

8 DODAVATELSKÝ ŘETĚZEC



RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

Jdeme-li nakupovat do klasického obchodu, zboží si většinou okamžitě odvezeme. V internetových obchodech můžeme zboží objednat kdykoliv, ale mezi okamžikem objednávky a doručení zboží uběhne jistý časový interval, během něhož probíhají aktivity směřující k realizaci obchodní transakce na straně dodavatele. Jednou z klíčových aktivit v rámci elektronického obchodování je distribuce zboží, která musí být zajištěna adekvátním způsobem vzhledem k dodavateli, zákazníkovi a v neposlední řadě dodávaným produktům.



CÍLE KAPITOLY

- Charakteristika dodavatelského řetězce.
- Specifičnost dodavatelského řetězce v e-business resp. e-commerce.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Dodavatelský řetězec a logistika. Řízení dodavatelského řetězce (Supply Chain Management - SCM). Optimalizace dodavatelského řetězce.

8.1 Logistika

Zajišťování vstupních zdrojů pro výrobu, skladování a distribuce koncových produktů, zásobování obchodní sítě apod. a obecně řízení všeho, co souvisí s přesunem zdrojů, vychází z vědy nazývané logistika.



LOGISTIKA

Logistika je věda zabývající se rozmístěním zdrojů v čase, řízením efektivity materiálových toků, skladováním produktů a s nimi spojených služeb tak, aby vedly k uspokojování cílového subjektu.

Budeme-li chtít být přesnější, můžeme ještě dále logistiku vzhledem k obsahu studijní opory rozdělit na výrobní a obchodní.



VÝROBNÍ LOGISTIKA

Výrobní logistika spočívá ve vnitropodnikové transformaci hmotných toků. Jejím úkolem je vytvořit a provozovat účelnou strukturu pro jejich řízení. Ta zahrnuje průřezové procesy a činnosti v oblasti manipulace, skladování a přepravy materiálu, polotovarů, dílů a dalších komponent nutných pro realizaci výrobního procesu.



NÁKUPNÍ LOGISTIKA

Nákupní logistika spočívá v pořizování materiálu, polotovarů, dílů, obchodního zboží nebo služeb za účelem realizace výroby, prodeje nebo poskytování služeb. Zahrnuje objednávkový cyklus, dopravu, udržování zásob, skladové hospodářství a je úzce provázána na řízení podpůrných procesů (účetnictví, fakturace, ceníky), pracovních toků a dokumentů.

Velmi často se zapomíná na důležitý fakt, že s přesunem fyzického zboží paralelně dochází k přesunu dat a informací představujících „administrativní“ zázemí fyzicky realizovaných činností. V této souvislosti hovoříme o tzv. Informační logistice.



INFORMAČNÍ LOGISTIKA

Informační logistika spočívá v poskytnutí relevantní informace na daném místě v daný časový okamžik.

Zpracování a distribuce informací je doménou informačních systémů, do kterých jsou vloženy všechny vstupní údaje, které jsou na základě definovaných algoritmů dále zpracovávány. Vedle resp. paralelně s tokem fyzických objektů probíhá i tok informací obsahujících „popis“ a zaznamenání stavu jednotlivých kroků distribuce.



INFORMAČNÍ TOK

Posloupnost přenosu informací v informačních systémech na cestě od zdroje k uživateli.



SAMOSTATNÝ ÚKOL

Vezměte v potaz situaci, že jste zákazník internetového obchodu. Ve vztahu k schématu obchodního cyklu elektronického prodeje uvedeného v kapitole 4 popište jednotlivé kroky toku informací jakožto paralelního toku k objednavce vašeho produktu a to od okamžiku objednávky až po doručení a převzetí zboží. V jednotlivých krocích uveďte nutné údaje.

8.2 Dodavatelský řetězec

Z dosud uvedeného a zejména praxe je zřejmé, že v rámci dodavatelského řetězce existuje celá řada spolupracujících subjektů, kterými mohou být například výrobci, prodejci, distributoři, koncoví zákazníci, skladovací firmy nebo další subjekty působící v podnikatelském, veřejném nebo jiném sektoru. Distribuce resp. dodávka je významově užší pojem než logistika. Týká se jen dodávek směřujících k zákazníkům, a to včetně skladování, dopravy a řízení zásob.



DODAVATELSKÝ ŘETĚZEC

Dodavatelský řetězec (SC – Supply Chain) je systém tvořený podnikovými procesy všech organizací, které jsou přímo či nepřímo zapojeny do uspokojování požadavků zákazníka. Zahrnuje tedy nejen producenty a dodavatele, ale také dopravce, velkoobchody a skladové prostory, maloobchody i samotné zákazníky.

Jak vyplývá z definice, dodavatelský řetězec nejsou jen subjekty vně firmy, ale vše úzce souvisí z interními procesy firmy a to jak na straně vstupu (materiál pro výrobu, doplnění zásob do skladu apod.), tak i výstupu. Nad interními procesy existuje permanentní kontrola, externí procesy jsou někdy mimo přímou kontrolu managementu firmy (například při dopravce externím dopravcem). To může být mnohdy slabou stránkou, a proto je důležité dbát zvýšenou pozornost při výběru distribučních kanálů a podmínek smluvních vztahů.

Dodavatelské resp. distribuční řetězce se vyznačují délkou a rozsahem. Délka představuje počet stupňů mezi výrobcem a zákazníkem (v případě jednoho stupně hovoříme o přímém doručování, v opačném případě o nepřímém doručování pomocí prostředníků) a rozsah počet zákazníků, kteří se na distribuci podílejí. Je nutné si uvědomit, že zákazníci jsou jedinými a výhradními tvůrci zisku. Velký rozsah dodavatelského řetězce má samozřejmě za následek navyšování ceny pro koncového zákazníka.

8.3 Distribuční strategie

Distribuční strategie je ovlivňována celou řadou ukazatelů. K základním patří přání a potřeby zákazníka, charakter, vlastnosti a image výrobku, zvyklosti a možnosti daného trhu a změny tendencí a trendů ekonomiky a spotřeby.

8.4 Způsoby dodávky zboží z internetových obchodů

V rámci internetových obchodů můžete zboží objednávat přímo od výrobce nebo od prodejce. Cílem dodavatelské řetězce musí být dodání zboží daného typu, v daném množství, za stanovenou cenu, na dané místo, v daném čase a způsobem odpovídajícím povaze zboží. Dodávka může být realizována přímo výrobcem nebo prodejcem (pokud disponuje

touto službou – může se jednat například o služby expresních kurýrů), nebo se často využívá externích firem typu Česká pošta, a.s., PPL (Professional Parcel Logistic), DHL (Dalsey, Hillblom a Lynn) a další. Vedle dodávek prostřednictvím externích dodavatelů s doručováním přímo domů se začínají využívat i tzv. samoobslužné zásilkové terminály.



SAMOSTATNÝ ÚKOL

- 1) *Prohledejte na internetu internetové obchody zaměřené na různé produkty (vzhledem k různorodosti velikosti produktů a nároků na jejich přepravu) a zjistěte, jaké způsoby doručování využívají a jaké nabízejí pro zákazníky benefity.*
- 2) *Vyhledejte na internetu informace o samoobslužných zásilkových terminálech a posuďte jejich výhody pro koncového zákazníka.*



VYBRANÉ ZDROJE O DODAVATELSKÉM ŘETĚZCI

- 1) <http://www.systemonline.cz/it-pro-logistiku/procesy-v-dodavateLSkem-retezci.htm>
- 2) <http://byznys.ihned.cz/podnikani/obchod-a-marketing-obchod/c1-61243000-e-shop-neni-jen-prodej-zbozi-musite-vyrobky-nekde-skladovat-a-odtud-je-k-zakaznikovi-dopravit>
- 3) <http://channelworld.cz/podpora/zbozi-z-e-shopu-pres-samoobsluzny-terminal-investice-v-cr-za-125-milionu-korun-6058>



SHRNUTÍ KAPITOLY

Dodání zboží koncovému zákazníkovi představuje faktické plnění obchodního případu vzniklého zasláním objednávky a jde o velmi důležitou součást internetového prodeje. Pokud vše proběhne hladce a podle předem domluvených podmínek, zákazník je spokojený a existuje šance, že si zákazník znovu objedná produkt v daném internetového obchodu a zvolí stejný způsob dopravy. V opačném případě existuje vysoká pravděpodobnost, že zákazník se již do daného internetového obchodu nevrátí a využije nabídek konkurence.