



Obsah

426 781	
MORAVSKÁ ZEMSKÁ KNIHOVNA	
sign. 2-1136-995	

Kapitola 1

Nákup jako základní podniková funkce	3
1.1 Základní podnikové funkce a jejich vazby	4
1.2 Charakteristika podnikové funkce nákupu	6
1.3 Objekty a formy nákupu	8
Shrnutí	10
Otázky a náměty k diskusi	11
<i>Zákon krajnosti v souvislosti s časem</i>	11

Kapitola 2

Řízení podnikové funkce nákupu	13
2.1 Plánování nákupu	14
2.1.1 Tvorba materiálové strategie	17
2.1.1.1 Určení a plánování materiálového sortimentu	19
2.1.1.2 Plánování materiálové spotřeby	20
Druhy potřeb	22
Brownova metoda exponenciálního vyrovnávání	23
Indexní metoda	24
2.1.2 Tvorba strategie řízení zásob	24
2.1.3 Strategie dodavatelsko-odběratelských vztahů	25
Stabilita a konkurenceschopnost dodavatelů	25
Problematika vertikální integrace	26
Vybudování vyjednávacího vlivu	26
2.1.4 Strategie nákupních informačních systémů	26
2.2 Organizace nákupu	27
2.2.1 Pojetí funkce nákupu	27
2.2.2 Míra centralizace a decentralizace nákupu	28
2.2.3 Umístění oddělení nákupu v organizační struktuře podniku	28
2.2.4 Vnitřní dělba práce	28

2.2.5 Vztah nákupního oddělení k ostatním vnitropodnikovým útvarům	32
2.3 Vedení nákupních skupin	32
2.3.1 Vlastnosti a dovednosti vedoucího nákupu	32
<i>Tvořivost ducha</i>	33
<i>Podmínky úspěšného vedení nákupních skupin</i>	33
2.3.2 Styl vedení nákupních skupin	34
2.3.3 Motivace pracovníků nákupu	35
<i>Vybrané zásady a postupy nákupního managementu</i>	37
2.4 Kontrola nákupu	38
Shrnutí	40
Otázky a náměty k diskusi	40
<i>Zákon vyrovnávání času</i>	40

Kapitola 3

Modely nákupního procesu organizací	41
3.1 Klasické modely nákupního procesu organizací	42
<i>Model Robinsona a Farise</i>	43
<i>Schéma Robinsonovo-Farisovo-Windovo</i>	43
<i>Ozanův a Churchillův model</i>	44
<i>Websterův a Windův model</i>	44
<i>Cordozův model</i>	45
<i>Shethův model</i>	45
<i>Choffrayův-Lillenův model</i>	46
3.2 Modely nákupního procesu organizací konce 20. století	46
<i>Model Woodsida a Vyase</i>	47
<i>Moelerův model</i>	47
<i>Dyadický model</i>	48
<i>Interakční model</i>	48
<i>Všeobecný model nákupního chování organizací</i>	49
Shrnutí	49
Otázky a náměty k diskusi	49
<i>Vynalézavost spěchu</i>	49

Kapitola 4

Logistika nákupu **51**

4.1 Logistika	52
4.1.1 Definice, pojem, funkce a cíle logistiky	52
4.1.2 Historický vývoj hospodářské logistiky	54
4.1.3 Příčiny nutnosti zavádění logistiky v podniku	56
4.1.4 Členění logistiky	56
4.1.5 Přehled základních metod logistiky	57
4.1.6 Vývojové trendy logistiky a její organizace v podniku	58
4.2 Logistické procesy v nákupu	60
4.2.1 Problémové oblasti nákupní logistiky	60
4.2.1.1 Vyřizování objednávek	61
4.2.1.2 Doprava	61
4.2.1.3 Udržování zásob	63
4.2.1.4 Skladování	66
4.2.2 Logistická koncepce bodu rozpojení	67
4.2.3 Logistická regulace zásob	68
4.2.3.1 Náklady na zásoby	69
4.2.3.2 Teorie řízení zásob	71
4.2.3.3 Metody racionalizace nákupu	73
Optimalizační metody v nákupu	73
Metoda centralizace skladů	74
Paretův zákon v nákupu	74
Diferencovaný systém řízení nákupu	75
4.2.3.4 Metody zkvalltřování hmotných toků	75
Zásobovací řetězce	76
Scoring - modely volby dodavatelů	77
Kanban	81
Just in Time	83
Shrnutí	85
Otázky a náměty k diskusi	86
Mateřština je jak počasí	86

Kapitola 5

Marketing nákupu **87**

5.1 Význam marketingu podniku	88
5.1.1 Definice marketingu	89
5.1.2 Historický vývoj marketingu	90
5.2 Marketingové procesy v nákupu	91

5.2.1 Trh organizací jako východisko nákupu	92
5.2.2 Nákupní proces organizace	94
Fáze 1: Zjištění problému	95
Fáze 2: Základní údaje o potřebě	95
Fáze 3: Specifika výrobku	95
Fáze 4: Hledání dodavatele	95
Fáze 5: Posuzování nabídek	95
Fáze 6: Výběr dodavatele	96
Fáze 7: Objednávka	96
Fáze 8: Zhodnocení nákupu	96
5.2.3 Výzkum nákupního trhu	97
5.2.4 Nákupní marketingový mix	99
5.2.5 Podmínky fungování nákupního marketingu v podniku	100
5.2.6 Volba dodavatele jako ústřední problém nákupního marketingu	103
5.2.7 Vytváření dodavatelsko-odběratelských vztahů	104
5.2.7.1 Překážky vstupu a výstupu dodavatele v odvětví	105
Náklady na nový zdroj nákupu	105
Náklady na získání výrobku („náklady přechodu“)	105
Čas potřebný na ověření nového dodavatele	105
Překážky ze strany zákazníků	105
Státní politika vlády	105
Stanovený dodavatel	106
Náklady výstupu	106
Partnerství	106
Know-how	106
Legislativa	106
Důvěryhodnost	106
Reciprocity	106
5.2.7.2 Transakční rizika	106
5.2.7.3 Životní cyklus dodavatelsko-odběratelských vztahů	107
Shrnutí	110
Otázky a náměty k diskusi	111
Murphyho zákon	111

Kapitola 6

Informatika nákupu	113
6.1 Informační systémy a informační technologie	114
6.2 Podnikové informační systémy	116
6.2.1 Situace na českém trhu v oblasti podnikových informačních systémů	116

6.2.2 Charakteristika současných podnikových informačních systémů	116
6.3 Elektronický obchod využitelný pro nákup	118
6.3.1 Nejčastěji používané nástroje elektronického obchodu	119
6.3.2 Elektronická tržiště	120
6.4 Informace pro rozhodování v nákupní činnosti	121
Vývojové tendence počítačové podpory při rozhodování o nákupu	123
6.5 Nákupní informační systém	127
6.5.1 Obsah nákupního informačního systému	127
6.5.2 Kritéria výběru nákupního informačního systému	128
6.5.3 Kritické faktory úspěchu a neúspěchu projektu informačních systémů	129
Shrnutí	130
Otázky a náměty k diskusi	131
Povzbuzení pro cestující v natřískaných autobusech	131

Kapitola 7

Administrativa nákupu a skladování **133**

7.1 Obchodní faktura	134
7.2 Objednávka	134
7.3 Kupní smlouva	135
7.4 Standardní klasifikace produkce	136
Předmět klasifikace SKP	137
Metodické principy klasifikace	137
Metodické zásady	138
Konstrukce klasifikace SKP	138
Závaznost a využití klasifikace SKP	139
7.5 Skladové karty	139
7.6 Příjemky	139
7.7 Výdejky	140
7.8 Dodací list	141
Shrnutí	142
Otázky a náměty k diskusi	143
Poznatek o posledních autobusech	144

*Kapitola 8***Řízení kvality v procesech
nákupu 145**

- 8.1 Původní požadavky na systém
řízení jakosti v zásobování 146*
- 8.2 Přístupy Total Quality Management
při zabezpečování jakosti dodávek 147*
- 8.3 Aktuální požadavky na systém
řízení jakosti v nákupu 148*
- Shrnutí 153*
- Otázky a náměty k diskusi 154*
Poznátky o dokonalém bufetu 154

*Kapitola 9***Trendy v řízení procesů
podnikového nákupu 155**

- Vstup České republiky do Evropské unie 157*
- Pokračující trend globalizace obchodu 158*
- Rozvoj elektronického obchodování v důsledku
rozvoje informačních technologií 158*
- Integrační tendence v rámci
dodavatelsko-odběratelských vztahů 159*
- Další rozvoj a uplatnění nových
konceptů řízení nákupu 159*
- Shrnutí 160*
- Náměty a otázky k diskusi 160*
Zákon dešťníků 160

Seznam použité literatury 161**Rejstřík 167**