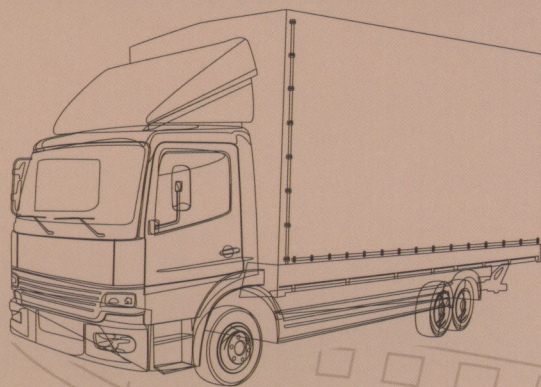




普通高等教育“十一五”规划教材
高等院校物流类教材系列

霍 红 张玉斌 主编

采购管理实务



43



科学出版社

www.sciencep.com

高等院校物流类教材系列

03

普通高等教育“十一五”规划教材

高等院校物流类教材系列

主 任

采购管理实务

副主任

霍 红 张玉斌 主 编

张云辉 徐玲玲 薛景梅 副主编

白世贞 (哈尔滨商业大学物流学院院长、教授)

董 霞 (CIP) 目 录 页 码 占 用 图

汪洪章 (首都师范大学外国文学研究所教授、博士生导师)

(国家林业局林业科技推广项目“十一五”教育推广项目)

肖生苓 (东北林业大学工程技术学院教授)

梁 军 (中国法学会信息法学研究会理事、西安邮电学院教授)

图 本 国 中

主 责

副 责

任淑霞

吕西萍

张玉斌

杨浩雄

赵泉午

谢红燕

李相林

杨甲昭

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

郑志成

科学出版社

北 京

赵益平

鲍爱武

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

廖素琴

内 容 简 介

本书系统地阐述了采购管理的基本理论知识和技术方法,首先概述采购管理的相关理论,然后讲述采购管理的技术与方法,最后讲述采购管理的实施与控制。本书既阐述了采购管理基本理论知识和技术方法,又兼顾到采购管理的实践应用,包含了作者多年来在采购管理课程教学中对采购管理理论知识和技术方法的体会。各章后都安排了案例分析、阅读资料和练习题,起到归纳和练习的作用,并使读者在学习理论知识的同时,通过实际案例资料开阔思路、加深理解。

本书可作为高等院校物流及相关专业学生的教学用书,也可以作为研究生的参考书,还可以供从事采购管理和物流与供应链管理的研究人员和企业管理人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

采购管理实务/霍红,张玉斌主编. —北京:科学出版社,2010
(普通高等教育“十一五”规划教材·高等院校物流类教材系列)

ISBN 978-7-03-026091-8

I. 采… II. ①霍… ②张… III. 采购-企业管理-高等学校-教材
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 211493 号

责任编辑:任锋娟 熊远超 / 责任校对:柏连海
责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号
邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010 年 2 月第 一 版
2010 年 2 月第一次印刷
印数:1—3 000

开本:787×1092 1/16
印张:18 1/2
字数:439 000

定价:28.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

销售部电话:010-62134988 编辑部电话:010-62137374 (HF02)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

高等院校物流类教材系列

编 委 会

主 任

李严锋 (教育部高等学校物流类专业教学指导委员会委员, 云南财经大学商学院院长、教授)

副主任 (按照姓氏笔画排序)

白世贞 (哈尔滨商业大学物流学院院长、教授)

汪洪章 (复旦大学外国文学研究所副所长、教授)

肖生苓 (东北林业大学工程技术学院副院长、教授)

秦成德 (中国法学会信息法学研究会理事, 西安邮电学院教授)

梁 军 (宁波工程学院经济与管理学院副院长、教授)

委 员 (按照姓氏笔画排序)

王 刚 王晓博 冉文学 乔志强 任淑霞

刘 莉 刘泽海 刘胜春 刘常宝 吕西萍

孙 军 许恒勤 宋志兰 张 敏 张玉斌

张晓云 李 岩 李相林 杨中昭 杨浩雄

沈 欣 陈金山 郑志成 姜方桃 赵泉午

赵益平 徐鸿竹 秦峰华 彭东华 谢红燕

鲍爱武 廖素娟 潘尤兴 薛景梅 霍 红

目 录

前 言

前言

第一章 采购管理与战略采购概述

21 世纪的中国正逐步向全球的制造中心发展,跨国公司在中国的采购以及中国企业在国际市场上的采购将日益频繁。采购管理已成为与公司战略决策和供应链管理密切相关的综合性管理活动。采购管理是企业经营管理的核心内容,是企业取得经营利润的重要源泉,是企业竞争优势的来源之一,也是企业连接供应商的纽带和获取市场信息的重要渠道。将现代采购管理的理论和方法科学地应用于企业的经营管理中,是企业在全球化、信息化的市场竞争中得以生存的保证,更是企业谋求发展、壮大的必然要求。

本书从采购管理的实际出发,系统地阐述了采购管理的理论知识和技术方法。本书分为三大部分,第一部分主要讲述采购管理的基础,包括采购管理与战略采购概述、采购管理组织与采购人员、采购需求分析与采购计划、供应商选择与管理等内容;第二部分主要讲述采购管理的技术与方法,包括招标采购、订货点采购、ERP 采购与 JIT 采购、供应链采购与电子采购等内容;第三部分主要讲述采购管理的实施与控制,包括采购谈判与采购合同、采购系统监督控制与绩效管理等内容。

本书既阐述了采购管理理论和技术方法,又兼顾了采购管理的实践应用,包含了作者多年来在采购管理课程教学中对采购管理理论知识和技术方法的领悟。本书各章都有与内容相关的知识拓展和阅读资料,使读者在学习理论知识的同时,通过实际案例进一步加深理解;每章后都安排了案例分析和练习题,起到归纳和练习的作用,便于检测对本章内容的理解和掌握。

参加本书编写的人员有哈尔滨商业大学的霍红、张玉斌、徐玲玲、陈德慧、陈宇、刘婧,哈尔滨理工大学的张云辉,石家庄经济学院的薛景梅。

在本书写作过程中,参考和借鉴了大量相关文献,在此向这些文献的作者表示衷心的感谢。由于编者水平有限,书中疏漏和不足之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

第二节 采购管理部门的职责

一、部门职责

二、岗位职责

第三节 采购人员的素质、应具备的知识与培训

一、采购人员的素质

二、采购人员应具备的知识

三、采购人员的培训

小结

案例分析



目 录

04	练习题	107
05	第五章 招标采购	107
05	第一节 招标采购概述	109
05	招标采购的概念与特点	109
05	二、招标方式	110
05	三、招标采购的流程	112
05	前言	
05	第一章 采购管理与战略采购概述	1
05	第一节 采购概述	2
05	一、采购的概念	2
05	二、采购的分类	3
05	三、采购过程	9
05	第二节 采购管理	12
05	一、采购管理的作用	12
05	二、采购管理的目标	13
05	三、采购管理的内容	15
05	四、采购管理机制	17
05	五、采购管理的发展阶段与趋势	19
05	第三节 战略采购	21
05	一、战略采购的内涵	22
05	二、战略采购的原则	22
05	三、战略采购的实施步骤	23
05	小结	24
05	案例分析	24
05	练习题	25
05	第二章 采购管理组织与采购人员	26
05	第一节 采购管理组织的设置	27
05	一、采购管理组织的设置原则	27
05	二、采购管理组织的形式	28
05	第二节 采购管理部门的职责	31
05	一、部门职责	31
05	二、岗位职责	32
05	第三节 采购人员的素质、应具备的知识与培训	33
05	一、采购人员的素质	33
05	二、采购人员应具备的知识	35
05	三、采购人员的培训	36
05	小结	39
05	案例分析	39



练习题	40
第三章 采购需求分析与采购计划	41
第一节 采购申请	42
一、采购申请的提出与审核	42
二、采购任务单的形成	44
第二节 采购物品的分类与规格	45
一、采购物品的分类	45
二、采购物品的规格	48
第三节 分析、确定采购需求	49
一、分析销售计划和生产计划	49
二、推导、分析物料需求	51
三、综合确定采购需求量	53
第四节 采购计划与预算管理	54
一、编制采购计划	54
二、采购预算管理	63
小结	70
案例分析	70
练习题	73
第四章 供应商选择与管理	74
第一节 供应商选择与管理概述	75
一、供应商选择与管理的含义	75
二、供应商选择与管理的目的	75
三、供应商选择与管理的流程	76
第二节 供应商调查与分类	77
一、供应商调查	77
二、供应商分类	83
第三节 供应商评估与选择	90
一、供应商评估与选择的流程	91
二、供应商评估指标体系	92
三、供应商选择的方法	97
第四节 供应商管理	99
一、供应商关系管理	99
二、供应商信息管理	102
三、供应商合同管理	104
四、供应商绩效管理	104
小结	105
案例分析	106



081	练习题	107
	第五章 招标采购	108
181	第一节 招标采购概述	109
181	一、招标采购的概念与特点	109
281	二、招标方式	110
281	三、招标采购的流程	112
281	第二节 招标与投标	114
191	一、招标	114
191	二、投标	116
291	第三节 开标与评标	117
291	一、开标	117
391	二、评标	118
101	小结	120
101	案例分析	120
101	练习题	122
	第六章 订货点采购	134
001	第一节 订货点采购概述	136
011	一、订货点采购的内涵	136
011	二、订货点采购的原理	136
011	三、订货点采购的特点	138
111	第二节 订货点采购方法	139
111	一、定量订货法	139
221	二、定期订货法	148
221	第三节 价格折扣策略和区段价格策略	154
331	一、价格折扣策略	154
331	二、区段价格策略	156
431	小结	158
041	案例分析	158
141	练习题	159
	第七章 ERP 采购与 JIT 采购	160
741	第一节 MRP 采购和 ERP 采购	161
741	一、MRP 采购简介	161
841	二、MRP 系统	164
941	三、ERP 采购	170
121	第二节 JIT 采购	177
121	一、JIT 采购原理	177
221	二、看板管理	178



三、JIT 采购的实施	180
小结	183
案例分析	183
练习题	184
第八章 供应链采购与电子采购	185
第一节 供应链采购	186
一、供应链管理思想的提出	186
二、供应链管理系统框架	191
三、供应链环境下的采购管理	193
第二节 电子采购	196
一、电子采购概述	196
二、电子采购的模式	198
三、电子采购方案的实施	201
小结	204
案例分析	204
练习题	207
第九章 采购谈判与采购合同	209
第一节 采购谈判概述	210
一、采购谈判的概念及类型	210
二、采购谈判的原则	210
三、采购谈判的影响因素	212
四、采购谈判的组织实施	213
第二节 采购谈判策略与技巧	222
一、采购谈判策略与技巧运用的主旨	222
二、采购谈判的策略与实施技巧	224
第三节 采购合同	234
一、采购合同概述	234
二、采购合同的订立	240
三、采购合同的执行与跟踪	241
四、采购合同的争议及解决	243
小结	247
案例分析	247
练习题	249
第十章 采购系统监督控制与绩效管理	250
第一节 采购进货验收及质量控制	251
一、交期管理	251
二、货物验收	253



第二节 采购货款结算	255
一、采购货款结算流程	255
二、货款结算方式	257
三、付款操作步骤	262
第三节 采购成本控制	263
一、影响采购价格的因素	263
二、确定采购价格的方法	265
三、采购成本分析	267
第四节 采购流程控制	270
一、采购流程内部控制	270
二、采购审计	273
第五节 采购绩效评估	274
一、采购绩效评估的目的与流程	274
二、采购绩效评估的指标	277
三、采购绩效评估的实施	279
小结	281
案例分析	281
练习题	283
参考文献	284

第一章

采购管理与战略采购概述

教学目标

- 了解采购的分类。
- 理解采购的概念，采购管理的概念，战略采购的内涵、原则和实施步骤。
- 掌握一般的采购过程，采购管理的作用、内容、目标，采购管理机制。

学习任务

- 采购的概念、分类和一般采购过程。
- 采购管理的作用、目标、内容、机制和采购管理的发展阶段与趋势。
- 战略采购的内涵、原则和实施步骤。

导入案例

飞利浦公司的全球采购策略

在过去的 10~15 年当中，飞利浦公司有了很多的成就，其中一个方面就是把它的生产基地最早从欧洲转移到了亚洲，开始是到韩国，后来又到了中国。早在 1990 年，飞利浦公司就在中国立足了，现在的业务重点不仅仅是采购，还要选择好的制造商。飞利浦公司现在有了一个很好的服务中心，用以提供物流服务、培训和金融服务。飞利浦公司为什么要进行全球化的发展呢？一方面是因为市场竞争太激烈了，很多公司都到全球市场当中去竞争，如果在本国的市场当中遇到了很强、很激烈的竞争，而到国际市场当中，就会觉得竞争的压力会相对小一些。另一方面是关于市场发展的，中国是一个巨大的市场，对于飞利浦公司来讲，在未来 10~12 年当中，中国可能是飞利浦公司业务增长最大的一个市场，它们希望在技术发展以及技术产品的开发方面，成为中国市场的先驱。

在全球范围内进行运作会使成本降低，因为可以把高成本生产放到低成本的基地去生产。另外，在业务发展过程当中需要采取灵活的战术，这也是为什么要进行全球化采



购的原因。

当然,在全球化进程当中,飞利浦公司也遇到了很多阻力,如由于地理方面的不同,会有不同的文化、语言等。其实,飞利浦公司在亚洲的很多国家都建立了国际采购中心,主要就是为了应对这种不同的文化、语言差距,并且还和当地的政府积极地合作。

全球采购中还要密切注意库存,要保持合理的库存,就需要对供应进行管理。当然还有一些政治方面的问题,如这个地区可能会采取一些贸易保护等,这样,那些全球化的公司就会遇到一些阻力;当对于某种资源有依赖时,应该考虑当地政府会不会不希望公司使用它的资源等。

全球采购除了考虑成本外还要考虑供应的风险,即从市场上采购到这种货物的风险。如果市场上只有一个供应商,那么采购风险就很大,这个市场就是一个高风险的市场;如果这个市场是一个标准化的市场,能供应标准产品的卖方很多,这就是一个低风险的市场。

日常用品通常情况下价格很低,市场上有很多的供应商,公司在对待这样的产品的时候,就不需要投入太多精力。战略性的产品则不同,因为它对整个企业是至关重要的。所以,任何一个公司购买这种战略性的物资的时候,要了解到供应商的供应能力。

很多公司都在进行全球化采购的活动,因为它们的经营领域太广泛,在本国内采购可能并不能满足其生产经营的需要。这种情况下可以将业务外包。什么东西可以外包呢?显然不是企业的核心能力。外包如果对企业产生的效益更多的话,就应当把这部分产品和服务外包出去。比如,飞利浦公司在很长一段时间内,都自己生产某种印刷产品,而且它在印刷电路板方面每年都投入大量的资金。后来,飞利浦公司发现如果用其他的公司生产电路板会比自己生产的成本更低,所以就把这部分的生活动外包给其他公司了。

为什么要进行外包呢?主要是为了提高效率。在外包之前一定要了解企业的核心竞争力是什么,现在飞利浦公司把很多的产品放在中国进行制造,这就是一个外包的过程。

在进行跨文化的商业运作当中,往往会遇到很多困难。所以,在国际采购中了解企业的供应商也就变得十分的必要。如果企业进入一个市场,并成为这个市场最早建立这种产品生产基地的公司,那么在这种情况下,企业没有任何经验,就要认真、仔细地研究供应商,这样才能赢得整个市场。

第一节 采购概述

一、采购的概念

采购作为生产经营活动的初始环节,对企业的供、产、销各个环节影响都很大,直接影响着企业的生产经营过程、企业的业绩,并构成企业核心竞争力的重要内容。它不



仅是保证生产正常运转的必要条件,而且也为企业降低成本、增加盈利创造条件。采购在国内外的组织和学者中有很多不同的定义,从目标的观点来看,采购被定义为从合适的货源那里获得合适数量和质量物资,并以适当的价格送到合适的收货地点。从外部资源管理的观点来看,采购被定义为从企业外部资源中获取所有的对经营、维护和管理公司的基本业务活动和辅助业务活动的必需品,并使它们处于最佳状态的商品和服务。肯尼斯·莱桑斯(Kenneth Lyons)和迈克尔·吉林厄姆(Michael Gillingham)在其合著的《采购与供应链管理》中将采购定义为:采购是一个由组织机构实施的过程,不论是作为一种功能还是作为集成供应链的一部分,它既负责采办合适的质量、数量、时间和价格的货物,又负责管理供应商,并由此对企业的竞争优势和企业共同战略目标作出贡献。

事实上,采购是指企业根据需求提出采购计划、审核计划、选择供应商,经过商务谈判确定价格、交货及相关条件,最终签订合同并按要求收货付款的过程。这种以货币换取物品的方式,可以说是最普通的采购途径,无论个人还是企业机构,为了满足消费或者生产的需求都是以购买的方式来进行的。

总体上看,对采购的理解主要包含以下一些基本含义。

1) 所有采购都是从资源市场获取资源的过程。采购是企业与市场联系的纽带,采购过程实际上就是从市场获取资源的过程。

2) 采购既是一个商流过程,也是一个物流过程。商流是指发生交易活动时进行的对货物所有权的转移,物流是指货物实体发生转移的过程,商流是无形的,但是物流是有形的,是可以看得到的。

3) 采购是一种经济管理活动。首先,采购是一项经济活动,要进行收益与成本分析;其次,采购是一项管理活动,在采购过程中需要进行计划、组织、协调、指挥、控制等。

此外,采购的外延包括除了以购买的方式占有物品之外,还可以用各种途径取得物品的使用权,以达到满足需求的目的,如租赁、借贷、交换、征收等。

二、采购的分类

(一) 按照采购物品用途分类

按照采购物品用途的不同,采购可以分为企业采购(工业品采购)、消费者采购(消费品采购)。现代的企业采购是一个复杂的职能集合体,但几乎每一个人都熟悉它的另一种变形——消费者购买。但企业采购与消费者购买有本质区别,如表 1.1 所示。

表 1.1 企业采购与消费者采购的区别

项目 内容	企业采购	消费者采购
采购目的	保证生产	满足个人需求
采购动机	主要出于理性考虑	带有个人喜好或冲动
采购决策	多人参与、程序化过程	个人决定



项目 内容	企业采购	消费者采购
采购功能	专业职能、企业行为	消费者个人行为
产品与市场知识	系统、宽广	零散、有限
顾客	数量有限、往往地域性集中	数量很多、地域上分散
采购需求	由生产及发展驱动、波动性大	由生活所需导向、通常较稳定
采购量	大	小
采购市场价格	弹性有限	弹性相对较大

1. 消费者采购

首先,消费者采购市场运作是一种零售型的,顾客只有产生需求时,才会为满足当前需求而进行采购,并且顾客通常是所购买产品或服务的最终消费者;消费者采购时可以自由的选择供应商,面对消费者的需求供应商通常都可以满足;而企业采购与消费者采购完全不同,大多数企业的需求通常是专业化的,并且采购规模一般都很大,潜在的资源也很少,甚至在整个市场中也只有几个厂商可提供。其次,消费者采购产品价格可能会随供应商的不同而变动,这主要取决于供应商选择的营销策略;单个消费者没有能力影响产品价格和营销方式,也无法选定生产企业;各个消费者的交易量占供应商销售总量的比例也非常小。

2. 企业采购

在企业进行采购时,很多企业的规模比其他供应商大得多,因此,在与供应商打交道的过程中可能会扮演多重角色;由于涉及的金额很大,供应商为单个顾客承担了很大风险;为了获得一笔交易,供应商通常会运用多种策略。在这种情况下,能否得到订单象征着供应商的真实能力。这样,企业采购一方面需要有专门的技能来保证准确满足需求;另一方面,为了达到连续有效和满意的运行效果,还需要有合适的体系和程序作保证。

(二) 按照价格分类

按照价格分类,采购可以分为招标采购、询价采购、比价采购和议价采购。

1. 招标采购

招标采购是通过在一定范围内公开购买信息,说明拟采购物品或项目的交易条件,邀请供应商或承包商在规定的期限内提出报价,经过比较分析后,按既定标准确定最优惠条件的投标人并与其签订采购合同的一种高度组织化的采购方式。由于招标采购体现了公平、公开和公正的原则,所以,招标采购是在众多的供应商中选择最佳供应商的有效方法。它通常用于比较重大的建设工程项目、新企业寻找长期物资供应商、政府采购或采购批量比较大等场合。



2. 询价采购

采购人员选取信用可靠的供应商,向其讲明采购条件,并询问价格或寄询价单,促请对方报价,比较后采购。询价单上应注明货物的种类、数量以及要求的交货时间和地点。报价可以采用电传或传真的形式提交。对报价的评审应按照一贯的良好做法来进行。已接受的报价条件应包括在订单之中。这种方式适合用于采购小金额的货物、现货或标准规格的商品。

3. 比价采购

比价采购是指在买方市场条件下,在选定两家以上供应商的基础上,由供应商公开报价,最后选择报价最低的为企业供应商的一种采购方式。实质上这是一种供应商有限条件下的一种招标采购。这种采购方式的公开性和透明性较高,能够防止“黑洞”;但是由于供应商的有限性,在采购中可能出现恶性抢标,而且供应品种规格上的差异,可能影响生产效率提高,并加大消耗。

4. 议价采购

议价采购是指由买卖双方直接讨价还价实现交易的一种采购行为。议价采购一般不进行公开竞标,仅向固定的供应商直接采购。议价采购可以节省采购费用和时间,采购中灵活性大,可依据环境变化,对采购规格、数量及价格作灵活的调整。议价采购也有利于和供应商建立互惠关系,稳定供需关系。但是,议价采购往往价格较高,缺乏公开性,容易形成不公平竞争。

通常情况下,询价采购、比价采购和议价采购很少单独运用,经常是将它们结合在一起运用。

(三) 按照采购主体分类

采购主体实际上是指实施采购的利益主体,按照采购主体对采购分类,可以分为个人采购和集团采购,见图 1.1。

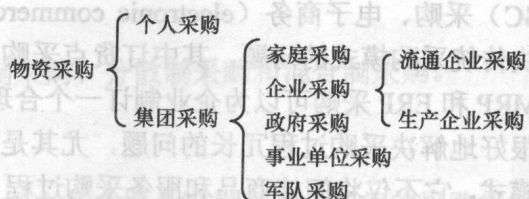


图 1.1 按采购主体分类

1. 个人采购

个人采购是指消费者为满足自身需要而发生的购买消费品的行为。如购买生活必需品、耐用品等,实质上是一种购买活动,购买对象主要为生活资料,其特点为单次、单品种、单一决策,购买过程相对简单。

2. 集团采购

集团采购一般是多品种、大批量、大金额的、多批次甚至持续进行的,直接关系到多个人的集团利益,所以,往往由集团决策。典型的集团采购,主要是指企业采购、政

政府采购、事业单位采购、军队采购等。家庭采购也可以算是集团采购。

集团采购的主要目的是实施集团型企事业单位的集中采购策略，做到一定程度的采购收权，并发挥集中采购的规模效益，帮助企事业单位以尽可能低的成本获取满足企事业单位所需数量和质量的产品和服务。集团采购还能降低各下属企事业单位的整体库存水平，节约库存成本，减少资金的占用，加快资金的周转。此外，集团采购还能够帮助确立统一的材料采购标准和耗用标准，对采购数量、成本及质量进行集中控制。对采购业务流程进行规范优化，减少采购过程中的资源浪费，提高企业的采购效率。

(四) 按照采购方法分类

按照采购方法进行分类，采购则通常可以分为传统采购和科学采购两种方式，见图 1.2。

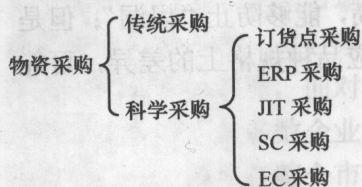


图 1.2 按采购方法分类

1. 传统采购

传统采购模式有很多缺点，例如，低效的商品选择过程；耗时的手工订货操作；不规则采购，易产生腐败现象；昂贵的存货成本和采购成本；冗长的采购周期；复杂的采购管理；难以实现采购的战略性管理等。从整体上看，传

统的采购模式还将面对中间商过多的问题，这使得商品的生产成本很低，而贸易成本较高，损害的是最终消费者和企业的利益。

2. 科学采购

科学采购主要包括订货点采购、MRP 和 ERP 采购、JIT 采购、供应链（supply chain, SC）采购、电子商务（electronic commerce, EC）采购等方法。科学采购可以很好地解决传统采购模式的问题，其中订货点采购可以在降低缺货风险的同时降低库存成本，而 MRP 和 ERP 采购可以为企业制订一个合理的采购方案，JIT 采购和电子商务采购都可以很好地解决采购过程冗长的问题，尤其是电子商务采购，它从根本上改变了商务活动的模式，它不仅将间接商品和服务采购过程自动化，极大地提高了效益，降低了采购成本，而且使企业在一定程度上避免因信息不对称而引起的资源浪费，有利于社会资源的有效配置，从而使企业更具有战略性的眼光进行采购。

1) 订货点采购，是根据需求的变化和订货提前期的长短，确定订货点、订货批量或订货周期、最高库存水准等，建立起连续的订货启动、操作机制和库存控制机制，达到既满足需求又使得库存总成本最小的目的。订货点采购原理比较科学，操作比较简单。但是由于市场的随机因素多，使得该方法同样具有库存量大、市场响应不灵敏的缺陷。

2) MRP 与 ERP 采购，主要应用于生产企业。它是生产企业根据主生产计划和主产品的结构以及库存情况逐步推导出生产主产品所需要的零部件、原材料等的生产计划和采购计划的过程。这个采购计划规定了采购的品种、数量、采购时间和采购回来的时间。



计划比较精细、严格。

3) JIT 采购,即准时化采购,是一种先进的采购模式及管理哲学。它的基本思想是:在恰当的时间、恰当的地点、以恰当的数量、恰当的质量提供恰当的物品。它是从准时化生产发展而来的,是为了消除库存和不必要的浪费而进行持久性改进。要进行准时化生产必须有准时的供应,因此准时化采购是准时化生产管理模式的必然要求。它和传统采购方法在质量控制、供需关系、供应的数目、交货期的管理等方面有许多不同,其中关于供应商选择(数量与关系)、质量控制是其核心内容。准时化采购包括供应商的支持和合作以及制造过程、货物运输系统等一系列的内容。准时化采购不但可以减少库存,还可以加快库存周转、缩短提前期、提高购物的质量、获得满意交货等效果。

4) 供应链(SC)采购,准确地说,是一种供应链机制下的采购模式。在供应链机制下,采购不再仅仅由采购者操作,而是由采购者与供应商共同操作。采购者需要把自己的需求规律信息即库存信息向供应商连续及时传递,供应商自己根据自己产品的消耗情况不断及时连续小批量补充库存,保证采购者既满足需要又使总库存量最小。供应链采购对信息系统、供应商操作要求都比较高。它也是一种科学的、理想的采购模式。

5) 电子商务(EC)采购,也就是网上采购,是在电子商务环境下的采购模式。它的基本特点是:在网上寻找供应商、寻找品种、网上洽谈贸易、网上订货甚至在網上支付货款,但是在网下送货进货。这种模式的好处,扩大了采购市场的范围、缩短了供需距离,简化了采购手续、减少了采购时间,减少了采购成本,提高了工作效率,是一种很有前途的采购模式。但是它要依赖于电子商务的发展和物流配送水平的提高。而这两者几乎要取决于整个国民经济水平和科技进步的水平。我国现在已经有不少企业以及政府采购采用了网上采购的方式,但是要把网上采购真正搞好,还需要一些时日。

(五) 按采购管理机制分类

按采购管理机制分,采购可以分为集中制采购、分散制采购和混合制采购。

1. 集中制采购

集中采购是相对于分散采购而言的,它是指企业在核心管理层建立专门的采购机制,统一组织企业所需物品的采购业务。跨国公司的全球采购部门的建立是集中采购的典型应用。以组建内部采购部门的方式,来统一起分布在世界各地分支机构的采购业务,减少采购渠道,通过批量采购获得价格优惠。

2. 分散制采购

分散采购是由企业下属各单位(如子公司、分厂、车间或分店)实施的满足自身生产经营需要的采购。分散采购是集中采购的完善和补充,有利于采购环节与存货、供料等环节的协调配合,有利于增强基层工作责任心,使基层工作富有弹性和成效。