

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	9
Глава 1. Логистика и конкурентная стратегия	11
Конкурентное преимущество	13
1. Преимущество в производительности	15
2. Преимущество в ценности	16
Достижение конкурентного преимущества с помощью логистики	20
Назначение управления логистикой	23
Цепь поставок и конкурентоспособное функционирование ...	25
Изменение окружающей среды логистики	34
Быстрый рост обслуживания покупателей	34
Сокращение времени	35
Глобализация промышленности	37
Организационная интеграция	38
Новые правила конкуренции	39
1. Реактивность	43
2. Надежность	43
3. Взаимоотношения	44
Резюме	45
Рекомендуемая литература	46
Глава 2. Направления обслуживания покупателя	47
Интерфейс маркетинга и логистики	48
Что такое обслуживание покупателя?	50
Обслуживание и удержание потребителей	56
Ориентированные на обслуживание логистические системы	60
Идентификация потребностей покупателей в обслуживании	61
Определение целей обслуживания покупателей	65
Обслуживание покупателей и преимущество в издержках	66
Выработка приоритетов обслуживания потребителей	70
Выработка стандартов обслуживания	75
Резюме	83
Рекомендуемая литература	83
Глава 3. Оценка логистических издержек и эффективности логистики	84
Концепция анализа общих издержек	86
Принципы калькуляции логистических издержек	88
Логистика и итоговый баланс	92
Доходы от продаж	95
Издержки	95
Размещение и использование активов	97
Логистика и стоимость акционерного капитала	99
Анализ выгоды покупателя	101
Прямая доходность товара	109
Затратоемкость и калькуляция реальных издержек	114
Резюме	117
Рекомендуемая литература	118
Глава 4. Контрольное сравнение в цепи поставок	119
Где следует применять контрольное сравнение?	124
Контрольное сравнение логистического процесса	125
Составление схемы происходящих в цепи поставок процессов	128
Контрольное сравнение поставщика и дистрибьютора	134
Выработка приоритетов контрольного сравнения	136
Идентификация показателей эффективности логистики	142
Резюме	144
Рекомендуемая литература	144
Глава 5. Управление глобальной цепью поставок	145
Тенденция к глобализации в цепи поставок	149
1. Специализированные предприятия	151
2. Централизация запасов	154
3. Отсрочка и локализация	155
Проблемы глобальной логистики	157

Увеличение времени поставок	157
Удлинение сроков поставок и их ненадежность.....	158
Консолидация многообразия и варианты распределения общей совокупности грузов	159
Многообразие методов транспортировки и вариантов затрат ...	161
Организация глобальной логистики	162
1. Структура и контроль	163
2. Управление обслуживанием покупателей	164
3. Использование внешних источников и партнерство	165
4. Логистическая информация	165
Будущее	166
Резюме	166
Рекомендуемая литература	168
Глава 6. Стратегическое управление временем выполнения заказа _____	169
Конкуренция на основе времени	170
1. Сокращение жизненных циклов	171
2. Стремление покупателей к сокращению запасов.....	173
3. Изменчивость рынков порождает опасность чрезмерного доверия к прогнозам	175
Концепция времени выполнения заказа	179
1. Цикл между подачей заявки и выполнением заказа	179
2. Период оборота наличности	182
Управление логистическим каналом.....	184
Создание логистической ценности	186
Пример 1. Планирование сроков производства с учетом сезонного цикла.....	187
Пример 2. Составление прогнозов и направление заказов поставщикам	188
Пример 3. Сортировка на складе и распределение	189
Дефицит времени выполнения заказа.....	190
Сокращение логистического времени выполнения заказа	192
Повышение прозрачности спроса	196
Резюме	199
Рекомендуемая литература	200
Глава 7. Поставки «точно в срок» и логистика «быстрого реагирования»	201
Японская философия	208
Выводы для логистики.....	212
Логистика «быстрого реагирования»	216
Запасы, управляемые продавцом	220
Логистические информационные системы	224
Динамика логистической системы.....	228
Производственные стратегии быстрого реагирования	236
Резюме	240
Рекомендуемая литература.....	241
Глава 8. Управление цепью поставок	242
Создание логистического видения.....	243
Проблемы традиционных организаций	244
Запасы создаются на границах между функциями	246
Издержки логистического канала не являются прозрачными_____	247
Функциональные границы затрудняют процесс управления ...	248
Традиционные организации представляются покупателю слишком многоликими	249
Формирование логистической организации	250
1. Исключение «не увеличивающих ценность» видов деятельности	256
2. Группы выполнения заказов	257
Логистика как инструмент проведения изменений	258
Потребность в интеграции	260
1. Рационализация источников поставок	261
2. Программы совершенствования сотрудничества с поставщиками.....	262
3. Вовлечение поставщиков в процесс проектирования	262

4. Интегрированные информационные системы	262
5. Централизация запасов.....	263
Управление цепью поставок как сетью.....	263
1. Разработка коллективной стратегии	264
2. Беспроигрышное мышление	264
3. Открытость коммуникаций	264
Процесс интеграции и ECR	267
Взаимодействие и логистическое партнерство	270
Совершенствование отношений с поставщиком	276
Резюме	277
Рекомендуемая литература.....	278
Приложение: пример системы оценки продавца	278
Глава 9. Передовые методы применения логистики.....	283
Новая организационная парадигма	285
Фундаментальные преобразования бизнеса	286
1. Переориентация с функций на процессы	287
2. Переориентация с показателя прибыли на показатель эффективности	288
3. Переориентация с товаров на покупателей	289
4. Переориентация с запасов на информацию	290
5. Переориентация со сделок на взаимоотношения	291
Управление цепью поставок в будущем.....	292
Расширенное предприятие и виртуальная цепь поставок.....	293
Изменение конфигурации цепи поставок посредством отсрочки	297
Роль информации в виртуальной цепи поставок	299
Как осуществляются изменения	302
Резюме	314
Рекомендуемая литература.....	314

В данной книге М Кристофер обсуждает роль логистики и системы построения цепочек поставок в интегрировании на уровне компании процессов рыночного ценообразования, сбыта, производства и контроля, что позволяет обслуживать потребителей на более высоком качественном уровне и с меньшими материальными и временными затратами Особо подчеркивается ее значение в построении единой системы обслуживания различных сегментов рынка, важность разработки адекватных критериев эффективности сбытовой деятельности и сервисного обслуживания Издание может также служить практическим руководством по оценке логистической службы фирмы

Книга содержит большое количество практических кейсов, охватывающих множество отраслей промышленности, описанных на простом и доступном уровне Она может быть рекомендована как сотрудникам компаний, занимающимся соответствующими вопросами на профессиональном уровне, так и преподавателям и студентам высших учебных заведений