

Ioana OLARIU

**DISTRIBUȚIA INVERSĂ ÎN
RETAILINGUL MODERN**

CUPRINS

Introducere	4
Capitolul I: Canalele de distribuție	7
I.1. Conținutul și rolul distribuției.....	7
I.2. Natura și importanța canalelor de distribuție.....	10
I.3. Canalele de distribuție specifice companiilor FMCG.....	12
Capitolul II: Lanțul de aprovizionare	20
II.1. Conceptul de <i>lanț de aprovizionare</i>	20
II.2. Lanțul de aprovizionare și rețeaua de furnizare a valorii.....	23
II.3. Administrarea lanțului secundar de aprovizionare.....	24
Capitolul III: Distribuția inversă – parte integrantă a strategiei de distribuție	36
III.1. Distribuția inversă – elemente generale.....	36
III.2. Procesul de distribuție inversă.....	37
III.3. Importanța distribuției inverse la nivelul retailerilor.....	46
III.4. Rețeaua de distribuție inversă.....	49
III.5. Rolul procesului de distribuție inversă în protejarea mediului înconjurător.....	51
Capitolul IV: Piața de retail din România	53
IV.1. Evoluția retailingului alimentar din România.....	53
IV.2. Metodologia clasificării retailerilor.....	55
IV.3. Categoriile de retaileri.....	61
Capitolul V: Cercetarea particularităților procesului de distribuție inversă la nivelul retailerilor din România. Cercetare directă la nivelul județului Bacău	68
V.1. Contextul și necesitatea cercetării.....	68
V.2. Metodologia cercetării.....	69
V.2.1. Faza preliminară a cercetării.....	69
V.2.2. Proiectarea cercetării.....	75
V.2.3. Faza de implementare a cercetării.....	85
V.2.4. Analiza și interpretarea informațiilor.....	87
V.2.5. Raportul de cercetare.....	160
Concluzii generale	173
Bibliografie	183
Lista figurilor	189
Lista tabelor	193
Anexe	195