

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1	
Wprowadzenie do logistyki dystrybucji	11
1.1. Logistyka dystrybucji - istota i funkcje	11
1.2. Cele logistyki dystrybucji	14
1.3. Holistyczne podejście do logistyki dystrybucji	19
1.4. Trendy wpływające na rozwój logistyki dystrybucji	29
Rozdział 2	
Kanały dystrybucji	41
2.1. Proste i złożone kanały dystrybucji	41
2.2. Relacje pomiędzy uczestnikami kanałów dystrybucji	45
2.3. Projektowanie kanałów dystrybucji	50
2.3.1. Przesłanki uaktualniania struktury kanału dystrybucji	57
2.3.2. Wybór kanału dystrybucji	60
2.3.3. Wybór pośredników	63
Rozdział 3	
Logistyczna obsługa klientów	65
3.1. Istota i elementy logistycznej obsługi klientów	65
3.2. Metody ustalania właściwego poziomu obsługi klientów	69
3.2.1. Metoda SERVQUAL	74
3.2.2. Badanie półki	76
3.2.3. Audyt tajemniczego klienta	76
Rozdział 4	
Organizacja logistyki dystrybucji	79
4.1. Wybrane rozwiązania wspierające operacje dystrybucyjne	79
4.1.1. <i>Merge-in-transit</i>	80
4.1.2. <i>Cross-docking</i>	84
4.1.3. Współdzielenie dystrybucji	88
4.2. Planowanie potrzeb dystrybucyjnych - DRP	96
4.3. Procesy dystrybucyjne w branży FMCG	105
Rozdział 5	
Wykorzystanie internetu w dystrybucji towarów	115
5.1. Sprzedaż internetowa	115
5.2. Modele dystrybucji sklepów internetowych	121
5.2.1. Model magazyn własny	123

5.2.2. Model <i>dropshipping</i>	125
5.2.3. Model <i>extended shopping</i>	127
5.2.4. Model <i>fulfillment</i>	128
5.2.5. Model <i>brokering towarowy</i>	129
Rozdział 6	
Społecznie odpowiedzialna logistyka dystrybucji	131
6.1. Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu	131
6.2. Społecznie odpowiedzialne działania w logistyce dystrybucji	136
6.3. Wycofanie produktu z rynku - <i>product recall</i> - jako sprawdzian realizacji założeń społecznej odpowiedzialności	144
Podsumowanie	153
Bibliografia	155
Spis tabel	163
Spis rysunków	165
O Autorach	168

oprac. BPK