



北京市高等教育精品教材建设立项项目



主编◎吴晓辉

[illegible]

現代商場經營能力教程現代商場經營能力教程現代商場經營能力教程現代商場經
營能力教程現代商場經營實力教程現代商場經營能力教程現代商場經營能力教程
現代商場經營實力教程現代商場經營能力教程現代商場經營能力教程現代商場經



北京市高等教育精品教材立项项目

北京市高等教育精品教材建设立项项目



现代商场经营能力教程

主 编 吴晓辉

撰稿人 (按章节先后为序)

赵立华 周 晓 孙肖莉

田志英 李克毅 王林康

图书在版编目 (CIP) 数据

现代商场经营能力教程/吴晓辉主编

北京: 中国人民大学出版社, 2003

北京市高等教育精品教材建设立项项目

ISBN 7-300-04688-6/G · 973

I. 现…

II. 吴…

III. 商业企业-商业经营-高等学校-教材

IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 038982 号

北京市高等教育精品教材建设立项项目

现代商场经营能力教程

主编 吴晓辉

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-62515351 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.itrnet.com.cn> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司

开 本 787×1092 毫米 1/16 版 次 2003 年 9 月第 1 版

印 张 10 印 次 2003 年 9 月第 1 次印刷

字 数 201 000 定 价 13.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

前 言

“科教兴国”是21世纪中国走向国际竞争大舞台的战略性决策。新世纪对人才的培养和使用提出了更新更高的要求。

为了适应市场经济条件下现代商业零售业发展的需要,培养具有较高职业道德和专业素养、胜任零售业卖场经营管理工作、懂经营会管理的应用型人才,我院于1996年在全国较早地创办了高职高专商场经营管理专业。在教学改革过程中,我们对“现代商场经营与管理能力”课程的设计采用了模块组合的形式。经过几年的教学实践已表明,专业能力模块课程设计,有利于提高培养目标的业务能力和素质。2000年本专业被评为教育部高职高专教学改革试点专业。

根据教学改革和教学实践,我们编写了《现代商场经营能力教程》和《现代商场管理能力教程》这两本教材。这两册书的创新,就在于对以往市场营销与企业管理课程体系的内容与结构进行了较大的调整,把以往教科书以理论体系为主线的编写思路,改为按照卖场经营与管理过程所需的业务操作技能为主线的编写思路,可以说,这两册教程的编写是按照模块课程设计完成的。

《现代商场经营能力教程》的编写是在全体承担专业课的教师共同努力下完成的。其中参编者有王林康、田志英、孙肖莉、吴晓辉、李克毅、周晓、赵立华等。本教程在编写过程中还得到了有关院校专家和企业界朋友的支持和帮助,在此对他们付出的辛苦一并表示感谢。

编 者

第一章 进货组织技术	1
第一节 商品采购管理	1
第二节 采购员管理	11
第三节 采购程序与实施步骤	15
第四节 操作技能与素质	19
案例分析	32
复习思考题	34
第二章 销售组织技术	35
第一节 销售与销售管理	35
第二节 销售组织建设	38
第三节 销售组织职能	41
第四节 卖场销售业务管理	47
案例分析	54
复习思考题	58
第三章 物流配送技术	59
第一节 物流配送概要	59
第二节 物流配送中心的建立	65
第三节 物流配送的作业流程	69
案例分析	83
复习思考题	84

第四章 商店布局与商品陈列	86
第一节 店面设计	86
第二节 商店橱窗设计	90
第三节 店内布局设计	93
第四节 商品陈列设计	95
第五节 店内环境装饰设计	102
案例分析	109
复习思考题	111
第五章 顾客满意系统	112
第一节 顾客满意因素	112
第二节 商品鉴别能力	115
第三节 应变能力	118
第四节 人际交往能力	119
第五节 持续改进能力	122
案例分析	131
复习思考题	132
第六章 卖场经营能力测评	133
第一节 卖场经营能力测评的原则与方法	133
第二节 店铺成活率测评	137
第三节 经济效益测评	142
第四节 营销素质测评	146
案例分析	150
复习思考题	153
参考书目	154

第一章 >>>>>>

进货组织技术

教学目的和要求

通过本章教学,使学员了解进货组织技术工作的主要内容。

1. 基本掌握进货组织技术的相关理论知识。
2. 一般性了解与进货组织相关的业务活动。
3. 重点掌握进货工作环节内容的基本要领以及操作方法。力求做到学懂会做,并且能够在实践中不断创新完善。

第一节 商品采购管理

商品采购是零售商业企业组织商品流通的重要环节,是实现企业销售目标的前提和保证。企业在充分了解市场要求的情况下,应根据自身的经营能力,运用适当的采购策略和方法,通过等价交换,取得适销对路的商品,最终实现企业的经济利益。

一、商品采购的原则

商品采购的原则是采购业务工作的经验总结,是指导商品采购工作的基本准则。商品采购工作应遵循以下几条原则:

（一）执行政策

在市场经济条件下，国家政策和市场法规体系日渐完善，企业在进行商品采购时，要做到有法必依，有章必循，严格执行国家规定的商品采购政策、物价政策和有关市场管理条例、管理制度等，在不违反政策法规的情况下做好商品采购工作。

（二）按需采购

按需采购是指按照市场需求决定商品采购的数量、规格、款式和时机等进行的采购。由于消费需求的多变性，要求采购人员必须根据市场的变化不断调整进货数量及规格。因此必须预测市场需求、准确把握消费动态。按需采购必须做到对采购数量和质量的控制。对采购数量的控制，是按照经计算的经济订货批量进行的采购；对采购质量的控制，是指在保证商品质量适用的前提下，以满足生产和消费需要为目标的采购。

（三）质价相符

即坚持按质论价、优质优价、质价相符、等价交换的原则。只有按质论价，才能使优质产品从经济上得到鼓励，劣质产品从经济上得到鞭策，真正实现优胜劣汰。

（四）择优选购

采购商品要从品质、价格、生产技术以及距离远近等方面来考虑，在按需采购的前提下，要尽量做到以最少的费用、最低的价格购进企业所需的各种商品。

（五）市场动态

关注市场动态，掌握企业所需商品在市场的季节变化和供需变化，分析市场趋势，把握商品采购的最佳时机。

二、商品采购要求

商品采购要求是企业为了完成生产或销售计划，从供货厂商那里，在确保适当品质下，要以适当的价格，在适当的时间，从适当的地方，购进合适数量的商品，即要求适时、适质、适量、适价、适地地采购商品。

（一）适时

适时采购是指采购时间不宜太早或太晚。太早造成堆积存货，占用仓储面积；太晚则导

致缺乏商品而影响销售，在“零库存”的观念下，适时采购、及时交货是最好的管理原则。”

(二) 适质

适质采购是指商品的质量以合适可用为原则。因为质量太好，不但购入成本会偏高，甚至造成使用上的浪费；反之，品质太差，将无法达到使用的目的，并增加使用上的困难与损失，譬如购入光度不足的灯泡、买入风量不足的冷气机等。

(三) 适量

适量采购是指采购的数量不宜太多或太少，应避免“过与不及”。因为采购数量太多，一旦商品需求降低，将造成销售困难，若新产品推陈出新，将产生更多的商品积压。不但会增加库存负荷量，同时也面临着有些商品存放太久而会变质的风险。反之，若采购数量太少，则造成销售断档，将延误商机。如果增加采购次数，势必增加成本费用。

(四) 适价

适价采购即价格应当以公平合理为原则，要尽量做到不高于同类商品在相同质量条件下的最低价格。若采购价格太高，将使买方负担额外的成本，这样会丧失产品的竞争力。反过来说，若采购价格太低，所谓“一分钱一分货”，质量便无保障；而且若卖方无利可图，交易意愿低落，买方则可能减少一个供货来源。

(五) 适地

适地采购是指在商品质量和价格相同的情况下，应就近采购，以缩短采购时间和节省运输费用，同时也有助于紧急订购时的时间安排。

三、商品采购的信息管理

当今社会，信息产业发展迅速，信息市场也日渐完善，信息在经济生活中的作用越来越重要。企业在商品采购过程中，重视和运用市场信息，经常掌握市场行情的最新变化动态，对于商品采购的科学决策，搞好商品采购工作，具有十分重要的意义。

(一) 商品采购信息的内容

1. 政策信息。商品采购要把握国家的大政方针，因此，必须了解国家对商品工作的方针政策、市场管理的有关规定、商品管理体制改革等方面的最新信息，以免违反国家的有关

规定。

2. 货源信息。商品采购要了解货源的分布、结构和潜力状况,即本企业所需要的商品分布在哪里,供应能力如何,以免盲目行动。

3. 渠道信息。商品采购要在调查的基础上,通过多渠道组织货源。为此,企业要了解有关商品渠道方面的信息,即有哪些企业和供货单位可以提供本企业所需要的货源,以及这些企业和产品的情况,除此以外,还要了解是否有新的渠道、供应网点。

4. 价格信息。商品采购价格信息很重要。由于同一产品供货单位不同,价格也不尽相同。还有,国家的价格政策信息也应予以重视。

5. 运输信息。商品采购运输是一个不容忽视的环节。特别是异地采购,要了解运输路线、运输工具及运输价格,包括新增加的铁路、公路以及其他方面的变化。

6. 科技信息。在当今市场经济条件下,科技信息的获得对企业的发展尤为重要,企业要特别注意这方面的消息。如市场上出现的新设备、新产品的科技含量,以及给企业带来的经济效益等。

(二) 商品采购信息的搜集与整理

采购信息要从多方面搜集。商品采购信息可以从以下途径得到:各种正规发行的报刊资料;政府部门颁发的文件规定;媒体播放的资料;从网络得到的信息;采购人员对市场调查得到的资料;各种专业性的会议、商品展销会、其他单位提供的资料等。

对于从不同渠道采购的信息,要想发挥它的重要作用,就必须做好信息的整理工作。对搜集来的信息要进行分门别类的归总,并按时效进行划分。这样,才能为采购部门提供及时性、针对性强的信息,使采购者在购买时处于主动地位。

(三) 商品采购信息的运用

采购信息是采购部门的耳目,一定要将信息充分有效地利用。在采购活动中运用信息资源来指导采购工作,让信息与经营相结合,以降低采购成本。

四、商品采购的质量管理

由于企业经营的商品品种繁多,所以加强采购环节的商品质量控制是保证采购质量的重要环节之一。提高采购质量除了要掌握采购信息,还要选择合格的供货商,另外,采购前的品质检查和商品到货验收都是必不可少的重要环节。

(一) 对供货商进行评估

商品采购的质量主要取决于供货商。选择适当的供货商，是采购工作成功的关键因素。因此，必须对供货商进行评估。俗话说：“男怕入错行，女怕嫁错郎。”其实，“采购最怕找错供货商”。不管价格如何便宜，如果供货商选择不当，日后难免品质欠佳、交货期不准等问题层出不穷。

对供货商进行恰当的评估，应具备许多条件，但能提供合适的品质、充分的数量及准时交货、合理的价格以及热忱的服务，应该是共同的要求。所以，恰当地评估供货商，让许多企业感到这不是一件容易的事情。

商品采购一般情况下应从以下几方面对供货商进行评估：

1. 一般经营状况。

- (1) 供货单位成立的历史；
- (2) 登记资本额；
- (3) 完工记录及实际业绩；
- (4) 在商业上和财力上的状况如何；
- (5) 主要客户有哪些；
- (6) 他们的信誉与合法性如何。

2. 企业的组织和管理情况。

- (1) 是否有完整的组织结构和健全的管理制度；
- (2) 是否有完整的质量组织结构和有效的质量控制程序；
- (3) 是否有正确的经营观念；
- (4) 有无品质管理手册；
- (5) 是否有品质保证的作业方案；
- (6) 有无政府机构的评鉴等级；
- (7) 管理人员和质量人员的素质如何；
- (8) 其采购作业流程是否能确实掌握材料来源；
- (9) 会计制度是否对成本计算提供良好的基础。

3. 生产技术能力。

- (1) 产品技术是自行开发还是依赖外界；
- (2) 有无与国际知名机构技术合作；
- (3) 对现有产品或试制样品之技术评估；
- (4) 技术人员人数及受教育程度。

4. 提供服务的能力。

- (1) 强烈的服务意识是对供货商最基本的要求；
- (2) 能否具备满足顾客需要的商品、设备和技术水平；
- (3) 能否具备与生产有关的完整的检验设施；
- (4) 是否同意客户定期检查，是否保持规定的作业标准；
- (5) 能否提供对空调、电脑等家用电器的安装、维修及技术支持服务。

5. 供货效果。

- (1) 订单的履行情况（包括质量、数量和交货期）如何；
- (2) 能否提供紧急供货情况；
- (3) 订货数量是否允许客户随意；
- (4) 是否随时提供订单处理情况；
- (5) 是否对客户有利的包装和运输；
- (6) 如果是长期订货，在价格上是否可以调整。

（二）商品采购前的品质检查

对将要采购的商品进行严格的抽样验质，这是采购环节质量管理的开端。这部分工作可按几种不同的情况来处理。

1. 可以免验的情况。在企业生产的产品中，有一些是按照国家标准或部颁标准生产的，对这类商品可以不进行采购前的品质审查。但是，当购进商品运达指定的站、港、库时，还必须验收。对有些特殊商品不能因厂方“三包”而免审，以防由于商品通用性差，致使运达购进单位后因不符合使用要求而造成损失，必须在运达前派专业技术人员前往检验审查该批商品的品质情况。

2. 必须严格审查品质的情况。在企业组织商品品质审查时，应当先了解这类商品生产厂家的设备状况、工人技术水平和该厂经营管理水平，在掌握这些情况之后再进行技术性抽检。一般情况下抽样检查应当从三个方面进行细致的调查研究。一方面是各个厂家提供给进货企业的样品，另一方面是欲采购厂家的成品仓库中的存货，还有一个方面则是对生产过程中生产现场正在出产的商品（或半成品）进行等距抽样检查。

3. 国家商检机构代为验质的情况。在企业经营的商品中有国内生产的商品，也有进口商品，因此，对商品进出口业务中的品质检查一定要由国家专设的商品检验机构按国际贸易的统一要求办理。

（三）商品到货验收与处理

由于企业在生产过程中各种意外因素的影响，如运输工作的差错事故，运输方式与运输

工具条件差异,包装质量等多方面原因,往往使商品到货情况和当初品质审查时认定的情况发生背离。所以,必须对实际运达的购进商品再根据合同规定、运输单据、随货同行的发票等凭证进行验收。

这里要强调的一点是,到货验收与订货前的品质审查在内容上是有区别的:采购前品质审查只限于产品本身的设计与技术条件,即狭义质量管理范围内的管理活动;而到货验收不但要检验产品本身的质量情况,还包括包装质量、运输质量等内容。

对到货验收商品通常做如下处理:

1. 免验商品。应当是指质量上“信得过的产品”,生产厂家凭产品合格证对用户实行三包,故列为免验。

2. 抽验商品。这类商品是指产品本身虽然符合出厂质量要求,每批到货都有出厂合格证和检验报告,但商品品质易受自然环境影响而变化的,应当列为抽验商品。所谓抽验,即指不定期地从多批到货中抽取一定批次中的一部分件数,再从每个被抽出的包装大件中抽取一定比例的实物进行品质检验。抽验商品的数量一般以5%~10%为宜,具体数量还应根据商品性质而定。

3. 必验商品。凡是生产厂没有出厂检验制度或者产品质量不稳定的,以及新经营与新来源的商品,均应列入必验商品。对必验商品每批到货都要进行取样检验。对散箱、破箱的商品必须拆开验货,对20箱以上的同种商品,可按开箱率10%进行抽查。对必验商品,取样数量比抽验数量应多一些,在10%~15%之间,根据商品的性质不同,必要时还可以加大数量。

总之,在实际工作中,由于种种原因,货到检验后,时常发现多余、短缺、质量不符等问题。因此,要详细记载数量差错和质量不符的情况,多余的要么退货,要么征得对方同意补汇款;缺货的商洽解决办法,残损的或退或索赔,质量、品名、规格等级、包装、保质期等不合标准的有权拒收。

五、商品采购的成本管理

商品采购的成本是商品的成本与采购过程中所耗各项费用之和。采购的成本直接影响到企业的利润与资产回报率,影响企业流动资金的回笼速度。因此,加强采购的成本管理具有重要的作用。

1. 理顺进货渠道。商品采购渠道即选购商品的线路或通道,包括从什么地方、什么单位、走什么路线把商品采购回来。为进一步降低采购成本,要理顺进货渠道,净化采购环节,积极组织采购人员在市场上寻找最优进货渠道。商品进货渠道的选择应把握以下原则:

(1) 环节少。凡本地有货可供的,一般不到外地进货;能从生产部门直接进货的,就不要经过其他商业环节;能从产地批发进货的,就不要经过销售批发环节。

(2) 费用省。商品进货要从运输里程、环节、工具、时间上综合考虑,尽量节约进货费用。

(3) 渠道短。商品采购也不应只考虑费用而不顾质量、品种,应在保证商品品种、数量的前提下,尽量就近进货,凡是近产近销的商品渠道,应优先选取。避免长途跋涉,远距离运输。

(4) 经济合理。要综合分析,选择环节最少、渠道最短、费用最省、经济效益最高的进货渠道。

2. 采用招标投标方式采购。由于市场的激烈竞争,在给企业带来压力的同时也给企业带来了机遇,使企业在采购时有更大的选择机会。在这种情况下,可采用招标投标方式进行采购,邀请几家商家同时参加竞标,这样可以保证产品质量,降低价格,节约采购成本。而且,由于增加了采购工作的透明度,有效避免了采购过程中违纪行为的发生。

3. 约束采购行为。对采购部门、采购行为实行强化约束。

第一,三分一统。将市场采购权、价格控制权、质量验收权三权分离,各负其责,互不越位;对结算付款一律统一管理。财务部可依据合同规定的质量标准对照检验结果和数量,认真核算后付款。这样形成了一个以财务管理为中心,最终以降低成本为目的的制约机制。

第二,三统一分。将所有采购的商品统一验收、统一审核结算、统一转账付款,费用分开控制。只有这样才能既保证需要,又避免漏洞;既保证质量,又降低价格;既维护企业信誉又不上当受骗。

第三,三公开两必须。将采购商品的品种、数量和质量指标公开;另外,必须货比三家后采购,必须按程序、按法规要求签订采购合同。

第四,监督制度全过程、全方位。即采购前、采购中和采购后都有监督。从采购计划的开始到实施结束,每一个环节都有监督。在许多的环节中,重点是对制定计划、签订合同、质量验收和结账付款四个环节的监督。对计划的监督主要是保证计划的合理性和准确性;对合同的监督主要是其合法性和公平程度;对质量的监督是保证验收过程不降低标准,不弄虚作假;对付款的监督是确保资金安全,按程序、按合同履行。这样可以使企业的采购行为处于受控状态。

第五,实行计算机管理。利用现代化的管理手段,对商品的储备、价格进行自动化管理,可以有效控制库存资金和采购成本。

六、商品采购的方式

采购商品必须根据各类商品采购渠道和采购形式的不同特点,依据企业的具体情况和需求,因地制宜、灵活掌握,确定不同的采购方式。

(一) 集中采购

集中采购即由企业专设采购部门或采购人员统一组织采购,然后按经营类别再分配给各部、组。这种采购方式对于采用传统管理的企业来讲容易产生购销脱节和出现其他一些问题。

“物流是利润的源泉。”这句话在今天的零售行业已成为“至理名言”。现在,采用现代化的电脑管理,在取代“人脑”管理的进货模式过程中发挥着越来越重要的作用。

统一采购、集中配送和计算机信息化管理可以节省人力、物力、财力,降低经营成本,提高服务质量,减少中间环节,避免经营过程中资金的“跑冒滴漏”。

(二) 分散采购

分散采购是将采购工作分散给各需用部门自行办理。这种采购方式对于采用传统管理的企业来讲优点是购销合一,能克服进销脱节的现象。但这种采购方式也有许多不足之处。

目前,很多零售企业都是分散进货,每个企业里分很多部、组或楼层,每个部、组或楼层都有进货的权利。众多的供货商往往会为进入一个商场争得“头破血流”,所以部、组或楼层在进货中就可能拿暗扣。有暗扣自然就会抬高成本,一些管理不善的企业就是因此而垮台的。

(三) 远期采购

即在实际需要商品之前制定计划来采购,这时的价格低于正常价格。许多非鲜活食品都采用这种方式购买。虽然它和有效顾客响应的原则是相违背的,但这种策略也能有效利用资金。然而,由于现代零售业定价策略更趋向成本定价和每日低价,所以这种采购的作用降低了。因为它使预测变得更困难,相应地使运输等也发生变化,这样就增加了整个系统的间接成本。企业应根据实际情况选择合适的采购办法。

(四) 转移采购

转移采购即是某个区域的大批采购是为了另一个市场而进行的,比如说在 A 市场购买

的商品会运到遥远的 B 市场。有时即使运输成本增加了，但还是比在当地市场以常规价格采购要便宜。很多远期采购通常被局限在特定的地理区域里。

七、采购业务的内部控制

(一) 内部控制的要求

- (1) 对采购计划、订购、验收、结算等工作必须分工负责。
- (2) 采购人员或部门不得擅自改变采购内容。
- (3) 按照企业规定，除特殊情况，采购业务均需签订采购合同。
- (4) 采购货款必须经过不同分工人员审核、核对后方可付款。
- (5) 采购物资必须经过验收方可入库。
- (6) 在采购过程中发生的损耗必须查明原因，经审核批准后方可处理。
- (7) 在采购过程中出现的不合格商品，如属于供货商负责的，应退回或扣其货款，总之，要分清责任。

(二) 内部控制的方式

企业在进行商品采购时应注意对以下要点的控制：

1. 注意先后顺序及时效控制。即应注意采购的流畅性与一致性，并考虑作业流程所需时限。应避免同一主管对同一采购案件做数次的签核；避免同一采购案件签核的部门太多，影响其作业时效。
2. 注意关键点之设置。即为便于控制，使各项在处理中的采购作业，在各个阶段均能追踪管制。如国外采购、外埠采购，从询价、报价到提货等均有管制要领或办理时限。
3. 注意划分权责和任务。即各项作业手续及查核责任，应有明确权责规定及查核办法。如请购、采购、验收、付款等权责均应予以区分，并制定主办单位。
4. 注意在采购过程中避免发生重复与混乱。即注意正常工作以外的突发事件及情况。如特殊情况下的“紧急采购”及“外部授权”，要有相应办法或流程来处理。
5. 注意常规的采购项目与非常规的采购项目。凡涉及数量较大、价值较高或易发生舞弊的采购作业，应有严密的监督机构。对有些采购项目则可以放宽，以求提高工作效率。
6. 注意按实际需求制定采购计划，既不夸大也不缩小采购需求。对于采购计划的制定，企业不同、规模不同及管理方式不同，其计划的制定也是不相同的。但按需采购确是不同企业的相同要求。
7. 注意对仓库验收商品的控制。仓库凭采购订单检验商品并入库，这是重要的验收检

查,应注意商品有无缺、损、规格型号不符等情况。

8. 注意对进货商品的审查制度控制。会计部门应严格审核采购业务的各种凭证。对各项凭证的审核、检查是内部控制的重要方面。

第二节 采购员管理

对采购人员管理是采购管理的一项重要工作。由于商品采购是零售企业经营的首要环节,它关系到销售和库存,所以这项重要工作的实施者采购员便成了人们关注的焦点。

一、采购人员的选择

采购决定着企业的利润。在激烈的市场竞争中,采购工作的重要性日渐提高。由于采购人员的工作责任重大,所以对采购员的选择是有一定任职条件的。比如,由于采购员工作的特殊性,经常接触到财与物,因此采购人员的品德显得非常重要。另外,采购员还要熟悉企业的经营活动,要有相关的法律知识,并了解谈判的技巧,有较强的人际交往能力及应变能力等。

(一) 应具备的道德观

长期以来,许多企业都有一种重生产、重销售、轻采购的倾向,对采购人员的素质不太重视。以为采购人员就是出差买东西,只要身体好、脑子和嘴巴好使就行了。这种观点是不对的。虽然各企业的管理机制不一样,对采购管理的要求不同,但在思想品德方面的要求应是共同的。

第一,临财不苟得。采购人员一定要奉公守法、公正无私、道德品质高尚。在采购工作中,采购人员所处理的“订购单”与“钞票”并无太大差异,因此他们难免被有些“惟利是图”的供货商所包围。面对人际关系、回扣或红包,采购人员必须保持一颗“平常心”、“不动心”,否则以牺牲企业权益,惟利他人或自己,终将误人误己。那些“重利忘义”之徒,实在难以胜任采购之任。

第二,敬业精神。采购人员要有强烈的责任感和事业心,要有积极为企业服务的态度,在工作中要克服各种困难,与相关人员协同工作并不断提高工作绩效。

第三,虚心与耐心。采购人员在工作中由于会遇到各种复杂的情况,有自己了解能处理的,也有自己难于应付的情况,要虚心求教,不断学习。对供货商的态度,应当公平互惠,