

电子商务综合辅导：企业采购在电子商务中的应用 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/266/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_266880.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/266/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_266880.htm)

企业间电子商务 电子商务现在已越来越被成功的企业所关注，很多企业已经或者正在为自己企业的电子商务寻找软件厂商作为合作伙伴，并开始走向电子商务市场的最前端，力图不仅能够充分地利用电子商务对企业本身带来的效益，同时要使自己的企业在Internet时代将电子商务本身作为自己的一个产业，由此构架标准的或是通用的、被广泛应用的电子商务的平台。这些都是必然的、有意义的想法和长期的规划。作为电子商务而言，大致地可以划分成企业对消费者的电子商务和企业对企业的电子商务，也就是平时常听到的B2C和B2B，当然也可以将B2B进一步细分为B2B和B2R（Business-to-Reseller）。B2C解决的是企业销售链的问题，即把原先复杂的销售环节简化了，企业将直接面对终端消费者，消费者的消费倾向和满意度的问题直接地暴露在企业自己面前，可以说企业对市场的把握有了一定量的增强。但是，同时我们也看到，目前的Internet尚未十分普及，上网的群体往往是某一年龄层次的居多，也就是说B2C中的“C”其实并不能给企业一个完整的反馈。同时，毕竟个体消费者的消费能力有限，其消费行为对企业销售的影响也十分有限，所以目前国外电子商务的重点在于企业间的电子商务，这是一个非常大的市场。企业间的电子商务的实现比较复杂，要求一个比较完整的电子商务解决方案。企业可以在网上发布产品目录、接受订单（包含可行性检查）、订单处理、交易信息的结算，这是对企业的

销售而言的；对于企业的采购行为，其实就是企业间电子商务中另一个企业的销售行为，两套系统是紧密耦合的。所以，对于一个企业而言，企业间的电子商务狭义地讲就是与其他企业发生的业务关系，销售和采购，两者都位于企业供销链的两端，中间则是企业的生产、成本、人事、物流等资源的控制系统。电子商务，决不是商务电子。不能把企业现有的经营模式依样画葫芦地电子化，这样是没有意义的。电子商务的成功与否，应以是否为企业带来效益、节省开支为衡量准则。而同时也不难发现，人类社会长期以来形成的经营方式也是有其成功和立足的依据的，故而电子商务必然伴随着商务电子，在此基础上对现有的流程和理念做进一步的改善，使得效率更高、成本更低，销售量和利润因此而增加。

企业间电子采购 我们常说“开源节流”，通常是拿ERP系统来比喻“节流”，拿CRM或其他客户相关的系统比作“开源”。在企业间电子商务中，同样可以把企业间销售比作“开源”，而企业间采购则成了“节流”。而同时在此期间，企业间采购又同时承担了“开源”和“节流”两项职能。为什么这样说呢？企业采购的目的只有一个：节省成本。一方面，企业通过采购控制，可以把原材料的成本维持到一个比较合理的较低水平。另外一方面，企业通过采购控制，使得企业的生产有一个持续的原材料供应和原材料质量的保障。但就前者而言，原材料的价格是节流的关键，也是节流的目标，而为了达到节流的目的，必须要开源，也就是说，通过扩大供应商范围，促进竞争，使得供应商供货的价格维持在相对合理的低水平。对于后者，就要把企业的生产过程、物流体系与采购过程紧密地结合起来，有机地互动。企业间的采

购如何从电子商务中得到改善和增强呢？讨论这个问题之前，我们必须细分一下企业间采购的类型。企业采购的对象无非就是三种：企业生产所必需的生产性直接原材料，维持企业生产活动持续进行的维护修理装配等间接物料（包括备品备件、零部件等，比如润滑油等），以及维持企业运作所需的行政性日常用品（如写字桌、计算机、灯具以及服务等等）。通常我们又把第一种物料称为直接生产物料，把后两种物料称为MRO物料，即间接物料。对于直接生产物料，供应商相对比较固定，以长期供货合同或一定期间内稳定的价格供货，有专门的采购部门和采购人员负责各类原材料的采购，物料价格比较高，批次比较多，重复性大。对于MRO物料，价格相对较低，采购周期不定，供应商来源广泛，价格随采购批次变动可能较大，相对采购成本较高。再来看一下国外的情况。绝大多数国外大规模企业以及大多数大、中型企业都有自己的ERP系统，即企业内部资源的管理已具规模和系统化，其中包括生产物料的采购，其采购计划与生产计划紧密相关，与供应商的关系，包括询报价的处理等均已成形。企业级业务的双方系统也能够通过EDI等方式达到数据的交互和系统的集成。而反观MRO物料，其处理量较大，但涉及金额却较小，所以其相对采购成本较高，这类物料的采购还停留在纸面的阶段，供应链上的管理也很少，这样对于整个公司而言MRO采购成本的降低也难以得到实现。所以现在国外的很多电子商务厂商瞄准这一潜在市场，并且预计B2B的市场容量将会非常的大，当然其中还包括B2B的销售。就国外的B2B采购而言，其重点必然首先在MRO物料上，以解燃眉之急，包括许多电子网上集市，其作用点同样在于那些不用

于直接生产的所谓的“产品物料”上。但生产性物料同样可以充分地利用网络带来的公开性、及时性来降低采购成本，控制采购行为，为生产做好保障。对于MRO物料，电子采购的实施可以使企业的采购组织抛开那些繁琐的寻找供应商的过程供应商可以自行在网络上注册自己的产品信息，企业内部的员工将充当寻找物料即供应商的角色，在网络上相应的产品目录（供应商的B2B销售系统或是服务托管的产品目录）里挑选自己所要购买的物品。由于各员工对自己所要购买的物品往往非常熟悉，选择的时候就比较有针对性，而采购组织成员就有更多的时间放在和供应商的洽谈、沟通和供应商的评估上，这样做使得职能的分配趋于合理，效率将明显提高。员工的采购请求经相关人员批准后即可由采购员进行采购，发货可以直接发到采购申请人处。无论是生产性物料还是MRO物料，都可以利用电子采购系统与供应商洽谈采购物料的价格，可以采取的方式有招标（包括公开招标和限制招标两种）、反向拍卖（即采购方列出所要购买的物品，邀请多家供应商进行逆向报价，采用这种方式可以充分地让采购价格趋于市场价格，甚至更低。采用电子化采购方案，还可以使采购订单的跟踪得以在网上实现，如果连接了银行系统，还可以网上支付，国外比较常用的网上支付方式有采购卡、信用证等等。如果买卖双方都具有电子商务系统，那么就可以实现“一步化商务”。所谓“一步化商务”，简单地说就是指两个企业，一个卖方一个买方，在通过电子商务市场平台建立购买意向之后，实际的业务操作过程。买方根据需求和卖方的报价在自己的生产或运营系统中生成采购订单，该订单自动地发布到网站上给卖方，卖方系统搜索网站，发

现该订单后即在自己的系统中进行ATP查询（可承诺检查），然后产生相应的销售订单，并再度提交给买方系统进行后续处理，比如收货、检验等，这类信息也有必要与卖方进行交互。目前，市场上已经有成型的企业级电子商务解决方案，其中的电子采购系统（BBP, B-to-B Procurement）已经在青岛海尔集团得到实施。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)