

Niniejsza monografia uzupełnia i aktualizuje znane oraz popularne opracowania z zakresu logistyki dystrybucji. W publikacji omówiono zarówno podstawowe pojęcia, jak i bardziej złożone zagadnienia z tego obszaru. Książka porusza problematykę związaną z zadaniami logistyki dystrybucji, klasyfikacją kanałów dystrybucji i ich projektowaniem oraz logistyczną obsługą klienta. Podejmuje także bardzo aktualne kwestie, chociażby takie jak: wykorzystanie Internetu w dystrybucji towarów, społeczna odpowiedzialność w logistyce, czy obsługa logistyczna przedsiębiorstw z branży FMCG. Nie zabrakło w niej także przeglądu nowych trendów zmieniających kształt logistyki dystrybucji, takich jak na przykład omnikanałowość bądź ekonomia współdzielenia. Ogromną zaletą książki jest jej aktualność oraz wykorzystanie licznych przykładów z życia gospodarczego. Wszystko to po to, aby umożliwić czytelnikowi swobodne poruszanie się w obszarze współczesnej logistyki dystrybucji.

Cechą wyróżniającą monografię jest:

- przystępny język i prosta forma przekazu,
- ilustracja opisywanych zjawisk przykładami z praktyki gospodarczej,
- prezentacja zarówno klasycznego zestawu zagadnień, jak i najnowszych trendów w logistyce dystrybucji.

Książka skierowana jest przede wszystkim do:

- przedsiębiorców oraz wszystkich tych, którzy dopiero planują własną działalność gospodarczą i poszukują inspiracji oraz wskazówek z obszaru logistyki dystrybucji,
- menedżerów odpowiedzialnych za logistykę dystrybucji,
- przedstawicieli środowisk akademickich i studentów kierunków związanych z logistyką i z zarządzaniem.

Dr inż. Aleksandra Łapko - doktor nauk ekonomicznych, adiunkt w Zakładzie Logistyki na Wydziale Inżynieryjno-Ekonomicznym Transportu Akademii Morskiej w Szczecinie. Autorka kilkudziesięciu publikacji naukowych. Była członkiem zespołów realizujących międzynarodowe projekty dotyczące logistyki dystrybucji. Od kilku lat prowadzi zajęcia dydaktyczne z obszaru logistyki.

Natalia Wagner - doktor nauk ekonomicznych, zatrudniona jest na stanowisku adiunkta na Wydziale Inżynieryjno-Ekonomicznym Akademii Morskiej w Szczecinie. Od wielu lat prowadzi zajęcia dydaktyczne z obszaru logistyki, w tym logistyki dystrybucji. Jej zainteresowania naukowe obejmują zagadnienia zarządzania logistycznego, społecznej odpowiedzialności biznesu, a także szeroko rozumianej problematyki funkcjonowania podmiotów gospodarki morskiej. Jest autorką kilkudziesięciu publikacji naukowych z tego zakresu badawczego.

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

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 - product recall - jako sprawdzian realizacji założeń społecznej odpowiedzialności 144

Podsumowanie 153

Bibliografia 155

Spis tabel 163

Spis rysunków 165

O Autorach 168