



物流管理概论

主编：蒋兆年 易申君

项目九 企业物流



CONTENTS

目录

1 企业物流认知

2 供应物流

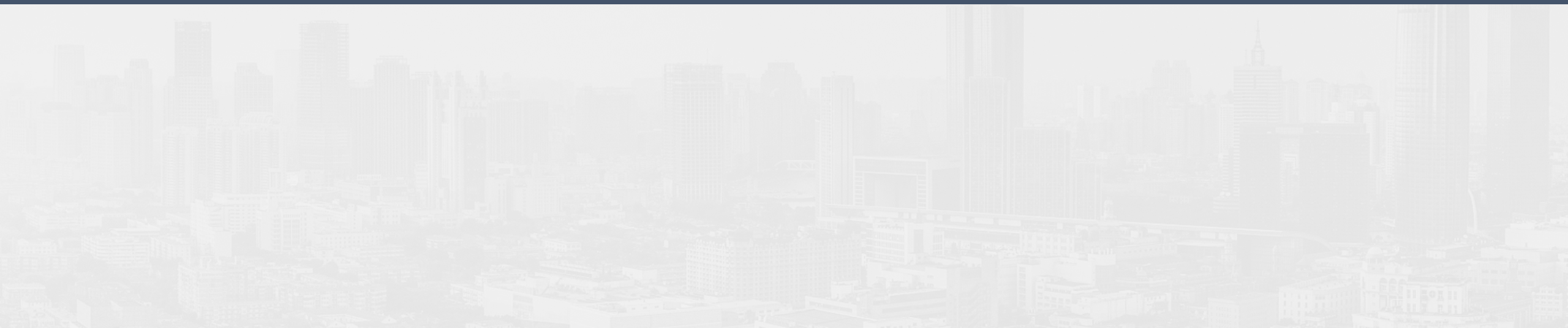
3 生产物流

4 销售物流

5 逆向物流与废弃物物流

01

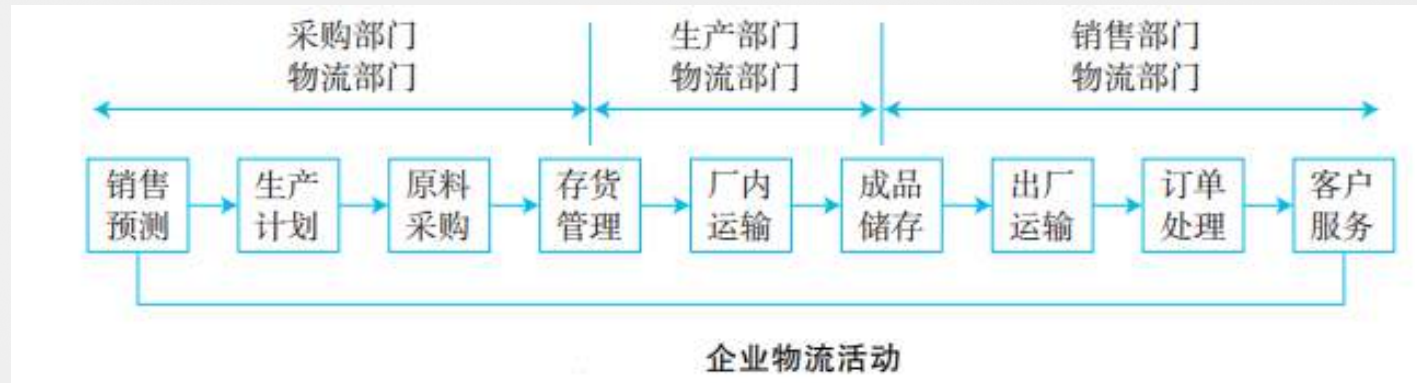
企业物流认知



企业物流认知

一、企业物流的概念

企业物流是指企业内部的物品实体流动。它从企业角度研究与之有关的物流活动,是具体的、微观的物流活动的典型领域,如图所示。企业物流又可区分以下不同典型的具体物流活动:企业供应物流、企业生产物流、企业销售物流、企业逆向物流、企业废弃物物流等。



二、企业物流的分类

工业生产企业种类繁多,物流活动也有差异,按主体物流活动的不同,企业物流大体分为以下四种类型。

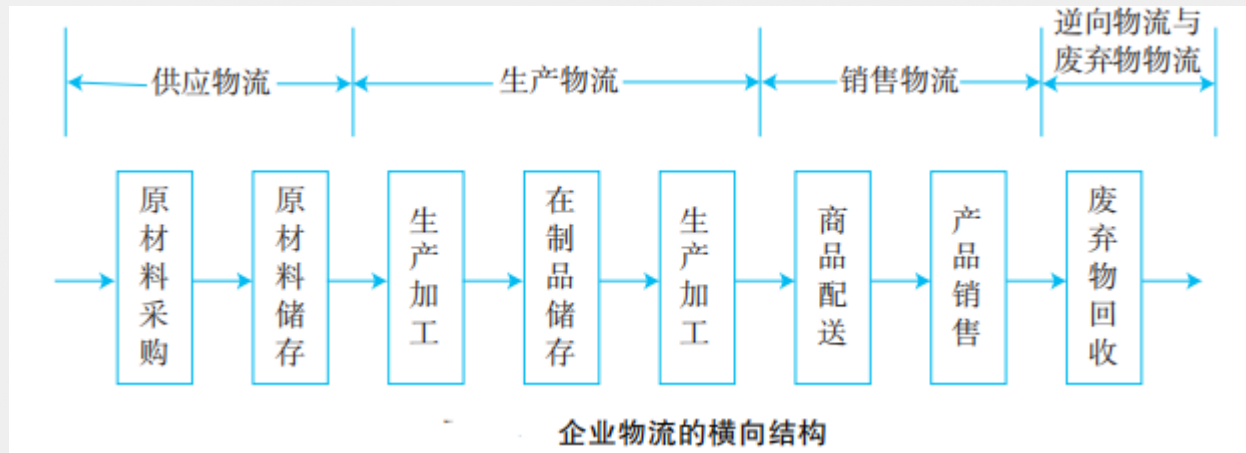
1. 供应物流突出的类型
2. 生产物流突出的类型
3. 销售物流突出的类型
4. 逆向物流与废弃物物流突出的类型

企业物流认知

三、企业物流的结构

(一)横向结构

企业物流一般包括原材料的购进、产品在生产线上的生产、成品的入库、成品的出库销售、产品消费后废旧物资的回收利用或处理等环节所对应的物流。所以,从水平方向来看,即企业物流的横向结构,如图所示,包括供应物流、生产物流、销售物流、逆向物流与废弃物物流。



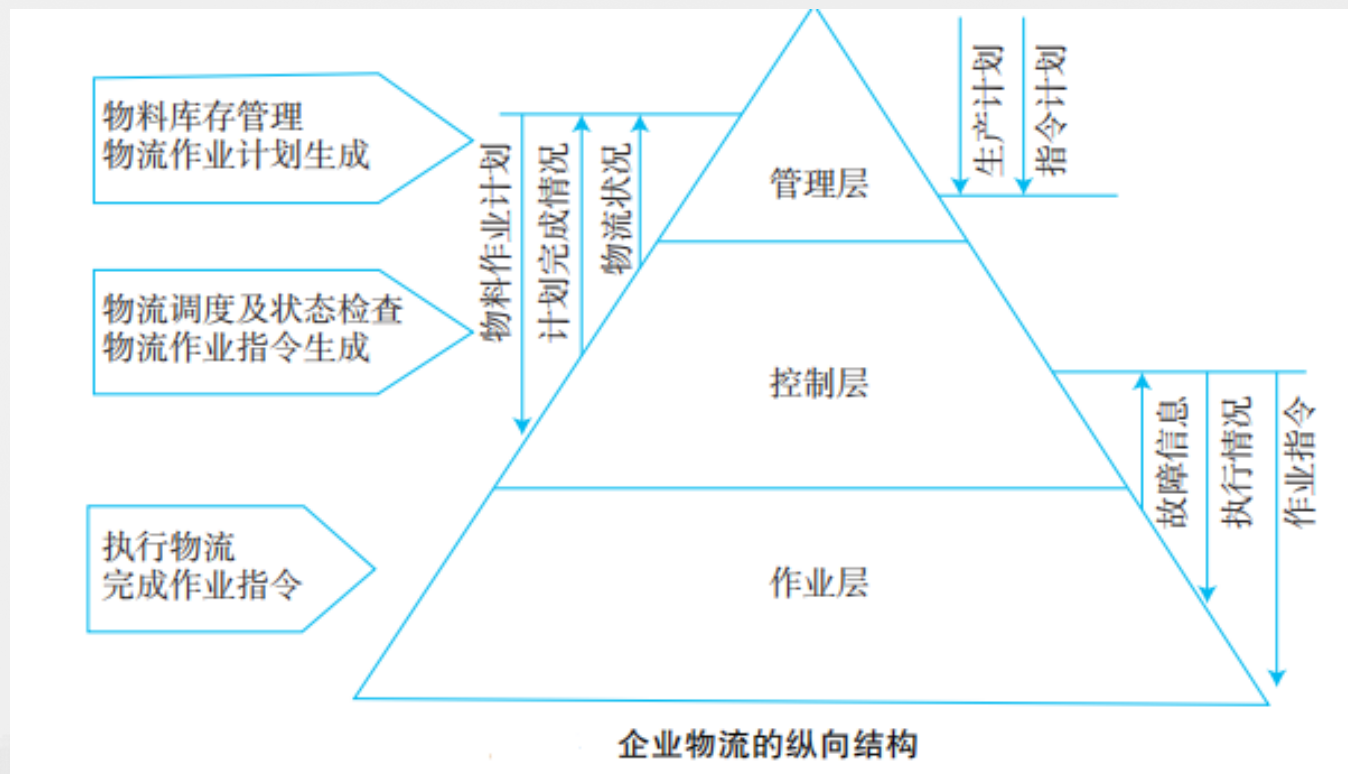
(二)纵向结构

按照物流系统的组成结构,企业物流的纵向结构,如下图所示,包括管理层、控制层和作业层,它们协调配合实现物流系统的整体功能。

企业物流认知

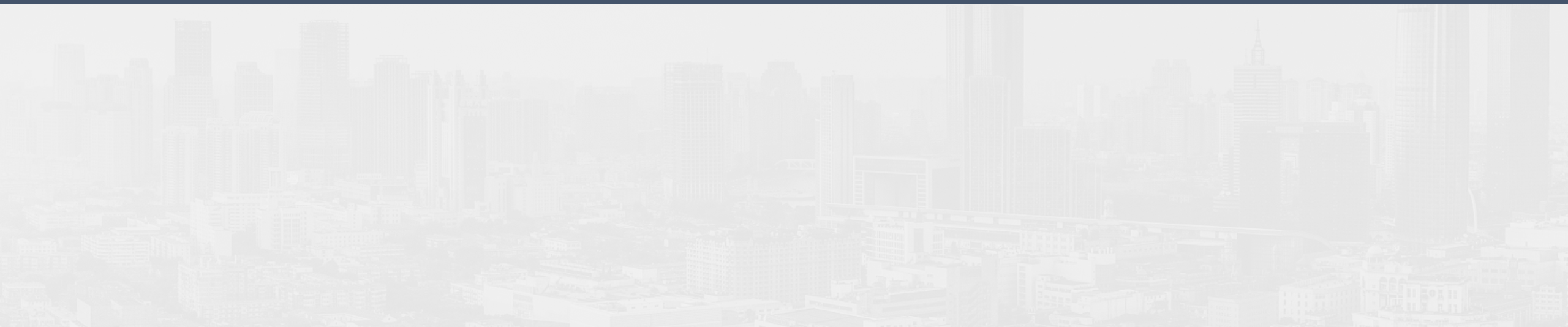
三、企业物流的结构

(二)纵向结构



02

供应物流



// 供应物流

一、供应物流认知

(一)供应物流的概念

供应物流是指提供原材料、零部件或其他物料时所发生的物流活动,是保证企业生产经营活动正常进行的前提条件。这种物流活动对企业进行正常、高效的生产起着重大作用。企业物流不仅要保证供应,还要在最低成本、最少消耗和最大保证的限定条件下来组织供应,所以难度较大。

(二)供应物流的地位和作用

供应物流是生产物流的前端,在企业物流中有着十分重要的地位和作用。企业产品质量的好坏、产品成本的高低、生产节奏能否正常运转、能否及时为客户供货等,都取决于供应物流的好坏。

(三)供应物流的构成要素

供应物流包括原材料等一切生产资料的采购、供应、库存管理和仓储管理。

- 1.采购。采购是企业物流与社会物流的衔接点。
- 2.供应。供应是供应物流与生产物流的衔接点。
- 3.库存管理。库存管理是供应物流的核心部分。
- 4.仓储管理。仓储管理是供应物流的转折点。

// 供应物流

二、采购管理

(一)采购的概念

采购是选择和购买物品的过程,包括了解需求、选择供应商、协议价格、签订合同、选择运输方案、跟踪订单、货物验收入库等作业事项。采购既是一种商流活动,又是一种物流活动。

(二)企业采购一般流程

采购管理要科学化,首先就要规范采购作业的行为模式。如果仅仅按照采购人员个人的习惯随意操作,则采购的质量难以保证。所以任何企业都需要规定采购的一般流程,以保证工作质量,防止资金不必要的流失。

- 1.提出采购需求计划。
- 2.认证供应商。
- 3.价格谈判。
- 4.发出采购订单。
- 5.跟踪订单。
- 6.接受货物。
- 7.核对供应商的支付发票并划拨货款。
- 8.评估采购工作。

(三)企业采购战略

1.企业采购战略的概念

企业采购战略是指企业采购所采用的带有指导性、全局性、长远性的基本运作方案。采购战略应当包含以下五个方面的基本内容。

- (1)采购品种。
- (2)采购方式。
- (3)供应商。
- (4)订货谈判。
- (5)采购进货。

// 供应物流

二、采购管理

(三)企业采购战略

2.采购战略的分类

采购战略按采购品种的多寡,可以分为单一品种采购战略和多品种联合采购战略。同类多品种、同地多品种联合采购可以降低订货成本,提高订货效率,以及降低运输成本,提高运输效率。所以应当尽可能地实现多品种联合采购。多品种联合采购战略还可以分为定量联合采购策略和定期联合采购策略。

定量联合采购策略是指以各品种经济订货批量为基础的定量订货采购。联合采购中的主品采用经济订货批量,副品视运输包装单元情况采用经济订货批量或附属经济批量。

定期联合采购策略是指以各品种经济订货周期为基础的定期订货采购。联合采购中的各品种的订货周期都化为某个标准周期的简单倍数,然后以标准周期为单位进行周期运行,在不同的运行周期中实现不同品种的联合采购。

三、供应商关系管理

供应商关系管理是企业保证物资供应、确保采购质量和节约采购资金的重要环节。供应商关系管理最主要的两个研究领域及成果是供应商的选择和供应商的管理。供应商的管理不仅包括区分供应商级别,对供应渠道进行选择,以及从质量、价格、售后服务、交货期等方面对供应商进行综合的、动态的评估,还包括如何管理同供应商的关系。

// 供应物流

三、供应商关系管理

(一)企业供应商分类

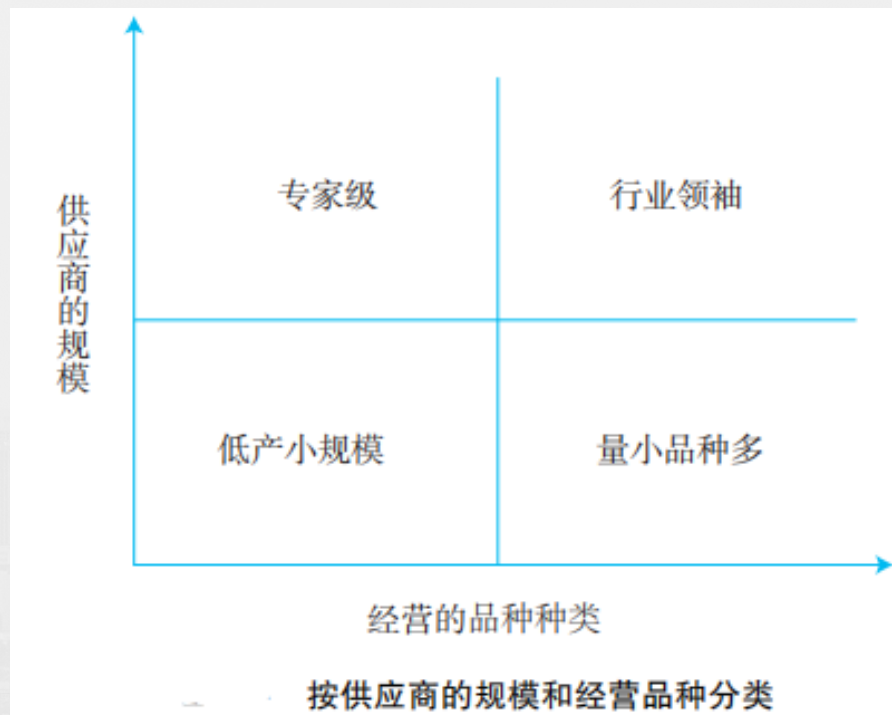
1.按供应商的重要性分类

(1)伙伴型供应商。(2)优先型供应商。(3)重点型供应商。(4)商业型供应商。

2.按 80 / 20 法则分类

3.按供应商的规模和经营品种分类

这种分类如图所示。



// 供应物流

三、供应商关系管理

(二) 供应商评选的操作步骤

1. 成立供应商评估和选择小组。
2. 确定全部的供应商名单。
3. 列出评估指标并确定权重。
4. 逐项评估每个供应商的履约能力。
5. 综合评分确定供应商。

(三) 供应商选择的评估要素

1. 技术水平

技术水平是指供应商提供商品的技术参数能否达到要求,是否具有一支技术队伍去制造或供应所需要的产品,是否具有产品开发和改进项目的能力等。

2. 产品质量

供应商提供的产品质量是一个很重要的评价指标。 供应商必须有一个良好的质量控制体系,其产品必须能够持续稳定地达到产品说明书的要求。

3. 供应能力

企业需要确定供应能力,即供应商的生产能力,确定供应商是否具有相当的生产规模与发展潜力,这意味着供应商的制造设备必须能够达到一定的规模,以确保能够供应企业所需数量的产品。

// 供应物流

三、供应商关系管理

(三) 供应商选择的评估要素

4. 价格

供应商应该能够提供有竞争力的价格,这并不意味着必须是最低的价格。这个价格是供应商按照所需要的时间、数量、质量和服务来确定的,此外供应商还应该有能力向购买方提供改进产品成本的方案。

5. 地理位置

供应商的地理位置对库存量有相当大的影响。如果物品单价较高,需求量又较大,则距离近的供应商有利于管理。购买方总是期望供应商离自己近一些,或至少要求供应商在当地建立库存。地理位置近,送货时间就短,意味着订货提前期也会相应缩短。

6. 信誉度

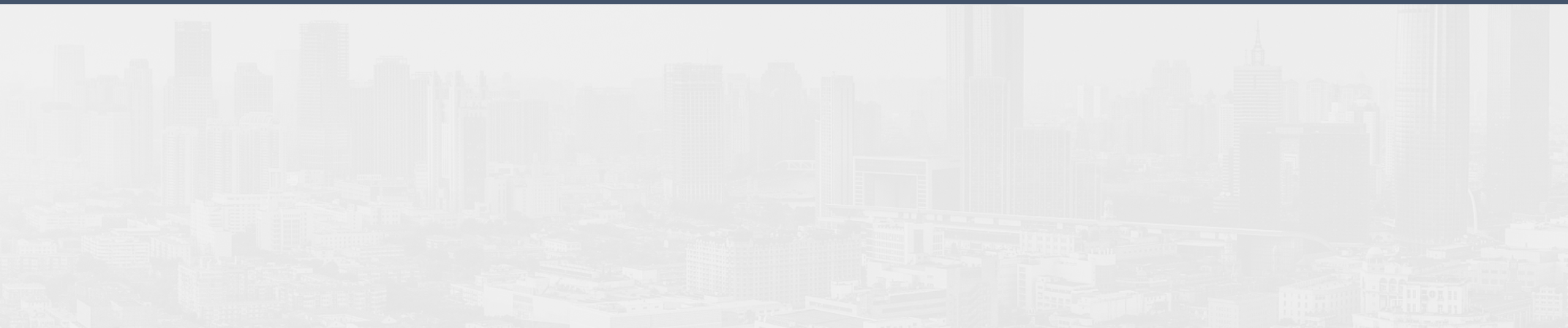
在选择供应商的时候,应该选择一家有较高声誉的、经营稳定的,以及财务状况良好的供应商。

7. 售后服务

供应商必须具有优良的售后服务,如供应商能提供可替代的零配件,或者提供某些技术支持。

03

生产物流



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/197065146063010001>