



TÉMA ZPRACOVALA
Kateřina Rehořová

23.–29. 5. 2016

Váhový čárový kód je co? A je to potřeba?

Technologická zastaralost některých obchodníků může být velkou výhodou nekompetentních výrobců. Snáze u nich získají odbyt.

Své o tom ví právě Jiří Štorch z Eso Marketu. Díky intenzivnímu angažmá v problematice EET nějakou dobu také působil jako konzultant pro dodavatelské firmy – především ty méně zkušené. „Za firmami, které vznikají kvůli EET, stojí mobilní operátoři, případně jde často o investory a investiční fondy. Tedy subjekty, které nejsou z maloobchodní branže. Nemám obavy, že by nefungovala samotná EET. Jde ale o to, aby ta zařízení také uměla prodávat,“ komentuje rizika s tím spojená a uvádí konkrétní případy: „Firma XY, která není z branže, ale je aktuálně celkem viditelným inzerentem, mi přišla představit své prodejní řešení. Vůbec se nezabývala problematikou váhových čárových kódů, prostě proto, že nevěděla, že něco takového existuje. U jiné firmy systém neukazoval aktuální prodejní cenu u nakladňovaného zboží.“

Velcí mobilní operátoři se angažují všichni do jednoho. Na svých webech slibují O2 i T-Mobile jednoduchá a levná řešení pro nevybavené podnikatele, Vodafone svůj pokladní systém nedávno představil v rámci edukativní roadshow, kterou pořádá Asociace malých a středních podniků (AMSP). Stranou nezůstávají ani banky. Equa bank začala nabízet platební terminály, platební bránu samozřejmě s možností propojení s pokladním systémem podporujícím EET, ČSOB na zmíněné roadshow také představila produkty navázané na EET.

Maloobchodníci, kteří nejsou vybaveni třeba internetovým připojením a nedisponují ani číselníky



FOTO: PROJEKTA CZ

zboží apod., mají tři možnosti. Investice do sofistikovaného pokladního systému, případně levnější „tabletové“ varianty jsou ty méně pravděpodobné. Ceny jsou obdobné jako ty již zmíněné výše. Nejmenším momentálním zlem pro ně bude pořízení registrační pokladny s možností připojení k internetu, která je vyjde na přibližně 10 tisíc korun. „A dál budou mít stejný, nepřehled“ o své prodejně, jako mají dosud, pouze vyhoví legislativním požadavkům,“ glosuje Jiří Štorch z Eso Marketu. Situace si jsou vědomi i v P.V.A. Systems. „Číselníky potravinářského zboží se snažíme ve spolupráci s velkoobchodníky centralizovat, abychom zrychlili nasazení kompletního systému a omezili počet položek, které si musejí obchodníci zadávat ručně,“ dodal Čadina.

13

tisíc je podle společnosti Nielsen celkový počet prodejen do 200 m²

50

tisíc pokladních míst v segmentu horeca musí alespoň minimálně investovat

MARKETINGSALESMEDIA

15



Miroslav Hampel, Kvados

„Pro řešení nových pokladen lze využít běžné PC, takže cenu bude tvořit výběr periférií (dotykové displeje, tiskárny, scannery). Tento hardware doplněný o softwarové řešení s podporou EET u nás začíná na 20 tis. Kč na pokladnu.“



Michal Wantulok, Dotykačka

„Podle výzkumů AMSP ČR v současnosti nemá vůbec žádnou pokladnu 27 % drobných živnostníků nebo firem a 53 % využívá jednoduché pokladny, ať už mechanické, nebo elektronické.“



Jiří Štorch, Eso Market

„Časový tlak je velkým problémem. Podnikatelé se nakonec kvůli němu budou rozhodovat na základě nejrychlejší dostupnosti, případně ceny namísto toho, jaký pokladní systém je pro danou živnost vhodný.“