

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Część I. Logistyka w łańcuchach dostaw	11
1. Rozwój usług logistycznych jako efekt rozwoju procesu globalizacji	12
1.1. Determinanty rozwoju logistyki	12
1.2. Usługi logistyczne jako produkty rynkowe	20
1.3. Strategie logistyczne w funkcjonowaniu i rozwoju przedsiębiorstw logistycznych	29
2. Zintegrowane łańcuchy dostaw	37
2.1. Procesy i relacje w łańcuchu dostaw	37
2.2. Zarządzanie łańcuchem dostaw	42
2.3. Inteligentne łańcuchy dostaw	49
3. Technologia informacyjna w logistyce	57
3.1. Znaczenie technologii informatycznej dla logistyki	57
3.2. Systemy wspomagania informatycznego w zarządzaniu logistyką	60
3.3. IoT i e-commerce w nowoczesnej logistyce	72
4. Modele biznesowe operatorów logistycznych	79
4.1. Istota koncepcji modeli biznesowych	79
4.2. Dynamika modeli biznesowych	84
4.3. Modele biznesowe w działalności przedsiębiorstw branży TSL	96
Część II. Logistyczna obsługa klienta – aspekty teoretyczne	103
5. Logistyczna obsługa klienta	104
5.1. Elementy i wartość obsługi klienta	104
5.2. Zarządzanie relacjami z klientami	113
5.3. Satysfakcja klienta w łańcuchach dostaw	118
6. Obsługa klienta	127
6.1. Nowe wyzwania w logistycznej obsłudze klienta	127
6.2. Elastyczność jako cecha operatora logistycznego	133
6.3. Odpowiedzialność społeczna w łańcuchu dostaw	143
7. Marketingowe aspekty obsługi logistycznej	149
7.1. Integracja logistyki i marketingu w procesach zarządzania	149
7.2. Zarządzanie logistyką i marketingiem w procesie obsługi klienta	159
7.3. Rola marketingu w kształtowaniu i funkcjonowaniu łańcucha dostaw	165

8.	Zasoby ludzkie przedsiębiorstw logistycznych	171
8.1.	Specyfika zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie logistycznym	171
8.2.	Kluczowy kapitał ogniwa łańcucha dostaw	177
8.3.	Kwalifikacje i umiejętności personelu w przedsiębiorstwach logistycznych	184
Część III. Diagnoza i modele logistycznej obsługi klienta – ocena wyników badania empirycznego		191
9.	Logistyczne modele obsługi klienta	192
9.1.	Idea i cechy koncepcyjnego modelu logistycznego	192
9.2.	Bariery wdrożenia modelu koncepcyjnego	197
9.3.	Podsystemy i procesy obsługi klienta	206
10.	Obsługa klienta w logistyce – podejście analityczne	215
10.1.	Metodologia badań i charakterystyka respondentów	215
10.1.1.	Charakterystyka grupy przedsiębiorstw produkcyjnych	221
10.1.2.	Charakterystyka grupy dostawców do przedsiębiorstw produkcyjnych	222
10.1.3.	Charakterystyka grupy odbiorców od przedsiębiorstw produkcyjnych	222
10.2.	Diagnoza stanu obsługi klienta przez LSP	224
10.3.	Poziom obsługi świadczonej przez personel	233
Wnioski i rekomendacje		243
Słownik skrótów		251
Bibliografia		255
Spis tabel		295
Spis rysunków		297