

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	13
----------------	----

ΜΕΡΟΣ Α΄ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΚΤΥΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (CHANNEL MANAGEMENT)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	22
---	-----------

1.1. Αντικείμενο και σπουδαιότητα της επιχειρησιακής λειτουργίας της διανομής	23
1.2. Προβλήματα, στόχοι και στρατηγικές της λειτουργίας της διανομής	27
1.3. Ποσοτική διάσταση της διανομής	45
1.4. Το περιβάλλον της επιχειρησιακής λειτουργίας της διανομής ...	47
1.5. Η έννοια, ο ορισμός και τα συστατικά μέρη του δικτύου διανομής	55
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟ ΩΣ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	66
---	-----------

2.1. Λιανεμπόριο	67
2.1.1. Παράγοντες του περιβάλλοντος που επηρεάζουν τη σύγχρονη εξέλιξη του λιανεμπορίου	67
2.1.2. Η διεθνοποίηση του λιανικού εμπορίου	75

2.1.3. Το λιανεμπόριο στην Ελλάδα	79
2.1.4. Η εφαρμογή του μάρκετινγκ στο χώρο του λιανεμπορίου	81
2.2. Χονδρεμπόριο	86
2.2.1. Η εξέλιξη του χονδρεμπορίου διεθνώς	86
2.2.2. Οι αλλαγές στο χώρο του ελληνικού χονδρεμπορίου	90
2.2.3. Βασικές στρατηγικές των χονδρεμπόρων και συγκριτική ανάλυση μεταξύ των στρατηγικών μάρκετινγκ του χονδρεμπορίου και του λιανεμπορίου	93
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	97

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 **100**

ΣΤΑΔΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΝΟΣ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

3.1. Οι επιθυμίες των τελικών αγοραστών και των ενδιαμέσων ως σημείο εκκίνησης του σχεδιασμού ενός δικτύου διανομής προϊόντος	101
3.2. Καθορισμός στόχων, στρατηγικών και λειτουργικών καθηκόντων της διανομής	105
3.3. Επιλογή ενός δικτύου διανομής προϊόντος	108
3.4. Επιλογή μελών στο δίκτυο διανομής	118
3.5. Βαθμός ολοκλήρωσης του δικτύου διανομής	119
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	124

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 **126**

ΟΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ ΣΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

4.1. Η έννοια και τα είδη ισχύος στο χώρο του δικτύου διανομής	127
4.2. Η έννοια, οι αιτίες και τα είδη συγκρούσεων στο χώρο των δικτύων διανομής	136
4.3. Ο χειρισμός των συγκρούσεων στα δίκτυα διανομής	143
4.4. Οι συγκρούσεις στα δίκτυα διανομής των ελληνικών επιχειρήσεων	148
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	150

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

154

**ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ**

5.1. Βασικοί κανόνες για μια συνεργασία στο δίκτυο διανομής	155
5.2. Ροές πληροφόρησης προς τους ενδιαμέσους	157
5.3. Στυλ ηγεσίας και συνεργασία στο δίκτυο διανομής	164
5.4. Η προσέγγιση του efficient consumer response (ECR)	166
5.5. Η κινητοποίηση στα πλαίσια της διοίκησης ενός δικτύου διανομής προϊόντων	182
5.6. Τα συστήματα κινητοποίησης στα δίκτυα διανομής των ελληνικών επιχειρήσεων	184
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	188

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

192

**Η ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ Ή ΚΟΙΝΩΣ,
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΕΝΟΣ
ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	196
--------------------	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

198

**ΠΡΟΝΟΜΙΟ ΓΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ
ΔΙΑΝΟΜΗ (FRANCHISING)**

7.1. Ιστορική εξέλιξη και τύποι franchising	199
7.2. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του franchising	203
7.3. Παράγοντες επιτυχίας ενός συστήματος franchise	207
7.4. Η ικανοποίηση στη σχέση franchisor με franchisee	209
7.5. Το franchising στην Ελλάδα	213
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	218

**ΜΕΡΟΣ Β΄
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΦΥΣΙΚΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
(LOGISTICS)****ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

222

**ΕΝΝΟΙΑ, ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ**

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	228
--------------------	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 230
*ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΚΑΙ ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ*

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 238

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 240
*ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΚΑΙ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ*

10.1. Μεταφορές 241

10.2. Αποθήκευση 249

10.3. Διαχείριση αποθεμάτων 255

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 266

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11 268
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 276

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12 278
*ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ
ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ*

12.1. Οι πέντε κύριες τεχνολογίες πληροφόρησης 279

12.2. Συστήματα ανάγνωσης και διαχείρισης δεδομένων
ραβδωτού κώδικα και ηλεκτρονικά σημεία πώλησης 279

12.3. Συστήματα ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων 281

12.4. Ηλεκτρονικά συστήματα παραγγελιών και δίκτυα
προστιθέμενης αξίας 282

12.5. Λειτουργία και χρησιμότητα συστημάτων
ραβδωτού κώδικα 285

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 298