

<<采购管理实务>>

图书基本信息

书名：<<采购管理实务>>

13位ISBN编号：9787301179178

10位ISBN编号：7301179170

出版时间：2010-10

出版时间：北京大学

作者：李方峻 编

页数：239

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

采购活动是现代经济活动的基本环节，无论是生产领域还是流通领域，都离不开采购活动。随着经济全球化和信息技术的发展，企业之间的竞争加剧，采购管理的作用日益突出，采购被赋予了新的含义，采购已不仅仅是企业或部门的一种独立的功能和一般性的工作，而是一种与企业战略决策密切相关的综合性管理工作，采购管理也越来越引起人们的重视，形成了“采购竞争力”。

进入21世纪以来，中国经济快速发展，已经成为了世界第二大经济体，并已经成为世界重要的制造中心和采购中心。

但是，我国企业过去一直采用的传统采购模式明显不适应现代企业发展和国际竞争的要求。

因此，我们紧跟国际采购与供应管理的最新发展，结合当前职业教育“以能力为本位、以就业为导向、以学生为主体”的教育模式，以培养知识完备、具有较强适应能力和动手能力的现代采购人才为目标，编写了这本教材。

<<采购管理实务>>

内容概要

本书基于采购管理的工作流程，结合采购管理需要掌握的基本知识和决策模型，系统介绍采购工作的实施步骤、方法和常用的采购模式。

本书共7章内容，重点阐述采购计划的制订、供应商选择与管理、采购成本管理、采购合同管理与采购谈判、采购绩效评估、电子采购和招标采购等内容。

本书内容编写新颖，案例题材来自于知名企业的运作实际，具有很强的实用性和操作性。

本书可作为高职院校物流管理及相关专业的教材，也可以作为企业相关人员的培训教材和参考用书。

书籍目录

第1章 采购概述 1.1 采购 1.1.1 采购的概念 1.1.2 采购的类型 1.1.3 采购的基本程序 1.2 采购管理 1.2.1 采购管理的概念 1.2.2 采购管理的基本职能 1.2.3 采购管理的任务与目标 1.2.4 采购与采购管理的比较 1.3 采购组织 1.3.1 采购组织的职能 1.3.2 采购组织的类型 1.3.3 采购组织的设计 1.3.4 采购部门的岗位设置与职责 本章小结 思考题 实训项目第2章 采购计划制订 2.1 供应市场分析 2.1.1 评估市场与经营环境 2.1.2 分析企业自身的竞争能力及提供的产品/服务 2.1.3 制订产品/服务—市场方案 2.1.4 比较和选择产品/服务—市场方案 2.2 供应定位与定位战略 2.2.1 供应战略与企业战略 2.2.2 供应定位模型 2.2.3 常规产品的供应战略 2.2.4 杠杆产品的供应战略 2.2.5 瓶颈产品的供应战略 2.2.6 关键产品的供应战略 2.3 采购需求分析 2.3.1 需求的类型 2.3.2 明确采购的产品和服务 2.3.3 明确采购数量、具体交付方式与服务要求 2.4 制订采购计划 2.4.1 采购计划 2.4.2 采购需求说明的制订与发布 2.4.3 采购计划的编制 本章小结 思考题 实训项目第3章 供应商选择与管理 3.1 供应商管理概述 3.1.1 供应商管理的意义和目标 3.1.2 供应商选择前的准备工作 3.1.3 与供应商之间可能建立的关系类型 3.1.4 供应商选择的基本模型 3.2 供应商积极性测评模型 3.2.1 供应商感知模型 3.2.2 供应商的总积极水平 3.2.3 评定供应商的总积极等级 3.3 供应商调查与选择 3.3.1 供应商选择标准 3.3.2 供应商识别与筛选 3.3.3 供应商调研 3.3.4 供应商评级方法 3.3.5 候选供应商分析 3.3.6 供应商选择结果反馈 3.4 供应商管理 3.4.1 供应商绩效考评与管理卡 3.4.2 供应商日常管理要点 3.4.3 供应商能力开发与积极性培养 3.4.4 建立供应链战略合作伙伴关系 3.4.5 供应商激励与控制 本章小结 思考题 实训项目第4章 采购成本管理 4.1 采购成本分析 4.1.1 供应价格分析 4.1.2 采购成本的构成与学习曲线 4.1.3 降低采购成本的方法 4.1.4 价值分析在采购中的应用 4.2 采购价格 4.2.1 获取与选择采购报价的方法 4.2.2 确定采购价格的方法 本章小结 思考题 实训项目第5章 采购合同管理与采购谈判 5.1 准备合同 5.1.1 合同的主要内容 5.1.2 现货采购合同与定期采购合同 5.1.3 无定额合同和定额合同 5.2 合同管理 5.2.1 建立合同管理团队 5.2.2 制订合同管理计划 5.2.3 采购合同管理 5.3 采购谈判 5.3.1 采购谈判的含义及重要性 5.3.2 采购谈判前的准备工作 5.3.3 采购谈判程序 5.3.4 采购谈判策略与技巧 本章小结 思考题 实训项目第6章 采购绩效评估 6.1 采购绩效评估指标 6.1.1 采购绩效评估指标体系 6.1.2 采购绩效评估指标标准 6.1.3 采购绩效评估指标的设定 6.2 采购绩效的改进 6.2.1 采购风险控制 6.2.2 采购绩效改进的途径与方法 本章小结 思考题 实训项目第7章 电子采购和招标采购 7.1 电子采购 7.1.1 电子采购概述 7.1.2 电子采购的模式 7.1.3 电子采购的实现 7.1.4 电子采购的实施 7.2 招标采购 7.2.1 招标采购的方式 7.2.2 招标采购的程序 7.2.3 招标采购的准备 7.2.4 招标采购的实施 本章小结 思考题 实训项目参考文献

章节摘录

根据组织行为学的基本观点，一个人的工作成绩可以用公式表示：工作成绩：（能力×动机），即一个人工作成绩的好坏，既取决于人的能力，也取决于人的动机。

如果一个人的积极性被调动起来，即动机被激发，那么他取得的成绩就大。

所谓激励，就是委托人拥有一个价值标准或一项社会福利目标，这些标准或目标可以是最小个人成本或社会成本约束下的最大预期效用，也可以是某种意义上的最优资源配置，或个人的理性配置集合。

现在，委托人希望能够达到这些目标，那么，委托人应该制定什么样的规则，使其他市场参与者（代理人）都能够使利己行为的最后结果与委托人给出的标准一致呢？

更进一步地分析，激励就是委托人如何使代理人在选择或不选择委托人标准或目标时，从自身利益效用最大化出发，自愿或不得不选择与委托人标准或目标一致的行动。

因此，现代企业管理中对供应商的管理中运用激励机制，调动供应商配合本企业的采购工作是非常重要的举措。

激励机制运用得当，不仅可以激发供应商对本企业工作的支持，更重要的是将对建立供应链合作伙伴关系打下良好的基础。

下面介绍几种常用的激励方式。

（1）价格激励 在现代供应链环境下，各个企业在战略上是相互合作的关系，但是各个企业的利益不能被忽视。

供应链的各个企业间的利益分配主要体现在价格上。

价格包含供应链利润在所有企业间的分配、供应链优化而产生的额外收益或损失在所有企业间的均衡。

供应链优化所产生的额外收益或损失大多数时候是在相应企业承担，但是在许多时候并不能辨别相应对象或者相应对象错位，因而必须对额外收益或损失进行均衡，这个均衡通过价格来反映。

价格对企业的激励是显然的。

高的价格能增强企业的积极性，不合理的低价会挫伤企业的积极性。

供应链利润的合理分配有利于供应链企业间合作的稳定和运行的顺畅。

但是，价格激励本身也隐含着一定风险，这就是逆向选择问题。

即制造商在挑选供应商时，由于过分强调低价格的谈判，他们往往选中了报价较低的企业，而将一些整体水平较好的企业排除在外。

其结果影响了产品的质量、交货期等。

.....

<<采购管理实务>>

编辑推荐

《采购管理实务》紧跟国际采购与供应管理的最新发展，结合当前职业教育“以能力为本位、以就业为导向、以学生为主体”的教育模式，以培养知识完备、具有较强适应能力和动手能力的现代采购人才为目标，编写而成。

《采购管理实务》按照采购的基本流程，讲述了采购计划的制订、供应商选择与管理、采购成本管理、采购合同管理与采购谈判、采购绩效评估、电子采购与招标采购等内容，在内容上去粗取精，力求引导学生运用简单的采购模型去解决复杂的采购问题。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>