

Recenzenti: Prof. nadzw. Dr. hab. Elżbieta Szymańska, SGGW ve Varšavě,
Katedra logistiky

Vydání knihy bylo schváleno vědeckou radou nakladatelství.

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této knihy nesmí být reprodukována žádnou formou, elektronickým, optickým, audio, mechanickým či jiným způsobem, včetně systémů na ukládání a vyhledávání informací, bez písemného souhlasu vydavatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

Logistika pro obchod a marketing

Xenie Lukoszová

1. vydání – 2020

Vydalo nakladatelství Ekopress, s. r. o.

K Oboře 578, Osnice, Jesenice

Odpovědná redaktorka Iva Kapcová

Sazba a obálka Karel Novák

Tisk Tiskárny Havlíčkův Brod, a. s.

www.ekopress.cz

.....
© Doc. Ing. Xenie Lukoszová, Ph.D.,
VŠB-TU Ostrava, Katedra podnikohospodářská., 2020

© Ekopress, s. r. o., 2020
.....

ISBN 978-80-87865-59-0

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 světa 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

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

do rukou se vám dostává odborná publikace, která je primárně určena pracovníkům obchodu a logistických útvarů obchodních firem. Je tedy doporučena zejména obchodním a logistickým manažerům, prodejcům, nákupčím, pracovníkům zákaznického servisu, logistikům a podnikatelům v obchodě.

Jejím cílem je vymezit podstatu a význam logistiky v procesech obchodu a zaměřit se na logistické přístupy a metody, aktuálně využívané v obchodování podniků nejen v prostředí tuzemských, ale i mezinárodních trhů. Předložená publikace tak řeší logistické nástroje používané v zásobovací a distribuční části dodavatelských řetězců. Jejich znalost by vám měla v obchodní praxi napomoci nejen tyto logistické přístupy a metody identifikovat a charakterizovat, ale také jim rozumět a v neposlední řadě je v případech potřeby umět využívat ve složitém prostředí současných globalizovaných trhů.

Významnou součástí logistiky aplikované v obchodních procesech firem je zákaznický servis, kterému je věnována samostatná kapitola. Není jen záležitostí podnikové filozofie, ale je také praktickou činností, na níž se podílejí pracovníci prodeje, marketingu a logistiky. Právě logistické služby poskytované zákazníkům společně se zbožím představují dnes již tradičně reálnou šanci na zvýšení konkurenční schopnosti podniku. Při jejich realizaci je však zapotřebí brát v potaz aktuální trendy zejména v oblasti informačních technologií, podnikání, jakož i význam komprese časoprostoru. Publikace si proto klade za cíl nebýt jen teoretickým přehledem možných logistických postupů, nástrojů a metod používaných v obchodních procesech firem, ale také praktickým návodem, jak tyto postupy, nástroje a metody v obchodní praxi vhodně používat tak, aby si podnik na trhu zajistil svou konkurenční schopnost.

Odborná publikace vychází z dlouhodobých poznatků i praktických zkušeností autorky, týkajících se problematiky logistiky obchodních procesů. Obsahuje informace pocházející zejména ze sekundárních výzkumných zdrojů jako jsou odborné knihy, časopisy a elektronické zdroje. Předložená publikace aktualizuje, doplňuje a volně navazuje na předchozí monografii Logistické technologie v dodavatelském řetězci z roku 2012.

Mnoho invencí při četbě a úspěchů v praxi přeje

autorka.

V Ostravě dne 1. listopadu 2019