

<<敏捷>>

图书基本信息

书名：<<敏捷>>

13位ISBN编号：9787802343511

10位ISBN编号：7802343518

出版时间：2010-7

出版时间：中国发展出版社

作者：唐长虹

页数：302

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

记得2003年，我有幸参加《国际采购与供应链管理》项目培训时，供应链以及供应链管理这些的英文词汇于我而言陌生、新奇。

高密度的集训让我有机会浸润在字里行间寻找西方供应链管理的思维特征。

2006年，我第一次看到了美国人托马斯·弗理德曼在其畅销书《世界是平的》之中所描述的一种新景象：在全球化3.0时代，价值创造的要求已经从“自上而下的垂直方式”发展到“从左到右的水平方式”，联络和合作正在成为这个时代的标杆经营模式。

——顿悟！

这不正是对“供应链管理”最有力的注解吗？

！

在世界变得平坦的过程中，组织架构扁平化、业务范畴扩大化、管理人员本地化等越来越深入到大大小小的企业中，互相构成一张张供应链关系网。

于企业而言，学会理解就学会生存，而学会发展就能超越生存。

几年来，各著名公司运营总监们的全球化管理实践让我意识到三点：第一，迅猛发展的互联网信息技术，不仅向管理者提供了博学和分享的平台，也使得未来构建一个高效的供应链运作体系成为可能；第二，“定位—瞭望—寻源—定夺—就势—追踪—改善”应该成为身处供应链环节中的主管们面临管理实践中不确定性挑战时“有所为有所不为”的基础。

第三，一种专职于“协调监督公司所需资源的采买、加工、传递等上下游关系，同时还要保证传递路径中总体成本最优、传递效率最高”的职位将从运营总监的职责中分离出来，成为业界新的亮点。

这个职位之新不在于其名称，而在于其内涵的专业现实感非常强。

换言之，在公司业务发展的必然中，众多有意义的偶然事件催生了供应链总监一职的诞生。

事实上，业界关于供应链总监岗位的招聘职位说明书越来越多。

通过总结，我感悟到这个职位责权利的统一，然而更重要的是，这个职位所发挥的“协同、滋润、纽带”作用。

内容概要

经济全球化，让每个企业面临着重新整合自身的核心竞争力的挑战，理解并构建供应链、把握住供应链运营的方向，就等于把握住了企业自身的竞争优势方向。

在这种整合中，必然会诞生供应链总监这一职位，专职于“协调监督公司所需资源的采买、加工、传递等上下游关系，保证传递路径中总体成本最优、传递效率最高”，发挥着“协同、滋润、纽带”作用。

本书基于构建敏捷高效供应链的视野，重点介绍了供应链总监面向未来，从定位、瞭望、寻源、定夺、就势、追踪到改善之思路，以及博学而善于分享之风格，并明确赋予了供应链总监应对管理实践中不确定性挑战的10个方面的角色特征，指出了“扮演”这些角色所需要掌握的专业知识和能力要领。

本书既适合企业总经理、供应链总监/主管，经理、物流经理、采购经理等企业中层管理人员阅读使用，也可作为培训教材或高校采购、物流及供应链专业师生的参考书。

作者简介

唐长虹 北京物资学院副教授、硕士生导师。

主要研究方向：采购与供应链管理。

多年来在企业运作管理领域从事教学、科研、培训等工作。

主讲《运作管理》、《采购管理》等多门课程；曾主持北京市级研究课题“大规模定制模式”，发表《大规模定制模式中的物流系统柔性化问题》等多篇论文，参编《采购管理》、《企业物流》等教材；曾参加WTO/TTC，AOTS，BUY ' O等国际机构与咨询公司在采购与供应链管理领域的专业培训，翻译WTO/TTC《如何进行电子采购》培训教材；曾为中石化、中石油等大型企业做过“供应商管理”等方面的干部培训课程。

书籍目录

第1章 定位——协调供应链关系，做提升企业竞争优势的导航者 1.1 供应链的历史渊源 1.2 供应链管理中的主导权 1.3 供应链运营的竞争优势 1.4 供应链总监的角色描述第2章 瞭望——分析供应链机遇。
做规划企业供应战略的奠基者 2.1 需求与供应的经济学根基 2.2 建立供应市场的风向标体系 2.3 针对目标产品的供应策略选择第3章 寻源——选择供应链伙伴，做宣扬企业价值观的执行人 3.1 选择的价值观 3.2 知己知彼的价值沟通 3.3 基于“知己知彼”的测评思路第4章 定夺——落实供应链资源，做规范企业供应流程的促进者 4.1 流程——企业运营之魂 4.2 招标采购——获取外部资源的一种制度第5章 就势——把脉供应链冷暖，做维护企业间合同关系的护航者 5.1 供应链中供需关系的特征与策略 5.2 供应链中的合同管理与风险防控第6章 追踪——设计供应链结构，做调配资源渠道效益的筹划者 6.1 供应链中的物流职能 6.2 供应链中的物流网络规划第7章 改善——评价供应链绩效，做创新企业客户价值的探索者 7.1 供应链中的客户价值观 7.2 探索供应链绩效评价模式第8章 博学——贯通供应链环节，做推动可持续性发展的拥簇者 8.1 电子商务的新视野——电子采购 8.2 RFID、GPS、ERP的融合 8.3 可持续发展理论中的挑战第9章 分享——深悉供应链精髓，做增进企业内外共识的传播者 9.1 供应链中的不确定性与全局优化 9.2 供应链中“分享”的方式 9.3 协调供应链运营的目标——匹配供应与需求第10章 未来——创新供应链模式，做贯彻企业运营策略的奉献者 10.1 未来的供应链 10.2 供应链总监的成长之路

章节摘录

插图：鉴于目前各公司已经有供应链经理、供应经理、商务经理等职位，再考核了各企业中的各主管官（比如，首席执行官CEO、运营总监COO、采购总监CPO、物流总监CLO、信息总监CIO等）的职位和专业职权职责特征后，笔者认为，尽管现存的某些“总监”的职责描述或多或少包含了这个新职位的工作内容，然而“贯彻执行供应链系统思想、协调企业内外部资源”的作用如动力系统的“润滑油”——如此重要以至于当稍微缺失时会导致各种仪器故障直至系统报废——应该单独从目前这些总监的传统角色职责中分离出来，于是笔者赋予这个职位一个新的名称——供应链总监（Chief Supply Chain Manager）。

概括地说，这个职位的根基还是在于专业分工的细化。

这与经济全球化浪潮中企业寻求自身的发展壮大密切相关。

正如美国人托马斯·弗理德曼在其畅销书《世界是平的》中描述的10个铲平世界的力量所述，企业组织在权衡自身实力与意愿时，不再一味地求“全”（什么都是自己做），而是“做不一样的、有选择地做、要做就做最核心的”，剩下的就去寻求“企业意愿”的志同道合者，这就是“外包”的原动力。

然而，在与其他企业沟通“企业意愿”过程中又会产生新的不确定性，如何从战略和运营的角度预防、规避、消除不确定性，就需要供应链总监们“主动地”担负起跨越本企业边界去组织协调链条上一切事物的职责。

在图I-13中，“丁”字形箭头方向就代表着“主动性”的方向，可表述为：为保持本企业的核心竞争力，而让“自制”或“外包”之间的中心线向左或是向右“平稳滑动”。

需要说明以下两组概念：实力与意愿，自制与外买。

实力——企业所具备的产能、资金、人才、技术等资源要素的规模。

意愿——企业自身主动进行产品制造或提供服务时的态度、意志力、决断力等自主性导向。

自制——核心企业具有核心能力，能够自己生产制造产品或者提供服务。

就是说该企业掌握着核心的技术关键、有产能、有资源等。

外买——核心企业主动放弃非核心部分，转向企业外部寻求其他有效资源以补充或者完善自身的整体优势。

外买的内涵很广，英文通常用“Outsourcing”这个词汇，而在中文翻译中习惯译成“外包”。

本质上，企业真正外买的目的在于寻求资源，而这又可以分为外协与外购。

外协是指企业根据自身设计需要（内部标准），提供图纸等技术资源，寻找能完成所需的提供者，是定制需求的满足。

外购是指企业直接在市场中采购上游企业的完成品。

媒体关注与评论

作为供应链总监和相关管理人员，必须具备深厚的理论基础和广博的管理知识。站在企业精准运作的角度和基于供应链总监的多重角色，在把握供应链战略、协调供应链关系、精细运作流程、灵活运营策略等方面，本书给出了一系列令你感到新鲜、丰富、睿智的回答。

——北京物资学院二级教授崔介何构建这种供应链实属战略性事业，对供应链主管而言这意味着不同的角色和职责。

主管们必须成为能优化复杂的全球网络的战略思想家、合作者和协调人。

——《IBM全球首席供应链官调查报告：智慧的未来供应链》

编辑推荐

《敏捷:供应链总监的10个角色》：如坐过山车般的全球市场之中，供应链总监们如何应对挑战？

《敏捷:供应链总监的10个角色》明确赋予了供应链总监10个方面的角色，做好这些角色，必能创建敏捷的智能化供应链！

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>