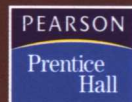


清华管理学系列英文版教材



物流学

(美) David J. Bloomberg
Stephen LeMay 著
Joe B. Hanna

Logistics



清华大学出版社



清华管理学系列英文版教材

F252
Y4

物流学

Logistics

(美) David J. Bloomberg
Stephen LeMay 著
Joe B. Hanna

清华大学出版社
北京

EISBN: 0-13-010194-X

English reprint edition copyright © 2004 by PEARSON EDUCATION ASIA LIMITED and TSINGHUA UNIVERSITY PRESS.

Original English language title from Proprietor's edition of the Work.

Original English language title: Logistics, by David J. Bloomberg, Stephen LeMay, Joe B. Hanna, Copyright © 2002.

All Rights Reserved.

Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall.

This edition is authorized for sale and distribution only in the People's Republic of China (excluding the Special Administrative Region of Hong Kong, Macao SAR and Taiwan).

本书影印版由 Prentice Hall 授权给清华大学出版社出版发行。

For sale and distribution in the People's Republic of China exclusively (except Taiwan, Hong Kong SAR and Macao SAR).

仅限于中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区)销售发行。

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2004-3385

版权所有,翻印必究。举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有 Pearson Education (培生教育出版集团) 激光防伪标签, 无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

物流学 = Logistics: 英文 / (美) 布隆伯格(Bloomberg, D.), (美) 勒梅 (LeMay, S.), (美) 汉纳 (Hanna, J. B.) 著.

—影印本. —北京: 清华大学出版社, 2004.10

(清华管理学系列英文版教材)

ISBN 7-302-09570-1

I. 物… II. ①布… ②勒… ③汉… III. 物流—高等学校—教材—英文 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 096017 号

出 版 者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 客户服务: 010-62776969

责任编辑: 王 青

印 刷 者: 北京四季青印刷厂

装 订 者: 三河市化甲屯小学装订二厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 203 × 260 印张: 21

版 次: 2004 年 10 月第 1 版 2005 年 12 月第 2 次印刷

书 号: ISBN 7-302-09570-1/F · 945

印 数: 3001 ~ 4500

定 价: 30.00 元

出版说明

为了适应经济全球化的发展趋势,满足国内广大读者了解、学习和借鉴国外先进的管理经验和掌握经济理论的前沿动态,清华大学出版社与国外著名出版公司合作影印出版一系列英文版经济管理方面的图书。我们所选择的图书,基本上是已再版多次、在国外深受欢迎、并被广泛采用的优秀教材,绝大部分是该领域中较具权威性的经典之作。在选书的过程中,我们得到了很多专家、学者的支持、帮助和鼓励,在此表示谢意!清华管理学系列英文版教材由清华大学经济管理学院马力、毛波、王雪莉、刘丽文、朗立君、钱小军、姜彦福、蔚林巍等老师审阅,在此一并致谢!

由于原作者所处国家的政治、经济和文化背景等与我国不同,对书中所持观点,敬请广大读者在阅读过程中注意加以分析和鉴别。

我们期望这套影印书的出版对我国经济科学的发展能有所帮助,对我国经济管理专业的教学能有所促进。

欢迎广大读者给我们提出宝贵的意见和建议;同时也欢迎有关的专业人士向我们推荐您所接触到的国外优秀图书。

清华大学出版社经管事业部

2004.9

总序

世纪之交,中国与世界的发展呈现最显著的两大趋势——以网络为代表的信息技术的突飞猛进,以及经济全球化的激烈挑战。无论是无远弗界的因特网,还是日益密切的政治、经济、文化等方面的国际合作,都标示着21世纪的中国是一个更加开放的中国,也面临着一个更加开放的世界。

教育,特别是管理教育总是扮演着学习与合作的先行者的角色。改革开放以来,尤其是20世纪90年代之后,为了探寻中国国情与国际上一切优秀的管理教育思想、方法和手段的完美结合,为了更好地培养高层次的“面向国际市场竞争、具备国际经营头脑”的管理者,我国的教育机构与美国、欧洲、澳洲以及亚洲一些国家和地区的大量的著名管理学院和顶尖跨国企业建立了长期密切的合作关系。以清华大学经济管理学院为例,2000年,学院顾问委员会成立,并于10月举行了第一次会议,2001年4月又举行了第二次会议。这个顾问委员会包括了世界上最大的一些跨国公司和中国几家顶尖企业的最高领导人,其阵容之大、层次之高,超过了世界上任何一所商学院。在这样高层次、多样化、重实效的管理教育国际合作中,教师和学生与国外的交流机会大幅度增加,越来越深刻地融入到全球性的教育、文化和思想观念的时代变革中,我们的管理教育工作者和经济管理学习者,更加真切地体验到这个世界正发生着深刻的变化,也更主动地探寻和把握着世界经济发展和跨国企业运作的脉搏。

我国管理教育的发展,闭关锁国、闭门造车是绝对不行的,必须同国际接轨,按照国际一流的水准来要求自己。正如朱镕基总理在清华大学经济管理学院成立十周年时所发的贺信中指出的那样:“建设有中国特色的社会主义,需要一大批掌握市场经济的一般规律,熟悉其运行规则,而又了解中国企业实情的经济管理人才。清华大学经济管理学院就要敢于借鉴、引进世界上一切优秀的经济管理学院的教学内容、方法和手段,结合中国的国情,办成世界第一流的经管学院。”作为达到世界一流的一个重要基础,朱镕基总理多次建议清华的MBA教育要加强英语教学。我体会,这不仅因为英语是当今世界交往中重要的语言工具,是连接中国与世界的重要桥梁和媒介,而且更是中国经济管理人才参与国际竞争,加强国际合作,实现中国企业的国际战略的基石。推动和实行英文教学并不是目的,真正的目的在于培养学生——这些未来的企业家——能够具备同国际竞争对手、合作伙伴沟通和对抗的能力。按照这一要求,清华大学经济管理学院正在不断推动英语教学的步伐,使得英语不仅是一门需要学习的核心

课程,而且渗透到各门专业课程的学习当中。

课堂讲授之外,课前课后的大量英文原版著作、案例的阅读对于提高学生的英文水平也是非常关键的。这不仅是积累相当的专业词汇的重要手段,而且是对学习者思维方式的有效训练。

我们知道,就阅读而言,学习和借鉴国外先进的管理经验和掌握经济理论动态,或是阅读翻译作品,或是阅读原著。前者属于间接阅读,后者属于直接阅读。直接阅读取决于读者的外文阅读能力,有较高外语水平的读者当然喜欢直接阅读原著,这样不仅可以避免因译者的疏忽或水平所限而造成的纰漏,同时也可以尽享原作者思想的真实表达。而对于那些有一定外语基础,但又不能完全独立阅读国外原著的读者来说,外文的阅读能力是需要加强培养和训练的,尤其是专业外语的阅读能力更是如此。如果一个人永远不接触专业外版图书,他在获得国外学术信息方面就永远会比别人差半年甚至一年的时间,他就会在无形中减弱自己的竞争能力。因此,我们认为,有一定外语基础的读者,都应该尝试一下阅读外文原版,只要努力并坚持,就一定能过了这道关,到那时就能体验到直接阅读的妙处了。

在掌握大量术语的同时,我们更看重读者在阅读英文原版著作时对于西方管理者或研究者的思维方式的学习和体会。我认为,原汁原味的世界级大师富有特色的表达方式背后,反映了思维习惯,反映了思想精髓,反映了文化特征,也反映了战略偏好。知己知彼,对于跨文化的管理思想、方法的学习,一定要熟悉这些思想、方法所孕育、成长的文化土壤,这样,有朝一日才能真正“具备国际战略头脑”。

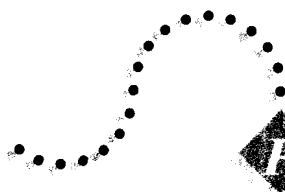
以往,普通读者购买和阅读英文原版还有一个书价的障碍。一本外版书少则几十美元,多则上百美元,一般读者只能望书兴叹。随着全球经济合作步伐的加快,目前在出版行业有了一种新的合作出版的方式,即外文影印版,其价格几乎与国内同类图书持平。这样一来,读者可以不必再为书价发愁。清华大学出版社这些年在这方面一直以独特的优势领先于同行。早在1997年,清华大学出版社敢为人先,在国内最早推出一批优秀商学英文版教材,规模宏大,在企业界和管理教育界引起不小的轰动,更使国内莘莘学子受益良多。

为了配合清华大学经济管理学院推动英文授课的急需,也为了向全国更多的MBA试点院校和更多的经济管理学院的教师和学生提供学习上的支持,清华大学出版社再次隆重推出与世界著名出版集团合作的英文原版影印商学教科书,也使广大工商界人士、经济管理类学生享用到最新最好质优价廉的国际教材。

祝愿我国的管理教育事业在社会各界的大力支持和关心下不断发展、日进日新;祝愿我国的经济建设在不断涌现的大批高层次的面向国际市场竞争、具备国际经营头脑的管理者的勉力经营下早日中兴。

赵纯均 教授

清华大学经济管理学院院长
全国工商管理硕士教育指导委员会副主任



Preface

We believe this to be the new breed of integrated logistics textbooks, that is, shorter and more concise. Neither professors nor students want to deal with a 700- to 800-page book, especially in a dynamic field like logistics. They want textbooks that go right to the point but are readily supplemented with current events, new theory, and new practice. We believe that this textbook fills that niche.

Logistics covers the basics in warehousing, transportation, inventory, packaging, and material handling, supply management, operations, information, and organization. The text also offers some new, yet extremely important, chapters on service response logistics, logistics accounting, and reverse logistics. Most integrated logistics textbooks cover this material, but not in this depth.

Service has become the number one employment arena throughout the world. Some would believe that running a hospital, bank, or consulting firm has nothing to do with logistics or supply chain management. Yet how many nurses are needed at any one time? How much money should an ATM have in it on a Friday to satisfy the needs of its customers for the weekend? These are logistics questions that need to be addressed. Chapter 6, "Service Response Logistics," provides insights into these issues.

Many have taken several accounting classes and learned the basics regarding general accounting principles. Yet, these principles do not necessarily work well in identifying and categorizing logistics cost components. We discuss activity-based accounting as an alternative method to better track logistics costs.

What to do with damaged products, returnable bottles, and waste are major problems today. It takes time and money to solve customer service problems regarding returns. Protecting our environment requires a proactive position. What should be done with waste? Chapter 13, "Reverse Logistics," looks at this issue in depth.

Logistics is designed to cover the basics as well as provide the essentials for those students who will take higher-level supply chain management/logistics courses. Upper-level students and industry practitioners can also use this book as a reference. It contains a wealth of definitions, graphs, tables, and figures to help understand what integrated logistics is all about. The end-of-chapter study questions and cases offer an additional learning experience.

We would like to thank all of these individuals that have contributed in our efforts to write a logistics textbook that captures the essence of what we believe. Of course, thanks begin and end with our families and friends. They put up with the late night deadlines and the frustrations we felt. We also want to express our grateful thanks to all of the people that reviewed our manuscript and made constructive comments. More specifically, thanks to Scott Ames, University of North Texas; Ruth Krieger, Oklahoma

State University; Louis P. Bucklin, University of California—Berkeley; George Jackson, Wayne State University; Jane Feitler, Naval Postgraduate School; Henry Metzner, University of Missouri; James Daley, John Carroll University; John Gardner, State University of New York—Brockport; and Lisa Williams, University of Arkansas.

清华会计学系列英文版教材

1. 管理会计（第3版）Management Accounting, 3/e
Rajiv D. Banker, Robert S. Kaplan, S. Mark Young, Anthony A. Atkinson
2. 会计信息系统（第8版）Accounting Information Systems, 8/e
George H. Bodnar, William S. Hopwood
3. 财务会计（第4版）Financial Accounting and GAP Annual Report, 4/e
Walter T. Harrison, Charles T. Horngren
4. 审计学：整合方法（第8版）Auditing: An Integrated Approach, 8/e
Alvin A. Arens, James K. Loebbecke
5. 会计学基础（第7版）Essentials of Accounting, 7/e
Robert N. Anthony, Leslie Pearlman
6. 成本会计：管理的着重点（第10版）Cost Accounting: A Managerial Emphasis, 10/e
Charles T. Horngren, George Foster, Srikant M. Datar
7. 财务会计（第1版）Financial Accounting, 1/e
Rick Antle, Stanley J. Garstka
8. 财务报表分析：估值方法（第1版）Financial Statement Analysis: A Valuation Approach, 1/e
Leonard Soffer, Robin Soffer

清华营销学系列英文版教材

1. 市场营销渠道（第6版）Marketing Channels, 6/e
Louis W. Stern, Adel El-Ansary, Anne Coughlan
2. 服务营销：人员、技术与策略（第4版）Services Marketing: People, Technology, Strategy, 4/e
Christopher Lovelock
3. 定价策略与技巧（第3版）Strategy and Tactics of Pricing, The, 3/e
Thomas Nagle
4. 消费者行为学（第8版）Consumer Behavior, 8/e
Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk
5. 市场营销原理（第9版）Principles of Marketing, 9/e
Philip Kotler, Gary Armstrong
6. 商业预测（第7版）Business Forecasting, 7/e
John E. Hanke, Arthur G. Reitsch, Dean W. Wichern
7. 全球营销管理（第6版）Global Marketing Management, 6/e
Warren J. Keegan
8. 营销管理（第1版）Marketing Management, 1/e
Russell S. Winer
9. 营销调研精要（第2版）Essentials of Marketing Research, 2/e
William G. Zikmund
10. 广告学简明教程（第1版）Advertising: A Framework, 1/e
W. Ronald Lane, J. Thomas Russell
11. 消费者行为学简明教程（第1版）Consumer Behavior: A Framework, 1/e
John C. Mowen, Michael S. Minor
12. 体育营销：战略性观点（第2版）Sports Marketing: A Strategic Perspective, 2/e
Matthew D. Shank

清华管理学系列英文版教材

1. 供应链管理: 战略、规划与运作 (第 1 版) Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations, 1/e
Sunil Chopra, Peter Meindl
2. 有效的小企业管理: 创业方法 (第 6 版) Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach, 6/e
Norman M. Scarborough, Thomas W. Zimmerer
3. 公共关系实务 (第 8 版) Practice of Public Relations, The, 8/e
Fraser P. Seitel
4. 面向商务和技术的项目管理 (第 2 版) Project Management for Business and Technology, 2/e
John M. Nicholas
5. 管理学 (第 7 版) Management, 7/e
Stephen P. Robbins, Mary Coulter
6. 人力资源管理 (第 8 版) Human Resource Management, 8/e
Gary Dessler
7. 面向经理的电子化企业与电子商务 (第 1 版) e-Commerce & e-Business for Managers, 1/e
Deitel
8. 管理沟通指南: 有效商务写作与交谈 (第 5 版) Guide to Managerial Communication: Effective Business Writing and Speaking, 5/e
Mary Munter
9. 信息系统的管理 (第 1 版) Managing Information Systems, 1/e
David L. Anderson
10. 组织中的领导 (第 5 版) Leadership in Organizations, 5/e
Gary Yukl
11. 初级统计学 (第 8 版) Elementary Statistics, 8/e
Mario F. Triola
12. 组织行为学: 基本原则 (第 2 版) Organizational Behavior: Essential Tenets, 2/e
Joseph E. Champoux
13. 现代管理学 (第 9 版) Modern Management, 9/e
Samuel c. Certo
14. 物流学 (第 1 版) Logistics, 1/e
David J. Bloomberg, Stephen B. LeMay, Joe B. Hanna
15. 企业的法律、道德和国际环境 (第 5 版) The Legal, Ethical and International Environment of Business, 5/e
Herbert M. Bohlman
16. 当代简明商务数学 (第 13 版) Contemporary Business Math for Colleges: Brief Edition, 13/e
James E. Deitz, James L. Southam
17. 人力资源管理: 战略伙伴关系 (第 8 版) Managing Human Resources: Through Strategic Partnerships, 8/e
Susan E. Jackson, Randall S. Schuler
18. 创业学 (第 6 版) Entrepreneurship, 6/e
Donald F. Kuratko, Richard M. Hodgetts

清华金融学系列英文版教材

1. 金融市场与金融机构 (第 3 版) Financial Markets and Institutions, 3/e
Frederic S. Mishkin, Stanley G. Eakins
2. 金融机构管理 (第 3 版) Financial Institutions Management, 3/e
Anthony Saunders
3. 期权、期货和其他衍生品 (第 4 版) Options, Futures, And Other Derivatives, 4/e

John C. Hull

4. 投资学 (第 6 版) Investments, 6/e
William F. Sharpe, Gordon J. Alexander, Jeffery V. Bailey
5. 财务管理基础 (第 11 版) Fundamentals of Financial management, 11/e
James C. Van Horne, John M. Wachowicz, Jr.
6. 期货与期权市场基本原理 (第 4 版) Fundamentals of Futures and Options Markets, 4/e
John C. Hull
7. 期权市场 (第 1 版) Options Markets, 1/e
John C. Cox, etc.
8. 国际银行管理: 教程与案例 (第 1 版) International Banking: Text and Cases, 1/e
Jane E. Hughes, Scott B. MacDonald
9. 公司理财学基础: 财务管理逻辑与实践 (第 4 版) Foundations of Finance: The Logic and Practice of Financial Management, 4/e
Arthur J. Keown, John D. Martin, J. William Petty, David F. Scott, Jr.

清华经济学系列英文版教材

1. 环境与自然资源经济学 (第 6 版) Environmental and Natural Resource Economics, 6/e
Tom Tietenberg
2. 计量经济分析 (第 4 版) Econometric Analysis, 4/e
William H. Greene
3. 微观经济学 (第 5 版) Microeconomics, 5/e
Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld
4. 宏观经济学 (第 2 版) Macroeconomics, 2/e
Olivier Jean Blanchard
5. 微观经济学原理 (第 2 版) Principles of Microeconomics, 2/e
Robert H. Frank, Ben S. Bernanke
6. 宏观经济学原理 (第 2 版) Principles of Macroeconomics, 2/e
Robert H. Frank, Ben S. Bernanke
7. 国际经济学: 理论与政策 (第 6 版) International Economics: Theory and Policy, 6/e
Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld
8. 国际经济学 (第 8 版) International Economics, 8/e
Dominick Salvatore
9. 计量经济学导论: 现代观点 (第 2 版) Introductory Econometrics: A Modern Approach, 2/e
Jeffrey M. Wooldridge
10. 财政学: 理论与实务 (第 1 版) Public Finance: Theory and Practice, 1/e
Holley Ulbrich
11. 工程经济学 (第 12 版) Engineering Economy, 12/e
William G. Sullivan, Elin M. Wicks, James Luxhoj

清华 MBA 核心课程英文版教材

1. 运作管理 (第 6 版) Operations Management, 6/e
Jay Heizer
2. 会计学 (第 4 版) Accounting, 4/e
Charles T. Horngren, Walter T. Harrison, Linda Smith Bamber
3. 组织行为学 (第 9 版) Organizational Behavior, 9/e

Stephen P. Robbins

4. 战略管理：概念与案例（第 8 版）**Strategic Management: Concepts and Cases, 8/e**

Fred R. David

5. 营销管理（第 10 版）**Marketing Management, 10/e**

Philip Kotler

6. 管理经济学与组织结构（第 2 版）**Managerial Economics and Organizational Architecture, 2/e**

Brickley

7. 金融市场与公司战略（第 1 版）**Financial Markets and Corporate Strategy, 1/e**

Mark Grinblatt, Sheridan Titman

8. 组织行为学（第 8 版）**Organizational Behavior, 8/e**

John R. Schermerhorn, Jr., James G. Hunt, Richard N. Osborn

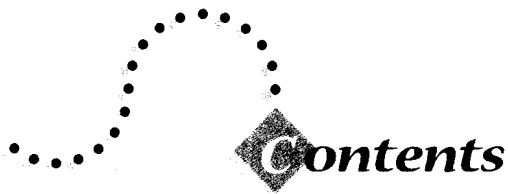
简 明 目 录

第1部分 供应链管理简介	1
第1章 供应链管理的概念	1
第2章 供应管理	11
第3章 运营	36
第2部分 综合物流简介	46
第4章 综合物流管理	46
第5章 高品质顾客服务和综合物流	64
第6章 服务响应物流	79
第3部分 综合物流活动	94
第7章 国内运输	94
第8章 运输管理	118
第9章 存货管理	135
第10章 日程安排	158
第11章 仓库管理	172
第12章 物料装卸和包装	186
第4部分 综合物流中的协作问题	200
第13章 反向物流	200
第14章 整合物流的组织	218
第15章 综合物流中的信息问题	232
第16章 综合物流会计	248
第17章 战略性综合物流管理	263
附录A 综合物流测量领域	282
第18章 全球综合物流	289
索引	303



Brief Contents

PART I: INTRODUCING SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	1
CHAPTER 1 The Supply Chain Management Concept	1
CHAPTER 2 Purchasing and Supply Management	11
CHAPTER 3 Operations	36
PART II: INTRODUCING INTEGRATED LOGISTICS	46
CHAPTER 4 Integrated Logistics Management	46
CHAPTER 5 Quality Customer Service and Integrated Logistics	64
CHAPTER 6 Service Response Logistics	79
PART III: THE INTEGRATED LOGISTICS ACTIVITIES	94
CHAPTER 7 Domestic Transportation	94
CHAPTER 8 Transportation Management	118
CHAPTER 9 Inventory Management	135
CHAPTER 10 Scheduling	158
CHAPTER 11 Warehouse Management	172
CHAPTER 12 Material Handling and Packaging	186
PART IV: COORDINATION ISSUES IN INTEGRATED LOGISTICS	200
CHAPTER 13 Reverse Logistics	200
CHAPTER 14 Organizing Integrated Logistics	218
CHAPTER 15 Informational Issues in Integrated Logistics	232
CHAPTER 16 Integrated Logistics Accounting	248
CHAPTER 17 Strategic Integrated Logistics Management	263
APPENDIX A INTEGRATED LOGISTICS MEASUREMENT AREAS	282
CHAPTER 18 Global Integrated Logistics	289
INDEX	303



Contents

PREFACE xv

PART I: INTRODUCING SUPPLY CHAIN MANAGEMENT 1

CHAPTER 1 The Supply Chain Management Concept 1

Introduction	1
Elements and Evolution of Supply Chain Management	3
<i>Supply Management</i>	3
<i>Operations</i>	5
<i>Integrated Logistics</i>	6
Study Questions	9
❖ <i>Case 1.1: We-Fix-It</i>	9
Bibliography	10

CHAPTER 2 Purchasing and Supply Management 11

Introduction	11
Importance of Purchasing	11
The Objectives/Goals of Purchasing	13
The Purchasing Process	15
<i>Recognizing a Need</i>	15
<i>Identifying a Supplier</i>	15
<i>Qualifying and Placing an Order</i>	15
<i>Monitoring and Managing the Delivery Process</i>	15
<i>Evaluating the Purchase and the Supplier</i>	15
Purchasing and Other Functions	16
Purchasing and Integrated Logistics Interfaces	17
Types of Purchases	19
Supplier Selection, Evaluation, and Measurement	21
<i>Selection</i>	21
<i>Evaluation</i>	22
<i>Measurement</i>	24
Purchasing Alliances	25
<i>Characteristics of Successful Alliances</i>	25

◆ **viii** CONTENTS

Materials Sourcing	27
<i>Outsourcing Physical Products</i>	27
<i>Outsourcing Services</i>	29
Just-in-Time Purchasing	31
<i>Characteristics of JIT Purchasing</i>	31
<i>Benefits of JIT Purchasing</i>	32
<i>JIT Purchasing Risks</i>	32
<i>JIT Purchasing Contracts</i>	33
Study Questions	33
◆ Case 2.1: Chemtech Incorporated	34
Bibliography	34
CHAPTER 3 Operations	36
Introduction	36
Overview of Basic Operations	37
Overall Systems	38
<i>Material Requirements Planning (MRP)</i>	39
<i>Optimized Production Technology (OPT)</i>	39
<i>JIT—KANBAN</i>	41
<i>CONWIP</i>	42
Aggregate Planning/Workforce Planning	42
Production Scheduling	42
Shop Floor Control	43
Assessment	44
Study Questions	44
◆ Case 3.1: Fast Moving Parts	44
Bibliography	45
PART II: INTRODUCING INTEGRATED LOGISTICS	46
CHAPTER 4 Integrated Logistics Management	46
Introduction	46
The Integrated Logistics Model	47
Integrated Logistics Activities	49
<i>Logistics Activities</i>	49
<i>Service Response Logistics Activities</i>	51
Evolution of the Integrated Logistics Concept	51
The Integrated Logistics Value-Added Concept	52
<i>Form Utility</i>	52
<i>Possession Utility</i>	52
<i>Place and Time Utility</i>	53
Financial Impact of Integrated Logistics on the Firm	53
<i>Macro Level Impact</i>	53
<i>Micro Level Impact</i>	54

Integrated Logistics Interfaces Within the Firm	55
<i>Marketing Interface</i>	56
<i>Manufacturing Interface</i>	57
<i>Finance and Accounting Interface</i>	57
Emerging Integrated Logistics Concepts	58
<i>Service Response Logistics</i>	58
<i>Quick Response Logistics</i>	58
<i>Response Logistics Recovery</i>	60
<i>Efficient Consumer Response</i>	61
<i>Reverse Logistics</i>	61
Study Questions	61
◆ Case 4.1: Dynamic Sports Duo (DSD)	62
Bibliography	63
CHAPTER 5 Quality Customer Service and Integrated Logistics	64
Introduction	64
Customer Service	64
<i>Definition</i>	64
<i>Importance of Customer Service in Integrated Logistics</i>	65
<i>Customer Service Elements</i>	65
<i>The Order Cycle System</i>	67
Channels of Distribution	69
<i>Definition</i>	69
<i>Reasons to Have Distribution Channels</i>	70
<i>Functions Performed in the Distribution Channel</i>	71
<i>Types of Distribution Channels</i>	72
<i>Designing the Channel of Distribution</i>	72
Study Questions	76
◆ Case 5.1: Lotsafood	76
Bibliography	78
CHAPTER 6 Service Response Logistics	79
Introduction	79
Products Versus Services	79
<i>Intangibility</i>	80
<i>Inseparability</i>	80
<i>Variability</i>	80
<i>Perishability</i>	80
Equipment-Based and People-Based Services	81
Integrated Logistics From a Service Perspective	81
Primary Service Response Logistics Activities	83
<i>Waiting Time</i>	83
<i>Service Capacity</i>	84
<i>Service Delivery</i>	84
Service Response Logistics Functions	85