

Spis treści

Wstęp	9
1. Popyt na produkty w zarządzaniu łańcuchem dostaw	19
1.1. Rys historyczny rozwoju koncepcji zarządzania łańcuchem dostaw .	19
1.2. Podstawy ontologiczno-epistemologiczne koncepcji zarządzania łańcuchem dostaw	25
1.3. Specyfika popytu na produkty z perspektywy łańcucha dostaw. . . .	32
1.4. Rola popytu w kształtowaniu oferty produktowo-usługowej łańcucha dostaw	37
1.4.1. Produkt całkowity jako przedmiot przepływu fizycznego w łańcuchu dostaw	37
1.4.2. Charakterystyka popytu jako podstawa systematyki produktów w łańcuchu dostaw	41
2. Koncepcja zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw ..	46
2.1. Ewolucja i przesłanki formułowania koncepcji zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw	46
2.2. Koordynacja (synchronizacja) strumieni podaży i popytu na produkty	50
2.3. Współdziałanie przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty	54
2.4. Uwarunkowania zarządzania popytem na produkty i ich rola w kształtowaniu łańcucha dostaw	56
2.5. Zintegrowany proces zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw	68
3. Planowanie popytu na produkty w łańcuchu dostaw	80
3.1. Istota i etapy planowania popytu na produkty w łańcuchu dostaw . . .	80
3.2. Zbieranie informacji o przyszłym popycie na produkty w łańcuchu dostaw	81
3.2.1. Rola informacyjnego punktu rozdziału w gromadzeniu danych o popycie na produkty	81

3.2.2.	Źródła informacji o popycie na produkty w ogniwach łańcucha dostaw	85
3.3.	Metody prognozowania popytu na produkty w łańcuchu dostaw ..	90
3.4.	Sprawdzenie wykonalności wyznaczonych planów popytu	97
3.5.	Strategie wspierające planowanie popytu na produkty w łańcuchu dostaw	101
4.	Organizowanie zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw	105
4.1.	Organizowanie łańcucha dostaw	105
4.2.	Dylematy organizacji zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw	109
4.3.	Struktury organizacyjne w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw	116
4.3.1.	Podmioty relacji międzyorganizacyjnych jako podłoże struktur organizacyjnych łańcucha dostaw	116
4.3.2.	Typologia struktur organizacyjnych w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw	122
5.	Koordynowanie działań wielopodmiotowych w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw	136
5.1.	Struktura współdziałania przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw	136
5.2.	Mechanizmy koordynacji współdziałania przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty	141
5.3.	Rola mechanizmów koordynacji współdziałania przedsiębiorstw w kreowaniu oferty produktowo-usługowej łańcucha dostaw	146
5.4.	Wykorzystanie lokalizacji materiałowego i informacyjnego punktu rozdziału w koordynowaniu działań wielopodmiotowych zarządzania popytem na produkty	152
5.5.	Wzorce współdziałania przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw	157
6.	Kontrolowanie działań w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw	168
6.1.	Znaczenie kontroli w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw	168
6.2.	Pomiar efektywności zarządzania popytem na produkty jako narzędzie wspomagające kontrolę	176
6.3.	Metody i narzędzia pomiaru efektywności zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw	188
6.4.	Efektywność zarządzania popytem na produkty w dwu- i trójstrefowych łańcuchach dostaw	196
6.4.1.	Zakres realizacji koncepcji zarządzania popytem na produkty w strefach łańcucha dostaw	196

6.4.2. Efekty realizacji popytu na produkty w strefach łańcucha dostaw	200
7. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchach dostaw wybranych branż	203
7.1. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchu dostaw branży meblarskiej	203
7.2. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchu dostaw branży motoryzacyjnej	208
7.3. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchu dostaw branży odzieżowej	213
7.4. Ocena procesu zarządzania popytem na produkty w łańcuchach dostaw wybranych branż i propozycje usprawnień	217
Zakończenie	228
Załącznik. Badanie problematyki zarządzania popytem na produkty w łańcuchach dostaw	238
1. Zakres i charakter badań bezpośrednich dotyczących zarządzania popytem na produkty w łańcuchach dostaw	238
2. Dobór i charakterystyka próby badawczej	239
3. Budowa instrumentu pomiarowego	241
4. Klasyfikacja łańcuchów dostaw ze względu na lokalizację materiałowego i informacyjnego punktu rozdziału	244
5. Grupowanie zmiennych wyrażających intensywność współdziałania przedsiębiorstw w badanych łańcuchach dostaw	247
Bibliografia	252