

**ABSOLVENTSKÁ PRÁCE
ZÁKLADNÍ ŠKOLA, ŠKOLNÍ 24, BYSTRÉ 569 92
9. ROČNÍK**

**Supermarkety a hypermarkety
aneb „pasti na zákazníky“**

**Karolína Bidmonová
Pavla Filipová**

ŠKOLNÍ ROK 2012/2013

Prohlašujeme, že jsme absolventskou práci vypracovaly samostatně a všechny použité zdroje jsme řádně uvedly.

Děkujeme za pomoc při zpracování tématu našemu garantovi p. uč. Mužíkovi.

V Bystrém, 21. května 2013

Obsah

Úvod.....	4
1 Rozdíl mezi supermarketem a hypermarketem a jejich pozitiva/negativa	5
1.1 Supermarket.....	5
1.2 Hypermarket.....	5
1.3 Pozitiva/negativa supermarketů a hypermarketů	5
2 Rozmístění jednotlivých druhů zboží.....	6
2.1 Tesco Stores ČR, a.s.....	6
2.2 Penny Market, s.r.o.....	8
2.3 Globus ČR, k.s.	10
2.4 AHOLD Czech Republic, a.s.	12
3 Přání zákazníka vs. přání vedoucího.....	14
4 „Marketingové hrátky“ s psychikou nakupujícího.....	15
5 Rady pro chytré zákazníky	16
6 Závěr.....	17

Úvod

Téma absolventské práce Supermarkety a hypermarkety aneb „pasti na zákazníky“ jsme si vybraly, protože nám přišlo jako velice zajímavé.

Náš první úkol byl zmapovat dva supermarkety a dva hypermarkety. Rozhodly jsme se, jaké obchody nám budou nejlépe vyhovovat a postupně jsme je objížděly. Jako první co jsme v obchodě udělaly bylo, že jsme se domluvily s vedoucím obchodu, abychom předešly problémům s jejich ochrankou. Poté, co jsme vše domluvily, jsme postupně začaly mapovat celý obchod. Dále jsme se měly zamyslet, jaká jsou pozitiva a negativa super/hypermarketu obecně, zjistit přání zákazníka a přání vedoucího a vymyslet tak několik rad pro zákazníky, které by jim měly pomoci při jejich nákupu.

1 Rozdíl mezi supermarketem a hypermarketem a jejich pozitiva/negativa

1.1 Supermarket

Supermarket je samoobslužní prodejna s nabídkou převážně potravinářského zboží denní potřeby a s doplňkovým nepotravinářským zbožím (drogerie, tisk). Prodejní plocha supermarketů se pohybuje v rozmezí od 400 do 2500 m².

Příklady supermarketů v ČR: Albert, Penny Market, Tesco, Billa, Lidl, Qanto, Kaufland, COOP, Spar

1.2 Hypermarket

Hypermarket je samoobslužná velkokapacitní a maloobchodní prodejna s širokou nabídkou potravinářského i nepotravinářského zboží. Prodejní plocha hypermarketů je větší než 2500 m².

Příklady hypermarketů v ČR: Albert, Tesco, Kaufland, Globus, Interspar, Makro

1.3 Pozitiva/negativa supermarketů a hypermarketů

Pozitiva	Negativa
- všechny produkty na jednom místě	- velké množství lidí
- akce, slevy	- ne vždy čerstvé potraviny
- větší sortiment, možnost výběru	- nekvalitní produkty
- pracovní místa	- zabírají velké území
- dlouhá otevírací doba	- předražené potraviny a produkty
- neplacené parkoviště	- likvidace malých kamenných obchodů

2 Rozmístění jednotlivých druhů zboží

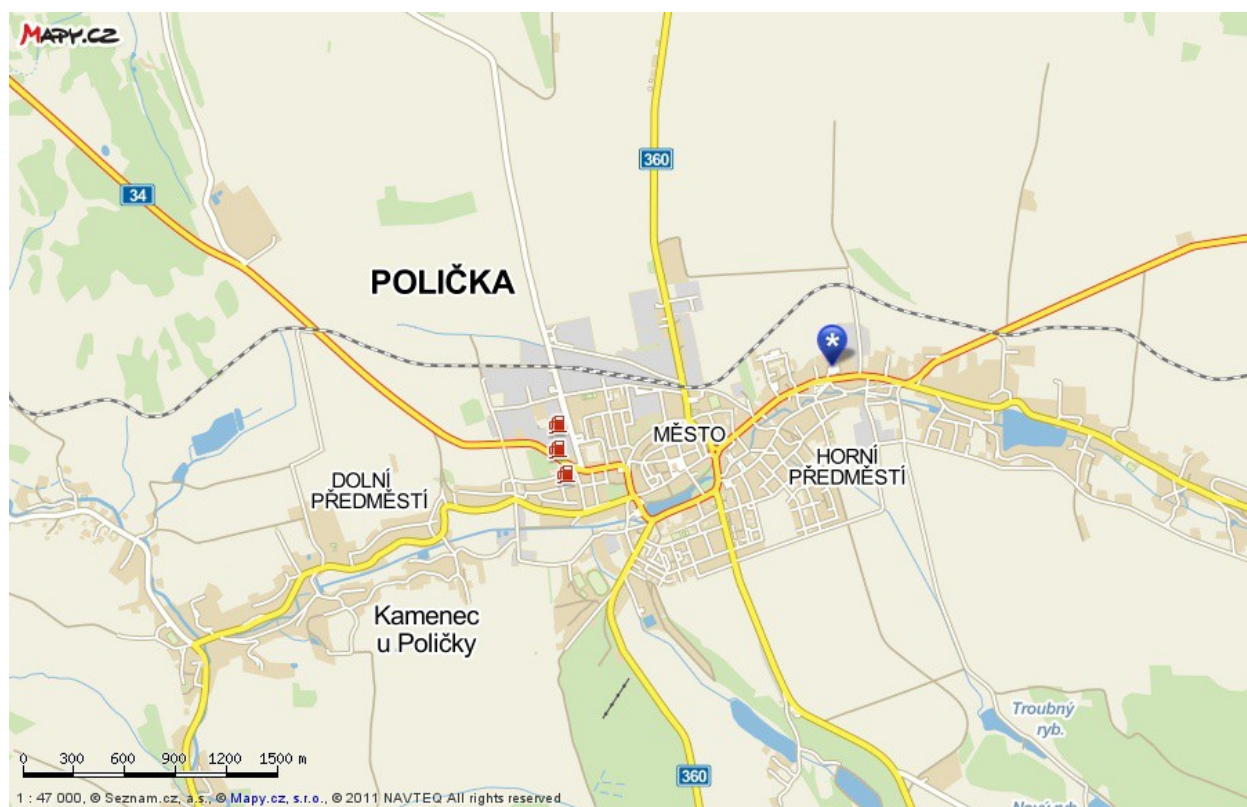
2.1 Tesco Stores ČR, a.s.

Pobočka: Polička-Horní Předměstí

Adresa: Hegerova 1120
572 01 Polička-Horní Předměstí

WWW: <http://www.itesco.cz>















Otevírací hodiny: Po-Ne 7:00 – 21:00

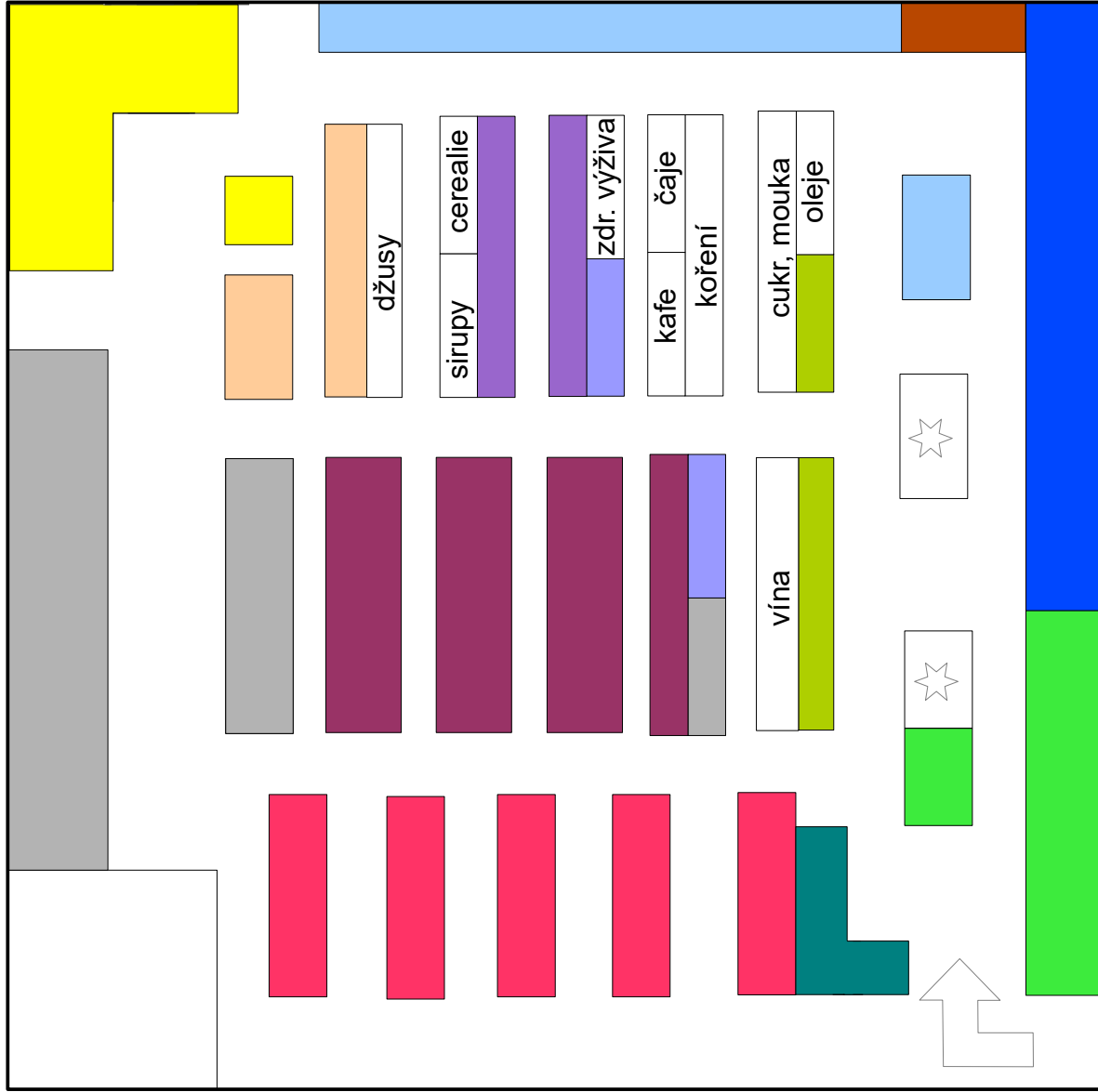


Zdroj: www.mapy.cz

TESCO Polička

Legenda:

-  Pokladny
-  Mléčné výrobky
-  Mražené výrobky
-  Zelenina a ovoce
-  Uzeniny
-  Pečivo
-  Alkoholické nápoje
-  Drogerie
-  Nealkoholické nápoje
-  Konzervy
-  Sladkosti
-  Slané
-  Noviny, časopisy
-  Akce



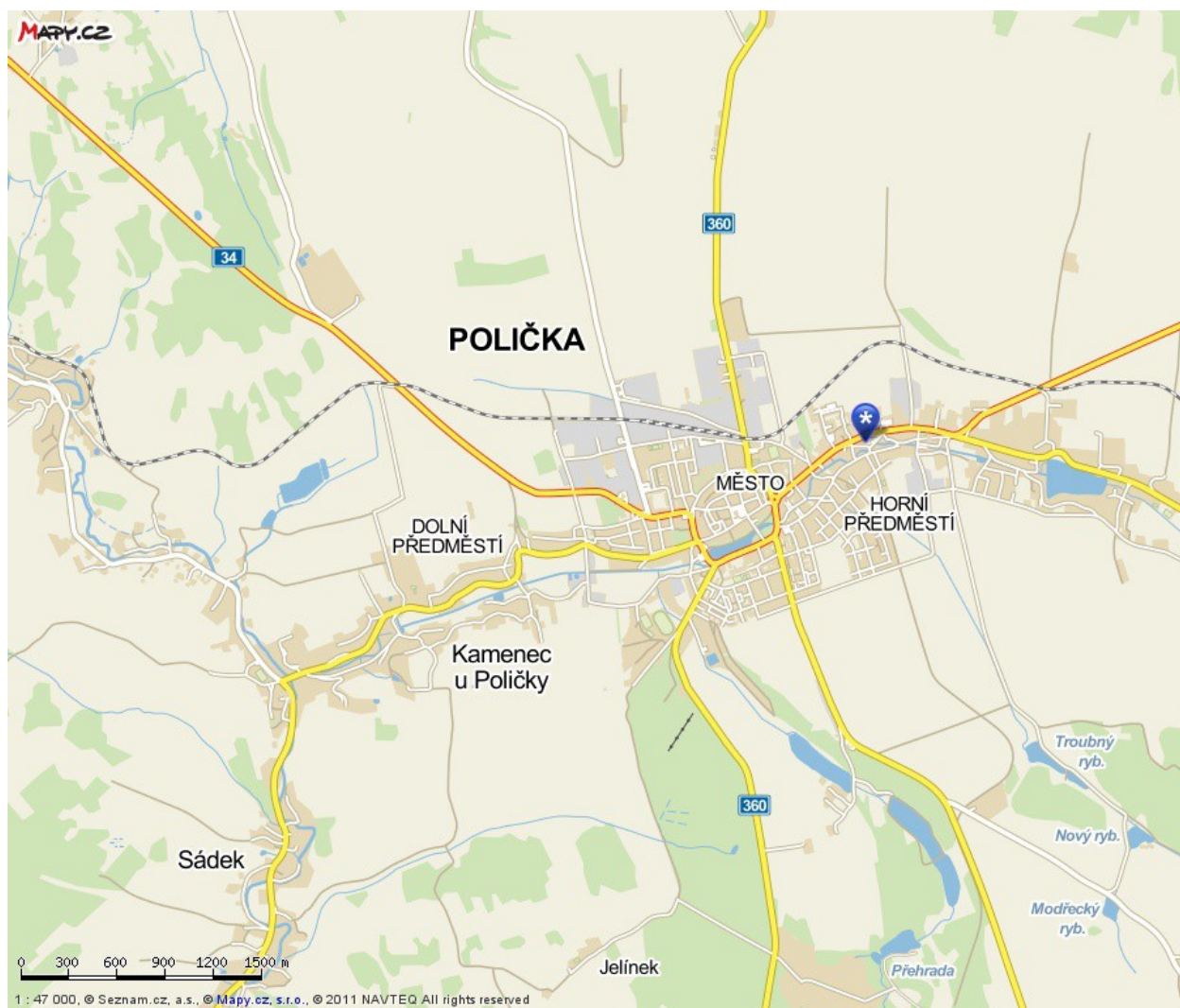
2.2 Penny Market, s.r.o.

Pobočka: Polička-Horní předměstí

Adresa: Hegerova 923
572 01 Polička-Horní Předměstí

WWW: <http://www.penny.cz>












Otevírací hodiny: Po-Ne 7:00 – 20:00

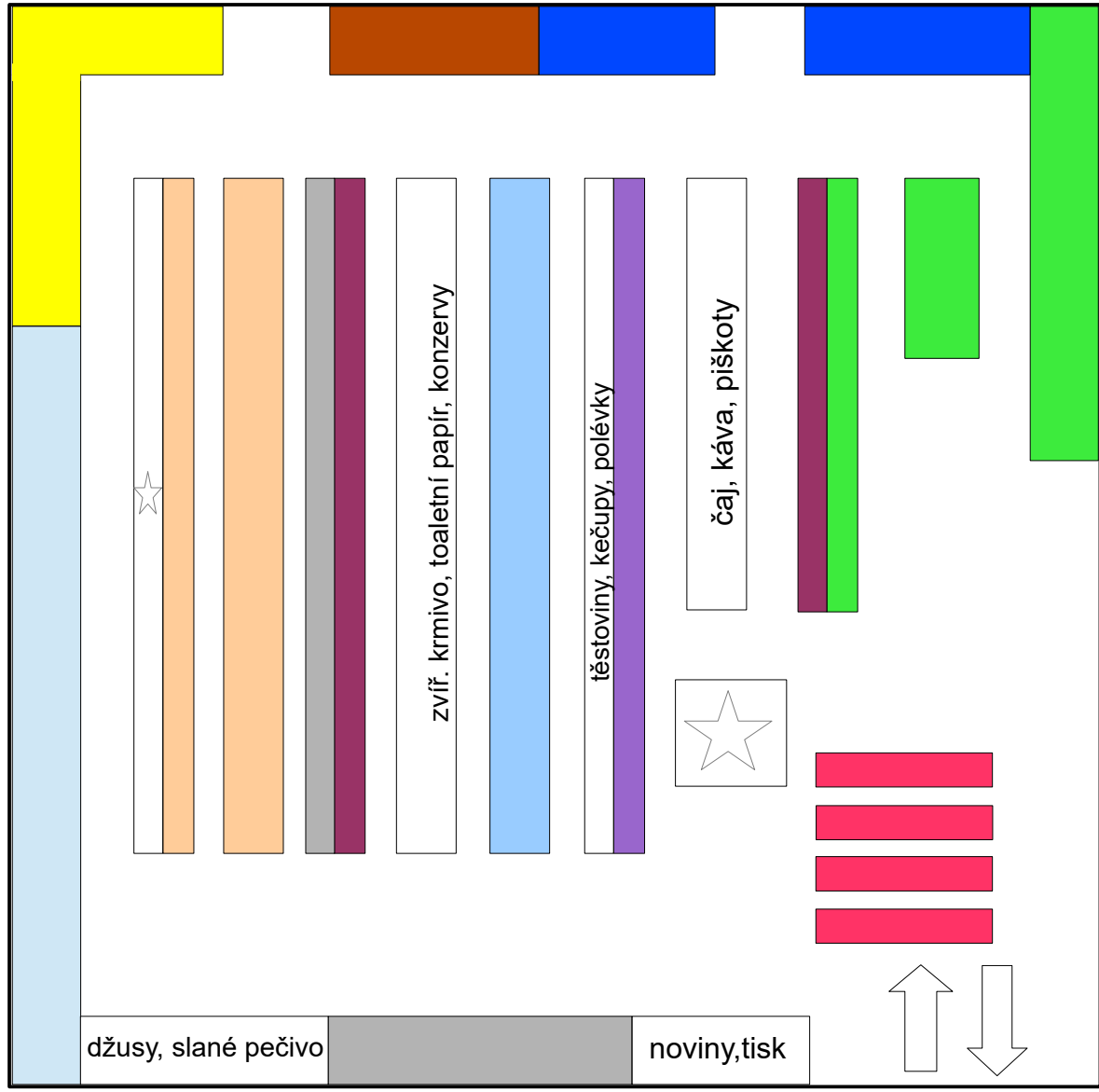


Zdroj: www.mapy.cz

Penny Market Polička (směr Svitavy)

Legenda:

-  Zelenina a ovoce
-  Mléčné výrobky
-  Uzeniny
-  Pečivo
-  Pokladny
-  Drogerie
-  Sladkosti
-  Mražené výrobky
-  Alkoholické nápoje
-  Nealkoholické nápoje
-  Akce



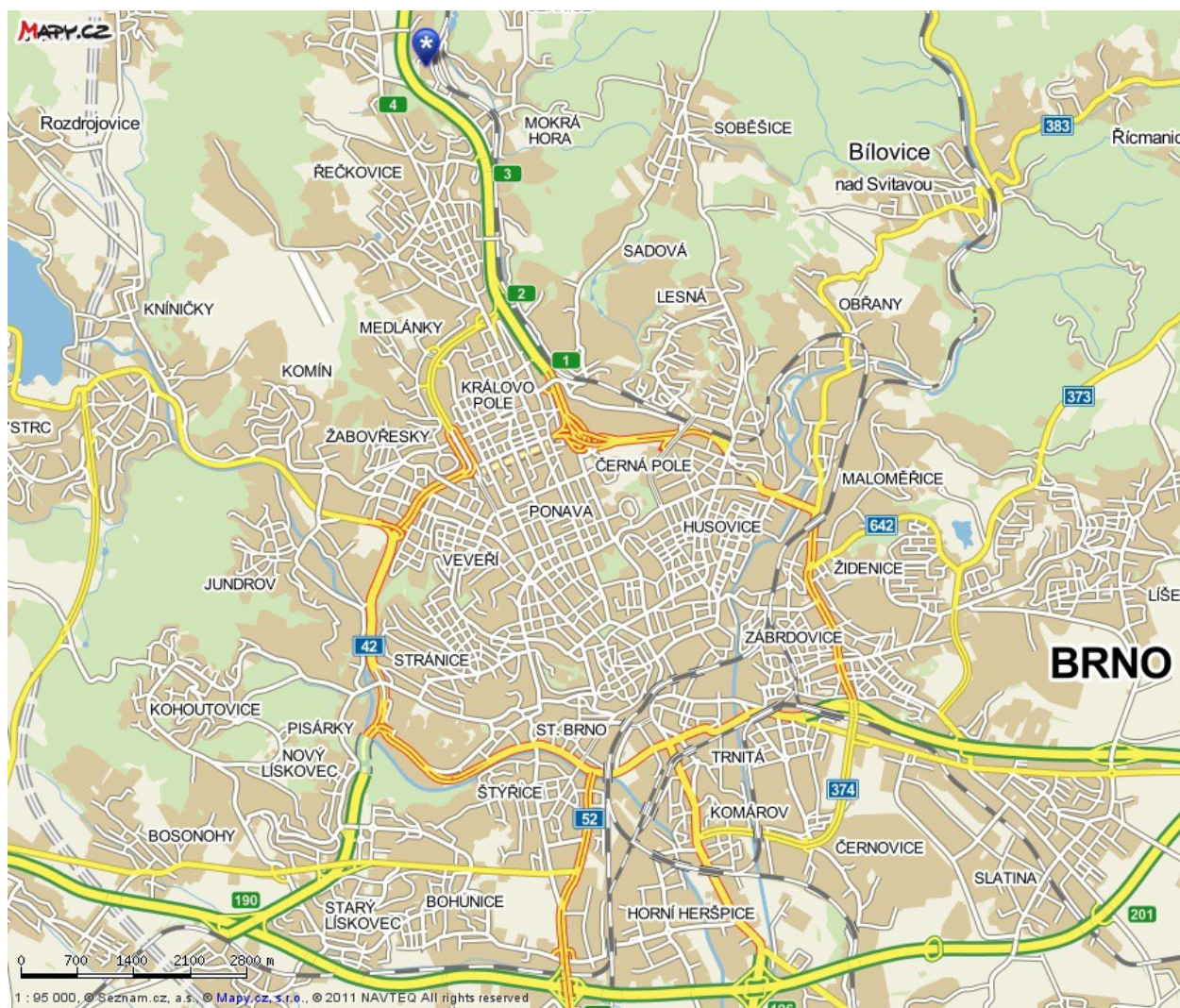
2.3 Globus ČR, k.s.

Pobočka: Brno-Ivanovice

Adresa: Hradecká 408/40
621 00 Brno-Ivanovice

WWW: <http://www.globus.cz/>





















Otevírací hodiny: Po-Ne 8:00 – 21:00



Zdroj: www.mapy.cz

Globus Brno

Legenda:

-  Akce
-  Ryby
-  Plasty
-  Pokladny
-  Mléčné výrobky
-  Drogerie
-  Sladkosti
-  Nealkoholické nápoje
-  Alkoholické nápoje
-  Zelenina a ovoce
-  Konzervy
-  Textil
-  Potraviny
-  Domácí potřeby
-  Obuv
-  Elektro
-  Sport
-  Uzeniny
-  ?
-  Informace



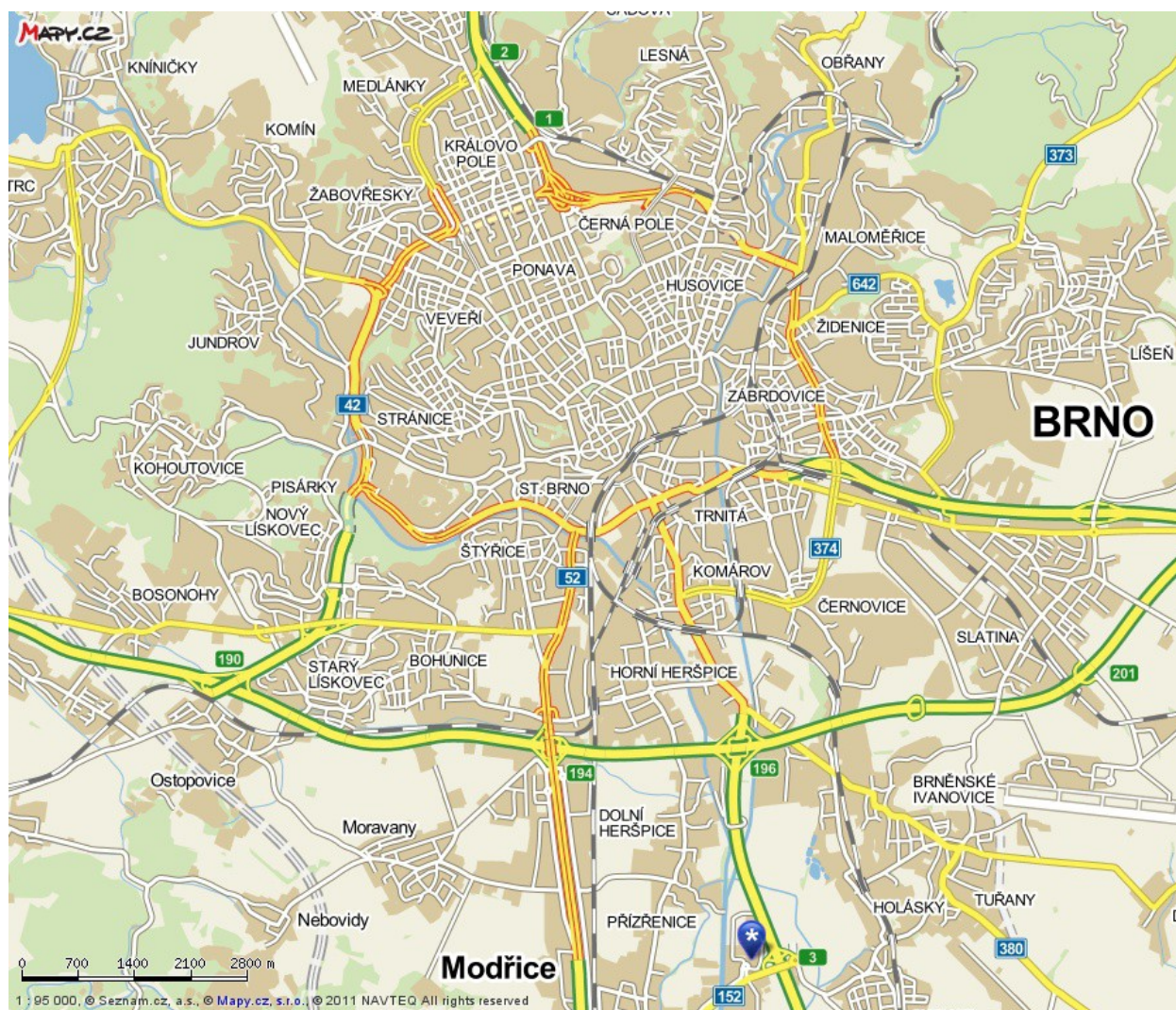
2.4 AHOLD Czech Republic, a.s.

Pobočka: Albert Brno-Modřice (OC Olympia)

Adresa: U dálnice 744
664 42 Modřice

WWW: <http://www.albert.cz>


















Otevírací hodiny: Po-Ne 7:00 – 22:00

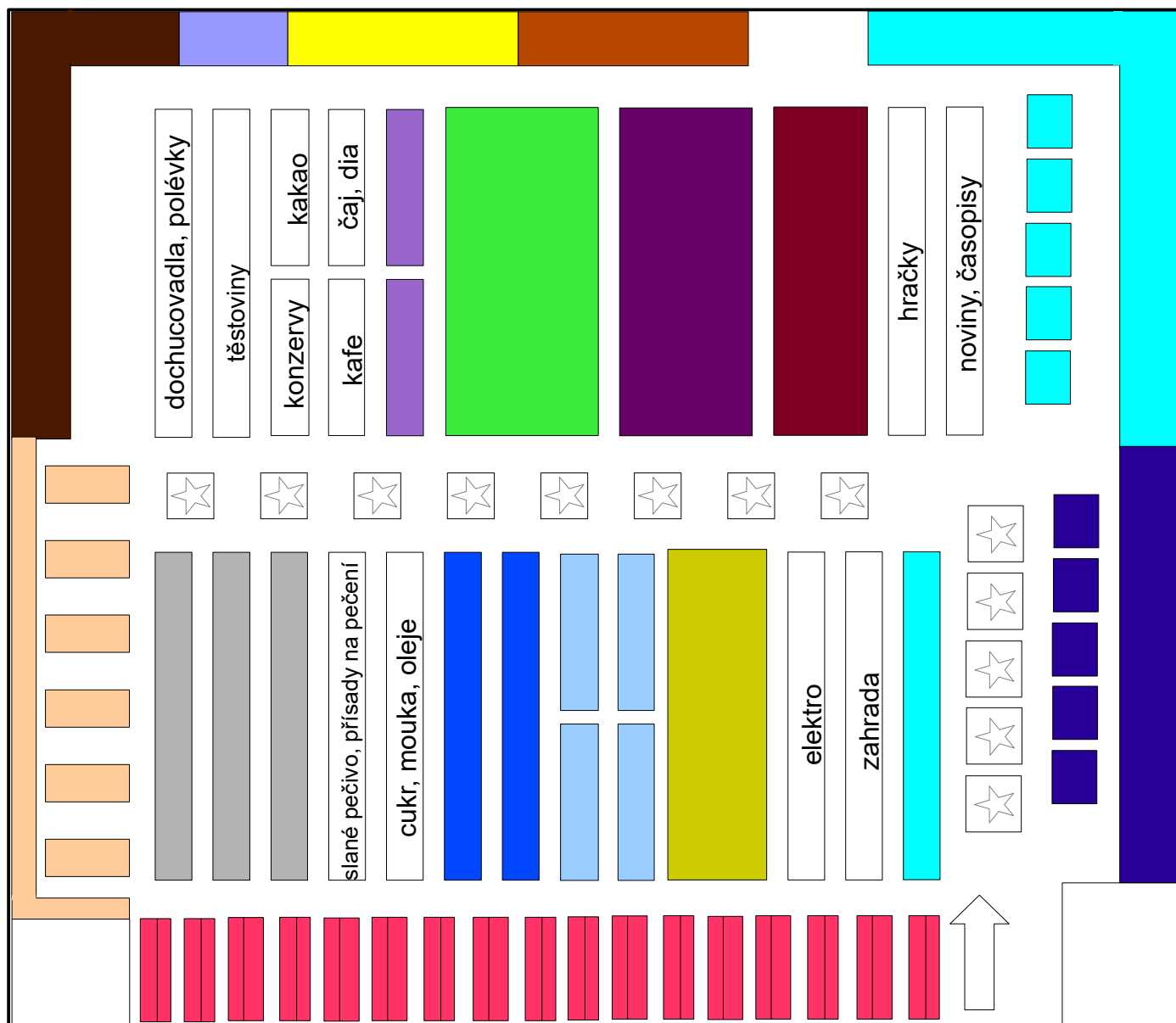


Zdroj: www.mapy.cz

Albert Brno (Olympia)

Legenda:

	Pokladny
	Maso
	Ryby
	Pečivo
	Lahůdky a uzeniny
	Domácí potřeby
	Kuchyňské potřeby
	Alkoholické nápoje
	Sladkosti
	Ovoce a zelenina
	Drogerie a kosmetika
	Mléčné výrobky
	Čistící prostředky
	Obuv, textil
	Mražené výrobky
	Nealkoholické nápoje
	Akce



3 Prání zákazníka vs. přání vedoucího

V SUPERMARKETU A HYPERMARKETU				
Z pohledu vedoucího hodnotím...			Z pohledu zákazníka hodnotím...	
pozitivně	negativně		pozitivně	negativně
spokojenější zákazníci	menší využití prostoru, méně zboží	...široké mezery mezi regály, aby mohli zákazníci rychleji projíždět s nákupními vozíky.	snadné projíždění	méně zboží
vejde se více zboží	méně chození po obchodech	...nabídka veškerého akčního zboží na jednom místě.	více zboží po ruce	vše na sobě naházené
spokojenější zákazníci	více peněz	...dostatek nákupních vozíků u vchodu.	méně hledání	X
„oslepení“ zákazníka	větší spotřeba el. energie	...silné osvětlení všech částí supermarketu.	lepší osvětlení	nepříjemné světlo
větší prodej (věci jsou na očích)	riziko krádeže	...umístění sladkostí u pokladen, v místech, kde zákazníci často čekají ve frontě.	trénování vůle (odolání sladkostí)	lákadlo pro děti
další způsob „vábení“ zákazníka	větší spotřeba el. energie	...opakované nabízení akčního zboží prostřednictvím reproduktoru.	lepší informovanost	někdy otravné
zákazníci musí projít celý obchod	nečistoty po celé prodejně (podlaha)	...umístění pečiva a nápojů co nejdále od vchodu a pokladen.	možný nákup dalšího potřebného zboží	musí projít celý obchod
méně práce	větší riziko poničení od projíždějících zákazníků	...akční zboží umístěné například na paletě uprostřed uličky mezi regály.	více na očích	méně místa na projíždění
více na očích	více práce	...zdvojené či ztrojené umístění některých produktů v různých částech obchodu.	méně hledání	zbytečné
spokojenější zákazníci	více práce	...pečlivě vyskládané zboží.	větší přehlednost	X
lepší „vizitka“	dražší	...tisk letáků na kvalitní chlorovaný nerecyklovaný papír.	hezčí, příjemnější	nerecyklovaný

4 „Marketingové hrátky“ s psychikou nakupujícího

Kde se nachází (vzhledem ke vchodu) zboží každodenní potřeby?

- Nachází se v zadní části obchodů, aby zákazníci prošli celý obchod a aby si všimli více zboží.

Kde se nachází zelenina a ovoce?

- Na začátku (manipulace s lidskou psychikou). Když si zákazník na začátku nákupu koupí něco zdravého, pak snáze podlehne nějakému tomu „hřešení“ a koupí i nezdravé potraviny.

Jaké je umístění lákavého zboží v rámci jednotlivých regálů? Důvod?

- V úrovni očí, kde je zboží dobře viditelné.

Kde a proč jsou umístěny sladkosti v rámci jednotlivých regálů?

- V nižších regálech, kde jsou lépe přístupné dětem (ty je pak pečlivě nosí rodičům do košíku, aby na ně náhodou nezapomněli).

Kde se nachází akční zboží? A proč?

- Nachází se nejvíce v uličkách obchodů tak, aby na něj zákazník snadno narazil.

Jaké zboží nejčastěji najdeme u pokladem? Z jakého důvodu?

- Drobné věci, které se často zapomínají (žiletky, baterie, tašky...).

- Drahé věci (tvrdý alkohol, cigarety) – prevence před krádeží.

- Sladká odměna při dlouhém čekání ve frontě (nanuky, čokolády, žvýkačky...).

- Především lákadla pro děti.

5 Rady pro chytré zákazníky

1. Zkontrolovat si datum spotřeby a čerstvost ovoce a zeleniny.
2. Zkontrolovat si účtenku ještě v obchodě a případné chyby oznámit.
3. Nepodlehnout skvělé ceně a pořádně si rozmyslet, zda je zboží potřeba.
4. Není vždy pravidlem, že čím větší balení, tím nižší cena.
5. Zkontrolovat si hmotnost balíčku – cena zůstává stejná, ale hmotnost se snižuje.
6. Zkontrolovat si zda se díváte na cenu s DPH.
7. Nekupovat zboží kvůli dárku k nákupu.
8. Díky častému doplňování zboží do regálu, je to nejčerstvější zboží umístováno co nejvíce vzadu.
9. Věci balené dohromady se vždy nevyplatí, a proto si spočítejte zda to není levnější samostatně.
- 10. NENAKUPUJTE POUZE OČIMA, ALE I HLAVOU !!!**

6 Závěr

Tato práce nám přinesla mnoho zajímavých informací především z oblasti geografie maloobchodu, neboť jsme se dověděly, jaké jsou vlastně rozdíly mezi supermarketem a hypermarketem, jaké je rozmístění jednotlivého druhu zboží v rámci prodejny a proč tomu tak je.

Všechny tyto naše poznatky jsme obsáhly do naší práce nejen formou prostého textu, ale například i prostřednictvím tabulky konfrontující postoj zákazníka a vedoucího prodejny z hlediska pozitiv a negativ. Marketingovou taktiku jednotlivých obchodů jsme zpracovaly formou otázek a odpovědí a dále jsme vypíchny hlavní zásady, kterých by se měl každý rozumný nakupující držet. Samozřejmostí jsou i vytvořené nákresy vybraných prodejen, kde jsme porovnály dva supermarketem a dva hypermarketem, nám dobře známé.

Během tohoto mapování prodejen jsme si vyzkoušely, jak náročné je zaznamenat tak obrovskou plochu s velkým množstvím detailů na pouhou stránku papíru. Tato terénní práce nám přinesla nejen příjemný výlet do Brna a Poličky, ale i další zkušenosti jako například lepší komunikativnost, neboť jsme musely vysvětlovat vedoucím obchodů, jaký je náš záměr a zda-li nám mapování povolí.

Vedle výše zmíněných pozitiv, které nám naše absolventská práce přinesla, nesmíme zapomenout na spolupráci, díky které jsme si dokázaly naši práci ve dvojici rozvrhnout a realizovat tak, abychom měly z výsledku dobrý pocit. A ten nesporně máme, i když práce to nebyla časově vůbec jednoduchá.

Naším přáním na závěr může být jen to, že případný čtenář této práce se může seznámit nejen s výše uvedenými informacemi, ale může tak i získat cenné rady, které především jako nakupující ocení a budou mu k užitku.

Zdroje

<http://cs.wikipedia.org>

<http://www.firmy.cz>

<http://www.mapy.cz/>