

<<供应管理手册>>

图书基本信息

书名：<<供应管理手册>>

13位ISBN编号：9787121101298

10位ISBN编号：7121101297

出版时间：2010-2

出版时间：电子工业出版社

作者：（美）卡维纳托，（美）弗林，（美）考夫曼 著，刘秉镰 等译

页数：578

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>

## &lt;&lt;供应管理手册&gt;&gt;

## 前言

欢迎阅读供应管理协会和麦格劳-希尔教育公司出版的《供应管理手册》。本书从20世纪20年代出版以来，许多版本都找不到了，但自1958年开始，本书以《Alljall采购手册》或者《采购手册》为名已经发行了9个版本。

2000年版和本版，我们采用了与以前版本完全不同的结构。

本书从开始就深深地根植于当时最佳的或最合适的实践之中。

最近10年中，行业领袖在复杂的采购环境中努力寻找解决不同任务的最好方法。

2000年版和本版则从总结当下最好的实践转向了既立足当下又展望未来。

为此，本书将一些思想者对未来5年的期望和推理纳入体系之中，并探讨了如何才能适应这一动态的环境。

该书所做的这种改变有以下两方面的根本原因。

一方面，供应管理协会的年度会议内容及其参与者一直都在探讨对未来的展望，同样以供应管理为研究出发点的许多优秀的文章都指出：要通过做好当下并预测未来的方法来改善供应管理。

另一方面，我们注意到，采购部门和专家越来越喜欢用“供应”这个词，同时，供应管理协会战略供应管理A·T·科尔尼中心越来越多地以未来3~5年的供应领导所面临的问题和机遇为基础进行科研和项目活动。

为此，本书主要致力于既探讨当今的最好的实践方法，又能满足预测未来的需要。

本书分为以下几个部分。

第1部分供应——采购的扩展，包括4章，主要集中展现该领域在当今的演变，以及组织该如何集中应对新的环境和需求；第2部分带着关键性需求进入市场，包括组织如何规划和运用供应战略；第3部分供应链的四大核心支柱，即实物、财务、信息及关系这4个方面在供应链上的分支；第4部分供应所面临的问题与机遇，展示了供应组织和相关部门的主要任务；第5部分构成和作用，探究了专业核心领域中的理想状况和实践；第6部分特殊品类商品与产业实践，对此做了最新、最深入的探讨；附录供应管理信息资源：美国供应管理协会，供应管理可以从供应管理协会中获取相关的信息资源。

## <<供应链管理手册>>

### 内容概要

本书详细阐述了供应链管理的发展历程、发展外部环境的变化、未来的发展趋势，精辟分析了全球竞争环境下新型采购与供应关系，系统阐述了供应链管理所面临的问题和机遇，详细介绍了供应链管理的工具和技术。

本书的几位作者既具有精深的理论造诣，又具有比较丰富的实践经验，因此使本书呈现出了如下特点：重视理论与实践的紧密结合，对最新的供应链管理理论及实践活动进行了紧密跟踪，理论更符合当前的市场状况和动态，对供应链管理的未来发展进行了预见性分析。

## 作者简介

刘秉镰，教授，博士生导师。

现任南开大学经济与社会发展研究院副院长、现代物流研究中心主任，同时担任中国物流学会副会长、教育部物流学专业教学指导委员会副主任委员、美国物流协会理事、香港理工大学、台湾东吴大学客座教授。

长期从事区域产业分析、城市交通经济与规划、物流规划与政策方面的研究。

近年来出版了相关专业的著作19部，发表研究论文40余篇。

他主编的《中国现代物流发展报告》得到了中央政府有关部门和社会各界的高度评价，其中部分内容已被国家有关部门采纳，用于制定相关产业政策。

## &lt;&lt;供应管理手册&gt;&gt;

## 书籍目录

第1部分 供应——采购的扩展 第1章 ISM关于供应管理的观点 第2章 供应管理的战略方向 第3章 供应管理将要面对的创新与机遇 第4章 3~5年的展望：预测未来不仅是高层管理者的事 第2部分 带着关键性需求进入市场 第5章 发展和运用供应战略 第6章 战略采购的来源和走向 第7章 知识型供应管理 第8章 供应链自我测评 第9章 全球供应链网络 第10章 业务外包：挑战与机会 第11章 11章 项目 第3部分 供应链的四大核心支柱 第12章 实物供应链的设计与连接 第13章 财务供应链 第14章 信息供应链与电子商务 第15章 供应链关系的未来 第4部分 供应所面临的问题与机遇 第16章 发展供应管理技术和才能 第17章 供应管理组织的功能和形式 第18章 供应管理对产品与服务革新的贡献 第19章 风险敏感型商务氛围中的供应 第20章 采购的社会责任 第5部分 构成和作用 第21章 供应链技术 第22章 供应商价格和成本分析 第23章 所有权的总成本 第24章 谈判、协商 第25章 供应管理与供应链的成本节约技术 第26章 合同和转包合同的拟订与管理 第27章 质量管理 第28章 价值分析 第29章 供应管理预测 第6部分 特殊品类商品与产业实践 第30章 供应管理中的物流 第31章 采购与供应的法律问题 第32章 回收库存投资管理的法则：逆向物流的应用 第33章 供应商绩效评估 第34章 原材料与工业品的供应管理 第35章 间接物料管理 第36章 知识产权与技术的获取 第37章 资本及其对组织的影响 第38章 购买服务 第39章 建筑服务供应管理 第40章 服务业的供应管理 第41章 加工业和采掘业中的供应管理 第42章 公共部门的供应管理 附录 供应管理信息资源：美国供应管理协会

## 章节摘录

1.1.1高级经理把脉采购与供应 战略采购领导中心2005年中期对首席执行官（ChiefExecutive Officer, CEO）及其他高级经理的访谈展示了如下观点，其中许多观点彼此有交叉。

60%的受访者认为采购的目的是将采购价格降到最低，并保持采购价格可变性（Purchase Price Variance, PPV）。

35%的受访者想让他们的采购及供应团队的活动范围扩展至供应商一端的同时，也扩展至企业内部，以降低供应链成本、加速流转周期。

这一受访群组经常提及现金交付周期（Cash-to-Cash Cycle）及员工工作资本所得。

20%的受访者认为，他们的采购及供应团队应更加积极地去寻找高回报率的产品及服务。此群组和上一受访群组均希望采购能发挥其主动性。

这份数据显示，60%的受访者仍将采购视为管理采购服务的传统角色，把它作为持续保持或控制采购价格可变性的手段。

另外，55%的受访者希望采购与供应能将职能扩张至对企业及组织更具增值性的领域之中。

在调查中，虽然大多数受访者对采购有一些了解，但有一点是明确的：他们希望有一个供应管理团队能将整个组织作为一个整体来审视、确认机会、付诸行动，为组织带来利益。

1.1.2 ISM的引领性观点 2000年，联邦采购管理协会（National Association of Purchasing Management, NAPM）开始从采购领域的内涵和外延两方面来探寻共性需求。

这个协会从建立之初就以满足会员的需求为目的，后来更名为供应管理协会（Institute for Supply Management, ISM）。

作为此领域的领导机构，供应管理协会需要经历很多改变，以扮演好揭示现象、诠释问题及为帮助专业人士更好地发展而提供专业指导的角色。

ISM的出发点在于为此领域的专业人员提供视角和方法，使他们能对其企业和机构做出更大贡献。

对供应管理协会的研究员而言，新的或者不断演进中的采购角色从供应管理的角度定义如下：识别、获取、进入、定位和管理组织目前及潜在需要的资源，以实现组织的战略目标。

对以上定义进行剖析可以发现，这个定义强调了供应对组织来说是一个价值贡献的角色。

1) 识别：涉及识别市场中的机会，不论此机会是新原料、新技术、未知供应商甚至是创造产品和服务的不同范例。

2) 获取：这是一项比购买范围更广的行动。

它包括识别和提出战略，以寻找和利用资源。

这意味着为了对过程实施有效的开发和管理，需要发展适当关系、寻找获取的方法和开发从传统采购到组织内其他部门的链式流程。

进一步拓展到扮演创建和领导组织间广泛互动（组织内部和组织外部）角色。

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>