



采购基础知识与技巧

全国中等职业技术学校物流专业教材

WULIUZHUANYE



中国劳动社会保障出版社

全国中等职业技术学校物流专业教材

采购基础知识与技巧

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

采购基础知识与技巧/宋之苓主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2006
全国中等职业技术学校物流专业教材

ISBN 7-5045-5492-8

I. 采… II. 宋… III. 采购-专业学校-教材 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 011690 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

煤炭工业出版社印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 7.5 印张 184 千字

2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

定价: 12.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

前 言

随着经济全球化和信息技术的迅速发展,企业在降低物质消耗、提高劳动生产率以外的“第三利润源”——现代物流业,正在世界范围内广泛兴起。我国现代物流业虽然起步较晚,但发展迅速,需要大量物流人才。据有关部门统计,目前全国物流人才缺口达 600 万。

2005 年 6 月,教育部办公厅、劳动和社会保障部办公厅、中国物流与采购联合会联合发布了《关于开展职业院校物流专业紧缺人才培养培训工作的通知》,要求职业院校“要落实以服务为宗旨、以就业为导向的方针,采取物流学历教育与短期培训相结合的办法,着力培养物流实用型人才”。为了落实国家培养物流技能人才的政策,满足各地物流专业教学需要,我们组织有关专家学者编写了这套教材。

在教材的编写过程中,我们始终坚持了以下几个原则:

1. 系统性和实用性。按照教材体系进行编排,既考虑到教材之间的分工,又在内容上相互配合,减少知识点的重复和脱节。根据物流企业实际需要,传授学生基本理论知识和基本操作技能。教材范围以管用为限,知识深度以够用为度。

2. 科学性和先进性。教材编写人员既有从事一线教学的教授、博士,也有从事实际物流管理咨询的专家。在介绍现代物流理论与实务的基础上,适时插入国内外先进的物流管理成果,以便使学生在厚打基础的前提下,有所思考和提高。

3. 职业性和复合型。根据社会紧缺人才的需求,并参照相关的职业资格标准,全套教材以培养物流从业人员的基本知识与实际操作能力为核心,在一专的基础上包括相关的采购和核算内容,以增强学生的就业能力和职业适应能力。

这套教材包括《物流成本管理基础》《采购基础知识与技巧》《物流设备设施》《仓储基础知识与技能》《物流运输基础与实务》《商品检验与包装》《物流信息系统》，供全国中等职业技术学校物流专业使用。

本套教材可供经营核算、商品经营、电子商务专业选修，也可用于物流企业员工的岗前培训、在职培训、职业技能鉴定的培训和员工自学。

在上述教材编写过程中，我们得到有关劳动保障部门及学校的大力支持，对此，我们表示诚挚的谢意！

《采购基础知识与技巧》主要包括：采购的基本知识、采购市场调查与供应商环境分析、采购计划和采购预算、采购控制及采购策略、采购订单与采购合同、采购绩效评估和国际采购。

本教材由宋之苓主编，范森、李智伟、李利晓参加编写，王炬香审稿。

劳动和社会保障部教材办公室

2006年5月

目 录

第一章 采购的基本知识.....	(1)
§ 1—1 采购的目的及类型.....	(1)
§ 1—2 采购的方式、流程及发展趋势.....	(6)
§ 1—3 采购的基本原则和道德规范.....	(11)
第二章 采购市场调查与供应商环境分析.....	(16)
§ 2—1 采购市场调查.....	(16)
§ 2—2 物料要求.....	(18)
§ 2—3 供应商环境分析.....	(22)
第三章 采购计划和采购预算.....	(28)
§ 3—1 采购计划.....	(28)
§ 3—2 采购预算.....	(35)
§ 3—3 影响采购计划和采购预算的因素及应对方法.....	(39)
第四章 采购控制及采购策略.....	(45)
§ 4—1 采购认证流程控制.....	(45)
§ 4—2 采购成本控制.....	(48)
§ 4—3 采购价格策略.....	(56)
§ 4—4 采购时机与采购渠道的选择.....	(57)
第五章 采购订单与采购合同.....	(62)
§ 5—1 采购订单概述.....	(62)

§ 5—2 采购合同与采购谈判.....	(65)
§ 5—3 采购合同跟踪与控制.....	(74)
§ 5—4 采购涉及的法律问题.....	(79)
第六章 采购绩效评估.....	(83)
§ 6—1 采购绩效评估概述.....	(83)
§ 6—2 采购绩效评估指标.....	(86)
§ 6—3 采购绩效评估的标准及方法.....	(90)
第七章 国际采购.....	(95)
§ 7—1 国际采购的基本知识.....	(95)
§ 7—2 国际采购组织.....	(104)
§ 7—3 国际采购代理业务及风险防范.....	(105)

第一章

采购的基本知识

学习目标

- 了解采购、物流的定义及与采购相关的概念
- 了解采购的目的与类型
- 了解采购的方式
- 掌握采购的环节
- 掌握采购的基本原则

§ 1—1 采购的目的及类型

一、采购的含义和途径

1. 采购的含义



小词典

采购是指单位或个人基于生产、销售、消费等目的，购买商品或劳务的交易行为和交易过程。

以货币换取物品的方式称为购买。采购是社会生产和人们生活中最为广泛、最为普遍的经济活动之一。随着市场经济的发展和社会分工的进一步细化，社会生产和人们的生活将更加依赖采购行为，采购活动的数量和范围将更加扩大，对整个市场经济的发展将发挥更加重要的作用。

采购活动发展到今天，其含义进一步扩大。现代采购包括两个基本的含义：一是“采”，二是“购”。实际上，采购比购买的含义更广泛。采购主要包括 3 项基本含义。

(1) 所有的采购都是从资源市场获取资源的过程

采购的基本功能就是帮助人们从资源市场获取他们所需要的各种资源。这些资源包括生活资料和生产资料；包括物资资源和非物资资源。

(2) 采购既是一个商流过程，也是一个物流过程

采购的基本作用就是将资源从资源市场的供应者手中转移到用户手中。在这个过程中，一是要实现将资源的所有权从供应者手中转移到用户手中，二是要实现将资源的物质实体从供应者手中转移到用户手中。前者是一个商流过程，主要通过商品交易、等价交换来实现；后者是一个物流过程，主要通过运输、储存、包装、装卸、流通加工等手段来实现。只有这

两个方面都完全实现了，采购过程才算完成。因此，采购过程实际上是商流过程与物流过程的统一。

(3) 采购是一种经济活动

采购是企业经济活动的组成部分。在整个采购活动过程中，一方面企业获取了资源，保证了企业生产的顺利进行，形成采购的效益；另一方面也会发生各种费用，形成采购的成本。我们要追求采购经济效益的最大化，就要不断降低采购成本，以最少的成本去获取最大的效益。而要实现这一点，关键就是要努力做到科学采购。

2. 采购的途径

根据人们取得商品的方式，采购可以从狭义和广义两方面来理解。狭义的采购是指企业购买，就是企业根据需求提出采购计划、审核计划，选好供应商，经过商务谈判确定价格和交货的相关条件，最终签订合同并按要求收货付款的全过程。广义的采购除了以购买的方式获取物品之外，还包括以下几种途径：

(1) 租赁

租赁是指通过向物主支付租金的方式取得物品的使用权，使用完毕或租赁期满后将物品归还物主的一种非永久性的购买行为，如租书、租厂房、租车辆等。这种方式可以使承租人不必支付大额的首期费用，只需支付少量的租金就可以满足自己对物品的需要。

(2) 借贷

借贷即一方以无须支付任何代价的方式取得他人的物品的使用权，使用完毕仅返还原物品。这种无偿借用他人物品的方式，通常是基于借贷双方的情谊与密切关系，特别是借方的信用。

(3) 交换

所谓交换就是不直接支付物品的全部货款，而是采取以物易物的方式取得物品的所有权及使用权的一种采购方式。换言之，当双方交换价值相等时，不需要以金钱补偿对方；当交换价值不等时，仅由一方补贴差额给对方。这种方式不仅可以取得自己想要的东西，而且可以盘活自己闲置或多余的资产，可谓一举两得。

(4) 外包

外包亦属于采购范畴。它是将一些与企业核心业务关联性不强的辅助业务整体外包给其他专业公司来操作的采购方式。例如，将企业物流、厂房修缮、厂房清洁、车辆运输、食堂等业务整体外包，企业自己不再开展这些业务。这样可以让企业把更多的精力集中在核心业务上，从而提高企业的核心竞争力。外包是一种十分灵活、高效的新型经营模式。

综上所述，采购就是单位或个人为了满足某种特定的需求，以购买、租赁、借贷、交换、外包等各种不同的途径，取得商品及劳务的使用权或所有权的交易活动过程。在日常经营活动中，我们所说的采购主要是以购买为主的商品交易活动。

3. 与采购相关的几个概念

(1) 物流



小词典

物流是物品从供应地到接收地的实体流动过程，包括运输、保管、搬运装卸、包装、流通加工和信息处理等的全过程。

物流的主要含义在于物品移动的各项物理性机能，即在商品流通领域中，在一定劳动组织条件下凭借载体从供应方将物品实体移动到需求方的过程。现代物流是指为了满足顾客需求而进行的连接供给主体和需求主体，克服空间和时间阻碍的有效、快速的商品、服务流动经济活动的过程。

(2) 供应链



小词典

供应链是一个通过链接不同企业的制造、组装、分销、零售等环节，将原材料转换成产品，再将其运送到最终用户的过程。

供应链管理能有效地消除重复、浪费与不确定性，减少库存总量，创造竞争的成本优势；能优化供应链成员组合，快速响应客户，创造竞争的时间和空间优势；还能通过建立成员企业之间的战略伙伴关系，充分发挥链上企业的核心能力，创造竞争的整体优势。

(3) 供应

供应是指供应商或卖方向买方提供产品和服务的全过程。

(4) 战略采购

战略采购是指在宏观范围内确定采购资源和采购策略，建立最优的供应商体系及战略伙伴关系。

(5) 前期采购和后期采购

前期采购是指采购过程中下订单以前的相关工作。后期采购则是指采购过程中下订单以后的相关工作。可见，前期采购和后期采购的工作重点是不同的。

(6) 采购环境

采购环境是指由某些供应商组成的、经过买家认可的、值得信赖的采购资源。采购环境的好坏会对企业的采购产生很大影响，因此企业应努力创造好的采购环境。

(7) 采购管理

采购管理是指管理采购业务单元，包括审核、优化、批准、实施 4 个步骤。管理的对象是计划、认证、订单、合同 4 个环节。

二、采购的目的和作用

1. 采购的目的

采购的目的主要包含以下几点：

(1) 保障企业供应，维持正常生产

物资采购是物资生产的前提条件，生产所需要的原材料、设备和工具都要由物资采购来提供。没有物资采购就没有生产条件，也就不可能进行生产。

(2) 提高产品质量

不断改进采购过程以及加强对供应商的管理，可以提高采购原材料的质量。原材料质量的提高，可以保证生产出高质量的产品。

(3) 控制成本

采购成本是企业成本的重要组成部分，在采购过程中必须控制和减少采购成本。采购成本包括直接采购成本和间接采购成本。直接采购成本的减少是指对原材料、零部件的采购价

格的控制和降低,可以通过优化供应商、实施本地化、与供应商共同开展改进项目等途径来实现。间接采购成本是指与采购相关的成本,间接成本的减少可以通过缩短供应周期、增加送货频次、减少原材料库存、实施来料免检、循环使用包装等方法来实现。

(4) 与供应商建立合作关系

采购的一个重要任务是充分发挥供应商的专业优势,使其积极参与产品开发或过程开发,将供应商纳入企业自身的整体经营中。

(5) 建立供应配套体系

企业的采购任务还包括建立可靠、优化的供应配套体系。建立供应配套体系时,一方面要减少供应商的数量,集中采购活动,降低采购成本;另一方面又要避免依赖独家供应商,从而建立一个良好的供应环境。

(6) 建立企业良好形象

企业要通过采购工作建立和维护本企业的良好形象。采购是企业与市场联系的窗口,同销售工作一样,采购也代表着企业的形象,因此,采购部门必须以公正良好的态度发展企业同供应商的关系,树立企业的良好形象。

(7) 实现信息管理

企业采购还包括管理、控制与采购相关的文件和信息的任务。从采购管理的角度来讲,采购的职责是制定并实施采购的方针、策略、目标,改进计划,实施采购作业,完成供应商绩效衡量,建立供应商审核、认可、考核及评估体系,开展采购体系的自我评估,同其他单位的采购水平进行比较以不断提高整体采购水平,建立并培养稳定、有创造性的专业采购队伍,与其他单位共享采购资源和信息等。

2. 采购的作用

在现代企业的生产经营过程中,采购的作用已显得越来越重要。一般情况下,在企业产品的成本中,外购部分所占比例较大,约为60%~70%。因此,采购工作成功与否在很大程度上影响着企业的竞争力,采购与采购管理往往是竞争优势中的一部分。

· (1) 采购在成本控制中的作用

在企业的产品成本构成中,采购的原材料及零部件成本占企业总成本的比重随行业的不同而不同,平均水平在60%以上。一个典型的企业,其采购成本(包括原材料、零部件)一般占其总成本的60%,工资和福利占总成本的20%,管理费用占总成本的15%,利润占总成本的5%。从这几个比例中可以清楚地看出采购成本是企业成本控制中的主体和核心部分,采购成本控制是企业成本控制中最有价值的部分。

(2) 采购在供应中的作用

在商品生产和交换的整体供应链中,每一个企业既是顾客又是供应商。顾客需求的提高,要求企业按库存生产随时满足其需求,但是库存的增加会使企业的费用也相应地增加,激烈的市场竞争又要求企业按订单进行生产。因此,企业只有将采购及供应商的活动看作是自身供应链的一个有机组成部分,才能保证供应,提高采购效率。

在整体的供应链管理过程中,“即时生产”是缩短生产周期、降低成本和库存,同时又能以最快速度交货,满足顾客需求的有效做法,而供应商的“即时供应”则是开展“即时生产”的主要内容。从供应的角度来说,采购是整体供应链管理中“上游控制”的主导力量。

(3) 采购在企业经营中的作用

随着现代经济的发展,许多企业都与供应商建立合作伙伴关系。在本企业不直接进行投资的前提下,充分利用供应商的能力为本企业开发、生产产品。这样,一方面可以节省资金,降低投资风险;另一方面又可以利用供应商的专业技术优势和现有的生产能力以最快的速度形成生产能力,扩大产品生产规模。

(4) 采购在质量管理中的作用

能否生产出合格的产品,取决于采购所提供的原材料以及设备工具质量的好坏。没有高质量的原材料采购,就没有高质量的产品,也就没有企业的经济效益。

三、采购的类型和内容

1. 采购的类型

(1) 按采购主体分类

1) 个人采购 指个人生活用品的采购。其特点是单一品种、单次、单一决策、随机发生,并带有很大的主观性和随意性。即使采购失误,也只影响个人,造成的损失不会太大。

2) 集团采购 指企事业单位对生产资料和办公用品的采购。其特点是多品种、大批量、大金额、多批次甚至持续进行。因其直接关系到集团利益,往往由集团决策。集团采购决策一旦失误,损失将较大,因此要慎重、严格、科学地进行。

集团采购可以分为企业采购、政府采购、事业单位采购、军队采购等。其中,企业采购是国民经济的主体部分,是大多数人更加关注的部分。

(2) 按采购地区分类

1) 国内采购 当国内材料的价格、品质、性能与国外相差无几时,应选择国内采购。国内采购机动性强,手续简单方便。

2) 国外采购 当国外材料价格低、品质高、性能好,综合成本比国内采购低时,可考虑国外采购。但某些关系到民族前途的企业,如信息产业、通信产业等,不应仅仅考虑当前利益,还应从长远的角度考虑,尽量在国内采购或与国内有能力的供应商共同开发。

(3) 按采购渠道分类

1) 直接采购 指直接向物料生产厂商进行采购。

2) 委托采购 指委托某代理商或贸易公司向物料生产厂商进行采购。

3) 调拨采购 指在几个分厂或协作厂商之间,将过剩物料互相调拨进行支援采购。

(4) 按采购性质分类

1) 一般采购 指个人消费采购和零星采购。

2) 项目采购 指集团采购。集团采购多是大宗货物的采购,如工程采购、政府采购等专项采购。

2. 采购的内容

(1) 工业品采购和消费品采购

采购内容按其用途不同可分为工业品采购和消费品采购两大类。消费品采购的主要目的是满足个人生活消费的需求,多是采购生活消费品,如食品、服装、住房等。工业品采购的采购需求是由生产及企业发展驱动的,多是采购生产资料,如原料、设备、生产技术等,内容庞杂,类型细密。

(2) 有形采购和无形采购

1) 有形采购 指采购的对象是实物形态的物品,如钢笔、计算机、电路板等。有形采购主要包括原料采购、副料采购、机具及设备采购等。

2) 无形采购 指相对于有形采购而言的,其采购对象是不具有实物形态的技术和服务,如服务、软件、技术、保险及工程发包等。无形采购主要包括咨询服务采购和技术采购,也包括采购设备时附带的服务。

§ 1—2 采购的方式、流程及发展趋势

一、采购的方式

采购的方式是多种多样的,它因采购的组织结构政策、采购的货物、采购的数量及采购的成本、价格的不同而有所不同。最常见的采购方式有 5 种。

1. 公开招标采购



小词典

招标采购就是通过招标方式寻找最好的供应商进行采购的方法。招标采购的基本方式主要有公开招标和邀请招标两种。

公开招标采购是指由专门的招标机构或其委托的代理机构(统称招标人)以招标公告的方式邀请不特定的供应商(统称投标人)参加投标的采购方式。

公开招标采购是招标人将采购的所有条件详细列明,刊登公告。投标人按公告的条件,在规定的时间内,交纳投标押金参加投标。当投标人超过 3 家时方可开标。开标后原则上以报价最低的厂商得标,但当得标的报价仍高过标底时,采购人员有权宣布流标,或征得监办人员的同意,以议价方式办理。

·公开招标采购是项目采购的主要方式,招标人不得将应以公开招标方式进行采购的工程、货物或服务化整为零或以其他任何方式规避公开招标采购。

●资料链接●

一个完整的招标采购过程包括以下阶段:

策划——→招标——→投标——→开标——→评标——→决标——→签订合同

2. 邀请招标采购

邀请招标采购是指招标人以投标邀请书的方式邀请规定数目(普通招标 3 家,政府采购 5 家)以上的供应商参加投标的采购方式。通常情况下,邀请招标需要具备一定的条件。例如,《中华人民共和国政府采购法》(以下简称《政府采购法》)规定符合下列情形之一的货物或者服务,可以采用邀请招标方式进行采购:

(1) 具有特殊性,只能从有限范围的供应商处采购的。

(2) 采用公开招标方式的费用占政府采购项目总价值的比例过大的。

3. 竞争性谈判采购

竞争性谈判采购是指采购机构直接邀请规定数目（《政府采购法》规定3家）以上的供应商就采购事宜进行谈判的采购方式。例如，《政府采购法》规定符合下列情形之一的货物或服务，可以采用竞争性谈判方式进行采购：

- (1) 招标后没有供应商投标或者没有合格标的或者重新招标未能成立的。
- (2) 技术复杂或者性质特殊，不能确定详细规格或者具体要求的。
- (3) 采用招标方式所需时间不能满足用户紧急需要的。
- (4) 不能事先计算出价格总额的。

4. 单一来源采购

单一来源采购是指采购机构向供应商直接购买的采购方式。《政府采购法》规定符合下列情形之一的货物或者服务，可以采用单一来源方式进行采购：

- (1) 只能从唯一供应商处采购的。
- (2) 发生了不可预见的紧急情况不能从其他供应商处采购的。
- (3) 必须保证原有采购项目一致性或者服务配套的要求，需要继续从原供应商处添购，且添购资金总额不超过原合同采购金额10%的。

5. 询价采购

询价采购是指对特定数量供应商提供的报价进行比较，以确保价格具有竞争性的采购方式。《政府采购法》规定：对于货物规格、标准统一，现货货源充足且价格变化幅度小的政府采购项目，可以采用询价采购方式。

目前，我国《中华人民共和国招标投标法》规定采购方式为公开招标与邀请招标，而《政府采购法》规定以上5种采购方式均可采用。

二、采购的环节和流程

1. 采购的环节

采购作业流程会因采购的方式及采购的对象的不同而在作业环节上有若干差异。但一个完整的采购过程，一般都要经历需求确认→需求说明→供应商选择→价格和采购条件确定→订单发出→订单追踪与催货→验收→发票核对→退货处理→结案→记录与档案维护等几个基本环节。

(1) 需求确认

在采购之前，应先确定买哪些物料、买多少、何时买、由谁决定等，这是采购活动的起点。生产或使用部门的人员应该清楚地知道本部门独特的需求：需要什么、需要多少、何时需要。库存部门收到这些部门发出的物料需求单时，应先汇总，再将物料需求信息传递给采购部门。采购部门必须有通畅的渠道，以确保及时发现并处理这些物料需求信息。

同时，采购部门应协助生产部门一起来预测物料需求。采购管理人员不仅应要求需求部门在填写请购单时尽可能地采用标准化格式，尽量少发特殊订单，而且应督促其尽早预测需求以避免太多的紧急订单，从而减少因特殊订单和紧急订单而增加的采购成本。

(2) 需求说明

需求说明即确认需求之后，对需求的细节如品质、包装、售后服务、运输及检验方式等，加以准确的说明和描述，以便使货物来源选择及价格谈判等作业顺利进行。采购部门如果不了解使用部门到底需要什么，就不可能进行采购。出于这个目的，采购部门必须对所申

请采购物料的品名、规格、型号等有一个准确的说明。如果采购部门的人员对申请采购的产品不熟悉，对请购事项的描述不准确，应该向请购者或采购团队进行咨询，采购部门不能单方面处理。

在将具体的规格要求交给供应商之前，采购部门需要再次确认规格信息。这一步完成之后要填写请购单。请购单应该包括日期、编号、申请的发出部门、涉及金额、所需物料描述、物料需用日期、特殊发送的说明、授权申请人的签字。表 1—1 是一张典型的请购单。

表 1—1 请购单

请购单			
申请部门_____ 统一编号_____			
请购日期_____ 需用日期_____			
品名/规格/料号	单位	数量	备注 (用途、厂牌及参考单价等)
预算额_____			
遇到问题时通知_____			
特殊发送说明_____			
			申请人_____
说明：一式两份，原件送采购部门，申请者保留文件副本			

（3）供应商选择

根据需求说明在原有供应商中选择厂商，通知其报价，或以登报公告等方式公开征寻供应商。供应商选择是采购活动中的重要一环。它关系到企业是否能够及时获得所需的产品或服务。如果供应商选择不当，日后就可能出现物料品质欠佳、交货日期不准等一系列问题，给企业造成生产拖延和经济利益的损失，因此必须恰当选择供应商并加强对供应商的管理。

（4）价格和采购条件确定

确定供应商后，还要确定采购价格、采购条件、供货条件等，以便与供应商进行谈判。企业多是使用招标的方法来帮助确定价格。不过也有许多采购活动不是通过招标进行的，而是通过查看供应商价格表或通过谈判确定。

（5）订单发出

价格谈妥后，应办理订货签约手续。订货手续包括订单和合约两种方式。订单和合约均属于具有法律效力的书面文件，买卖双方的要求、权利及义务，必须在订单或合约中予以说明。除非采购金额微不足道，否则绝对不允许没有书面订单就进行物料采购。所有公司都有准备好的采购订单，但通常情况下到底选用哪一方准备的文书，取决于双方相对实力的强弱、采购物品的特点、交易的复杂程度以及在确定或发出订单方面所制定的战略。

(6) 订单追踪与催货

签约订单之后,为使供应商按期、按质、按量交货,应依据合约规定,督促厂商按规定交运,并予以严格的入库检验。采购订单发给供应商之后,企业应对订单进行跟踪和催货。一般来讲,订单发出的同时会确定相应的跟踪接触日期。在一些企业中,甚至设有全职的跟踪和催货人员。

跟踪是对订单所进行的例行追踪,以便确保供应商能够履行其货物发运的承诺。跟踪使企业可以尽早了解货物质量或发运方面的问题,以便采取相应的行动。催货是对供应商施加压力,以使其履行发运承诺、提前发运货物或是加快已经延误的订单所涉及的货物发运。如果供应商不能履行合约,企业可以取消订单或取消以后可能的交易。

(7) 验收

货物验收的基本目的是确认企业订单所采购的货物已经实际到达;检查到达的货物是否完好无损;清点并核对所订购的货物数量;将货物送往下一个目的地以进行储存、检验或使用;确保与验收手续有关的文件都已进行了登记并送交给有关人员。

对货物进行验收时,可能会发生货物短缺。这可能是因为运输过程中丢失了一些物料,或发运时数量不足,有时是因为在运输过程中物料产生了损毁。所有这些情况采购部门都要写出详细的报告交给供应商。

(8) 发票核对

厂商交货验收合格后,随即开具发票并支付货款。发票的内容必须经过核对和审批,财务部门才能办理付款。在实际工作中,对于发票的核对和批准到底是供应部门的职责还是会计部门的职责,目前仍存在争议,各企业的做法有所不同。

(9) 退货处理

凡厂商所交货品与合约规定不符从而验收不合格者,应依据合约规定退货,并立即办理重购,予以结案。

(10) 结案

验收合格付款或验收不合格退货,均需办理结案手续,清查各项书面资料有无缺失,给出绩效评价等,报高级管理层或权责部门核阅批示。

(11) 记录与档案维护

凡经结案批示的采购案件,应列入档案登记编号分类并予以保管,以备以后选择供应商时参阅或事后发生问题时查考。档案应具有保管期限的规定(一般为7年)。

2. 采购的流程

采购的流程是指采购活动的全部操作过程,是采购人员从事采购活动的执行标准和业务规范,采购人员必须遵照执行。有些企业会制定明确而单独的采购流程说明书,有些企业则将有关流程分散于各项采购作业规范当中。一般来讲,企业规模越大,采购金额越高,对流程设计越要重视,所列内容也应更加详细。一般采购流程由4个环节组成:采购计划→采购认证→采购订单→管理评价。

三、采购的发展趋势

随着经济的发展和现代通信技术及信息技术的广泛应用,采购的方式也发生了很大的变化,朝着信息化、系统化、快速化发展。

1. 订货点采购

订货点采购是根据需求的变化和订货提前期的长短,精确确定订货点、订货批量、订货周期、最高库存水准等,并建立连续的订货启动、操作机制和库存控制机制,从而达到既满足需求又使得库存总成本最低的采购方法。这种采购模式以需求分析为依据,以满足库存需求为目的,采用科学的方法,使管理和操作科学化、简单化。但是由于市场的随机因素多,该方法同样具有库存量大、市场响应不灵敏的缺陷。

2. 物料需求计划采购

物料需求计划采购(MRP采购),又称物资资源计划或物料采购计划。MRP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、采购时间和供货时间,计划精细、严格。它也是以需求分析为依据,以满足库存为目的的采购方法。它的市场响应灵敏度及库存水平都比订货点采购有所进步。

3. 准时化采购

准时化采购(JIT采购)或即时采购,是一种完全以满足需求为依据的采购方法。它对采购的要求,就是要供应商能恰好在用户需要的时候,将合适品种、合适数量的物料送到用户需求的地点。它以需求为依据改造采购过程和采购方式,使它们完全适合于需求的品种、需求的时间和需求的数量,做到既灵敏响应需求的变化,又使得库存向零库存趋近。这是一种比较科学、比较理想的采购模式。

4. 供应链采购

供应链采购是一种供应链机制下的采购模式。在供应链机制下,采购不再由采购者操作,而是由供应商操作。采购者只需要把自己的需求规律信息即库存信息连续及时地传递给供应商,供应商根据采购者产品的消耗情况,及时、连续、小批量补充库存,从而既保证满足采购者需要,又使总库存量最小,节约采购成本和库存费用。供应链采购对信息系统、供应商操作的要求都比较高,是一种科学的、理想的采购模式,也是目前国际上常用的采购模式。

5. 电子商务采购

电子商务采购也称网上采购,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和产品、网上洽谈贸易、网上订货甚至在网支付货款、在网上送货进货。这种模式的好处是扩大了采购市场的范围,缩短了供需距离,简化了采购手续,减少了采购时间和采购成本,提高了工作效率,是一种很有前途的采购模式。目前,我国以及国际上已经有不少企业采购和政府采购采用了网上采购的方式,但是它的发展要依赖于电子商务的发展和物流配送水平的提高。

6. 国际化采购

国际化采购是指在全球范围内搜寻更合适的供应源来供货。为了降低采购成本、提高产品的品质和服务的附加值,越来越多的企业开始在全球范围内搜寻更理想的供应源。通信技术、运输手段的发展为国际化采购提供了更便利的条件。随着贸易的国际化,在商业采购中对国外资源的采购不再被看作是一种不同寻常的活动。不仅仅是跨国公司,对于很多企业而言,国外资源已是主要资源。国际采购同国内采购采用相同的采购方法,追求同样的价值目标,而且方法和系统也大体相同,有同样的问题需要考虑。