

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Rozwój i integracja łańcuchów dostaw	11
1.1. Łańcuchy i sieci dostaw	11
1.2. Zarządzanie łańcuchami dostaw	15
Rozdział 2. Tworzenie wartości w łańcuchu dostaw	23
2.1. Cele łańcuchów dostaw	23
2.2. Łańcuch tworzenia wartości dodanej	27
2.3. Orientacja łańcucha dostaw na finalnego klienta	33
2.4. Obsługa klienta w łańcuchu dostaw	39
2.5. Partnerstwo w łańcuchu dostaw warunkiem tworzenia wartości ...	44
Rozdział 3. Strategie łańcuchów i sieci dostaw	49
3.1. Strategie przedsiębiorstw a strategie łańcuchów dostaw	49
3.2. Strategie na poziomie sieci	53
3.3. Efektywna obsługa konsumenta — ECR	58
3.4. Rozwiązania strategiczne na przykładzie marki Zara firmy Inditex .	63
3.4.1. Charakterystyka branży odzieżowej	63
3.4.2. Inditex i jej marka Zara	64
3.4.3. Model biznesowy Inditexu	66
Rozdział 4. Operatorzy branży TSL w obsłudze łańcuchów dostaw ..	72
4.1. Obsługa łańcucha dostaw przez zewnętrznych usługodawców — prze- stanki rozwoju	72
4.2. Strategie w logistyce kontraktowej	76
4.3. Współpraca usługodawców logistycznych z klientami	82

Rozdział 5. Metody konfigurowania łańcuchów dostaw w sieci przedsiębiorstw	87
5.1. Istota konfigurowania łańcucha dostaw	87
5.2. Modele konfigurowania łańcucha dostaw	90
5.3. Metodyka konfigurowania łańcucha dostaw	96
5.3.1. Mapowanie sieci przedsiębiorstw	97
5.3.2. Usprawnianie procesów	98
5.3.3. Projektowanie i budowanie architektury informatycznej	99
5.3.4. Identyfikowanie kosztu i czasu przepływu rzeczy w sieci przedsiębiorstw	102
5.3.5. Dobieranie partnerów do łańcucha dostaw	103
5.3.6. Kryteria i sposoby oceny dostawców	106
Rozdział 6. Instrumenty zarządzania łańcuchami dostaw	111
6.1. <i>Quick Response</i>	111
6.2. VMI — zarządzanie zapasami przez dostawcę	113
6.3. SCOR — optymalizacja łańcucha dostaw	113
6.4. Podstawowe metody zarządzania zapasami	121
6.4.1. Metoda stałej wielkości zamówienia	122
6.4.2. Metoda stałego cyklu zamawiania	122
6.5. <i>Just in Time</i>	122
6.6. Kanban	122
Rozdział 7. Instrumenty internetowe	130
7.1. Kierunki rozwoju internetu	130
7.1.1. Orientacja na użytkownika — <i>Web 2.0</i>	131
7.1.2. Przyszłość internetu — mobilny biznes i <i>Web 3.0</i>	131
7.2. Sieciowe repozytoria informacji	131
7.2.1. Bazy i hurtownie danych	131
7.2.2. Techniki OLAP i <i>Business Intelligence</i>	141
7.3. Wybrane serwisy internetowe	141
7.3.1. Uniwersalne serwisy biznesowe	141
7.3.2. Specjalistyczne serwisy logistyczne	141
Rozdział 8. Zarządzanie projektami w łańcuchach dostaw	141
8.1. Obszary wiedzy w zarządzaniu projektami	141
8.1.1. Zarządzanie integracją projektu	141
8.1.2. Zarządzanie zakresem projektu	151
8.1.3. Zarządzanie czasem w projekcie	151
8.1.4. Zarządzanie kosztami projektu	151
8.1.5. Zarządzanie jakością w projekcie	151
8.1.6. Zarządzanie zasobami ludzkimi w projekcie	151

8.1.7. Zarządzanie komunikacją w projekcie	153
8.1.8. Zarządzanie ryzykiem w projekcie	154
8.1.9. Zarządzanie zamówieniami w projekcie	155
8.2. Charakterystyka i efektywność projektów usprawniających łańcuchy dostaw	155
8.2.1. Wybrane istotne obszary wiedzy w projektach łańcuchów dostaw	156
8.2.2. Metody prowadzenia projektów	157
8.2.3. Wskaźniki efektywności projektów	161
8.2.4. Dobór wskaźników a cele strategiczne organizacji	167
Rozdział 9. Najlepsze praktyki	169
9.1. Dell — wirtualna integracja	169
9.1.1. Klienci Della	169
9.1.2. Dostawcy i proces tworzenia produktu	171
9.1.3. Wirtualna integracja Della — sieć partnerska	173
9.2. Optymalizacja łańcucha dostaw w koncernie globalnym Nike	174
9.2.1. Czy otwartość jest zagrożeniem?	176
9.2.2. Transformacja łańcucha dostaw	177
9.3. Orkiestracja sieci według Li & Fung Ltd	179
Literatura	184