

# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	7
<b>Rozdział 1. Współczesna logistyka</b> .....	9
1.1. Podstawowe pojęcia i problemy .....	9
1.2. Logistyka a podstawowe koncepcje zarządzania .....	14
1.3. Logistyka w tworzeniu przewagi konkurencyjnej .....	27
<b>Rozdział 2. System logistyczny w przedsiębiorstwie</b> .....	36
2.1. System logistyczny przedsiębiorstwa .....	36
2.2. Zadania działu logistyki i jego miejsce w strukturze przedsiębiorstwa .....	40
2.3. Usprawnianie procesów logistycznych w przedsiębiorstwie .....	44
2.4. Kształtowanie systemu logistycznego w małych i średnich przedsiębiorstwach .....	46
<b>Rozdział 3. Zarządzanie zapasami w przedsiębiorstwie</b> .....	49
3.1. Cele zarządzania zapasami .....	49
3.2. Określanie poziomu zapasów i organizacja systemu składania zamówień .....	54
3.3. Zapasy w wielu miejscach lokalizacji .....	60
3.4. Zapasy w różnych przedsiębiorstwach .....	61
<b>Rozdział 4. Rachunek kosztów logistyki</b> .....	66
4.1. Koncepcje i strategie w zarządzaniu rachunek kosztów logistyki ...	66
4.2. Tradycyjny rachunek kosztów logistyki .....	77
4.3. Bezpośrednia rentowność produktu .....	81
4.4. Rachunek kosztów działań .....	84
<b>Rozdział 5. Logistyka zaopatrzenia</b> .....	97
5.1. Zarządzanie bazą dostawców .....	97
5.1.1. Etap 1. Zbieranie informacji o potencjalnych dostawcach ....	98

5.1.2. Etap 2. Wybór dostawców i ustalenie warunków współpracy . . .	100
5.1.3. Etap 3. Ocena dostawców i doskonalenie współpracy . . . . .	106
5.1.4. Etap 4. Zakończenie współpracy . . . . .	109
5.2. Organizacja działu zaopatrzenia . . . . .	110
<b>Rozdział 6. Logistyka produkcji</b> . . . . .	114
6.1. Obszary logistyki produkcji . . . . .	114
6.2. Informatyczne wspomaganie zarządzania logistycznego . . . . .	123
<b>Rozdział 7. Logistyka dystrybucji</b> . . . . .	128
7.1. Istota i znaczenie logistycznej obsługi klienta . . . . .	128
7.2. Elementy logistycznej obsługi klienta . . . . .	133
7.3. Standardy logistycznej obsługi klienta . . . . .	139
7.4. Pomiar i kontrola jakości obsługi klienta . . . . .	146
<b>Rozdział 8. Sieci dostaw</b> . . . . .	149
8.1. Sieci gospodarcze a sieci dostaw . . . . .	149
8.2. Model zarządzania sieciami dostaw . . . . .	160
8.3. Tworzenie sieci dostaw . . . . .	170
8.3.1. Dobór uczestników i tworzenie relacji w ramach sieci . . . . .	172
8.3.2. Informatyzacja i wizualizacja . . . . .	177
8.4. Zarządzanie sieciami dostaw w praktyce . . . . .	182
8.4.1. Przepływ informacji w sieci dostaw . . . . .	183
8.4.2. Przepływ informacji między procesami w przedsiębiorstwie . . .	185
8.4.3. Integracja i przepływ informacji w łańcuchu klient–przedsiębiorstwo–dostawca . . . . .	186
8.4.4. Struktura kosztów w sieci . . . . .	189
8.4.5. Pomiar efektywności zarządzania siecią . . . . .	193
8.5. Analiza przypadków — Aparator SA . . . . .	195
8.5.1. Wirtualna logistyka — zakup komponentów elektroniki . . . . .	195
8.5.2. Wirtualna logistyka — integracja z dostawcami . . . . .	200
8.6. Ankieta . . . . .	205
<b>Rozdział 9. Rynek usług logistycznych</b> . . . . .	213
9.1. Usługi logistyczne . . . . .	213
9.2. Przedsiębiorstwa TSL . . . . .	221
9.2.1. Schenker — strategia zorientowana na klienta . . . . .	224
9.2.2. DHL — lider rynku operatorów logistycznych . . . . .	226
9.2.3. TNT — drugi musi pracować ciężiej na swój sukces . . . . .	227
<b>Bibliografia</b> . . . . .	235