



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

采购师

(基础知识)

中国就业培训技术指导中心组织编写



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

采购师

(基础知识)

编审委员会

主任 刘 康

副主任 陈李翔 宋 建 刘恩专

委员 崔玉成 郭孟津 刘 英 徐 强 康立红

陈 蕾 张 伟

本书编审人员

主 编 刘恩专

编 者 (以姓氏笔画为序)

王 莹 刘恩专 员晓兰 赵立泉 高雅平

裴凤萍

图书在版编目(CIP)数据

采购师：基础知识/中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京：中国劳动社会保障出版社，2006

国家职业资格培训教程

ISBN 7-5045-5660-2

I. 采… II. 中… III. 采购-技术培训-教材 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 055848 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

*

新华书店经销

北京印刷集团有限责任公司印刷二厂印刷 北京密云青云装订厂装订

787 毫米×1092 毫米 16 开本 13 印张 264 千字

2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

定价：25.00 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

为推动采购师职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在采购师从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——采购师（试行）》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了《国家职业资格培训教程——采购师》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对采购师职业活动的领域，按照模块化的方式，分级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——采购师（基础知识）》适用于对各个级别采购师基础知识的培训，是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

本书在编写过程中得到了天津人力资源开发服务中心、天津财经大学、铁道部天津物资管理干部学院等单位的大力支持与协助，在此一并表示感谢。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

中国就业培训技术指导中心

目 录

CONTENTS 《国家职业资格培训教程》

第一章 采购基础知识	(1)
第一节 采购类型与方式	(1)
第二节 采购作业流程	(9)
第三节 采购管理基本知识	(13)
第二章 商品学及商品流通过程基础知识	(17)
第一节 商品分类	(17)
第二节 商品标准与标准化	(26)
第三节 商品质量与商品检验	(30)
第四节 商品包装	(35)
第五节 商品仓储与养护	(39)
第六节 商品交易组织	(43)
第七节 商品中介组织	(47)
第八节 商品流通政策	(50)
第三章 物流基础知识	(54)
第一节 物流及其构成要素	(54)
第二节 物流系统规划	(58)
第三节 运输与配送	(61)
第四节 第三方物流管理	(70)
第五节 企业物流管理	(72)
第六节 库存管理	(76)

第七节 物流信息化	(80)
第四章 市场营销基础知识	(83)
第一节 市场营销概述	(83)
第二节 市场分析	(89)
第三节 营销组合	(93)
第四节 营销广告	(103)
第五节 营销管理	(107)
第五章 商务谈判基础知识	(112)
第一节 公共关系知识	(112)
第二节 客户关系管理知识	(117)
第三节 商务谈判技巧	(121)
第四节 商务礼仪知识	(126)
第六章 相关法律、法规知识	(132)
第一节 公司法相关知识	(132)
第二节 合同法相关知识	(136)
第三节 产品质量法相关知识	(147)
第四节 反不正当竞争法相关知识	(150)
第五节 消费者权益保护法相关知识	(153)
第六节 价格法相关知识	(156)
第七节 广告法相关知识	(161)
第八节 商标法相关知识	(167)
第七章 工商、税务和财务知识	(175)
第一节 工商行政管理知识	(175)
第二节 税务知识	(180)
第三节 财务知识	(186)

第一章

采购基础知识

采购是社会经济生活中的常见活动。无论是个人、企业、团体，还是政府机构，随时都需要通过市场渠道获得所需的物质资料或服务。《采购师国家职业标准》（以下简称《标准》）主要是从企业的生产与经营角度，来对采购从业人员所应履行的职责、工作内容以及所应具备的职业技能做出相应规定。本章主要阐述采购类型与方式、基本作业流程和采购管理基本知识，以为各类采购人员从事职业活动奠定必要的理论基础。

第一节 采购类型与方式

一、采购的概念与地位

1. 采购的概念

通常，我们将采购定义为：需方向供应商购买货物或服务的一种商业行为。《标准》根据《国家职业大典》则将采购从业人员界定为：从事商品和服务采购的人员。

无论从理论还是实践上，采购都有“狭义”和“广义”之分。所谓的狭义采购，即英文的 Purchase，是指以购买（Buying）的方式，由买方支付相应款项，从卖方获取物品或服务的行为过程。这种“以钱索物”的方式，一定会发生所有权的转移，是最一般的采购途径。而广义采购，即英文的 Procurement，是指需方通过各种方式获取所需物品或服务的行为过程。它不强调“以钱索物”和“所有权转移”，而是强调“获取”目的的满足。基于广义采购定义，采购途径可包括购买、易货、租赁、借用和征用（即政府对民间土地和建筑物等物

品的征收)等。《标准》的采购内涵是以狭义采购为基础的。

按照狭义采购,商品采购首先是一个选择过程,诸如:对商品品种规格的选择,对商品供货厂商的选择,对商品质量的选择,对商品价格的选择,对商品交付方式、交易结算方式的选择,对商品实物转移方式的选择等。为此,就必须对有关问题进行相应的调查、预测、决策,对物资采购过程进行计划、组织、指挥、协调和控制。

因此,基于《标准》,本书中的采购是指在市场经济条件下企业为获取商品或服务,而对获取对象的渠道、方式、质量、价格、时机等进行选择,且把货币资金转化为标的物的交易过程。

显然,采购不仅仅是一种购买行为,而是从市场预测开始,经过商品交易,直到采购的商品或服务转移至需方的全部过程。其中包括:了解需要,市场调查,市场预测,参与设计规划,制定计划,确定采购方式,选择供货厂商,确定质量、价格、交货期、交货方式、包装运输方式,协商洽谈,签订协议,催交订货,质量检验,控制成本,清结货款,加强协作,广集货源等一系列工作环节。

2. 采购的地位

一般来说,采购是商品流通的起点,没有采购,商品流通过程的运行就不能启动,商品销售尤其是商品从生产领域向消费领域的转移也就不能实现。因此,采购在社会再生产和商品流通过程中处于关键环节,可以说,它是社会再生产和商品流通运行的“启动器”。

从企业生产经营活动的微观角度考察,采购也处于关键地位和环节。主要表现在以下几个方面:

(1) 采购是企业生产经营活动的先决条件

采购为企业生产经营活动创造了物资技术基础。在这个基础上,企业才能展开生产经营活动。企业生产所需的生产资料,包括机器、设备、工具和零配件,以及原材料、辅助材料、燃料等,都需要通过采购活动,使其进入企业生产消费或运用过程,以此保证企业生产活动连续运行。同理,采购也为流通企业的经营活动创造了先决条件,只有通过采购活动,取得大量而丰富的货源,才能获得销售活动的物质基础。

(2) 采购是贯穿企业生产经营全过程的因素

从企业生产过程来看,采购不仅提供生产过程需要的原材料和辅助材料,而且还提供半成品、零部件以及成品组装的各种协作件,这表明在各生产环节中,都贯穿着采购活动。从企业经营过程来看,商品的购、运、储、销各环节,都与采购这个因素相关。从这个意义上说,企业的生产经营,是一个采购、运输、储存、生产、销售诸多环节协调运行的过程,而采购处于关键环节。

(3) 采购是企业生产经营活动的渠道和供应链管理的关键

采购是多层次和多渠道的企业间生产经营联系的关键。首先,企业可以通过采购开拓新渠道和新领域,在企业之间组成一个纵横交错、立体交叉的活动渠道网络,彼此相互交流信息,互通有无,相互了解,推进企业发展和进步;再者,从获取物料或中间投入物开始,经由生产经营过程,物品达至最终用户,形成了企业、供应商和用户间的一个复杂的供应链,有效协调供应链因素,实施供应链管理,做到“即时生产”和“即时供应”。在分工日益细化的环境下,供应链管理已经成为企业高效运行的关键,而采购则是整体供应链管理“上游控制”的主导力量。

(4) 采购是企业成本控制的重要环节

虽然不同企业的产品成本构成差异较大,但采购成本(原材料和零部件)都占有较大的比重,依行业差异,大约在30%~90%之间,平均约为60%。显然,在目前条件下,采购成本仍是企业成本控制的主体项目之一。降低采购成本,扩展利润空间,无疑是企业生产经营的重要环节。

(5) 采购是产品更新换代的媒介

采购不仅具有采买的职能,同时也是市场供求信息的“载体”,传播市场的需求信息和供给信息。这两种信息同时作用于市场,往往预示着某些老产品的衰败,宣布某些新产品的诞生。此外,在目前大的零售商的运营中,采购部门还与供应商协作,进行一些自有品牌的开发。

二、采购类型

采购活动多种多样,我们可以从采购对象、采购主体和采购技术等不同角度进行归类。

1. 按采购对象划分

按采购对象的性质,采购可以分为有形物品采购和无形服务采购。

(1) 有形物品采购

1) 机器设备采购。机器设备属于在企业生产经营过程中长期、反复使用而基本保持原本实物形态的劳动工具。其采购则具体表现为生产和运营所需的各类设备的购买。机器设备采购的最显著特点是金额大、技术性和专业性强,往往需要采用招标、租赁、委托与调拨等灵活采购方式进行。

2) 原材料采购。原材料是构成产品实体的基本部分,其在学习过程中要改变物理和化学特性,并有较大的消耗。因此,在企业采购中,原材料采购的比重大、频率高。同时,原材料存在不同种类,可依其功能、质地、产业类别、形态和产地做出多种划分,其品种、形式、等级和特性往往有很大差异,采购过程也比较复杂。

3) 零部件采购。在加工装配产业,零部件是最基本的生产资料,随产业分工的日益深

化，企业所用的大多数零部件需要外购。零部件种类繁多，规格、型号复杂，技术性强，生产过程中又需频繁供应，因此，其采购具有较强的专业性。

4) MRO 采购。MRO 采购，即原物料、零部件以外的，用于维护、修理及运营（Maintenance, Repair, Operation）的杂项物件和设备的采购。MRO 物料通常都是低值物品，品种繁多，不同行业的 MRO 物料需要往往差异极大，而且单项商品的采购规模一般也较小，但它们对企业生产经营的正常运行意义重大。因此，在企业采购中，MRO 采购有其特殊性。

此外，我们还可以按标的物将采购分为：常规品（大路品）采购、紧缺品采购、生鲜品采购、数字品采购、时令品采购、珍惜品采购等。

（2）无形服务采购

1) 技术采购。一般包括专利、商标、版权和专业技术诀窍（Know How）的获取。技术采购的最主要特点是大多采用许可贸易的方式进行，往往是使用权而不是所有权的转让。因此，技术采购大多采用特许权使用费的支付方式；此外，其定价也不同于一般商品，采购过程中的讨价还价环节十分复杂。

2) 服务采购

①售前服务的提供，即卖方在交易前提提供的诸如产品说明、操作示范、制作规范或材料规范说明等产品信息，这些可增加采购人员的产品知识，利于采购决策。

②售后服务的提供，即卖方提供的关于设备或产品的安装、维护、操作或使用方法的培训、运送及退换货等服务。

③专业服务的提供，即由律师、管理顾问、会计师、建筑师、电气技师、广告设计师和程序设计人员等所提供的特殊服务。

④物流和勤务服务的提供，主要涉及物流、信息、通信、餐饮、清洁、警卫等方面的服务。

3) 工程发包。一般包括：厂房、办公楼等的建设与修缮，以及配管工程、机械储槽架设工程、空调或保温工程、动力或网络的综合配线和仪表安装等。

2. 按采购主体划分

（1）个人采购

个人采购，即个人或家庭通过各种市场渠道所进行的旨在满足消费需要的购买行为。

（2）企业采购（前已述及，不再赘述）

（3）团体采购

团体采购，即政府以外的非营利组织所进行的各种采购活动。

（4）政府采购

政府采购又称统一采购或公共采购，是指各级政府及其所属实体为了开展日常的政务活动

和为公众提供社会公共产品或公共服务的需要,在财政部门的监督下,以法定的方式、方法和程序(按国际规范一般应以竞争性招标采购为主要方式),从国内外市场上为政府部门或所属公共部门购买所需货物、工程和服务的行为。按照《中华人民共和国政府采购法》,政府采购具体是指各级国家机关、事业单位和团体组织,使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。政府采购不是一种纯商业行为,作为政府的购买性支出,它遵循着专门的法律和规则,不在《标准》的规定范围。

3. 按采购技术划分

按采购技术,采购可以分为传统采购和现代采购。

(1) 传统采购

企业传统采购的一般模式是,每个月末,企业各个单位(部门)把下个月的采购申请计划报到采购部门,然后采购部门把各个单位(部门)的采购申请计划汇总,形成一个统一的采购计划。根据这个采购计划,分别派人出差找各个供应商订货。然后策划组织运输,将所采购的物资运输回来并验收入库,存放于企业的仓库中,满足下个月的物资需要。这种采购,以各个单位的采购申请计划为依据,以填充库存为目的,管理比较简单、粗糙,市场响应不灵敏,库存量大,资金积压多,库存风险大。

(2) 现代采购

现代采购主要有定量订货法采购、定期订货法采购、MRP采购、JIT采购、供应链采购、电子商务采购等。

1) 定量订货法采购,即预先确定一个订货点和一个订货批量,然后随时检查库存,当库存下降到订货点时,就发出订货,订货批量的大小每次都相同,都等于规定的订货批量。

2) 定期订货法采购,即预先确定一个订货周期和一个最高库存水准,然后以规定的订货周期为准,周期性地检查库存,发出订货,订货批量的大小每次不一定相同,订货量的大小都等于当时的实际库存量与规定的最高库存水准的差额。

3) MRP采购,即由企业采购人员采用MRP(Material Requirement Planning,物料需求计划)应用软件,制定采购计划而进行的采购。MRP采购的原理,是根据主生产计划(MPS)、产品结构清单(BOM)、产品及其零部件的库存量,逐步计算出产品的各个零部件、原材料所应该投产时间、投产数量,或者订货时间、订货数量,也就是制定出所有零部件、原材料的生产计划和采购计划。然后,按照这些计划进行采购。由于MRP采购制定的计划比较精细、严格,所以它的市场响应灵敏度及库存水平都比前述方法有所进步。

4) JIT(Just In Time)采购,也叫准时化采购,是一种完全以满足需求为依据的采购方法。需方根据需要,对供应商下达订货指令,供应商在指定的时间,将指定商品按品种、数量要求送到指定的地点。JIT采购是一种直接面向需求的采购模式,既做到了灵敏地响应

并满足用户的需求，又使得用户的库存量最小。

5) 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，采购不再仅仅由采购者操作，供应商操作的力量在加大，形成了所谓的供应链管理用户库存（Vendor-Managed Inventory, VMI）。在 VMI 模式下，用户只需要把自己的需求信息向供应商连续、及时地传递，由供应商根据用户的需求信息，预测用户未来的需求量，并根据这个预测需求量制定自己的生产计划和送货计划，主动小批量、多频次向用户补充货物库存，用户库存量的大小由供应商自主决定。这种方法既保证满足用户需要，又使货品库存量最小、浪费最少。

6) 电子商务采购，即网上采购，是在电子商务环境下的采购模式。它的基本原理是由采购人员通过上网，在网上寻找供应商和所需品种，在网上洽谈贸易、订货甚至支付货款，然后经过送货进货环节，完成全部采购活动。

三、采购方式

采购方式是采购主体获取资源或物品、工程、服务的途径、形式与方法。当采购战略及计划确定以后，采购方式的选择就显得格外重要。它是决定着企业能否有效地组织、控制物品资源，以保证其正常地生产和经营以及获取较大利润空间的关键。采购方式的选择主要取决于企业制度、资源状况、环境优劣、专业水准、资金情况和储运水平等。

1. 现货采购、远期合同采购和期货采购

(1) 现货采购

现货采购是指商品交换中即期实现货币转化为商品的购买行为。现货采购具有即时交割、责任明确、无信誉风险、灵活方便、手续简单、易于组织管理等优点，但现货采购对市场的依赖性大。现货采购的适用范围包括：

- 1) 企业生产和经营临时需要的物资。
- 2) 企业新产品开发或研制所需要的物资。
- 3) 设备维护、保养、修理或更新改造所需要的物资。
- 4) 企业生产所需要的通用件、标准件、易损件、普通原材料及辅料、工具、夹具、低值易耗品等。

(2) 远期合同采购

远期合同采购是指供需双方为稳定供需关系、实现商品购销而签订远期合同的采购方式。它通过合同约定，实现商品的供应和资金的结算，并通过法律和供需双方信誉与能力来保证预定交割的实现。远期合同采购属实物采购，供需双方以合同为依据实现交割，合同不能转让，它不同于期货交易。远期合同采购的适用范围包括：

- 1) 企业生产和经营长期需要的物资，以主料和关键件为主。

- 2) 科技开发与产品开发进入稳定成长期后的物资。
- 3) 国家战略收购、大宗农副产品收购、国防需要的物资等。

(3) 期货采购

期货可分为金融期货和商品期货。这里所讲的是商品期货的采购。期货采购是采购者在交易所买入标准化的、受法律约束的期货合约，在未来的某时刻、某地点，按规定购入货物的采购方式。它是一种进化了的远期合同采购形式，尽管在形式上存在某些与远期合同采购类似的特征，但在本质上却有很大差别。

2. 集中采购与分散采购

在企业内部，从采购权限划分，采购可分为集中采购与分散采购。这是企业从资源、环境、制度角度出发，根据自身管理宽度、成本、效率、采购数量、组织状况等所做出的采购方式决策。

(1) 集中采购

集中采购是指企业在核心管理层建立专门的采购机构，统一组织实施企业所需物品的采购进货业务。随着连锁店、特许经营和 OEM (Original Equipment Manufacturer, 原始设备生产商) 厂商的出现，集中采购更是体现了经营主体的权力、利益、意志、品质和制度，是经营主体赢得市场，控制节奏，保护产权、技术和商业秘密，取得最大利益的战略方法。

集中采购适用的商品对象：

- 1) 大宗或批量物品，价值高或总价高的物品（企业内部划定）。
- 2) 关键零部件、原材料或其他战略资源，保密程度高、产权约束多的物品。
- 3) 易出问题或已出问题的物品。
- 4) 最好是定期采购的物品，以免影响决策者的正常工作。

(2) 分散采购

分散采购是将企业或企业集团的采购权限分散到下属各需求单位，各需求单位根据自身生产经营需要自行组织实施采购的方式。

分散采购适用的商品对象：

- 1) 小批量、单件、价值低，总支出在产品经营费用中所占比重小的物品（各厂依情况不同自行确定）。
 - 2) 分散采购优于集中采购的物品（包括费用、时间、效率、质量等因素均有利，不影响正常的生产与经营情况）。
 - 3) 市场资源有保证，易于送达，支付较少物流费用的物品。
 - 4) 分散后，各基层有这方面采购与检测能力的物品。
- ### 3. 直接采购与间接采购

从采购主体完成采购任务的途径来划分，采购可分为直接采购与间接采购。

（1）直接采购

直接采购是指采购主体自己直接向物品供应单位（一般指生产厂家）实施采购的方式。一般指企业从物品源头实施采购，满足生产经营所需。目前，绝大多数企业均使用此类采购方式。

直接采购的优点：环节少，时间短，手续简便，意图表达准确，信息反馈快，易于供需双方交流、支持、合作、售后服务与改进。同时，在实施 ISO 9000 质量标准体系中，便于对供应商资信认证，完成企业质量管理体系建设。长期发展下去，能形成战略伙伴关系，实现供应链管理。

直接采购适用条件包括：

- 1) 需方的采购量足够大，供方能够接受。
- 2) 在没有制度限制及各种特权影响的情况下实施。
- 3) 需方自身有相应的采购、储运渠道、机构与设施等。
- 4) 直接采购费用低于间接采购费用。

（2）间接采购

间接采购是指通过中间商实施采购行为的方式，也称委托采购或中介采购。作为目前较常见的一种采购方式，它一般依靠有资源渠道的贸易公司、物资公司等流通企业实施，或依靠专门的采购中介组织执行。

间接采购的优点：充分发挥工商企业各自的核心能力；减少流动资金的占用，增加资金周转率；分散采购风险，减少物品非正常损失；减少交易费用和时间，从而降低采购成本。

间接采购的适用条件包括：

- 1) 当地或较近的区域有能够承担采购任务的流通企业或中介组织。
- 2) 直接采购的费用和时间大于间接采购的费用和时间。

4. 招标采购

招标采购是指通过招标的方式，邀请全部或一定范围的供应商参加投标，采购实体通过某种事先确定并公布的标准从所有投标者中评选出中标供应商，并与之签订合同的一种采购方式。

招标采购的适用条件包括：

- （1）有完善的招标法律保障及道德和信誉保证，并已形成有效的监督机制。
- （2）有良好的经济环境，有足够的供货渠道和能力。
- （3）有社会认同的技术规范和标准作为依据，并有检测度量方法。
- （4）有具备良好的专业技术及业务能力的招投标、评标机构队伍以及评标专家库。
- （5）有足够公开的环境和媒体传播。

长期的采购研究与实践表明，招标不仅是服务，而且是一种创造利润的活动，对优化采购意

义重大。招标采购具有公开、公正、公平和竞争性等鲜明特点。因此，招标早已由一种交易手段上升为政府强制性行为，逐步制度化和规则化，不仅政府采购如此，企业采购也不例外。

5. 网上采购

网上采购是指以计算机技术、网络技术为基础，以电子商务软件为依据，以 Internet 为纽带，以 EDI 电子商务支付工具及电子商务安全系统为保障的及时信息交换与在线交易的采购方式，如图 1—1 所示。

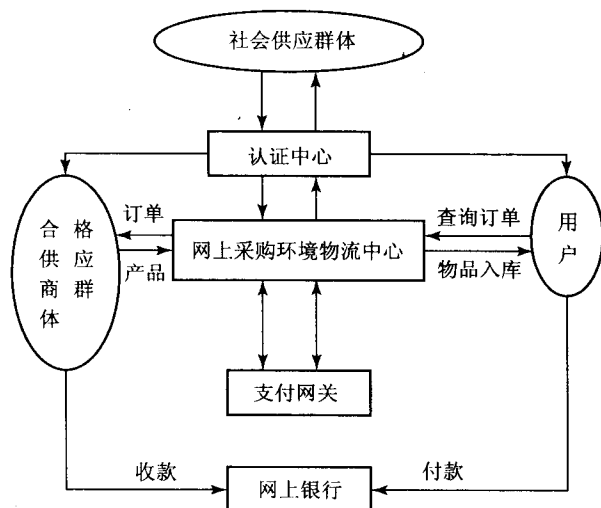


图 1—1 网上采购流程

与传统采购方式相比，网上采购具有以下优点：

- (1) 减少了交易环节、搜寻成本和管理费用，利于降低交易成本。
- (2) “无纸化交易”的快捷和便利，利于提高工作效率。

第二节 采购作业流程

一、采购作业流程形式

1. 采购作业流程的一般形式

采购作业流程的一般形式，大致可分为 3 个阶段，即购买决策阶段、购买阶段和购后反思阶段。

根据企业所处的内外部环境的发展变化，采购活动首先进入第一个阶段——购买决策阶

段。在这一阶段中购买与否的抉择作为工作的起点具有决定性意义。它以采购任务书的编制完成为基础,进行如何购买的讨论,其结果成为编制采购实施方案的重要依据。随着采购实施方案的批准,采购活动便进入第二个阶段——购买阶段。根据不同的采购任务,物色供货厂商是这个阶段的基础性工作,同时也为精选供货厂商提供了对象,为供货厂商的最后确定提供了必要的准备,最后通过购买行为的实施,采购活动随之进入第三阶段——购后反思阶段。这一阶段主要包括合同履行情况的检查、经济效益的评价等两项基础性工作。

一项完整的采购作业大体上都要经历以下过程:

(1) 决定购买

在生产过程中,每个企业都需要不断地获得和使用各种不同的商品。由于取得它们的途径多种多样,诸如自制、租赁或外购等。所以,在每个企业获得其所需商品以前,都必然会面临选择购买途径问题。这一答案的选取,一般是通过分析企业内外部环境和进行可行性研究等工作来完成的。

(2) 编制采购计划

当企业最终确定购买所需商品之后,有关部门就开始着手编制采购计划。所谓采购计划,是指确定采购品种、规格、质量、数量和购买时间等原则问题的采购文件。采购计划的编制完成,标志着采购活动决策阶段的结束。

(3) 选择供应商

采购计划是采购活动的重要依据,当采购部门接到被批准的采购计划以后,就应该立即着手从事购买活动。在购买过程中,供货厂商的选择是关键一环。

选择供应商的过程可细分为物色供应商、精选供应商和确定供应商3个阶段。物色供应商的目的在于通过广泛调查和收集信息,尽可能多地征求意见,最后,编制出可能的供应商相关情况表。在此基础上,进行供应商的选择决策,精选供应商,有时还要编制出供应商精选说明书。接下来就是对供应商进行最后确定,它对采购任务能否圆满完成具有决定性作用。

(4) 与供应商签订采购合同

在选定了供应商之后,要以订单方式传递详细的购买计划和需求信息给供应商,并商定结款方式,以便供应商能够准确地按照客户的要求进行生产和供货。

(5) 履行合同

履行合同的过程实质上就是商品由卖方向买方转移,资金由买方向卖方转移的过程。为了顺利地实现这种转移,在通常情况下应做好的几项主要工作是办理运输业务、入库验收、支付货款。

(6) 检查合同履行情况和进行经济效益评价

采购活动的上述工作结束以后,采购部门还要向使用者征求意见,了解他们对购进商品的

满意程度,检查和评价各个供应商履行合同的情况,并做到及时发现问题,及时改进解决。这一环节的重要性在于,它不仅为能继续向既定供应商实施购买行为提供依据,而且也为企业的供、产、销三大部门的信息反馈创造条件,是采购部门不断总结经验教训、防止采购活动中不正之风、提高企业经济效益的客观要求。合同履行情况的检查结果,只能作为企业的产、销两大部门对采购任务完成的满意程度的评价标准。在此基础上,还要进行采购经济效益评价。

2. 采购作业流程的变革

(1) 电子化协同采购流程

由于供应链管理概念的提出,基于信息技术的协同采购理念正在成为现代企业采购流程的核心,也称为基于供应链环境下的电子采购流程。

电子化协同采购主要突出以下两点:

1) 采购计划协同——制造商或零售商将自己近期的采购计划定期下达给供应链上的上游供应商,供应商可以根据该采购计划制定自己的生产计划,及时备货,提高了交货的效率。

2) 采购订单的执行协同——制造商或零售商通过互联网下达采购订单给供应商,供应商将采购订单的执行情况及时转达,使制造商或零售商对采购订单的执行情况有明确的了解,可以及时做出调整。

(2) 准时采购流程

准时采购流程,也称为 JIT 的订单驱动采购流程,是指供应商在需要的时间里,按照需要的地点,以可靠的质量,向需方(制造商)提供需要的物料的过程。

在一般的采购流程模式中,需方同供方经过洽谈后下达采购订单,供方接受订单(把采购订单转变为客户订单)后要安排和协调计划进行加工制造,在这个过程中,需方要不断跟踪(比如派人员驻供方监督生产),然后检验质量。供方将成品储存在自己的仓库,最后根据订单时间发货到需方,需方接到货物后还要进行一次检验,然后存入自己的原材料或配套件仓库,等生产需用时发送到生产线上。

在准时采购流程模式中,需方和供方是供应链上的合作伙伴关系——意味着供应商的资格认证、产品质量、信用程度都是可靠的、值得信赖的。采购作业可以通过电子商务,一次把需方的采购订单自动转换为供方的销售订单,质量标准经过双方协议,由供方完全负责保证,不需要两次检验。由于信息的通畅和集成,采用设在需方的 VMI 方式,把供方的产品直接发货到需方的生产线,并进行支付结算,减少供需双方各自分别入库的流程。

二、采购作业流程的控制与管理

1. 采购作业流程控制的关键点

采购作业流程的控制是采购管理的核心,其目的是提高采购效率,尽可能地降低采购成