

Spis treści

1. Koncepcja kompleksowej dystrybucji	9
Logistyka i gospodarka narodowa	12
Jakie są koszty dystrybucji	14
Kompleksowe zarządzanie systemami	17
2. Rola logistyki w przedsiębiorstwie	23
Wkład logistyki w tworzenie zysku	24
Kapitałowa podstawa logistyki	27
Poprawa wskaźnika ROI przez zarządzanie logistyczne	31
Logistyka w strategii firmy	33
Podsumowanie	44
3. Obsługa klienta i marketing	47
Określenie pojęcia obsługi klienta (serwisu)	48
Rozwój polityki przedsiębiorstwa	49
4. Koszty dystrybucji	71
Pojęcie analizy kosztów całkowitych	72
Koszty obsługi klienta	75
Rachunkowość dla określenia kosztów zapasów	79
Zasady określania kosztów logistycznych	81
Kalkulacja zyskowności klienta	86
5. Kontrola działalności dystrybucyjnej	93
Potrzeba audytu	94
Kiedy niezbędny jest audyt?	97
Strategiczny audyt dystrybucji	99
Taktyczny audyt dystrybucji	102
6. Systemy informacyjne logistyki	117
Potrzeba informacji	118
Funkcje systemu informacyjnego logistyki	120
Podsystem informacyjny	125
Technologia informacyjna i jej potencjalne możliwości	128
Podsumowanie	132

7. Planowanie działalności dystrybucyjnej	133
Nowe idee dla starych problemów	133
Planowanie zapotrzebowań	138
LRP w praktyce	140
Rozszerzenie sposobu myślenia o planowaniu zapotrzebowań	145
8. Dystrybucja i strategia kanałów dostawczych	149
Strategia kanału dostawczego	153
Strategia kanału marketingowego	157
Wzmacnianie efektywności kanału dystrybucyjnego	162
Podsumowanie	166
9. Rozwijanie planu dystrybucji	169
Horyzont czasowy planowania dystrybucji	170
Zakres planowania dystrybucji	171
Systemy wspomagania decyzji w planowaniu dystrybucji	178
Budowa modeli i symulacja	179
Dynamika przemysłowa	180
Zarządzanie popytem i plan dystrybucji	184
10. Wdrażanie strategii logistycznych	189
Podstawowe umiejętności	189
Potrzeba akceptacji	190
Bariery organizacyjne	191
Zadania organizacyjne	191
Systemy logistyczne zorientowane na przepływ	195
Autonomia logistyki	198
Uruchomienie działalności	200
Spis rysunków	203
Spis tabel	204
Indeks	205