

ВЪВЕДЕНИЕ.....	9
Първа глава. СЪЩНОСТ НА ВЕРИГИТЕ ЗА ДОСТАВКА И ТЯХНОТО УПРАВЛЕНИЕ.....	11
1.1. Същност на веригата за доставка	11
1.2. Структура на веригата за доставка и участници	14
1.3. Управление на веригата за доставка.....	19
1.4. Бизнес процеси във веригата за доставка	24
1.5. Източници на конкурентоспособност във веригите за доставка.....	27
1.5.1. Качество	28
1.5.2. Разходи.....	30
1.5.3. Обслужване.....	31
1.5.4. Иновации	32
1.6. Ключови компетентности и прехвърляне на дейности във веригата за доставка.....	33
КАЗУС: Глобалната верига за доставка на шоколад на Cadbury.....	39
КАЗУС: Веригата за доставка на мляко.....	41
КАЗУС: Coral Princess	44
Втора глава. СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ВЕРИГИТЕ ЗА ДОСТАВКА.....	47
2.1. Същност на стратегическото управление на веригата за доставка	47
2.2. Анализ на вътрешното обкръжение.....	49
2.3. Анализ на външното обкръжение – подходът EPIC.....	49
2.4. Формулиране на визия, мисия и стратегически цели.....	52
2.5. Формулиране на стратегия за веригата за доставка	53
2.5.1. Ефикасни и отговорни вериги за доставка.....	55
2.5.2. Стратегии, базирани на методите на изтласкването и изтеглянето	57
2.5.3. Икономични и гъвкави вериги за доставка	61
2.5.4. Устойчиви вериги за доставка.....	66
2.6. Внедряване на стратегията за веригата за доставка и оценка на резултатите.....	70
2.7. Рискът във веригите за доставка и неговото управление.....	71
2.7.1. Същност и класификация на рисковете във веригите за доставка.....	71

2.7.2. Управление на риска във веригата за доставка	73
2.7.3. Стратегии за смекчаване на риска във веригата за доставка	75
КАЗУС: Трите фактора за успеха на Zara – скорост, скорост и скорост	77
КАЗУС: Coca-Cola и опазване на водата	80
КАЗУС: Toyota – управление на прекъсванията във веригата за доставка	82
ПРИЛОЖЕНИЕ. Принципи на икономичното мислене	85
Трета глава. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ДОСТАВЧИЦИ И КЛИЕНТИ ВЪВ ВЕРИГИТЕ ЗА ДОСТАВКА	91
3.1. Сътрудничество във веригите за доставка	91
3.1.1. Спектър на сътрудничеството	92
3.1.2. Предпоставки за успех на сътрудничеството	96
3.2. Управление на взаимоотношенията с доставчици във веригата за доставка	99
3.2.1. Изграждане и развитие на взаимоотношенията	101
3.2.2. Оценка на доставчиците	104
3.2.3. Развитие на доставчиците	105
3.3. Управление на взаимоотношенията с клиенти във веригата за доставка	107
КАЗУС: Intel's EPIC Supplier Program Award	113
КАЗУС: PepsiCo – отговорна и устойчива	116
КАЗУС: M2 ПРОМ и взаимоотношенията с доставчици и клиенти	117
Четвърта глава. СНАБДЯВАНЕ	121
4.1. Значение на снабдяването за веригите за доставка	121
4.2. Изборът между собствено производство на компоненти и прехвърляне на производството	122
4.3. Избор на доставчик	125
4.4. Организация на закупуването и процес на закупуване	130
4.5. Глобални доставки	135
4.6. Електронно снабдяване	136
КАЗУС: Boeing 787 Dreamliner и неговата глобална верига за доставка	138
КАЗУС: Китай и Индия – главни съперници в играта за глобално снабдяване	143

Пета глава. ПРОИЗВОДСТВО	145
5.1. Дизайн на нови продукти	145
5.1.1. Процес на дизайн	146
5.1.2. Дизайнът през призмата на веригата за доставка	151
5.1.3. Дизайн на услуги	152
5.2. Проектиране на мрежа от производствени съоръжения	153
5.2.1. Роля на съоръжението	154
5.2.2. Местоположение на съоръжението.....	157
5.2.3. Разпределение на пазара и доставчиците към съответните съоръжения	161
5.3. Стратегическо планиране на капацитета.....	162
5.4. Производствени стратегии и процеси	165
5.5. Дизайн на производствени съоръжения	169
5.6. Управление на качеството – Six Sigma	173
КАЗУС: ИКЕА – дизайн и ценообразуване	178
КАЗУС: В света на продуктовия дизайн вече се чува гласът на потребителя.....	184
КАЗУС: Bavarian Motor Works (BMW).....	185
КАЗУС: Швейцарското ножче – „Нашето най-добро средство за защита е качеството“	187
Шеста глава. ДИСТРИБУЦИЯ, ТРАНСПОРТИРАНЕ И ОБРАТНА ВЕРИГА ЗА ДОСТАВКА	191
6.1. Значение на дистрибуцията за веригите за доставка.....	191
6.2. Модели на дистрибуционна мрежа във веригата за доставка	192
6.2.1. Директна доставка от производителя до крайния клиент	195
6.2.2. Доставка от производителя до крайния клиент чрез транзитно обединяване	197
6.2.3. Доставка от производителя до търговец на едро и/или търговец на дребно	198
6.2.4. Система за директно претоварване (cross-docking).....	200
6.3. Складиране.....	202
6.4. Транспортиране.....	205
6.4.1. Фактори за избор на вид транспорт.....	206
6.4.2. Характеристики на видовете международен транспорт	210
6.5. Прехвърляне на логистични дейности във веригите за доставка	216
6.6. Обратна верига за доставка.....	223
КАЗУС: Seven-Eleven Япония	232
КАЗУС: Транспорт на обувки от Китай до Австрия през Хамбург.....	234
КАЗУС: Maersk и глобалният бизнес с контейнери	236

Седма глава. ПЛАНИРАНЕ НА ПРОДАЖБИТЕ И ОПЕРАЦИИТЕ	239
7.1. Прогнозиране на търсенето	239
7.1.1. Камшичен ефект	240
7.1.2. Елементи на прогнозата за търсенето	243
7.1.3. Характеристики на прогнозите за търсенето	245
7.1.4. Класификация на методите за прогнозиране на търсенето	247
7.1.5. Качествени методи	249
7.1.6. Динамични редове	252
7.2. Управление на запасите	252
7.2.1. Видове запаси	253
7.2.2. Разходи за управление на запасите	255
7.2.3. Управление на запасите във веригите за доставка	258
7.2.4. ABC анализ на запасите	259
7.2.5. Нови концепции в управлението на запасите във веригите за доставка	260
7.3. Планиране на продажбите и операциите (Sales and Operations Planning, S&OP)	264
7.3.1. Стъпки на процеса	265
7.3.2. Агрегиран план	267
7.3.3. Управление на предлагането и търсенето	268
7.4. Планиране на потребностите от материали (Material requirements planning, MRP)	271
7.5. Планиране на ресурсите в предприятието (Enterprise resource planning, ERP)	276
КАЗУС: Магическите числа на Walt Disney	282
КАЗУС: Прогнозиране на тенденциите в дънковата мода	284
КАЗУС: Управление на запасите в Dell	285
 Осма глава. ИНДУСТРИЯ 4.0 И ДИГИТАЛНИ ВЕРИГИ ЗА ДОСТАВКА	 289
8.1. Четирите индустриални революции	289
8.2. Деветте технологии в Индустрия 4.0	291
8.2.1. Големи данни и аналитичност	291
8.2.2. Автономни роботи	294
8.2.3. Симулация	296
8.2.4. Хоризонтална и вертикална системна интеграция	297
8.2.5. Индустриален интернет на нещата	299
8.2.6. Киберсигурност	301
8.2.7. Облак	302

8.2.8. Адитивно производство.....	304
8.2.9. Разширена реалност.....	305
8.3. Дигитални вериги за доставка	306
КАЗУС: Роботите на Amazon.....	308
КАЗУС: Издръжливост, а не революция – как 3D печатът ще промени глобалните вериги за доставка.....	309
КАЗУС: AirSupply	312
ОБОБЩАВАЩИ КАЗУСИ	317
КАЗУС: Веригите за доставка в бързата мода	317
КАЗУС: Nike	323
КАЗУС: Starbucks Corporation.....	325
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	329
ЛИТЕРАТУРА.....	333