

Obsah

1	Vztah logistiky, obchodu a marketingu	11
1.1	Logistika	11
1.2	Obchod	15
1.3	Marketing	16
1.4	Marketingová logistika	17
2	Význam logistiky pro obchod	19
2.1	Logistická podpora obchodování České republiky.	20
2.2	Zajištění přepravy v obchodě a mezinárodním obchodě	20
2.2.1	Námořní a říční přeprava	26
2.2.2	Silniční přeprava.	28
2.2.3	Železniční přeprava	29
2.2.4	Letecká přeprava.	30
2.2.5	Kombinovaná přeprava.	31
2.2.6	Poštovní a kurýrní přeprava	35
2.3	Skladovací služby	37
2.4	Logistická podpora elektronického obchodování.	38
3	Dodavatelský řetězec jako prostředí pro realizaci obchodních aktivit firem	41
3.1	Předpoklady efektivního logistického řízení dodavatelských řetězců.	45
3.2	Zvyšování konkurenční schopnosti dodavatelských řetězců	47
3.3	Logistické technologie používané v obchodní části dodavatelského řetězce	50
3.3.1	Základní členění logistických technologií používaných v obchodě	50
3.3.2	Přehled současných logistických technologií využívaných v obchodní části dodavatelského řetězce	51
3.4	Budoucnost řízení dodavatelských řetězců.	52
3.4.1	Digitalizace a dodavatelské řetězce	54
3.4.2	Cirkulární ekonomika a reverzní logistika	56
3.4.3	Nová rizika v dodavatelských řetězcích.	56

4	Logistické technologie v zásobovací části dodavatelského řetězce	59
4.1	Just in Time	59
4.2	Just in Case	62
4.3	Metoda centralizace skladů, spojená s koncentrací jejich sítě	66
4.4	Řízení zásob pro odběratele dodavatelem	66
4.4.1	Vývoj technologie Vendor Managed Inventory	67
4.4.2	Implementace Vendor Managed Inventory	68
4.5	Technika společného plánování, prognózování a doplňování zásob	68
5	Logistické technologie v distribuční části dodavatelského řetězce	70
5.1	Cross Docking	73
5.2	Hub and Spoke	76
5.3	Technologie Gateway	80
5.4	Manipulační jednotky	82
5.5	Technologie vyřizování objednávek	84
5.6	Systémy elektronické výměny dat	85
6	Logistika maloobchodní prodejny	89
6.1	Závozy do prodejen	89
6.2	Dostupnost zboží na obchodním regále	91
6.3	Optimalizace toků zboží v maloobchodní prodejně	92
6.4	Základní logistické technologie používané v maloobchodu	93
6.4.1	Technologie Quick Response	93
6.4.2	Technologie efektivní reakce zákazníka	95
6.5	Manipulace s vráceným zbožím a reverzní logistika	97
6.6	Technologie pro elektronickou identifikaci zboží	99
6.6.1	Čárové kódy	99
6.6.2	Technologie automatické identifikace za pomoci elektromagnetických vln	103
6.7	Řízení vztahů se zákazníky	104
7	Zákaznický servis	114
7.1	Definice pojmu zákaznický servis	114
7.2	Tvorba zákaznického servisu	115
7.3	Složky zákaznického servisu	116
7.3.1	Předprodejní složky	116
7.3.2	Prodejní složky	117
7.3.3	Poprodejní složky	119
7.4	Závislost kvality poskytovaných služeb na fázích životního cyklu výrobku	120

7.5	Vztah mezi náklady a kvalitou zákaznického servisu	120
7.6	Kvalita zákaznického servisu a její ukazatele	121
7.7	Hodnocení úrovně zákaznického servisu	122
7.8	Překážky efektivní strategie zákaznického servisu	124
7.9	Možnosti zvyšování úrovně zákaznického servisu	124
8	Logistická výkonnost obsluhovaných trhů	126
8.1	Podstata a význam indexu LPI	127
8.2	Index LPI 2018	127
8.3	Logistická výkonnost České republiky	128
8.4	Logisticky nejvýkonnější země podle indexu LPI za rok 2018	129
8.5	Logisticky nejvýkonnější země podle jednotlivých kontinentů	130
9	Logistika segmentu Hotely, restaurace, catering	132
9.1	Trh potravin	132
9.2	Stravovací zařízení v České republice	133
9.3	Logistika hotelů, restaurací a cateringových firem	135
9.3.1	Omezení pro logistiku segmentu HORECA	135
9.3.2	Dodávky v segmentu HORECA	137
9.4	Nejčastější chyby v dodávkách segmentu Hotely, restaurace, catering	137
9.5	Skladování v segmentu HORECA	138
9.6	Hodnocení klíčových systémů v segmentu HORECA	139
10	Případové studie	140
	Logistika obchodního řetězce Tesco Stores ČR, a.s.	140
	Zákaznický servis společnosti Raben	142
	Logistika cateringové firmy	144
	Summary	146