

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	<b>7</b>
<b>Rozdział 1</b>	
<b>Wprowadzenie do logistyki dystrybucji</b> .....	<b>11</b>
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
<b>Rozdział 2</b>	
<b>Kanały dystrybucji</b> .....	<b>41</b>
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
<b>Rozdział 3</b>	
<b>Logistyczna obsługa klientów</b> .....	<b>65</b>
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**

<b>Organizacja logistyki dystrybucji</b> .....	<b>79</b>
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**

<b>Wykorzystanie internetu w dystrybucji towarów</b> .....	<b>115</b>
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**

<b>Spółecznie odpowiedzialna logistyka dystrybucji</b> .....	<b>131</b>
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

<b>Podsumowanie</b> .....	<b>153</b>
---------------------------	------------

<b>Bibliografia</b> .....	<b>155</b>
---------------------------	------------

<b>Spis tabel</b> .....	<b>163</b>
-------------------------	------------

<b>Spis rysunków</b> .....	<b>165</b>
----------------------------	------------

<b>O Autorach</b> .....	<b>168</b>
-------------------------	------------