

SPIS TREŚCI

Wstęp.....	5
1. Dylematy zarządzania łańcuchami dostaw.....	9
2. Logistyczna obsługa klienta. Podstawowe pojęcia i definicje	23
2.1. Definicja obsługi klienta w logistyce.....	23
2.2. Elementy obsługi klienta.....	29
2.3. Mierniki poziomu obsługi klienta.....	36
2.4. Standardy obsługi klienta jako determinanty strategii rozwoju przedsiębiorstwa.....	43
3. Strategie logistycznej obsługi klienta w łańcuchach dostaw.....	54
3.1. Obsługa klienta w łańcuchu dostaw.....	54
3.2. Konkurencyjne i niekonkurencyjne strategie obsługi klienta w łańcuchu dostaw.....	62
3.3. Proces opracowania strategii zarządzania łańcuchem dostaw.....	81
3.4. Pomiar wyników jako instrument zarządzania łańcuchem dostaw ...	89
4. Poziom obsługi klienta a efekty ekonomiczne przedsiębiorstw	102
4.1. Koszty obsługi klienta w kanałach dostaw.....	102
4.2. Koszty obsługi klienta jako składnik kosztów dystrybucji.....	111
4.3. Wskaźniki finansowe a efekty działalności przedsiębiorstw.....	119
5. Poziom obsługi klienta na przykładzie przedsiębiorstw w województwie podlaskim.....	123
5.1. Opis przeprowadzonych badań.....	123
5.2. Dostępność dóbr.....	130
5.3. Czas oczekiwania na dostawę uzupełniającą.....	143
5.4. Kompletność dostaw.....	159
5.5. Rodzaje komunikacji w kanałach dystrybucyjnych.....	164
5.6. Własność środków transportu.....	168
5.7. Straty w kanałach dystrybucyjnych.....	177
5.8. Terminy płatności za dostawę.....	180
6. Ewolucja logistycznej obsługi klientów w łańcuchach dostaw w latach 1998-2005.....	187
6.1. Opis przeprowadzonych badań.....	187
6.2. Zmiany poziomu obsługi klienta w latach 2000-2005.....	190

6.3. Weryfikacja wyników badań z lat 1998-2000.....	206
6.4. Podsumowanie i wnioski.....	210
7. Sterowanie rentownością łańcucha dostaw według obsługi klienta.....	216
Zakończenie.....	225
Bibliografia.....	227
Załączniki.....	241
Streszczenia.....	244