

Zarządzanie popytem na produkty jest ważnym elementem zarządzania przedsiębiorstwem ze względu na znaczenie przepływu dóbr rzeczowych między firmami. Autorzy przedstawili: popyt na produkty w zarządzaniu łańcuchem dostaw, planowanie popytu na produkty w łańcuchu dostaw, organizowanie zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw, koordynowanie działań przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw, kontrola działań w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw, przykłady zarządzania popytem na produkty w łańcuchach dostaw wybranych branż.

Książka jest przeznaczona dla specjalistów w dziedzinie logistyki i zarządzania. Może być również wykorzystywana przez studentów i słuchaczy studiów podyplomowych z dziedziny logistyki.

Spis treści

Wstęp

1. Popyt na produkty w zarządzaniu łańcuchem dostaw

- 1.1. Rys historyczny rozwoju koncepcji zarządzania łańcuchem dostaw
- 1.2. Podstawy ontologiczno-epistemologiczne koncepcji zarządzania łańcuchem dostaw
- 1.3. Specyfika popytu na produkty z perspektywy łańcucha dostaw
- 1.4. Rola popytu w kształtowaniu oferty produktowo-usługowej łańcucha dostaw
 - 1.4.1. Produkt całkowity jako przedmiot przepływu fizycznego w łańcuchu dostaw
 - 1.4.2. Charakterystyka popytu jako podstawa systematyki produktów w łańcuchu dostaw

2. Koncepcja zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw

- 2.1. Ewolucja i przesłanki formułowania koncepcji zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw
- 2.2. Koordynacja (synchronizacja) strumieni podaży i popytu na produkty
- 2.3. Współdziałanie przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty
- 2.4. Uwarunkowania zarządzania popytem na produkty i ich rola w kształtowaniu łańcucha dostaw
- 2.5. Zintegrowany proces zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw

3. Planowanie popytu na produkty w łańcuchu dostaw

- 3.1. Istota i etapy planowania popytu na produkty w łańcuchu dostaw
- 3.2. Zbieranie informacji o przyszłym popycie na produkty w łańcuchu dostaw
 - 3.2.1. Rola informacyjnego punktu rozdziału w gromadzeniu danych o popycie na produkty
 - 3.2.2. Źródła informacji o popycie na produkty w ogniwach łańcucha dostaw
- 3.3. Metody prognozowania popytu na produkty w łańcuchu dostaw
- 3.4. Sprawdzenie wykonalności wyznaczonych planów popytu
- 3.5. Strategie wspierające planowanie popytu na produkty w łańcuchu dostaw

4. Organizowanie zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw

- 4.1. Organizowanie łańcucha dostaw
- 4.2. Dylematy organizacji zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw
- 4.3. Struktury organizacyjne w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw
 - 4.3.1. Podmioty relacji międzyorganizacyjnych jako podłoże struktur organizacyjnych łańcucha dostaw
 - 4.3.2. Typologia struktur organizacyjnych w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw

5. Koordynowanie działań wielopodmiotowych w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw

- 5.1. Struktura współdziałania przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw
- 5.2. Mechanizmy koordynacji współdziałania przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty
- 5.3. Rola mechanizmów koordynacji współdziałania przedsiębiorstw w kreowaniu oferty produktowo-usługowej łańcucha dostaw
- 5.4. Wykorzystanie lokalizacji materiałowego i informacyjnego punktu rozdziału w koordynowaniu działań wielopodmiotowych zarządzania popytem na produkty
- 5.5. Wzorce współdziałania przedsiębiorstw w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw

6. Kontrolowanie działań w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw

- 6.1. Znaczenie kontroli w zarządzaniu popytem na produkty w łańcuchu dostaw
- 6.2. Pomiar efektywności zarządzania popytem na produkty jako narzędzie wspomagające kontrolę
- 6.3. Metody i narzędzia pomiaru efektywności zarządzania popytem na produkty w łańcuchu dostaw
- 6.4. Efektywność zarządzania popytem na produkty w dwu- i trójstronnych łańcuchach dostaw
 - 6.4.1. Zakres realizacji koncepcji zarządzania popytem na produkty w strefach łańcucha dostaw
 - 6.4.2. Efekty realizacji popytu na produkty w strefach łańcucha dostaw

7. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchach dostaw wybranych branż

- 7.1. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchu dostaw branży meblarskiej
- 7.2. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchu dostaw branży motoryzacyjnej
- 7.3. Zarządzanie popytem na produkty w łańcuchu dostaw branży odzieżowej
- 7.4. Ocena procesu zarządzania popytem na produkty w łańcuchach dostaw wybranych branż i propozycje usprawnień

Zakończenie

Załącznik. Badanie problematyki zarządzania popytem na produkty w łańcuchach dostaw

- 1. Zakres i charakter badań bezpośrednich dotyczących zarządzania popytem na produkty w łańcuchach dostaw**
- 2. Dobór i charakterystyka próby badawczej**
- 3. Budowa instrumentu pomiarowego**
- 4. Klasyfikacja łańcuchów dostaw ze względu na lokalizację materiałowego i informacyjnego punktu rozdziału**
- 5. Grupowanie zmiennych wyrażających intensywność współdziałania przedsiębiorstw w badanych łańcuchach dostaw**

Bibliografia