Obsah

Předmluva **5**

1 Problematika odpadů **7**

2 Vymezení dopředné a reverzní logistiky **13**

2.1 Funkční rozdělení logistiky 14

2.2 Reverzní logistika 16

2.3 Marketingová logistika 20

3 Vymezení obchodních činností **25**

3.1 Hodnotový řetězec 25

3.2 Rozdělení trhů pro obchodování 30

3.2.1 Charakteristika spotřebitelského trhu 30

3.2.2 Charakteristika průmyslového trhu 31

3.3 Vymezení obchodních činností 31

3.3.1 Specifikace maloobchodních činností 32

3.3.2 Specifikace velkoobchodních činností 34

3.4 Obchodování na spotřebitelských trzích 36

3.5 Obchodování na průmyslových trzích 37

3.6 Vymezení marketingových činností 38

3.7 Zákazníci a jejich chování při nákupech 42

3.7.1 Chování zákazníků na spotřebitelských trzích 42

3.7.2 Chování zákazníků na průmyslových trzích 46

4 Přístupy k měření efektivnosti a výkonnosti **49**

4.1 Metriky a jejich klasifikace 52

4.2 Metriky v reverzní logistice 56

4.3 Metriky v obchodování 58

5 Výzkumná část **61**

5.1 Vztah mezi generacemi zákazníků a jejich přístupy při nakládání s obaly a produkty 63

5.2 Závislost obchodních činností a reverzní logistiky na velikosti průmyslového zákazníka a prodejce 65

5.3 Vazba mezi reklamním sdělením a činnostmi reverzní logistiky 69

5.4 Vztah mezi místem prodeje, nástroji marketingové komunikace a reverzní logistiky 70

5.5 Vymezení klíčových oblastí komunikace, obchodu a reverzní logistiky 72

6 Shrnutí 79

Seznam obrázků 81

Seznam tabulek 82

Seznam použité literatury 83