů zboží**, na spotřebitelské poptávce i na technickém vybavení prodejny.

Při vystavování zboží je nutno **dodržovat hygienické a bezpečnostní zásady**. Je třeba dbát na bezpečnost zákazníků i prodavačů, zejména při vystavování zboží do pyramid apod. Potravinářské zboží, které se před spotřebováním neomývá ani neupravuje, se nesmí vystavovat volně.

Vystavování zboží a **označení cenou** v regálech nebo v gondolách je **poslední operace** se zbožím před prodejem. Má v prodejnách spoluvytvářet esteticky působivé prostředí a přispívat k tomu, aby vhodně vystavené zboží se stalo spotřebiteli přímou nabídkou, pomohlo mu při výběru i **urychlilo mu nákup**.

1.4.5 Doplnování zboží

Vystavování zboží úzce souvisí s jeho doplňováním.

Doplňování zboží se provádí obvykle **po skončení prodejní doby nebo před otevřením** prodejny. V průběhu prodeje má vedoucí prodejny dbát, aby druhy zboží byly doplňovány včas, dříve, než se doprodají.



1.5 Prodej zboží

1.5.1 Nabídka zboží

V abecedě úspěšnosti obchodní firmy nesmí chybět nabídka zboží, která by měla být působivá a co neúčinněji **podnítit zájem o koupi zboží**. Zboží může být nabízeno při prodejním rozhovoru, ve výkladní skříni nebo vhodným vystavením a rozmístěním v prodejní místnosti.

U klasického prodeje s obsluhou je velmi důležitá **osobní nabídka**. Vyžaduje od prodavače **znalosti** o prodávaném zboží i o psychologii zákazníka. Přesvědčivou nabídkou zboží, prodavač prokáže schopnost **umět jednat s lidmi**, usnadní zákazníkovi rozhodování a utvrdí ho v názoru, že jedná se skutečným odborníkem.

Osobní nabídka

Nabídku **dělíme na doplňkovou nabídku, na nabídku nových druhů zboží a připomínkovou nabídku**.

V prodejnách s obsluhou nabídku obstarává prodavač. Pravidlem je, postupovat tak, aby zákazník neměl nikdy pocit, že jej ke koupi nabízeného zboží nutíme. Stejně vlídně jako ke kupujícímu se chováme i k zákazníkovi, který se přišel jen informovat.

Úspěch nabídky závisí **na formě a jejím provedení**. Jedním z nejdůležitějších činitelů při nabídce je řeč a hlas prodavače. Mluvíme **prostě, jasně, přirozeně, zřetelně** a se správnou výslovností. Není vhodné používat odborných názvů, kterým by zákazníci nerozuměli. Nepůsobí také přirozeně mluvit o zboží ve zdvořilých, např. šatičky, botičky, pivečko, másličko apod.

Při doplňkové nabídce nabízíme takové druhy, které jsou vhodné **pro doplnění**, ošetření nebo úpravu vybraného zboží. Bývají to zpravidla drobné druhy zboží, na které si zákazníci v okamžiku nákupu nevzpomenou. Úspěch

dodatečné nabídky je závislý na jejím provedení. Nejlepší formou dodatečné nabídky je **předvedení zboží, ukázka a zdůvodnění**, proč je koupě výhodná.

Při nabídce nových druhů zboží je nutné, aby se prodavači s každým novým druhem zboží dokonale seznámili. Musí **vědět o všech přednostech a výhodách nových druhů** a musí znát jak se ošetřují, obsluhují nebo upravují. Inovované nebo nově zaváděné druhy zboží bývají technicky dokonalejší, modernější i kvalitnější a je zapotřebí u některých spotřebitelů překonat přesvědčivou nabídkou počáteční nedůvěru k novinkám.

U nově nabízeného zboží musí vedoucí prodejny dbát na jeho vhodnou propagaci **formou poutačů s textem**, na kterých je stručně uvedena funkce a užitné vlastnosti výrobku, jeho přednosti apod. Zásadou je, aby takovéto zboží bylo **viditelně označeno jako novinka** a dále **cenovkou**, pokud zboží tuto cenu nemá výrazně vyznačenou na svém obalu. Jestliže je zboží v prodejně dobře umístěno a vystaveno má prodejna záruku, že i dobře nabízí. U nově nabízených výrobků stále platí zásada, **co není řádně vystaveno – se neprodává**.

Mnozí zákazníci tuto nabídku ocení, zejména proto, že se doví jak zboží lépe a vhodněji používat

Připomínková nabídka zboží je takový druh nabídky, kdy zákazníkovi připomeneme, že určitý druh zboží máme ještě „na skladě“ a je výhodné si je koupit právě v tuto dobu, kdy ho je dostatek a je např. prodáván se slevou. Tato nabídka je **velmi účinná** a žádoucí u zboží, které by se mohlo stát **pro zbytečně opomíjený zájem**, vzniklý malou informovaností zákazníků, málo prodejné. V praxi tato nabídka prokázala velmi vysokou účinnost.

Nabídka v prodejnách s volným výběrem a samoobsluhách

Vedle osobní (ústní) nabídky, kterou mají prodavači provádět při všech formách prodeje, uskutečňují se v prodejnách s volným výběrem a v prodejnách se samoobsluhou zvláštní formy nabídky. Je to především **optická nabídka**, při

níž je v prodejně použito vlastního zboží, které je zákazníkovi předloženo k prohlédnutí vystavením nebo vyložením na účelném a vkusném výstavním zařízení v prodejní místnosti nebo výkladní skříní či výkladu. Přitom se využívá působivosti obalu a **určitých pravidel platných pro rozmíst'ování zboží**. Cílem této nabídky je **upoutat pozornost** zákazníka a zároveň mu **podat základní informace** o vystavovaném zboží. U vystaveného zboží má být proto stručná popiska s informací o jakosti, způsobu upotřebení apod., aby zákazník získal dostatek informací o zboží a byl podpořen jeho zájem o koupi.

Při průchodu prodejnou nevěnují kupující všem místům stejnou pozornost. Ta místa, kde dochází k nejčastější **kumulaci zákazníků**, jsou z hlediska optické nabídky **nejvhodnější**. Je prokázáno pozorováním chování a reakcí zákazníků, že to jsou místa na obvodu prodejní místnosti.

Za účelem maximálního využití prodejní plochy pro potřeby nabídky, je třeba využít i tzv. „hluchá místa“ a to pro zvláštní nabídky, např. **nabídku dne** (novinky, zboží v nových obalech, nové druhy zboží, z dovozu atd.).

Dodatečnou nabídku uskutečňujeme v prodejnách s **volným výběrem** nejčastěji v době, kdy se zákazník rozhodl ke koupi zboží a **žádá o jeho zabalení**. V prodejnách se **samoobsluhou** ji uskutečňujeme při podávání informací **během nákupu** a především **u pokladny**. U pokladní přepážky bývají nainstalovány stojany a košíčky s některými drobnými druhy zboží. Zákazník, který přistupuje k pokladně, prochází kolem nich a je tak výrazně upozorněn na toto zboží. Je-li správně voleno, často je koupí.

- ❖ *Zopakujte si, jaké požadavky jsou kladeny na úpravu prodejní místnosti z hlediska ekonomického a provozního, a to z pohledu zaměstnanců i zákazníka.*

Využití reklamních prostředků prodejny při nabídce zboží

Reklama je soubor propagačních prostředků **vedoucích k nabídce zboží**. Hlavním úkolem reklamy v obchodě je působit na estetické cítění zákazníků a podněcovat je ke koupi zboží. Tím je záměrně vyvolána poptávka po zboží.

Pro každou prodejnu kteréhokoli sortimentu jsou nejvýznačnějším reklamním prostředkem **výkladní skříně**. V prodejnách, jejichž obvodový plášť je tvořen průhledovými stěnami, je výkladní skříní celá prodejna.

Při vystavování zboží ve výkladní skříní musíme dbát, aby zboží bylo čisté, upravené a nepoškozené. Zboží vystavujeme tak, aby si je mohl zákazník prohlédnout v jeho **nejpřirozenější a nejtypičtější poloze**. Zvláštní význam má aranžování zboží **ve skupinách**. Společně vystavujeme druhy, které jsou z hlediska spotřebitelské poptávky navzájem sladěné (např. boty – ponožky, košile – kravaty, čaj – cukr – sušenky). **Jeden druh zboží pak uvádí v nabídce i druhy ostatní**. Výkladní skříně se musí udržovat v naprosté čistotě.

Všechno vystavené zboží se musí označit cenou. **Cenovky** je nutno psát úhledným, a hlavně zřetelným písmem, aby byly čitelné nejméně na vzdálenost dvou metrů. Velikost i tvar cenovek se má řídit rozměrem zboží. Při vystavování zboží, které je méně známé, je vhodné kromě ceny a přesného názvu připojit **i krátký popis, jaké má zboží vlastnosti a jak je používáme**.

Úspěšnou nabídku zboží podporuje **vnější vzhled a zařízení** prodejny. Zákazníci mají značné nároky na úroveň, vzhled i úpravu prodejny. Vnitřní zařízení prodejny musí umožňovat **maximální přehlednost a orientaci**.

Často využívanou formou nabídky prodejně jsou **výstavky zboží**. Výstavky zboží se zaměřují na vystavování některých druhů zboží, zpravidla novinek. Některé výstavky jsou spojeny s **předváděním zboží**, v potravinářství s **ochutnávkou** apod. Výstavky se organizují jako tzv. „**nabídky dne**“ nebo při sezónním prodeji.

1.5.2 Kulturnost a odbornost obsluhy

Prodej zboží je jednou z nejdůležitějších činností prodejny, která se realizuje v podobě **vyspělé kulturní a odborné obsluhy**.

Práce v obchodě, která je náročná jak fyzicky tak i psychicky neznamena jen **ochotu a zdvořilost**, ale také **spolehlivost, výkonnost, solidnost a poctivost**. K práci v obchodě je potřeba nejen dobré vůle a poctivé snahy, ale i **vnímavého vztahu k lidem, laskavosti a mnoha odborných vědomostí**.

Zásady prodejního styku se zákazníky

Každý pracovník prodejny se musí k zákazníkovi chovat zdvořile. **Slušný pozdrav**, vhodné oslovení, klidné chování, jasná a správná mluva, **ochota a vlídnost**, to vše patří k zdvořilé obsluze. Slova „**děkuji**“ a „**prosím**“ pomáhají k úspěšnému jednání se zákazníky.

Při **obsluze a jednání se zákazníky** ve všech formách prodeje se všeobecně řídíme těmito pravidly:

- a) pro jednání prodavače se zákazníkem je třeba vytvářet **vhodnou atmosféru**, která je vytvářena z části **vystupováním prodavače**, z části prostředím prodejny;
- b) velice záleží na **prvním dojmu** při uvítání zákazníka a navázání rozhovoru a proto při příchodu zákazníka **zdvořile zdravíme**, nedáváme ruce do kapes, nebavíme se s ostatními prodavači před zákazníky, v prodejní místnosti nejíme a nepijeme;
- c) každé jednání se zákazníkem musí být **individuální**, přizpůsobené jeho osobnosti a momentálnímu duševnímu stavu;
- d) není možné rozlišovat sympatické a nesympatické zákazníky, s každým zákazníkem se musí **jednat stejně, i když individuálně**;

- e) prodavač musí být **vnímavý a pozorný** ke kupujícímu, musí dbát na celkový postoj, výraz obličeje, **nesmí dát najevo spěch** nebo únavu, nesmí porušovat pravidla společenského chování;
- f) mluvit má prodavač **věcně, prostě a srozumitelně**, přitom **uplatnit** správně svoji **odbornost**, více se ptát než hovořit a využívat odpovědi a informací při nabídce zboží a argumentaci;
- g) zjišťování potřeb zákazníka je hlavní oblastí, kde se mohou uplatnit dovednosti a **znalosti prodavače**;
- h) při případném **konfliktu** je nejdůležitější zachovat klid;
- i) závěrečné jednání se zákazníkem se nesmí podceňovat, na rozloučenou má být **poděkování a pozdravení** samozřejmostí.



Hlavní činností prodavačů v prodejnách je obsluha zákazníků a úspěšný prodej zboží a **odborná a kulturní obsluha musí být hlavním činitelem při získávání úplné spokojenosti zákazníků.**

Kulturní a odborná obsluha předpokládá, že prodavači jsou ochotní, vlídní, že jsou dobrými zbožíznalci, že úzkostlivě dodržují hygienické zásady.

Spokojenost z odborné a kulturní obsluhy se **projeví** především tím, že kupující:

- a) bude spokojen se **zdvořilou** obsluhou,
- b) bude spokojen s **dobrou jakostí** a bude mít **radost z nakoupeného zboží**,
- c) bude potěšen **přátelskou a odbornou poradou** při výběru zboží.

Má-li prodavač skutečně **odborně a kulturně** obsluhovat zákazníka, musí bezpodmínečně znát:

- a) **hygienické zásady**, význam čistého oblečení a vhodné úpravy svého zevnějšku,
- b) správné **společenské chování** a taktní zdvořilé jednání,
- c) **psychologii zákazníků**, aby vždy volil nejvhodnější způsob obsluhy a vztah ke každému zákazníkovi,
- d) užité vlastnosti prodáváného zboží,
- e) příslušné sortimentní skupiny a přehled zásob zboží,
- f) **prodejní techniku**, platné předpisy o prodeji a maloobchodní ceny.

Úprava a oblečení prodavačů

Prodavači musí přísně dodržovat **osobní čistotu**. Po každém znečištění, před zahájením prodeje, po přechodu od jedné práce ke druhé, a zejména po použití toalety si musí důkladně umýt ruce mýdlem, pokud možno v teplé tekoucí vodě. Kromě častého mytí rukou je důležitá péče o **čistotu celého těla**. Vedle denního mytí těla je třeba si nejméně dvakrát denně čistit zuby, pečovat o vlasy a celkový zevnějšek.

Účes žen by měl být estetický a praktický. **Kosmetické prostředky** lze používat **v přiměřené míře**, aby podtrhovaly upravenost, celkovou čistotu, ale aby nebyly příliš výrazné. Prodavačky v potravinářství **nesmějí mít z vážných hygienických důvodů nalakované nehty**.

Prodavači a prodavačky všech oborů si mají pravidelně **provádět manikúru**, aby neměli dlouhé a nečisté nehty.

Nedbale upravené vlasy, nedostatečně opravený chrup, nečisté ruce, dlouhé nevyčištěné nehty, nepříjemný tělesný pach (pot, zápach úst) a u prodavačů neoholená tvář jsou u pracovníků obchodu **neprominutelnými nedostatky**.

Dobry prodavač dbá o svůj zevnějšek, protože si je vědom, že nedbalost při dodržování osobní hygieny a špatná péče o zevnějšek **působí nepříjemně na zákazníky**. Prodavači neupravení, nevyspalí, unavení, mrzutí a nevlídní nemohou získat důvěru zákazníků.

Příznivě působí prodavači, kteří jsou upraveni, mají **příjemný zevnějšek**, dobré chování a z toho vyplývající zdravé sebevědomí.

Příznivý zevnějšek prodavače pomáhá vytvořit i oděv. **Oděv** pro práci v obchodě má být **přízpůsoben činnosti**, kterou prodavač koná a měl by být i v souladu s druhem prodáváného zboží.

Plášť musí být vždy čistý a vyžehlený. Do plášťů si neutíráme ruce. Při přípravných pracích a při úklidu se převlékneme do jiného pláště. Nečistý plášť je semeništěm bakterií a působí na zákazníka odpudivě. Také **oblek pod pláštěm** musí být čistý. Nedoporučuje se nošení šatů, košil a kravat výstředních barev. Výstřední oblékání prodavačů na pracovišti není vhodné.

V prodejnách masa, ryb a drůbeže nosí pracovníci přes plášť ještě gumové zástěry, které je částečně chrání i před úrazy.

V prodejnách potravinářského zboží musí mít pracovník **chráněny vlasy vhodnou pokrývkou**. Toto hygienické opatření nelze obcházet nošením různých čepečků a ozdobných čelenek, které nemohou zabránit padání vlasů do prodáváného zboží.

Zvlášť důležitá je pro prodavače také **pracovní obuv**. Pracovníci obchodu vstoje a během pracovní doby **ujdou několik kilometrů**, proto obuv má být pohodlná, pevná a zdravotně nezávadná.

- ❖ *Ve kterých prodejnách je vkusné a výrazné líčení prodavačky i vhodnou propagací zboží ?*

1.5.3 Technika prodeje v prodejně s obsluhou

Pro prodej s obsluhou je charakteristické přímé jednání se zákazníkem. Od prodavače se očekává, že poskytne **odbornou a kulturní obsluhu**, přičemž si sám celý prodejní proces řídí a ovlivňuje. Zákazníci přicházející do úzce specializovaných, specializovaných a smíšených provozních jednotek očekávají, že prodavači v těchto prodejnách jsou **odborníci**, kteří jim poskytnou radu, doporučení a informace o kupovaném zboží.

Tyto podmínky obsluhující personál zavazují, aby dodržoval všechny **zásady odborné a kulturní obsluhy a ovládal prodejní techniku**, přestože pro prodavače je tato forma prodeje a obsluhy nejobtížnější a fyzicky nejnáročnější.

Proces prodeje a jeho členění na základní složky závisí na mnoha činitelích, na zvláštěnostech sortimentu zboží i na zvláštěnostech spotřebitelské poptávky. Při prodeji pracujeme buď jednoduchou, nebo složitou prodejní technikou.

Jednoduché prodejní techniky se používá při prodeji podle přesně formulované objednávky. Kupující má zájem o rychlé a přesné vyřízení své objednávky. Zpravidla přichází do prodejny již s jasnou představou, které zboží a v jakém množství nakoupí.

Složitě prodejní techniky užívá prodavač tehdy, není-li zákazník předem rozhodnut, jaké zboží si má koupit, a rozhoduje se teprve při výběru zboží,

mnohdy na základě nabídky. Při této formě prodeje seznamuje prodavač kupujícího se zbožím.

Vlastní prodejní proces začíná okamžikem, kdy zákazník vstoupí do prodejny a končí jeho odchodem.

Zahrnuje tyto fáze:

- přivítání zákazníka,
- zjištění přání zákazníka,
- předložení a předvedení zboží zákazníkovi,
- odborná rada zákazníkovi při výběru zboží, příp.doplňková nabídka,
- úprava zboží,
- vyúčtování zboží,
- placení zboží,
- balení zboží,
- výdej zboží,
- rozloučení se zákazníkem.

1.5.3.1 Fáze prodejního procesu

Přivítání zákazníka

První dojem, který udělá prostředí prodejny na zákazníka, je většinou **rozhodující**. Vedle prostředí prodejny a upraveného zevnějšku prodavačů je důležité i jednání se zákazníkem při prodeji zboží.

Úvodem obsluhy musí být **přívětivé uvítání** zákazníka při vstupu do prodejny. Pozdrav musí být **zdvořilý, přirozený a nevtíravý, pronesený klidně a zřetelně**. Pokud je zákazník častým kupujícím a je prodavačům osobně znám, je vhodné připojit k pozdravu příjmení, popř. příslušný titul. Správné oslovení je: *pane, paní, slečno*.

Volba pozdravu závisí na různých okolnostech. Nejčastěji zdravíme: *Dobrý den, Dobré jitro* apod. Když zákazníka zdravíme, **díváme se přímo na něho**. Při velkém provozu postačí, když kupujícího přivítáme **úsměvem a úklonem hlavy**. Není-li ani toto možné, pozdravíme zákazníka dříve, než ho začneme obsluhovat (zákazníka nezdravíme pouze v takových případech, kdy stojíme právě na žebříku apod.).

Přivítání zákazníka je důležité ve všech způsobech prodeje, tedy i při prodeji se samoobsluhou, volným výběrem apod.

Na pozdravu velmi mnoho záleží, neboť doplňuje první dojem, který získal zákazník při vstupu do prodejny. **Pozdrav je nedílnou součástí odborné a kulturní obsluhy.**

Zjištění přání zákazníka

Po uvítání nastává další důležitá fáze prodeje **zjištění přání zákazníka**.

Abychom mohli zjistit přání zákazníka, je třeba mu umožnit **prohlídku zboží**. Nejlepších výsledků v prodeji dosahují ty prodejny, kde zákazník **má možnost prohlédnout** si co nejširší sortiment, jako je tomu v prodejnách se samoobsluhou a v prodejnách s volným výběrem. V těchto prodejnách se přání běžně nezjišťuje.

V prodejnách s obsluhou nesmíme čekat, až se na nás kupující obrátí s dotazem, ale musíme **sami oslovit zákazníka** a zjistit jeho přání.

Příklad :

Přání zákazníka	Otázka prodáváče
<i>Prosím papírové ubrousky.</i>	<i>Tyto barevné ?</i>
<i>Potřebuji nakládané okurky.</i>	<i>Velkou sklenici ?</i>
<i>Vezmu si nějaký pulovr k hnědé sukni.</i>	<i>Tento béžový pulovr v módním střihu se vám líbí ?</i>

❖ *Podle naznačeného vzoru uveďte další příklady. Napište je do sešitu.*

Předvedení a předložení zboží zákazníkovi

Důležitou částí odborné a kulturní obsluhy je **předkládání** nebo **předvádění zboží a pomoc při výběru**.

Tato část obsluhy se má uskutečňovat při všech technikách prodeje, i když v prodejnách se samoobsluhou a s volným výběrem si zákazníci vybírají zboží především sami. Při výběru zboží mají prodáváči uplatnit své **odborné znalosti**. Jakmile z rozhovoru se zákazníkem zjistí, o jaký druh zboží má zákazník asi zájem, ihned mu jej předloží nebo předvedou.

Zboží se má předkládat nebo předvádět **takovým způsobem**, abychom na zákazníka **zapůsobili co nejlépe**. Způsob, jakým zboží předložíme, často rozhoduje, zda zákazník zboží koupí. Zkušený prodáváč předkládá nebo **předvádí zboží s největší pečlivostí**, protože zákazníci sledují, jak prodáváč se zbožím zachází, a podle toho posuzují kvalitu a cenu zboží.

Odborná rada zákazníkovi při výběru zboží

Není obtížné prodat zákazníkovi nějaké zboží, ale je obtížné prodat mu takové zboží, s kterým bude opravdu spokojen.

Prodavač musí být také dobrým odborným poradcem. Rada prodavače má pomoci urychlit zákazníkovi rozhodnutí o koupi zboží, které bude nejlépe odpovídat jeho potřebám.

Bez znalostí zboží nemůže prodavač dobře radit zákazníkům ani dobře prodávat. Rada kupujícím musí **být pravdivá, stručná, přesná** a má-li být účinná, musí být i promyšlená. Je pozdě až při prodeji improvizovat slovní doprovod, který nevyzní přesvědčivě a může se v něm zapomenout na některé důležité vlastnosti nabízeného zboží.

Abychom podávali o zboží správné informace, musíme si ujasnit vlastnosti zboží, které činí zboží prodejným a které odpovídají **kupním důvodům** spotřebitelů. Hlavními důvody, pro které spotřebitelé nakupují, jsou **nutnost a přání**.

Dobrý prodavač musí **znát ty vlastnosti prodávaného zboží**, které bude zákazníkům při prodeji zdůrazňovat.

Úprava zboží

Prodejny poskytují zákazníkům některé bezplatné úpravy zakoupeného zboží. V potravinářském obchodě je to např. **umletí kávy, v prodejnách masa nakrájení nebo nasekání masa**, v prodejnách klobouků nažehlení apod. Všechny tyto úpravy se provádějí **bezplatně** a jsou dobrým prostředkem k **získání důvěry zákazníků**. Dobrý prodavač by neměl čekat, až bude o tyto služby požádán, ale měl by je vhodným způsobem zákazníkovi sám nabídnout.

Některé úpravy, třeba zkracování kalhot, rukávů apod. nejsou bezplatné, ale zákazník bude velmi rád, když tuto **službu prodejna zprostředkuje**.

Veškeré úpravy zboží bezplatné i placené rád zákazník přijímá, je-li správně informován, že tyto úpravy velmi napomohou k lepšímu využití hodnot zboží.

Vyúčtování zboží

Důležitou fází techniky prodeje je účtování zboží. Účtujeme **přímo před kupujícím**, aby mohl současně kontrolovat kolik za jednotlivé zboží účtujeme. Ceny i další údaje musí být psány čitelně a řádně pod sebe. Při prodeji více druhů píšeme na účtenku cenu hned, jak se zákazník pro zboží rozhodne. Než začneme položku sčítat, **zkontrolujeme počet kusů zboží s počtem napsaných položek**. Překontrolujeme **správnost součtu a zřetelně řekneme výslednou částku**. U některých druhů nepotravinářského zboží nahrazují prodejní doklad cenovky na zboží (např. visačky na konfekci).

Na dokladu o prodeji musí být uveden druh, množství a cena zboží (příp. DPH), razítko prodejny, čitelný podpis prodávajícího a datum. Nahrazuje-li stvrzenka při prodeji nepotravinářského zboží záruční list, vyznačujeme ještě výrobní nebo evidenční číslo výrobku.

Povinností pracovníků prodejen je **vydat zákazníkovi** na jeho žádost **doklad o nákupu** a ceně zboží.

V prodejnách, v nichž jsou kontrolní pokladny, musí být zákazníkovi na každý nákup vydán **doklad tištěný kontrolní pokladnou**.

Veškeré vystavené zboží musí být řádně označeno **cenovkami** se stanovenými maloobchodními cenami za jednotku a jakostní třídu.

Předražování zboží je trestné.

Placení zboží

Péče o zákazníka a ochotné jednání nekončí vyúčtováním zboží. Zákazníkovi **poděkujeme a upozorníme ho, kde zboží zaplatí a kde mu bude vydáno nebo kdy mu bude dodáno**.

Způsob placení a výdej zboží je závislý na sortimentu prodávaného zboží, na velikosti prodejny a formě prodeje.

Příjmem peněz je pověřován jen určitý **pracovník (pokladní)**, který odpovídá za to, že evidenčně zjištěná tržba souhlasí s hotovostí v pokladně. Je však i přípustná současná obsluha pokladny všemi pracovníky, kteří mají hmotnou odpovědnost. Kontrolní pokladna musí být **umístěna na vhodném, přístupném a viditelném místě**.

Pokladní nebo inkasující prodavač musí i při placení jednat se zákazníky **vůdně a ochotně**. Mimořádnou péči má věnovat např. **obsluze dětí**. Pomůže jim uložit zboží a do peněženky vedle pokladního dokladu přiloží lísteček, na němž napíše, jakou bankovku dítě mělo a kolik mu bylo vráceno.

Koná-li pokladní činnost, která přímo nesouvisí s obsluhou zákazníků, musí ji přerušit a přijmout peníze. V pokladně musíme mít **dostatek drobných**, nemáme-li je, velmi zdvořile požádáme o drobné.

Při **inkasu peněz** postupuje pokladní takto:

- a) převezme peníze a prodejní doklad,
- b) položí přijaté peníze na pokladnu tak, aby se nepomíchaly s hotovostí v pokladně,
- c) zaregistruje příslušnou částku,
- d) vydá zákazníkovi potvrzený prodejní doklad, popř. mu vrátí přesně drobné,
- e) když vrátí zákazníkovi drobné, vloží přijatou částku do pokladny a uzavře ji.

Dodržením tohoto postupu se vyvaruje případnému **sporu o výši** peněžní částky přijaté od zákazníka. Pokladní musí **pracovat klidně, rychle a přesně**.

Balení zboží

Důležitou část prodejního procesu tvoří **balení zboží**. V některých prodejnách se zboží balí u výdejního pultu nebo u pokladní přepážky, kde se také kontroluje množství a účtované ceny.

Zboží musí být zabaleno **rychle, pečlivě, úhledně a pevně**. **Nedostatečně balené zboží snižuje kvalitu** sebelepší a sebe zdvořilejší **obsluhy**. Při balení nesmíme zboží zaměnit nebo poškodit. Zboží skleněné, porcelánové apod. ukážeme spotřebiteli, aby se přesvědčil, že je neporušené, a pak je zabalíme.

Jsme **povinni zabalit** všechno vážené **zboží**, metrové a kusové zboží.

S obalovým materiálem **musíme pečlivě hospodařit** a dbát, aby se použilo vždy nejvhodnějšího obalu. Velmi pozorně je třeba **balit potravinářské zboží**, které obsahuje velké množství tuku, nebo vody a nesmí být proto baleno do obyčejného papíru. Vhodným hygienickým obalem na takové zboží je mikrotén, pergamenový papír nebo pergamenová náhražka.

Veškerý **balicí materiál připravujeme před zahájením prodeje** na nejvhodnější místo. Při úpravě na menší formáty řežeme papír vždy směrem od sebe.

Výdej zboží zákazníkovi

Po zabalení předáme zaplacené zboží zákazníkovi. Ve větších prodejnách bývá výdej organizován u **výdejního pultu**, který může být spojen s pokladní přepážkou. V menších prodejnách vydává zboží sám prodávající, který zaznamenává každý druh příslušnou částkou na pokladnu. Zákazník si smí brát zboží až po zaplacení.

Výdej zboží má navazovat na pokladní přepážku, aby zákazníci nebyli zbytečně zdržováni. Výdejce zboží si vyžádá od zákazníka pokladní doklad, **zkontroluje množství, jakost i cenu**. Zjistí-li nedostatky, např. v jakosti zboží,

chybné účtování, špatnou míru nebo váhu, postará se o nápravu. Se zbožím zachází šetrně.

Péče o zákazníka se může projevit také tím, že pracovník ve výdeji upozorní, jak se má koupené zboží správně používat a ošetřovat.



Rozloučení se zákazníkem

S každým zákazníkem je nutné se zdvořile rozloučit. Musíme být stejně zdvořilí i k tomu zákazníkovi, který v naší prodejně nenakoupil. Rozloučíme-li se i s tímto zákazníkem **zdvořile, určitě nás navštíví později znovu** a nakoupí zde. Musíme se snažit, aby každý kupující odcházel z naší prodejny s pevným úmyslem, **že nás opět navštíví** a že naši prodejnu doporučí známým.

Při této poslední fázi prodeje můžeme zákazníka **upozornit také na novinky**, které dostaneme a o které by mohl mít zájem. Stejně tak ho můžeme seznámit se službami, které naše prodejna nebo podnik poskytuje, upozornit na různé akce, jako jsou výstavky, ochutnávky, přehlídky, předvádění apod.

Získáme-li **důvěru zákazníků**, je pravděpodobné, že naší prodejnu příště opět navštíví.

1.5.4 Technika prodeje při prodeji volným výběrem

Při prodeji volným výběrem platí všechny již uvedené zásady o správné obsluze a o zdvořilém jednání se zákazníky. Prodavač zde spíše plní funkci **informátora, vysvětluje vlastnosti, použití i výhody** vystaveného zboží, zejména když zákazník o ně projeví zájem.

Pokud zákazník dá najevo, že si chce zboží vybrat nebo prohlédnou sám, bez pomoci prodavače, nesmí prodavač reagovat nevhodným způsobem. Prodavač však může obsluhovat současně několik zákazníků, zejména při poskytování informací nebo při předvádění zboží.

Jakmile se **zákazník** za pomoci prodavače **rozhodne pro určitý druh zboží, postupuje prodavač obdobně jako prodavač v prodejně s obsluhou**. Vybrané zboží balí, účtuje, vydává apod.

1.5.5 Technika prodeje v prodejnách se samoobsluhou

V prodejnách se samoobsluhou je **osobní kontakt** mezi prodávajícím a zákazníky **omezen**.

Všichni pracovníci v prodejně mají mít předpoklady **k podávání informací**, které mohou poskytovat při běžné práci v prodejně, jako je doplňování, vystavování zboží, apod. Svědomitý pracovník si má všimnout zákazníka, který vyžaduje informace, přerušit konanou práci a ochotně mu pomoci při výběru zboží.

Starším a nemocným osobám je vhodné pomoci při vybírání zboží. Někdy potřebují při nákupu pomoc také **děti**, které nemohou dosáhnout na výše vystavené zboží.

Stane-li se, že zákazník při výběru zboží rozbije láhev s nápojem nebo jiné zboží ve skleněném obalu, **uklidí prodavači** takto rozbité zboží sami; **uklízet nikdy nenecháme zákazníka**, ale taktně ho doprovodíme k pokladně, kde zaplatí způsobenou škodu.

K dobré obsluze patří i zde všechny zásady zdvořilého jednání a nesmějí tedy chybět v našem hovoru slůvka *prosím, děkuji* a pozdrav *na shledanou* při odchodu zákazníka z prodejny.

❖ *Podle zahraničních údajů odchází z prodejen následující procento nespokojených zákazníků z několika příčin:*

33 % - lhostejnost prodavačů

21 % - základní chyby při obsluze

11 % - příliš dlouhé čekání

10 % - nedostatečné informace o zboží

8 % - nezdvořilost prodavačů

17% - ostatní důvody (nedostatečný výběr zboží, vysoké ceny...)

Spočítejte, kolik procent nespokojených zákazníků odchází vinou prodavačů. Rozeberte jednotlivé příčiny jejich nespokojenosti. Domníváte se, že u nás jsou prodavači lepší nebo horší?

❖ *S jakými nedostatky v chování prodávajících jste se setkali jako zákazníci. Jak budete řešit tyto situace vy jako prodavači ?*

1.6 Práce s kontrolními pokladnami

Práce pokladních je jednou z nejdůležitějších a nejzodpovědnějších prací v prodejnách. Na jejich výkonu, hbitosti a přesnosti závisí **přednosti nákupu** v prodejnách se samoobsluhou, volným výběrem apod.

Význam této činnosti je zdůrazněn také tím, že pokladní přepážka je u některých forem prodeje (např. samoobsluha) často **jediným místem**, kde se zákazníci dostávají s pracovníky prodejny **do osobního kontaktu**.

Kontrolní pokladny jsou důležitým **nástrojem při kontrole** správnosti zúčtování přijatých hotovostí, při úschově a vykazování přijatých tržeb. Kromě toho také zajišťují poctivost prodavačů ve styku se spotřebiteli. Kontrolní pokladny jsou technickým zařízením, které přináší výhody:

a) **zákazníkům** tím, že :

- **zrychlují a usnadňují obsluhu,**
- **viditelně označují účtované částky** v kontrolních okénkách (tzv. indikátorech) na horní straně pokladního přístroje tak, že je může sledovat jak zákazník, tak i obsluhující. Na indikátoru se podle okolností a podle druhu konstrukce kontrolní pokladny mohou označovat údaje o výši účtované částky, názvu zboží, popř. i jiné údaje. Zákazník může přehledně sledovat účtované částky. Podobně i vedoucí prodejny může účinně kontrolovat práci prodavačů, kteří jsou pověřeni inkasovat peníze,
- **vydávají tištěný doklad** o příjmu peněz buď formou šeku (samostatné potvrzenky o zaplacení), nebo potiskem paragonu. Na těchto dokladech vytisknou datum, pořadové číslo, zaplacenou částku, číslo a adresu prodejny, popř. i ostatní údaje o prodeji. Uvedený doklad má důležitý význam zejména při reklamacích,

- **registrují všechny uvedené údaje** na kontrolní pásce. Na kontrolní pásku se zaznamenávají všechny přijímané a registrované částky. Kontrolní páska se tak stává dokladem o příjmu peněz od zákazníků v prodejnách,
- **sčítají registrované částky** počítadly. Podle typu a konstrukce mají kontrolní pokladny až několik počítadel. Do hlavního počítadla se započítává každá registrovaná částka. Toto počítadlo je během pracovní doby uzavřeno (pracovníci nemají mít během pracovní doby k těmto počítadlům přístup). Dílčí počítadla sčítají obvykle počet zákazníků odbavených jednotlivými prodavači, jednotlivými odděleními, apod.,
- **zvyšují kulturnost obsluhy,**

b) *prodejně* tím, že :

- **vykonávají různé registrační a kontrolní činnosti.** Registrují, anulují počítadla, otvírají zásuvky a zaznamenávají výkon těchto úkonů na příslušných počítadlech pomocí příslušných klíčů,
- **umožňují uschovat peníze v zásuvkách při prodeji,**
- **zajišťuje evidenci přijatých částek,**
- **okamžitě odepisuje prodané zboží ze skladové**
- **evidence,**
- **provádí archivaci účtenek,**
- **zajišťuje ochranu majetku,**
- **pomáhá ke zvyšování obrátu a to vhodnou**
- **organizací práce pokladních.**

Od dobré pokladní se **očekává**, že :

- a) má základní **přehled o prodávaném zboží**, jeho **jakostí** a způsobech jeho **balení**,
- b) **zná výborně ceny** prodávaného zboží,
- c) umí velmi **hbitě registrovat** nakoupené zboží,

- d) že se dobře **vyzná v obsluze pokladny** a její běžné údržby,
- e) zná formy vhodného **jednání se zákazníky**.

1.6.1 Příprava pokladny k provozu a zahájení směny v pokladně

Kontrolní pokladna se instaluje na pokladním stanovišti tak, aby zákazník dobře viděl na indikátor účtovaných částek a tržby. Stanoviště musí být vybaveno možností přivolat v případě potřeby vedoucího prodejny (signalizační zařízení). Na stanovišti pokladny je zvláště nutné **dodržovat předpisy o bezpečnosti práce s elektrickými spotřebiči**. Pokladní na pokladním stanovišti nesmí mít u sebe žádné soukromé nebo jiné peníze, kromě počáteční hotovosti a inkasované tržby.

Abychom dobře zvládli přípravu pokladny k provozu je nutné osvojit si tyto návyky a dovednosti:

1. prohlídku **zevní neporušenosti** pokladny,
2. kontrola **čtecího zařízení** čárkového kódu,
3. založení **kontrolní a šekové pásky**,
4. **nastavení** data a ostatních parametrů,
5. **převzetí** pokladního zůstatku,
6. **otevření výkazu** pokladní pro novou směnu.

Prohlídka zevní neporušenosti pokladny je založena na kontrole :

- a) přívodu proudu a zásuvky,
- b) snímače čárkového kódu,
- c) nastavovacího pole pokladny s indikátory,
- d) signalizačního zařízení,
- e) mechanických částí pro zavádění pásek,
- f) zásuvkové skříně a vyjímatelné vložky.

Pokladnu nejdříve **uvedeme do chodu** tímto způsobem:

- zapnutím přívodní elektrické šňůry do zásuvky,
- zapnutím síťového vypínače,
- zasunutím příslušného pokladního klíče.

Podle typu pokladny můžeme rozeznávat až **tři druhy pokladních klíčů**:

- a) klíč manipulační – tento klíč vlastní pokladní a je určen pro běžný provozní režim,
- b) klíč zjišťovací – je klíčem vedoucího a je určen pro vyvolání stavu počítačů, pamětí, popř. programování,
- c) klíč nulovací – je určen k vynulování stavu počítačů, pamětí, popř. programů.

Před zavedením kontrolní pásky zapíše pokladní na její začátek číslo pokladny, datum a hodinu započetí práce a společně s vedoucím směny ji podepíše.

Při zavádění kontrolní pásky postupujeme takto:

Vyjmeme navíjecí cívku. Do prostoru pro uložení kontrolní pásky vložíme kotouč pásky. Páčku pro uvolnění posunu pásky posuneme ve směru vyznačené šipky a zavedeme začátek pásky do štěrbiny pro posun kontrolní pásky. Pásku zasuneme na doraz. Páčku uvolníme. Při vloženém manipulačním klíči opakovaným zmáčknutím klávesy pro posun pásky vysuneme z vedení 250 – 300 mm pásky. Její konec upevníme do navíjecí cívky, kterou vložíme do ložisek úložného prostoru pro kontrolní pásku. Několikerým zmáčknutím tlačítka posuvu pásky ji napneme (viz obr.č.).

Při zavedení šekové pásky kotouč pásky vložíme do prostoru pro šekovou pásku. Postupujeme dále obdobným způsobem jako u zavedení kontrolní pásky s tím rozdílem, že po vyvedení šekové pásky z vedení je manipulace s páskou ukončena.

Provedení nastavení data a ostatních parametrů pokladny je různé podle typu a druhu pokladny. Většinou se provádí přímo na nastavovacím poli pokladny pomocí příslušných kláves **uvedených v návodu** pro obsluhu pokladny.

Při zahájení směny v pokladně převezme pokladní od vedoucího prodejny nebo směny peněžní částku, kterou nazýváme **pokladním zůstatkem**. Tato částka jí slouží k tomu, aby měla dostatek peněz na vrácení prvním zákazníkům, které obslouží. **Otevření výkazu pokladní pro novou směnu** a zahájení směny je závěrečnou fází přípravy pokladny k provozu.

Po převzetí pokladního zůstatku, který pokladní přepočítá, jeho výši společně se stavem počítačů a ostatními předepsanými údaji zapíše do pokladního výkazu.

Vedoucímu prodejny nebo směny nahlásí, že je **připravena zahájit směnu**.

1.6.2 Provoz kontrolní pokladny během směny

Od převzetí směny **odpovídá pokladní** za technickou i účetní správnost prací na pokladně. V případě potřeby nebo nouze přivolá vedoucího pomocí signalizačního zařízení.

Činnost pokladních je rozdělena na **další úkony**, které jsou závislé i na typu pokladní přepážky. Přepážky s **běžícími pásy** některé úkony urychlí a usnadní.

Dílčí pracovní úkony pokladní:

- a) **odebírá** jednotlivé druhy zboží z příjmového pásu, **snímá** informace čárového kódu na čtecím zařízení a **odkládá je** vlevo buď na odkládací desku nebo na další výdejový běžící pás;

- b) po sejmutí a zaregistrování všech položek nákupu stiskne pokladní součtové tlačítko. Zjistí celkovou **konečnou částku** nákupu, zřetelně ji sdělí zákazníkovi, vydá pokladní blok a **přijme peníze**;
- c) v případě potřeby a v rámci možností, **pomáhá zákazníkovi** s urovnáním zboží;
- d) tam, kde se používají nákupní **košíky**, je po odebrání zboží zákazníkem, **odloží** na místo vyhrazené u pokladní přepážky;
- e) **poděkuje** za nákup a se zákazníkem se **přívětivě rozloučí**.

Pokladní smí přijímat **jen částky předem zaregistrované**; bez vyzvání předává prodejní doklady zákazníkovi. Opravovat nebo doplňovat prodejní doklad je zakázáno. Dovoleno je pouze od dokladu odečíst hodnotu vrácených finančně účtovaných obalů.

Prodejní doklady **chybně vystavené**, nebo zákazníkem neproplacené, nezřetelné apod. **označí pokladní červeně slovem** storno a uvědomí o tom ihned přivolaného vedoucího, který doklad šifruje a uvede důvod storna. Do konce směny pokladní uschovává stornované doklady v pokladně a pak se archivují spolu s kontorní páskou.

Pokladní během směny smí z pokladny **vydat hotovost** pouze :

- zákazníkům za vykoupené obaly (podle systému na prodejně),
- zákazníkům za uznané reklamace,
- vedoucím na základě potvrzení o převzetí hotovosti (postupně odebíraná tržba během směny).

V pokladně je během směny dovoleno uschovávat pouze peníze z počáteční hotovosti a z přijatých tržeb. Všechny peníze na stanovišti smějí být ukládány jen v peněžní zásuvce pokladny. Veškeré **peníze na stanovišti kontrolní pokladny jsou majetkem firmy** a jejich část, přesahující zjištěnou tržbu ve výkaze kontrolní pokladny je přebytkem a počítá se do příjmu.

Pokladní **sleduje během směny** posun kontorní i šekové pásky. Po vyčerpání kotouče přeruší práci a kotouč vymění. Kontrolní páska směny, složená takto ze dvou dílů, se po ukončení slepí tak, aby běžná čísla na sebe navazovala.

Práci pokladní během směny systematicky **kontroluje vedoucí prodejny** (směny). Manipulace s penězi při kontrole se provádí jen za přítomnosti vedoucího prodejny (směny).

Pracovníci prodejny platí své **vlastní nákupy jiné pokladní**. Je-li v provozu jen jediná pokladna, platí její pokladní své nákupy za přítomnosti vedoucího. Všechny nákupy zaměstnanců musí být denně zaplacený před uzávěrkou poslední pokladny.

1.6.3 Uzávěrka pokladny

Uzávěrka kontrolní pokladny se provede:

- při ukončení směny,
- při předání pokladny jiné pokladní,
- při kontrole pokladny.

Nedoporučuje se ukončit pracovní směnu bez uzávěrky některé pokladny.

Při **provádění uzávěrky** postupujeme takto:

- vedoucí prodejny (směny) uloží pokladní **provést uzávěrku**, předá jí výkaz kontorní pokladny a podle situace **převéde obsluhu** zákazníkovi **na jinou pokladnu**. Výpočty a zápisy se provádějí přímo do čístopisu výkazu;
- pokladní **uspořádá doklady, peníze** a do výkazu postupně zapíše hodnotu stornovaných prodejních dokladů, hodnotu vykupovaných láhví (obalů), hodnotu dokladů za případná drobná vydání, zjištěnou konečnou hotovost;
- vedoucí prodejny (směny) **překontroluje správnost zápisů** pokladní, případné opravy čitelně provede (neporuší původní zápis) a podepíše spolu s pokladní. Pak s pokladní zničí šeky výkupní pokladny na obaly;

- vedoucí **převezme hotovost a zjistí tržbu;**
- pokladní **se přesvědčí** o správnosti zjištěné tržby, vlastnoručně ji **zapíše** do výkazu kontrolní pokladny a zjistí pokladní rozdíly.

„**Minusový**“ **rozdíl vedoucí ihned inkasuje**, červeně u částky schodku poznačí inkaso a částku červeně škrtně. Zdráhá-li se pokladní schodek uhradit, **sečtou se ručně** všechny nákupy uvedené na kontrolní pásce a výsledek součtu se považuje za konečný.

Vedoucí i pokladní svými podpisy na výkazu kontrolní pokladny **potvrdí správnost** záznamu uzávěrky a správné převzetí hotovosti.

Pokladní vyjme kontrolní pásku a oddělí část se záznamem o pokladním provozu za směnu. Na konci pásky napíše číslo, kontrolní pokladny, datum a hodinu ukončení směny a s vedoucím ji podepíše. Předává ji vedoucímu prodejny k úschově. Ponechá zásuvku pokladny otevřenou a předá vedoucímu manipulační klíč.

Pokladní jsou **posledními pracovníky**, s nimiž při svém nákupu přichází zákazník do styku. **Vzhled** pokladní musí být proto **v naprostém pořádku**. Na vzhledu a jednání pokladní závisí **konečný dojem zákazníka** v prodejně.

Pokladní musí za všech okolností **pracovat klidně, ale dostatečně rychle a přesně**. Musí pečovat o **bezvadnou čistotu** pokladní přepážky. Odkládací plochu nebo pás utírá nejméně dvakrát za hodinu vlhkou houbou.

Pokladní v prodejnách by měli patřit mezi **nejschopnější pracovníky** prodejny, protože na jejich práci a jejich osobních vlastnostech je do značné míry závislá spokojenost zákazníků a z toho vyplývající i **dobré jméno a úspěšnost obchodní firmy**.

2. PÍSEMNOSTI SPOJENÉ S OBCHODNÍMI OPERACEMÍ

Zákazníci mají podle zákona nárok na řádné **vyúčtování svého nákupu**. Doklady o nákupu a ceně zboží musí **obsahovat předepsané náležitosti**, závazné pro jednotlivé druhy dokladů. Jejich **význam je** především v tom že :

- umožňují zákazníkovi **reklamovat** zakoupené vadné **zboží**,
- zaručují **správnost početní** stránky obsluhy,
- zajišťují do určité míry **poctivost při prodeji**,
- zvyšují **úroveň obsluhy**.

2.1 Pokladní stvrzenky

V prodejnách se můžeme setkat s různými druhy pokladních stvrzenek. Mezi nejpoužívanější řadíme : pokladní blok, účtenku, paragon a visačku.

Formát i předtisk bývají odlišné. Mají však vždy obsahovat:

- a) označení prodejny s adresou,
- b) číslo dokladu a značku prodavače,
- c) množství a druh zboží,
- d) cenu za jednotku a za celé množství jednotlivých druhů zboží,
- e) konečný součet všech položek,
- f) datum prodeje (důležité při reklamaci)

Pokladní stvrženka slouží zákazníkovi jako **doklad o zaplacení zboží**.

Pokladní blok z kontrolní pokladny v prodejně se samoobsluhou je možno považovat za pokladní stvrženku, nikoli však za účetní doklad (nemá předepsané náležitosti).

Účtenka může být :

- a) **jednoduchá** - která obsahuje datum prodeje, cenu za jednotlivý druh zboží, konečný součet, razítko prodeje a značku prodavače,
- b) **rozepsaná** – jejíž součástí je datum prodeje, množství, cena za jednotku, cena za celé množství jednotlivého druhu, konečný součet, razítko prodejny a značku prodavače,
- c) **úplná** – která zahrnuje datum prodeje, množství a název zboží, cenu za jednotku, cenu za celé množství jednotlivého druhu, konečný součet, razítko prodejny, značku prodavače a číslo dokladu.

Paragon dvojitý – obsahuje datum prodeje, razítko prodejny, název zboží, množství, cenu za jednotku, konečný součet a značku prodavače.

Visačka dvojdílná (při placení konfekce) – obsahuje :

- **první díl** – název výrobce, velikost, katalogové číslo, cenu, jakost, rok výroby, dílnu, číslo normy a materiál,
- **druhý díl** – informační cenu včetně obalu, číslo prodávajícího, číslo bloku, razítko prodejny, datum prodeje, popř. popis a složení materiálu (např. VL/BA).
- **Dodací list** – obsahuje název a číslo dokladu, razítko prodejny, datum prodeje, množství a název zboží, cenu za jednotku, cenu za celé množství jednotlivého druhu zboží, konečný součet a podpis prodavače.



5116 Datart Elektro, Praha - Zličín, Avion
Skandinávská 23
15500 Praha

Teĭ.: +420 225991000 Po-Ne 09:00-21:00
Email: prahaavion@datart.cz
Provozovna: 1351 Pokladna: C5PRG2NT628

HP TRONIC Zlín, spol. s r.o.
Kútiky 637, 76001 Zlín
IČO: 49973053, DIČ: CZ49973053
C. 13723, Krajský soud v Brně

Zákazník:

Doklad číslo: 3516907194
Datum uskutečnění zdaň. plnění: 30.1.2019
Datum a čas vzniku tržby: 30.01.2019 9:24:20
EET - běžný režim

1 Varná konvice Gallet BOU7000		-1 - PRODEJNA
Livarot		
DPH 21 %	995,49 1,00Kus	995,49 CZK
RP	3,51	3,51 CZK

Zaokrouhlení 0,00 CZK
Celkem k úhradě 999,00 CZK

	Var. symbol		
1Karty CZK	3516907194	974,00	CZK
1IBOD CZK	284534	25,00	CZK
DPH %	Bez DPH	DPH	Celkem
21	825,62	173,38	999,00



Vztahuje-li se na výrobek recyklační poplatek je součástí
prodejní ceny, pokud není vyčíslen samostatně.
Doklad uschovejte pro případnou reklamaci.
Záleží nám na Vás. Proto Vám garantujeme tu nejlepší
obsluhu.

Děkujeme Vám za nákup a pěkný den
přeje Váš prodejce:

FIK: ed280c21-fd1c-49ff-af43-1c982807cBeb-06
BKP: C2D951D2-B3D21608-DAADDE25-DC9F6B64-8D49A747



2.2 Faktura zákazníka

V prodejnách, ve kterých tržby za jednotlivé nákupy dosahují poměrně vysoké částky, se nepoužívá pokladní stvrzenka, ale **faktura** se všemi náležitostmi. Běžně se vystavuje při prodeji nábytku, dopravních prostředků, televizorů apod.

2.3 Záruční list

Záruční list **provází některé druhy nepotravinářského zboží**. Prodejna jej doplní razítkem, podpisem a datem prodeje. Takto doplněný záruční list předá zákazníkovi zároveň s pokladní stvrzenkou nebo fakturou a upozorní jej na délku záruční doby a na postup při eventuální závadě.

ZÁRUČNÍ LIST**ZÁRUČNÍ PODMÍNKY**

Na výrobek uvedený v tomto záručním listu je poskytována záruka po dobu dvacet čtyř měsíců od data prodeje spotřebiteli.

Záruka se vztahuje na poruchy a závady, které v průběhu záruční doby vznikly chybou výroby nebo vadou použitých materiálů.

Výrobek je možno reklamovat u prodejce, který výrobek prodal spotřebiteli nebo v autorizovaném servisu.

Při reklamaci je nutné předložit: reklamovaný výrobek, originální nákupní doklad, ve kterém je zřetelně uveden typ výrobku a jeho datum prodeje spotřebiteli, případně tento řádně vyplněný záruční list. Záruka platí pouze tehdy, je-li výrobek používán podle návodu k obsluze a připojen na správné síťové napětí.

Spotřebitel ztrácí nárok na záruční opravu nebo bezplatný servis v případě:

- zásahu do přístroje neoprávněnou osobou.
- nesprávné nebo neodborné montáže výrobku.
- poškození přístroje vlivem živelné pohromy.
- používání výrobku pro jiné účely, než je obvyklé.
- používání výrobku k profesionální či jiné výdělečné činnosti.
- používání výrobku s jiným než doporučeným příslušenstvím.
- nesprávné údržby výrobku.
- nepravidelného čištění výrobků zejména v případě, kdy je závada způsobena zbytky potravin, vlasů, domovního prachu nebo jiných nečistot.
- vystavení výrobku nepříznivému vnějšímu vlivu, zejména vniknutím cizích předmětů nebo tekutin (včetně elektrolytu z baterií) dovnitř.
- mechanického poškození výrobku způsobeného nesprávným používáním výrobku nebo jeho pádem.

Pokud zboží při uplatňování vady ze strany spotřebitele bude zasíláno poštou nebo přepravní službou, musí být zabaleno v obalu vhodném pro přepravu tak, aby se zabránilo poškození výrobku přepravou.

Aktuální seznam servisních středisek naleznete na: www.eta.cz

Případné další dotazy zasílejte na info@eta.cz, nebo volejte +420 545 120 545.

Veškeré náležitosti uvedené v tomto záručním listu platí pouze pro výrobky nakoupené a reklamované na území České Republiky.

Typ výrobku:	
Datum prodeje:	Výrobní číslo:
Razítko a podpis prodávajícího:	

3. OCHRANA SPOTŘEBLITELE

3.1 Právní předpisy týkající se ochrany spotřebitele

Stát chrání spotřebitele zákony, které schválil parlament. Ochrana zájmů spotřebitele je zakotvena především v :

- a) zákoně o ochraně spotřebitele

<https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pravni-predpisy-pro-ochranu-spotrebitele/zakon-c--634-1992-sb---o-ochrane-spotrebitele--ve-zneni-pozdejsich-predpisu--6842/>

- b) živnostenský zákon

<https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/pravni-predpisy/zivnostensky-zakon--166698/>

- c) občanský zákoník

<https://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/>

- d) reklamační řízení

<https://skolaspotrebitele.cz/pro-spotrebitele/reklamace-zbozi-a-sluzeb/>

3.2 Zákon o ochraně spotřebitele

Zákon o ochraně spotřebitele stanoví některé **podmínky podnikání** významné pro **ochranu spotřebitele**, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele a oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů nebo jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele.

Zákon obsahuje pět částí z čehož nejdůležitější se týká **povinnosti při prodeji** výrobků a poskytování služeb.

Z této části jsme proto vybrali **nejzávažnější paragrafy**, týkající se bezprostředně ochrany spotřebitele:

1. *Poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb*
2. *Zákaz diskriminace spotřebitele*
3. *Zákaz nabídky a prodeje nebezpečných výrobků*
4. *Zákaz klamání spotřebitele*
5. *Informační povinnosti*
6. *Další povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb*

Poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb

V návaznosti na občanský zákoník se ukládá prodávajícímu **povinnost prodávat** výrobky (poskytovat služby):

- ve správné **hmotnosti, míře** nebo **množství**,
- v předepsané nebo schválené, případně obvyklé **jakosti**
- za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a tyto ceny **řádně účtovat**.

Za tím účelem je povinen **umožnit spotřebiteli** překontrolovat si správnost výše uvedených údajů. Proto ve všech prodejních místech (stánkový prodej nevyjímaje) musí být k dispozici příslušné kontrolní zařízení (např. váhy).

Zákaz diskriminace spotřebitele

Prodávající se nesmí při prodeji chovat v rozporu s dobrými mravy; zejména nesmí žádným způsobem spotřebitele diskriminovat.

Pokud jde o "dobré mravy", lze říci, že za chování, které se přičítá dobrým mravům, se považuje takové, které je **v rozporu s obecně uznávanými zásadami**.

Pokud jde o diskriminaci spotřebitele, nová formulace ji chápe jako jeden z možných prohřešků prodávajícího proti dobrým mravům.

V tomto smyslu **prodávající nesmí** zejména :

- odmítnout prodat výrobky, které má **vystaveny např. ve výloze, na pultě, ve vitrínách atd.**, nebo jinak připraveny k prodeji,
- odmítnout poskytnutí služby, které je v jeho provozních možnostech,
- **vázat prodej** výrobků na prodej jiných výrobků.

Zákaz klamání spotřebitele

Nikdo nesmí klamat spotřebitele, zejména **uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje anebo zamlčet údaje** o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb či úrovni nákupních podmínek.

Pojmy "**záruka**", "**zaručený**", jakož i všechny další pojmy obdobného obsahu, mohou být používány **jen v případech**, kdy je **současně konkretizován obsah** a podmínky záruky.

Informační povinnosti

Zákon ukládá prodávajícímu povinnost řádně **informovat spotřebitele** o následujících skutečnostech:

- **vlastnostech** prodávaných výrobků nebo charakteru poskytovaných služeb,
- způsobu **použití** a údržby výrobku,
- **nebezpečí**, které vyplývá z **nesprávného použití** výrobku nebo jeho údržby,
- **riziku** souvisejícím s poskytovanou službou,
- rozsahu, podmínkách a **způsobu** uplatnění odpovědnosti **za vady** výrobků a služeb včetně údajů o tom, kde lze reklamaci uplatnit, a o provádění záručních oprav.

Způsob splnění informační povinnosti závisí na povaze výrobku, způsobu a době jeho užívání. Jedná-li se zejména o zboží **dlouhodobé** spotřeby a **technicky náročnější** výrobky, musí prodávající výše uvedené informace zahrnout do příloženého písemného návodu. K tomu je prodávající povinen zajistit, aby informace obsažené v **návodu** k použití byly co do formy **srozumitelné**.

Informační povinnost se týká pouze prodávajícího. Proto se **jí nemůže zprostit** poukazem na skutečnost, že mu potřebné nebo správné informace neposkytl výrobce, dovozce nebo dodavatel. Ze znění zákona je zřejmé, že i v takovém případě je prodávající **povinen zajistit srozumitelný návod k použití**.

Prodávající má povinnosti ohledně údajů, jimiž musí být výrobky označeny. Musí se uvádět **název výrobku, jakož i další údaje** potřebné pro dobrou orientaci spotřebitele o vlastnostech prodáváného výrobku. Údaje o jakosti a datu výroby se uvádějí pouze u těch výrobků, u nichž to je vhodné a účelné.

U textilních výrobků je jako pravidlo stanoveno označení též údaji o **složení materiálu**.

Potravinářské výrobky mají být označeny dvojím způsobem:

- ty, které podléhají rychlé zkáze, údajem o **datu použitelnosti**,
- ostatní údajem o datu **minimální trvanlivosti**.

Pokud jde o způsob označování tak prodávané výrobky musí být označeny **předepsanými údaji přímo viditelně a srozumitelně**.

Informace na výrobku musí být v **českém jazyce**. Fyzikální veličiny musí být vyjádřeny v měřicích jednotkách.

U informací o ceně, může prodávající použít jeden ze dvou způsobů, jak **informovat** spotřebitele o ceně výrobků či služeb:

- výrobky **zřetelně označit cenou** platnou v okamžiku nabídky,

- informaci o ceně výrobku či služeb **jinak vhodně zpřístupnit** (např. vývěsní tabulí).

Další povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb

Umožňuje-li to povaha výrobku, je prodávající povinen na žádost spotřebitele výrobek **předvést**. V případech stanovených zákonem je prodávající povinen řádně vyplnit **záruční list**. Na žádost spotřebitele je prodávající dále povinen vydat **doklad o zakoupení** výrobku nebo o poskytnutí služby, o jaký výrobek nebo o jakou službu se jedná a za jakou cenu by výrobek prodán nebo služba poskytnuta.

Při prodeji výrobku s následnou dodávkou musí doklad obsahovat místo určení a datum dodávky.

Při prodeji použitých nebo upravovaných výrobků, výrobků s vadou nebo výrobků, jejichž užité vlastnosti jsou jinak omezeny, musí být tyto skutečnosti v dokladu zřetelně vyznačeny.

Prodávající je povinen výrobky prodávat v **hygienicky nezávadných** obalech nebo je do takových obalů při prodeji zabalit, při **samoobslužném prodeji** je povinen spotřebiteli poskytnout **vhodný obalový materiál**.

Výkup láhví se realizuje za následujících podmínek:

- musí se tak dít po **celou provozní dobu**,
- výkup **nelze vázat** na nákup zboží,
- množství obalů **nesmí být** prodávajícím **omezeno**.

3.3 Živnostenský zákon

Tento zákon upravuje podmínky živnostenského podnikání a kontrolu nad jejich dodržováním. Svými ustanoveními o požadované **odborné a jiné způsobilosti** provozovat určitou činnost chrání spotřebitele.

V souvislosti s ochranou spotřebitele je možno vycházet z **povinností podnikatele** :

- podnikatel je povinen při provozování živnosti co nejúčinněji **chránit životní a pracovní prostředí**, přírodní zdroje a kulturní památky před škodlivými účinky, které mohou být jeho činností vyvolány,
- **budovat zařízení** na ochranu životního a pracovního prostředí před škodlivými účinky, které jsou nebo mohou být jeho činností vyvolány, uvádět tato zařízení do provozu společně s příslušným výrobním nebo nevýrobním zařízením a trvale zajišťovat jejich plynulý a účinný chod,
- **náklady** na opatření k odstranění škod vzniklých činností podnikatele a na opatření k tvorbě a ochraně životního a pracovního prostředí ohrožovaných jeho činností **nese podnikatel** ze svého.

3.4 Občanský zákoník

Občanský zákoník upravuje **majetkové vztahy** fyzických a právnických osob, majetkové vztahy mezi těmito osobami a státem, jakož i vztahy vyplývající z práva na ochranu osob.

Široce se uplatňuje v reklamačním řízení a ochraně zájmů spotřebitelů ve zvláštních v ustanoveních o prodeji zboží v obchodě a to v § 612 - 627 pojednávajících o **odpovědnosti za vady** prodané věci.

Z obsahu ustanovení **vyjímáme** :

- věci lze prodávat i na objednávku. Prodávající je povinen obstarat objednané zboží v **dohodnuté lhůtě** a není-li lhůta dohodnuta, ve lhůtě přiměřené okolnostem. Nestane-li se tak, objednavatel je oprávněn od smlouvy odstoupit. Odstoupením objednatele od smlouvy není dotčeno jeho právo na náhradu škody,

- prodávaná věc musí mít požadovanou jakost, množství, míru nebo hmotnost a musí být **bez vad**, zejména musí odpovídat závazným technickým normám. U potravin podléhající zkáze musí být vyznačeno datum výroby a datum nejpozdější spotřeby. Připouští-li to povaha věci, má kupující právo, aby byla věc před ním překontrolována, nebo aby její činnost mu byla předvedena,
- je-li třeba, aby při užívání věci byla zachována zvláštní pravidla, zejména řídí-li se užívání **návodem** nebo je upraveno technickou normou, je prodávající povinen kupujícího s nimi **seznámit**, ledaže jde o pravidla obecně známá. Nesplní-li prodávající tuto povinnost, je povinen nahradit kupujícímu škodu z toho vzniklou,
- věci, které **mají vady**, jež nebrání, aby mohlo být věci užíváno k určenému účelu, musí být prodávány jen za **nižší ceny**, než je obvyklá cena bezvadné věci; kupujícího je třeba upozornit, že věc má vadu a o jakou vadu jde, není-li to zřejmé již z povahy prodeje.

3.5 Reklamační řízení

I přes veškerou snahu se při prodeji někdy nepodaří dostatečně vyhovět všem přáním zákazníka. V takovém případě uplatňuje kupující své připomínky, aby dosáhl nápravu. Činí tak obyčejně formou **reklamace**.

Vyřizování reklamace patří při prodeji **k nejobtížnějším úkolům**. Reklamací proto vyřizuje **vedoucí prodejny** nebo jeho zástupce a jen tehdy, nejsou-li oba tito pracovníci přítomni, může ji vyřídit některý ze starších zkušených prodavačů.

3.5.1 Podstata a nejčastější příčiny reklamací zákazníků

Vadou zboží označujeme **skutečnost, pro kterou nemůže zboží sloužit svému účelu a funkci.**

I když příčiny reklamací mohou být rozmanité, je možno přesto určit některé opakující se nejčastější příčiny reklamací zákazníků. Problematiku příčin reklamací rozdělíme podle toho, zda se jedná o vadu **zjevnou či skrytou.**

Vady zjevné jsou rozpoznány již při rozbalení zboží a jedná se především buď o **mechanické poškození** v podobě deformací, poškození povrchu, apod., nebo **záměny** za jiný typ, velikost, barvu apod.

Vady skryté se projevují později, při používání výrobku a týkají se především **technického sortimentu** např. elektrotechnického zboží, kdy příčinou reklamace je ztráta **funkčnosti, ovladatelnosti, spolehlivosti** či jiné nezbytné užité vlastnosti, která způsobí, že výrobek je nepoužitelný ke svému účelu a funkci.

Vady zjevné se **reklamují ihned**, u vad skrytých je jejich možnost reklamace omezena **záruční lhůtou**, proto byla zákonem k 1.1.2003 rozšířena až na **24 měsíců**, což umožňuje odhalit většinu skrytých vad.

Druhy vad zboží

Formy vyřizování reklamací spotřebitelů jsou závislé na druzích vad. Vady zboží jsou **odstranitelné nebo neodstranitelné.**

Vady potravin se považují vždy za **neodstranitelné**. Vady textilního zboží, oděvů a obuvi se rovněž pokládají za neodstranitelné **kromě jednoduchých vad**, které lze odstranit bezplatnou, včasnou a řádnou opravou.

Příklad :

Opravit je možno rozpárané nebo nedošité švy, poškozené nebo chybějící zdobící materiály, chybějící nebo uvolněné knoflíky a poutka a jiné drobné nedostatky. U obuvi se jedná o vady háčků, kroužků, podpatků, ozdob, odlepených špiček podešví a podobné nepatrné závady, které lze rychle a bezplatně opravit.

U nepotravinářského zboží se pokládají za neodstranitelné takové vady, **kteřé se opakují i po opravě, nebo jde – li o větší počet vad.**

3.5.2 Předpisy pro vyřizování reklamací

Vyskytne-li se u zakoupeného zboží vada, má zákazník právo uplatnit **reklamaci.**

Vady na zboží jsou odstranitelné a neodstranitelné. **Vyřizování reklamací** u těchto vad se řídí předpisy, které vyplývají především se zákona o ochraně spotřebitele a občanského zákoníku.

Kupující má zboží **reklamovat ihned**, jakmile vadu zjistil, neboť prodejna odpovídá za vady, které má prodané zboží při převzetí. U prodeje **použitých předmětů** neodpovídá prodejna za vady vzniklé jejich použitím nebo opotřebením. U zboží prodávaného **za sníženou cenu neodpovídá za vadu**, pro niž se sleva poskytla.

Pokud nejde o výrobky, které podléhají rychle zkáze, nebo o použité předměty, **odpovídá prodejna i za vady, které se vyskytnou po převzetí výrobku v záruční lhůtě.**

Záruční lhůta bývá zpravidla 24 měsíců. U potravinářského zboží je **záruční lhůta 8 dní**, u rychle se kazícího zboží pouze **24 hodin**, při prodeji krmiv **3 týdny** a při prodeji zvířat **6 týdnů**. Je-li na zboží, jeho obalu nebo v návodě k němu připojeném uvedena lhůta, během které se musí výrobek použít (nebo spotřebovat), neskončí záruční lhůta před uplynutím uvedené lhůty.

Při prodeji některých druhů zboží, zvláště elektrotechnického nebo u zboží s dlouhodobou spotřebou může být **záruční doba delší než 24 měsíců**. Záruční doba delší než 24 měsíců se může týkat také jen některé součástky výrobku..

Záruční lhůty se počítají ode dne, kdy kupující zboží převzal, u potravinářských výrobků ode dne výroby.

U **technického zboží** (např. elektronika) je prodejna povinna při prodeji vydat kupujícímu **záruční list s vyznačením záruční lhůty**.

Při reklamaci zboží, u něhož je na první pohled zřejmé, že **vadu nemohl způsobit** kupující, prodejna:

- a) reklamované zboží **vymění za bezvadné** zboží téhož druhu,
- b) se souhlasem kupujícího **dá reklamované zboží opravit**.

V případě, že s tímto řešením **kupující nesouhlasí a danému druhu zboží již nevěří** (např. výrobek, který byl podle bodu b) nejméně třikrát opravovaný a jeho funkce je stále neuspokojivá), prodejna **převezme zboží zpět** a nabídne kupujícímu **jiný druh zboží**. Peníze vrací prodejna jen ve zcela výjimečném případě.

Jde-li o odstranitelnou vadu, má kupující právo, aby byla **bezplatně, včas a řádně odstraněna**. Při takové reklamaci je prodejna povinna nechat vadu odstranit nejpozději ve lhůtě stanovené pro služby téhož druhu. Nebyl-li výrobek dosud použit, může zákazník místo odstranění vady žádat výměnu výrobku nebo výměnu vadné součástky. Prodejna může vždy místo odstranění vady vadnou součástku vyměnit.

Koupené zboží může mít též **vadu, kterou nelze odstranit**. V tomto případě **má kupující právo na výměnu výrobku**, nebo má právo zrušit kupní smlouvu. Stejná práva patří kupujícímu, jsou-li vady sice odstranitelné, avšak kupující nemůže pro opětovný výskyt vady po opravě nebo pro větší počet vad výrobek používat.

Při koupi zboží se **záručním listem** má kupující právo reklamovat vadu v prodejně, v níž zboží koupil. Je-li však v záručním listě **uvedena organizace**, která je pověřena výrobek opravit a je v místě prodejny, nebo **v místě** pro kupujícího **blížeším**, může kupující **uplatnit právo na opravu** u organizace určené na opravu.

Jestliže v uvedených lhůtách kupující zboží **nereklamoval**, předpokládá prodejna, že nemá proti koupenému zboží **žádné oprávněné námitky**.

Není-li kupující s vyřízením reklamace **spokojen**, může **uplatit nárok** na odpovědnost za vady zboží **u soudu**, a to do 6 měsíců. Při reklamaci zboží se zárukou se prodejna řídí podmínkami uvedenými v záručním listě.

U prodejních **automatů** je povinen vyřídit reklamaci kupujícího **vedoucí firmy**, který odpovídá za provoz automatu.

3.5.3 Zásady vyřizování reklamací zákazníků

Zásady pro vyřizování reklamací určují místo pro vyřizování reklamací, stanovují způsob a lhůty pro vyřizování reklamací. Dále se určuje právo zákazníka rozhodnout se o postupu vyřízení reklamace u zboží s odstranitelnými a neodstranitelnými vadami.

Reklamaci vyřizuje většinou ta **prodejna, v které bylo zboží zakoupeno**. Při reklamaci musí **kupující předložit doklad** vystavený při nákupu zboží.

Prodávající je ovšem **povinen přijmout reklamaci** v kterékoliv provozovně, v níž je přijetí reklamace možné s ohledem na sortiment prodávaného zboží nebo poskytovaných služeb, popřípadě i v sídle nebo místě podnikání.

V provozovně **musí být přítomen** po celou provozní dobu pracovník pověřený vyřizovat reklamace.

Prodávající nebo jím pověřený pracovník rozhodne o reklamaci **ihned**, ve složitých případech **do tří pracovních dnů**. Do této lhůty se nezapočítává doba přiměřená podle druhu výrobku či služby potřebná k odbornému posouzení vady.

Reklamace včetně odstranění vady musí být vyřízena bez zbytečného odkladu, **nejpozději do 30 dnů** od dne uplatnění reklamace, pokud se prodávající nedohodne se spotřebitelem na delší lhůtě. Po uplynutí této lhůty má spotřebitel stejná práva, jako by se jednalo **o vadu**, kterou **nelze odstranit**.

Při prodeji nebo poskytování služeb **mimo** ohlášenou provozovnu je prodávající povinen i k ostatním informacím o zboží na žádost spotřebitele poskytnout zejména název nebo adresu prodávajícího, kde může spotřebitel i **po ukončení** takového prodeje nebo poskytování služeb **uplatnit reklamaci**.

Všechna ustanovení o reklamacích vyplývají ze zásady, aby obchod kupujícímu poskytoval co nejlepší služby. Proto všichni pracovníci prodejen mají **být při vyřizování reklamací ochotní a přívětiví**. Rychle vyřízená reklamace prohlubuje důvěru kupujícího k obchodní firmě a alespoň dodatečně ho uspokojuje.

3.5.4 Výměna bezvadného zboží

Někdy kupující požaduje vyměnit zakoupené bezvadné zboží za stejný druh zboží, avšak jiné velikosti, kvality, barvy nebo v jiném provedení. V těchto případech **může prodejna zboží vyměnit**, ale při výměně musí kupující předložit doklad o koupi zboží.

Není možné vyměnit zboží se záručním listem nebo zboží, které bylo zvlášť upraveno podle přání kupujícího. Z hygienických důvodů nelze rovněž

vyměnit potravinářské zboží a zboží běžného používání, jako jsou kartáčky na zuby, rtěnky, dechové nástroje, hračky pro kojence apod.

Toto zboží můžeme vyměnit jen tehdy, bylo-li vráceno v **nepoškozeném originálním balení**. Před výměnou je prodavač povinen se přesvědčit, zda zboží, které kupující žádá vyměnit, není znehodnoceno nebo nějak upraveno. Bylo-li zboží poškozeno nebo znehodnoceno, prodavač výměnu zboží odmítne.

%%%