

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. Merge-in-transit 80

4.1.2. Cross-docking 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 dropshipping 125

5.2.3. Model extended shopping 127

5.2.4. Model fulfillment 128

5.2.5. Model brokering towarowy 129

Rozdział 6

Spółecznie odpowiedzialna logistyka dystrybucji 131

6.1. Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu 131

6.2. Spółecznie odpowiedzialne działania w logistyce dystrybucji 136

6.3. Wycofanie produktu z rynku - product recall - jako sprawdzian realizacji założeń społecznej odpowiedzialności 144

Podsumowanie 153

Bibliografia 155

Spis tabel 163

Spis rysunków 165

O Autorach 168