

مدیریت خرید

(دوران‌های دولتی و خصوصی)

مؤلف:

علی قاسمی قاسموند

(دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت دولتی)





محمد علی

میر شمس الدین

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

شاکی

وضعیت فهرست نویسی

باددات

85

موضوع

13

10

وضو

کے

روند پند

شماره کتابشناختی ملی

قاسم، قاسموند، علی، ۱۳۵۲ -

مدیریت خرید (در سازمان‌های دولتی و خصوصی) / نویسنده علی

قاسمی قاسموںد۔

شماره ان: نو را، ۱۳۹۶.

۸۴ ص: جدول: ۱۱ x ۱۷ م. م.

9VA-900-9645-06-AJU, 10000

فيا

کتابخانه

تداركات بازرگانی -- مدیریت

Business logistics -- Management.

معاملات دولتی -- قوانین و مقررات -- ایران

Government purchasing -- Law and legislation -- Iran.

خرید (کالا، خدمات) -- مدیریت

Purchasing -- Management.

١٣٩٥/٣٨٤٢٢٤

0190A

0.05M

فهرست مطالب

پیشگفتار	
زنجیره تامین	۱۵
اجزاء زنجیره تامین	۱۷
زنجیره تامین بالا دست	۱۸
زنجیره تامین میانی	۱۹
زنجیره تامین پایین دست	۱۸
اهمیت واحدهای تدارکات کالا	
در سازمانها	۲۰
واحدهای تشکیل دهنده تدارکات	
کالا	۲۱
جایگاه تدارکات کالا در زنجیره تامین	۲۴

نقش حیاتی بخش خرید در واحدهای

تدارکاتی ۲۵

الزامات قانونی و دستورالعمل های خرید ۲۶

قانون برگزاری مناقصات ۲۸

اعضای کمیسیون مناقصات ۲۸

برک تشریفات معاملات (مناقصه) ۲۹

ماده ۱- کاربرد ۳۱

ماده ۲- تعاریف ۳۳

ماده ۳- لایحه پیشنهاد معاملات ۳۵

ماده ۴- اعلام پیشنهاد مناقصات ۳۵

ماده ۹- فرایند برگزاری مناقصات ۳۷

ماده ۱۱- روش های انجام مناقصه ۳۸

آگهی مناقصه عمومی ۴۰

ماده ۱۴- اسناد مناقصه ۴۲

ماده ۱۶- شرایط تسلیم و تحویل

پیمانکاران ۴۳

ماده ۲۶- نحوه برگزاری مناقصه

محدود ۴۴

ماده ۲۷- ترک تشریفات مناقصه ۴۵

ماده ۲۸- ترکیب هیئت ۴۵

تشریفات مناقصه ۴۶

ماده ۲۹- موارد عدم الزام به

برگزاری مناقصه ۴۹

ضمانت نامه شرکت در معاملات دولتی

(مناقصه) ۵۱

شرایط قرار داد در معاملات دولتی

(مناقصه) به استناد ماده ۳۱ آیین نامه

معاملات دولتی:..... ۵۵

استانداردهای داخلی سازمان..... ۵۶

روش های و رویه های خرید..... ۵۷

انواع خرید..... ۵۷

خرید جزء شاخص ۲..... ۵۸

خرید رء اساساً سفاهی..... ۵۹

خرید متوسط ساخت ۲..... ۵۹

خرید متوسط اصلاحی..... ۶۰

خرید عمده شاخص ۱..... ۶۱

خرید عمده مناقصه عمومی..... ۶۱

خرید عمده مناقصه محدود..... ۶۲

نقشه سازی فرآیندهای انواع خرید، اعم

از جزء، متوسط و عمده به طور اجمالی..... ۶۳

دست بندی مرحله بندی فرآیندهای خرید

..... ۶۴

سازمان دهی نیروی انسانی بخش خرید..... ۶۵

مهارت های مورد نیاز نیروی انسانی بخش

خرید..... ۶۷

نحوه تعامل با ذینفعان خارجی..... ۶۸

کنترل و انواع آن و کنترل مورد نیاز

در واحد خرید..... ۶۹

کنترل بازار..... ۷۰

کنترل اداری (دیوان سالاری)..... ۷۱

کنترل قومی (فرهنگی)..... ۷۲

مهارت‌های رهبری مورد نیاز در واحد

خرید..... ۷۵

اخلاق حرفه‌ای در واحد خرید..... ۷۷

منشور اخلاقی MBA..... ۷۸

مسئولیت اجتماعی واحد خرید..... ۸۰

منابع..... ۹۱

www.ketab.ir



واحدهای تدارکات در کلیه سازمان‌ها اعم از بزرگ یا کوچک و سازمان‌های دولتی یا خصوصی همواره مورد توجه ویژه مدیران ارشد سازمان‌ها بوده و در واقع تولید محصول سازمان اعم از کالا یا خدمات وابستگی غیرقابل انکاری به فعالیت بخش تدارکات سازمان دارد و همواره دغدغه مدیران سازمان تأمین کالا و مواد اولیه و ملزومات مورد نیاز واحدهای فنی و عملیاتی پشتیبانی می‌باشد تا بتوانند به ظرفیت تولید از پیش تعیین شده دست یابند و طبق برنامه از پیش تعیین شده از سازمان که همانا تولید کالا یا ارائه خدمت می‌باشد را محقق سازند.

مدیران تولید و بخش فنی سازمانی تولید و ارائه کالا و خدمات خود را منوط به شرایط در اختیار داشتن کالا و مواد و ملزومات تولید می‌کنند و همواره در جلسات تولید و پیش‌بینی تولید مدیران تدارکات حضور فعال و چشمگیر در این زمینه نقش تعیین کننده دارند.

یکی از بخش‌های مهم و تعیین کننده واحدهای تدارکاتی بخش خرید می‌باشد. بخش خرید هر سازمانی به زعم اندیشمندان مدیریت از واحدهای مرزگستری سازمان می‌باشد و با محیط خارجی سازمان در ارتباط بوده در واقع یکی از طرقی است که سازمان با محیط بیرون خود ارتباط برقرار می‌کند. بخش خرید همچون پل ارتباطی بین واحدهای داخل سازمان و محیط سازمان و سازمان‌هایی که در محیط خارجی سازمان وجود دارند عمل می‌کند.

عمر به اهمیت اساسی و کلیدی که بخش خرید در واحدهای تدارکاتی دارد کتاب حاضر با بهره‌مندی از آخرین دستاوردهای علمی در زمینه مدیریت سازمان‌ها و با رویکردی علمی و با ارائه تصویر کلی از سازمان با تبیین نقش و جایگاه مهم و اثرگذار واحدهای تدارکاتی در سازمان و اهمیت بخش خرید در سازمان با ارائه توضیحات علمی کاربردی در این زمینه تدوین گردیده است. جهت تألیف کتاب حاضر که مدیریت خرید نام گذاری شده است واحدهای تدارکاتی سازمان‌ها و شرکت‌ها و مؤسسات بخش دولتی و بخش خصوصی با

اندازه‌های مختلف با مد نظر قرار دادن سازمان‌ها و شرکت‌های تولیدی و خدماتی با اندازه خیلی کوچک تا سازمان‌ها و شرکت‌های بسیار بزرگ و عظیم علاوه بر توضیح زنجیره تأمین و اجزای آن و اهمیت واحدهای تدارکاتی در سازمان و اجزای تشکیل دهنده واحدهای تدارکاتی و تبیین جایگاه واحدهای تدارکاتی در زنجیره تأمین و تبیین نقش خرید در تدارکات کالا به تشریح الزامات قانونی و استانداردها، لازم جهت انجام خرید و معامله مطابق قوانین به روش علمی پرداخته و انواع خرید توضیح داده شده و مباحات انواع خرید به‌طور فرآیندی و گام به گام تشریح شد. است.

در خصوص مدیریت واحدهای خرید مواردی از قبیل سازمان‌دهی نیروی انسانی، مهارت‌های مورد نیاز کارکنان بخش خرید و مهارت مورد نیاز مدیران بخش خرید و مباحثی جدیدی از قبیل اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی در خرید ارائه شد. است.

کتاب حاضر با توجه به اهمیت واحدهای تدارکاتی و بخش خرید و جهت استفاده در سازمان‌ها و

شرکت‌های بخش دولتی و بخش خصوصی تهیه و تنظیم شده است. بی شک با توجه به نگاه کلان نگر و فرآیندی به واحدهای تدارکاتی مطالعه آن برای مدیران و کارکنان واحدهای تدارکاتی و مدیران سازمان‌ها و کلیه علاقه‌مندان به حوزه‌های تجارت و بازرگانی مفید به فایده خواهد بود.

مؤلف تمام تلاش خود را در نگارش کتاب حاضر بکار بسته تا اثری بدون نقص را ارائه نماید ولی از آنج که ممکن است اشکالاتی وجود داشته باشد از خوانندگان گرامنی استدعا دارد نظرات و پیشنهادهای خود را به آدرس الکترونیکی alighasemi352@yahoo.com ارسال نمایند.