

Bibliografia

- Aaker D., Mascarenhas B., *The need for Strategic Flexibility*, „The Journal of Business Strategy” 1984, nr 5(2).
- Achrol R.S., *Changes in the theory of interorganizational relations in marketing: toward a network paradigm*, „Journal of the Academy of Marketing Science” 1997, nr 25.
- Adamczewski P., *Obszary CRM*, „Logistyka a Jakość” 2000, nr 4.
- Afuah A., *Business models. A Strategic Management Approach*, McGraw-Hill/Irwin, 2004.
- Afuah A., Tucci C.L., *Biznes internetowy. Strategie i modele*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
- Anand K., Girotra K., *The strategic perils of delayed differentiation*, „Management Science” 2007, nr 53(5).
- Anand K., Mendelson H., *Postponement and information in a supply chain*. Working paper. Graduate School of Business, Stanford University, CA 1998.
- Andersen P., Christensen P., *Bridges over troubled water: Suppliers as connective nodes in global supply networks*, „Journal of Business Research” 2005, nr 58.
- Baker P., *Designing distribution centers for agile supply chains*, „International Journal of Logistics: Research and Applications” 2006, nr 9(3).
- Baraniecka A., *ECR – Łańcuch dostaw zorientowany na klienta*, Biblioteka Logistyka, Poznań 2004.
- Barens S., Bauer H., Neumann M., Huber F., *Segmenting cyberspace: A customer typology for the internet*, „European Journal of Marketing” 2007, nr 41(1/2).
- Beesley A., *Time compression – new source of competitiveness in the supply chain*, „Logistics Focus”, czerwiec 1995.
- Bendkowski J., Kramarz M., Kramarz W., *Metody i techniki ilościowe w logistyce stosowanej. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010.
- Bernacka K., *ECR – intratny związek przemysłu i handlu*, „Marketing w Praktyce” 2001, nr 1.
- Beth S., Burt D.N., Copacino W., Gopal C., Lee H., Lynch R.P., Morris S., *Budowanie relacji w ramach łańcucha dostaw*, [w:] *Zarządzanie łańcuchem dostaw*. Harvard Business Review, Helion, Gliwice 2007.
- Bielski I., *Podstawy marketingu*, TNOiK, Toruń 1999.
- Bish E., Wang Q., *Optimal investment strategies for flexible resources, considering pricing and correlated demands*, „Operations Research” 2004, nr 52(6).
- Blak P., *Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania*, PWE, Warszawa 2001.
- Błaszczyk W., *Metody organizacji i zarządzania. Kształtowanie relacji organizacyjnych*, PWE, Warszawa 2005.
- Boulanger P., *Organiser l'entreprise en réseau*, Nathan, Paris 1995.
- Bozarth C., Handfield R., *Wprowadzanie do zarządzania operacjami i łańcuchem dostaw. Kompletny podręcznik logistyki i zarządzania dostawami*, Helion, Gliwice 2007.

- Brettel M., Engelen A., Müller T., Schilke O., *Distribution Channel Choice of New Entrepreneurial Ventures*, „Entrepreneurship Theory and Practice”, czerwiec 2011.
- Brzóska J., *Modele strategiczne przedsiębiorstw energetycznych*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2007.
- Buckley A., *Valuing Tactical and Strategic Flexibility*, „Journal of General Management” 1997, nr 22(3).
- Buszko A., *Budowa kanałów dystrybucji według poziomu satysfakcji odbiorców*, „Logistyka” 2005, nr 5.
- Ciesielski M. (red.), *Logistyka w biznesie*, PWE, Warszawa 2006.
- Ciesielski M. (red.), *Logistyka we współczesnym zarządzaniu*, AE, Poznań 2003.
- Chod J., Rudi N., *Strategic investments, trading and pricing under forecast updating*, „Management Science” 2006, nr 52(12).
- Chopra S., Meindl P., *Supply Chain Management. Strategy, Planning & Operations*, Person Education, New Jersey 2007.
- Christopher M., *Creating resilient supply chains*, „Logistics Europe” 2004, nr 11.
- Christopher M., *Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw*, Wydawnictwo PCDL, Warszawa 2000.
- Christopher M., Peck H., *Logistyka marketingowa*, PWE, Warszawa 2006.
- Christopher M., *Strategia zarządzania dystrybucją*, Placet, Warszawa 1996.
- Czakon W., *Istota i przejawy kompetencji relacyjnej, Zarządzanie strategiczne w badaniach teoretycznych i w praktyce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu we Wrocławiu” 2008, nr 20.
- Czakon W., *Kooperacja – splot tworzenia i zawłaszczania wartości*, „Przegląd Organizacji” 2009, nr 12.
- Czakon W., *Model biznesu operatora a orkiestracja sieci*, [w:] *Nowoczesność przemysłu i usług. Modele, metody i narzędzia zarządzania organizacjami*, Pyka J. (red.), TNOiK, Katowice 2010.
- Czakon W., *Sieci w zarządzaniu strategicznym*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.
- Czerska J., *Doskonalenie strumienia wartości*, Difin, Warszawa 2009.
- Czerska J., *Wielec niż odchudzanie. Istota koncepcji zarządzania*, „Personel i Zarządzanie” 2002, nr 24.
- Czubala A., *Dystrybucja produktów*, PWE, Warszawa 2001.
- Da Rocha A., Kury B., Monteiro J., *The diffusion of exporting in Brazilian industrial clusters*, „Entrepreneurship & Regional Development” 2009, nr 21(5-6).
- Dach Z., *Podstawy mikroekonomii*, Wydawnictwo Naukowe SYNABA, Kraków 2001.
- Damelio R., *The basics of Process Mapping*, Portland Oregon, Productivity Inc., USA 1996.
- Datta P., Christopher M., Allen P., *Agent-based modeling of complex production/distribution systems to improve resilience*, „International Journal of Logistic: Research and Applications” 2007, nr 10(3).
- Dibb S., Simkin L., *Bridging the segmentation theory/practice divide*, „Journal of Marketing Management” 2009, nr 25.
- Dyche J., *CRM – relacje z klientami*, Helion, Gliwice 2002.
- Engel R., Blackwell P., Miniard J., *Consumer behavior*, The Dryden Press, Chicago 2005.
- Eppen G., Schrage L., *Centralized ordering policies in a multi-warehouse system with lead times and random demand*, [w:] *Multi-Level Production Inventory Control Systems: Theory and Practice*, Schwartz L.B. (red.), North Holland, Amsterdam 1981.
- Evans J.S., *Strategic flexibility for high technology maneuvers a conceptual framework*, „The Journal of Management Studies” 1991, nr 28(1).
- Fine C., Freund R., *Optimal investment in product flexible manufacturing capacity*, „Management Science” 1990, nr 36.

- Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy*, PWE, Warszawa 2000.
- Gattorna J., *Dynamiczne łańcuchy dostaw: wartość tworzą ludzie*, Wydawnictwo Eurologistics, Suchy Las 2013.
- Goleńska E. (red.), *Kompendium wiedzy o logistyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Gruhm G., *Rysować, czy modelować*, „Computerworld” 1998, nr 43.
- Grucki K., *Mapowanie przebiegu procesu*, [w:] *Instrumenty zarządzania logistycznego*, Ciesielski M. (red.), PWE, Warszawa 2006.
- Hague P., Hague N., Morgan C., *Badania rynkowe w praktyce*, Helion, Gliwice 2005.
- Hand D., Mannila H., Smyth P., *Principles of Data Mining*, The MIT Press, Cambridge 2001.
- Hansen F., *Psychological Theories of Consumer Choice*, „Journal of Consumer Research” 1976, nr 3.
- Harrington J., *Business Process Improvements. The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity and Competitiveness*, McGraw-Hill Inc., New York 1991.
- Harrison A., Hoek van R., *Zarządzanie logistyką*, PWE, Warszawa 2010.
- Hässing K., *Zeit als Wettbewerbsstrategie*, „Die Unternehmung” 1994, nr 4.
- Hill N., Alexander J., *Pomiar satysfakcji i lojalności klientów*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
- Hines P., Lamming R., Jones D., Cousins P., Rich N., *Value Stream Management. Strategy and Excellence in the Supply Chain*, Prentice Hall, Harlow 2000.
- Hines P., Rich N., *The seven value stream mapping tools*, „International Journal of Operations and Production Management” 1997, nr 17.
- Hopej M., Szeloch M., *Lean Management – nowa koncepcja zarządzania*, „Przegląd Organizacji” 1994, nr 2.
- Hutt M.D., Speh T.W., *Zarządzanie marketingiem. Strategia rynku dóbr i usług przemysłowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
- Janssen M., Feenstra R., *Service portfolios for supply chain composition: Creating business network interoperability and agility*, „International Journal of Computer Integrated Manufacturing” 2010, nr 23(8-9).
- Johnson J., Lee R., Saini A., Grohmann B., *Market – focused Strategic flexibility: Conceptual Advances and an Integrative Model*, „Journal of the Academy of Marketing” 2003, nr 31(1).
- Kaden R., *Badania marketingowe*, PWE, Warszawa 2008.
- Kasprzak T., *Kompendium. Modele referencyjne w zarządzaniu procesami biznesu*, Difin, Warszawa 2005.
- Kempny D., *Logistyczna obsługa klienta*, PWE, Warszawa 2001.
- Kisperska-Moroń D., *Struktury organizacyjne dla potrzeb logistyki*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego, Katowice 2000.
- Kisperska-Moroń D., *System logistyczny gospodarki polskiej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego Katowice 1996.
- Kisperska-Moroń D., Krzyżaniak S. (red.), *Logistyka*, Biblioteka Logistyka, Poznań 2009.
- Kotler P., *Marketing, analiza planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner&Ska, Warszawa 1994.
- Kotra K., Pysz-Radziszewska A., *Marketing w teorii i praktyce*, WSB, Poznań 2001.
- Kramarz M., Bendkowski J., *Logistyka stosowana. Metody, Techniki, Analizy. Cz. I i II*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2006.
- Kramarz M., *Elastyczność i specjalizacja w sieciach dostaw*, [w:] *Zarządzanie relacjami międzyorganizacyjnymi. Doświadczenia i wyzwania*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2010.

- Kramarz M., *Sieci dostaw jako droga do wzrostu innowacyjności usług w sektorze dystrybucji*, „Kwartalnik Współczesne Zarządzanie” 2011, nr 4.
- Kramarz M., *Strategie adaptacyjne przedsiębiorstw flagowych sieci dystrybucji z odroczoną produkcją. Dystrybucja wyrobów hutniczych*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2012.
- Kramarz W., *Identyfikacja zakłóceń w przepływach materiałowych*, „Logistyka” 2011, nr 4.
- Kramarz W., *Modelowanie procesu realizacji zamówienia w sieciowym łańcuchu dostaw wyrobów hutniczych*, „Zeszyty Naukowe Ekonomiczne Problemy Usług”, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2013.
- Kramarz W., *Modelowanie przepływów materiałowych w sieciowym łańcuchu dostaw. Odporność łańcucha dostaw wyrobów hutniczych*, Difin, Warszawa 2013.
- Kramer J. (red.), *Badania rynkowe i marketingowe*, PWE, Warszawa 1994.
- Krawczyk S. (red.), *Logistyka. Teoria i Praktyka*, Difin, Warszawa 2011.
- Kruczek M., Żebrucki Z., *Doskonalenie struktury łańcucha dostaw z wykorzystaniem koncepcji Lean*, „Logistyka” 2011, nr 2.
- Krupski R. (red.), *Zarządzanie przedsiębiorstwem w turbulentnym otoczeniu*, PWE, Warszawa 2005.
- Krupski R. (red.), *Elastyczność organizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2008.
- Kwateng K., Manso J., Osei-Mensah R., *Outbound logistics management In manufacturing companies in Ghana*, „Review of Business and Finance Studies” 2014, nr 5(1).
- Laskowska A., *Konkurowanie czasem – strategiczna broń przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2001.
- Lisiecka K., *Kreowanie jakości. Uwarunkowania, strategie, techniki*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002.
- Lusch R., O'Brien M., Vargo S., *Competing through service: Insights from service – dominant logic*, „Journal of Retailing” 2007, nr 83(1).
- Ladoński W., *Podstawy towaroznawstwa ogólnego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław 1994.
- Lobesko S., *Systemy informacyjne w zarządzaniu wiedzą i innowacją w przedsiębiorstwie*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2005.
- Łuczewicz J., *Organizacyjne zachowania człowieka*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Łangeo we Wrocławiu, Wrocław 1999.
- Madhavaram S., Hunt S.D., *The service-dominant logic and a hierarchy of operant resources: developing masterful operant resources and implications for marketing strategy*, „Journal of the Academy of Marketing Science” 2008, nr 36(1).
- Mangan J., Lalwani Ch., Butcher T., *Global logistics and supply chain management*, John Wiley & Sons Ltd., 2008.
- Marciniak B., *Badanie satysfakcji klientów – problemy i metody badawcze*, „Marketing i Rynek” 2000, nr 11.
- Mazur A., Jaworska K., Mazur D., *CRM. Zarządzanie Kontaktami z Klientami*, Madar, Zabrze 2001.
- McDonald M., Dunbar I., *Segmentacja rynku: przebieg procesu i wykorzystanie wyników*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
- Mieghem J.A. van, *Commonality strategies: Value drivers and equivalence with flexible capacity and inventory substitution*, „Management Science” 2004, nr 50(3).
- Mieghem J.A. van, *Due date scheduling: Asymptotic optimality of longest queue and generalized largest delay rules*, „Operations Research” 2003, nr 51.

- Mieghem J.A. van, *Investment strategies for flexible resources*, „Management Science” 1998, nr 44(8).
- Mieghem J.A. van, *Newsvendor networks: Inventory management and capacity Investment with discretionary activities*, „Manufacturing & Service Operations Management” 2002, nr 4(4).
- Mintzberg H., *Mintzberg on Management*, The Free Press, New York 1989.
- Mitręga M., *Marketing relacji. Teoria i praktyka*, CeDeWu, Warszawa 2008.
- Mitręga M., *Miary relacji firma – klient*, „Marketing” 2003, nr 9.
- Mruk H., Pilarczyk B., Sojkin B., *Podstawy marketingu*, AE, Poznań 1996.
- Mynarski S., *Badania rynkowe w warunkach konkurencji*, FOGRA, Kraków 1995.
- Netessine S., Dobson G., Shumsky R.A., *Flexible service capacity: Optimal investment and the impact of demand correlation*, „Operations Research” 2002, nr 50(2).
- Newth F., *Business Models and Strategic Management: A New Integration*, Business Expert Press, New York 2012.
- Niemczyk J., Olejarczyk K., *Organizacja wirtualna*, [w:] *Zarządzanie przedsiębiorstwie w turbulentnym otoczeniu*, Krupski R. (red.), PWE, Warszawa 2005.
- Nowakowski T., *Niezawodność systemów logistycznych*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2011.
- Nowosielski S. (red.), *Procesy i projekty logistyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2008.
- Oblój K., *Strategia organizacji*, PWE, Warszawa 2007.
- Oblój K., *Tworzywo skutecznych strategii*, PWE, Warszawa 2002.
- Osterwalder A., Pigneur Y., *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*, 2010.
- Pandey J., Pathak D., *A predictive methodology of rough set theory used to analyze market segmentation I competitive environment for supermarket*, „Journal of Marketing Management” 2013, nr XII (3).
- Payne A., Storbacka K., Frow P., *Managing the co-creation of value*, „Journal of the Academy of Marketing Science” 2008, nr 36(1).
- Pietrucha-Pacut M., Bendkowski J., *Podstawy logistyki w dystrybucji*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2003.
- Pokusa T., *Strategia ECR, a lojalność klienta*, „Logistyka” 1998, nr 2.
- Porter M., *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*, MT Biznes, Warszawa 2010.
- Prahalad C., Krishnan M., *The New Age of Innovation*, McGraw-Hill, 2009.
- Quinn I., Hines T., Bennis D., *Making sense of market segmentation: A fashion retailing case*, „European Journal of Marketing” 2007, nr 41.
- Rother M., Harris R., *Naucz się widzieć. Eliminacja marnotrawstwa poprzez Mapowanie Strumienia Wartości*, The Lean Enterprise Institute, Wrocław 2003.
- Rummler G., Brache A., *Podnoszenie efektywności organizacji*, PWE, Warszawa 1999.
- Rutkowski K. (red.), *Logistyka dystrybucji*, Difin, Warszawa 2000.
- Rybowska A., *Zachowania zakupowe klientów sklepów internetowych*, „Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni” 2010, nr 65.
- Rydzkowski W., Wojewódzka-Król K., *Transport*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Sanchez R., *Strategic flexibility in product competition*, „Strategic Management Journal” 2005, nr 16.
- Schmelzer H., Sesselman W., *Geschäftsprozess management in der Praxis*, Hanser Wien 2003.
- Schulze J., *CRM erfolgreich einführen*, Springer 2002.

- Schweizer L., *Concept and evolution of the business models*, „Journal of General Management” 2005, nr 31(2).
- Shapiro C., Varian H., *Information Rules: A strategic Guide to the network economy*, Harvard Business School Press, Cambridge 1999.
- Śliwczyński B., *Planowanie logistyczne – przewodnik do kształcenia w zawodzie technik logistyk*, Biblioteka Logistyka, Poznań 2007.
- Spyra Z., *Kanały dystrybucji. Kształtowanie relacji*, CeDeWu, Warszawa 2007.
- Stajniak M., *Racjonalizacja transportu w logistycznych procesach zaopatrzenia i dystrybucji*, Biblioteka Logistyka, Poznań 2012.
- Stern L., El-Ansary A., Coughlan A., *Kanały marketingowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Storbacka K., Lehtinen J., *Sztuka budowania trwałych związków z klientami*, ABC, Kraków 2001.
- Sydow J., *Strategische Netzwerke. Evolution und Organisation*, Gabler Verlag, Wiesbaden 1992.
- Szymanowski W., *Zarządzanie łańcuchami dostaw żywności w Polsce. Kierunki zmian*, Difin, Warszawa 2008.
- Szymonik A., *Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw. Część 2*, Difin, Warszawa 2011.
- Szymonik A., *Systemy informatyczne w realizacji funkcji logistycznych*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Kupieckiej, Łódź 2006.
- Tapscott D., *Creating Value in the Network Economy*, Harvard Business School Press, Cambridge 1999.
- Tayur S., Ganeshan R., Magazine M. (red.), *Quantitative models for supply chain management*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, The Netherlands 2000.
- Teece D., Pisano G., Shuen A., *Dynamic capabilities and strategic Management*, „Strategic Management Journal” 1997, nr 18(7).
- Tiwana A., *Przewodnik po zarządzaniu wiedzą. E-biznes i zastosowania CRM*, Placet, Warszawa 2003.
- Upton D., *What really makes factories flexible?*, „Harvard Business Review” 1995, nr 73(4).
- Wilding R., *Kompresja czasu w łańcuchu dostaw*, „Gospodarka Materialowa i Logistyka” 2000, nr 3.
- Wilson D., *An integrated model of buyer – seller relationship*, „Journal of the Academy of Marketing Science” 2007, nr 23.
- Witkowski J., *Zarządzanie łańcuchem dostaw. Koncepcje, procedury, doświadczenia*, PWE, Warszawa 2003.
- Womack J.P., Jones D.T., *Odchudzanie firm. Eliminacja marnotrawstwa kluczem do sukcesu*, Centrum Informacji Menadżera, Warszawa 2001.
- Yu H., Al-Hussein M., Al-Jibouri S., Telyas A., *Lean Transformation in a Modular Building Company: A Case for Implementation*, „Journal of Management in Engineering”, styczeń 2013.
- Zimniewicz K., *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa 2003.
- Zorska A., *Ku globalizacji?: przemiany w korporacjach transnarodowych i gospodarce światowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

Publikacje online

- Czerska J., *Analiza Big Picture – mapa systemu. Jak uzyskać informacje o procesie i możliwościach jego doskonalenia*, [na:] www.lean.info.pl.
- Osterwalder A., Pigneur Y., *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries*, Alexander Osterwalder & Yves Pigneur 2009.
- Ostrowska K., *Lean Management – racjonalne zarządzanie zasobami firmy*, [na:] www.nf.pl.
- Sikorski P., *E-fulfilment*, [na:] http://www.logistics-consultancy.pl/felietony/_doc_html/20001112.html.

Spis tabel i rysunków

Spis tabel

Tabela 1.1. Charakterystyka ról w sieci operatora, integratora i dyrygenta	23
Tabela 1.2. Zadania przedsiębiorstwa handlowego (dystrybutora) w kanałach dystrybucji	26
Tabela 1.3. Sieci i łańcuchy dostaw	34
Tabela 1.4. Rola badań marketingowych i badań rynku w projektowaniu kanałów dystrybucji	38
Tabela 2.1. Elementy logistycznej obsługi klienta	54
Tabela 2.2. Kompetencje pracowników działu obsługi klienta w kontekście jakości realizacji zamówienia	63
Tabela 3.1. Wymiar czasu trwania procesu	72
Tabela 3.2. Cechy zarządzania strumieniami podaży i popytu	79
Tabela 3.3. Metody zarządzania procesami	83
Tabela 3.4. Poziomy stanowienia celów a zarządzanie procesami	83
Tabela 3.5. Techniki analizy procesów	97
Tabela 3.6. Możliwości narzędzi doskonalenia procesów w sferze logistyki	98
Tabela 4.1. Badania rynku i badania marketingowe	110
Tabela 4.2. Mierniki jakości logistycznej obsługi klienta	123
Tabela 5.1. Mikro- i makrosegmentacja	131
Tabela 5.2. Główne kryteria segmentacji dla rynku konsumentów	133
Tabela 5.3. Korzyści związane z koncepcją ECR	154
Tabela 5.4. Wzorcowe strategie adaptacyjne przedsiębiorstwa flagowego	159
Tabela 5.5. Wpływ typów relacji międzyorganizacyjnych na cele logistyki dystrybucji według poszczególnych segmentów	160
Tabela 5.6. Strategie adaptacyjne a kształtowanie sieci i dobór zasobów	161
Tabela 5.7. Charakterystyka wariantów strategicznych wzmacniania odporności łańcucha dostaw	165
Tabela 5.8. Podsumowanie wariantów strategicznych wzmacniania przez materiałowy punkt rozdziału odporności łańcucha dostaw	168
Tabela 5.9. Macierz strategii przedsiębiorstwa flagowego będącego materiałowym punktem rozdziału	174
Tabela 1. Zał. 2. Odległości euklidesowe między skupieniami – segmentacja odbiorców	196
Tabela 2. Zał. 2. Analiza skupień przedsiębiorstw względem rang zmiennych składających się na logistyczną obsługę klienta	197
Tabela 3. Zał. 2. Atrybuty konieczne i wystarczające według elementów logistycznej obsługi klienta w sieci dystrybucji wyrobów hutniczych	203

Spis rysunków

Rysunek 1.1. Struktura rozdziału 1	12
Rysunek 1.2. Uczestnicy procesu dystrybucji	42
Rysunek 2.1. Struktura treści w rozdziale 2	44
Rysunek 2.2. Luki w obsłudze klienta	49
Rysunek 2.3. Lojalność klienta	51
Rysunek 2.4. Wyznaczenie wartości dostarczonej klientowi	52
Rysunek 2.5. Perspektywy oceny elastyczności	59
Rysunek 3.1. Struktura rozważań w rozdziale 3	70
Rysunek 3.2. Elementy procesu	70
Rysunek 3.3. Parametry procesu	71
Rysunek 3.4. Uproszczony model cyklu realizacji zamówienia	75
Rysunek 3.5. Model określający przebieg procesów	82
Rysunek 3.6. Mapa funkcjonalna	86
Rysunek 3.7. Diagram rybiej ości	89
Rysunek 3.8. Analiza przyczynowo-skutkowa (diagram rybiej ości)	90
Rysunek 3.9. Przykład mapy relacji	92
Rysunek 3.10. Mapa strumienia wartości (poziom ogólny)	94
Rysunek 3.11. Przykład szczegółowej mapy sieci przepływu w systemie <i>pull</i> (realizacja zamówienia w systemie z odroczoną produkcją)	95
Rysunek 3.12. Podstawowe założenia metody Time Based Management	103
Rysunek 3.13. Typy czynności składających się na proces	105
Rysunek 4.1. Logika rozważań w rozdziale 4	109
Rysunek 4.2. Mapa jakości przy ocenie elementów w trakcie transakcji dla segmentu a – I, b – II, c – III	126
Rysunek 5.1. Logika rozważań w rozdziale 5	128
Rysunek 5.2. Procedura segmentacji	132
Rysunek 5.3. Macierze pozycjonowania klientów ze względu na wielkość zamawianych partii i częstotliwość składanych zamówień	142
Rysunek 5.4. Wartość użytkowa	144
Rysunek 5.5. Powiązania między strategiami w organizacji	145
Rysunek 5.6. Obszary strategii ECR	153
Rysunek 5.7. Rozwiązania, techniki i technologie wykorzystywane w koncepcji ECR	156
Rysunek 5.8. Model przepływu dla strategii wczesnej dyferencjacji (produkty wielowariantowe)	170
Rysunek 5.9. Wariant strategiczny opóźniona dyferencjacja – zasób elastyczny	171
Rysunek 5.10. Wariant strategiczny opóźniona dyferencjacja – relacje sieciowe w obszarze podwykonawstwa	173
Rysunek 5.11. Obszary strategiczne w przestrzeni determinantów	176
Rysunek 5.12. Macierz strategiczna w zależności od wahań popytu i stopnia różnicowania produktu	177
Rysunek 5.13. Macierz strategiczna w zależności od szerokości asortymentu i wahań popytu	177
Rysunek 5.14. Macierz strategiczna w zależności od szerokości asortymentu i stopnia różnicowania produktu	178
Rysunek 5.15. Procesy w ramach CRM	184
Rysunek 5.16. Przepływ wiedzy w procesach CRM	185
Rysunek 1. Zał. 3. Mapa procesu realizacji zamówienia	206
Rysunek 2. Zał. 3. Analiza przyczynowo-skutkowa z wykorzystaniem diagramu Ishikawy	207





II 241933

Marzena KRAMARZ – doktor habilitowa o zarządzaniu, profesor nadzwyczajny Po i Administracji, na Wydziale Organizacji i z zakresu sieci logistycznych, sieci dost. zarządzania łańcuchem dostaw, zarządzania relacjami w sieciach i łańcuchach dostaw oraz strategii przedsiębiorstw w sieciach. Zajmuje się działalnością naukowo-badawczą w obszarze problemów logistycznych. Zainteresowanie naukowe koncentruje wokół zagadnień związanych z procesami logistycznymi w sieciach współpracujących organizacji, strategii przedsiębiorstw centralnych sieci oraz logistycznej obsługi klienta.

Treści zawarte w książce mają pomóc w badaniach nad skutecznością przedsiębiorstw kooperujących w sieciach i łańcuchach dostaw. Zasadniczy nacisk położony jest na kooperację w sieciach dystrybucji, dlatego też miernik oceny skuteczności odniesiono do poziomu logistycznej obsługi klienta.

Książka posiada atuty podręcznika akademickiego. Wskazuje bowiem podstawowe definicje oraz proponuje metodykę prowadzenia badań w ocenie skuteczności. Jednocześnie publikacja wsparta została weryfikacją zamieszczonej metodyki, prezentując badania przeprowadzone w wybranych sieciach dystrybucji.

Struktura książki umożliwia stopniowe zapoznanie się z problematyką oceny skuteczności, będącą konsekwencją wzrostu relacji sieciowych. Wskazano sposoby definiowania sieci dostaw, proponując ujednolicanie terminologii: sieci dostaw, sieci logistyczne, sieciowe łańcuchy dostaw. Omówiono także teoretyczne modele biznesowe organizacji kooperujących w sieciach, poświęcając uwagę zarówno strategiom konkurencyjnym, jak i zasobom niezbędnym do realizacji zadań logistycznych. Ujmując sieci dostaw z perspektywy rozbudowanych relacji sieciowych w obszarze dystrybucji, przedstawiono determinanty marketingowe i logistyczne kanałów dystrybucji. Zgłębiono kwestię badań rynku, oceny poziomu zadowolenia klienta oraz wyznaczania standardów obsługi. Skupiając się na procesach logistycznych, uwagę poświęcono doskonaleniu procesów dostarczania wyrobów klientom finalnym. Omówiono również metodykę segmentacji rynku.

Książka uzupełniona została o kwestionariusze pomiaru parametrów logistycznej obsługi klienta oraz studia przypadku wskazujące sposoby wnioskowania na podstawie danych zgromadzonych w oparciu o proponowane kwestionariusze.

Difin

ul. Kostrzewskiego 1, 00-768 Warszawa
tel. 22 851 45 61, 22 851 45 62
fax 22 841 98 91
www.difin.pl

ISBN 978-83-7930-2



9 788379 303511