

生产类企业上网采购：网上采购的实现 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_94_9F_E4_BA_A7_E7_B1_BB_E4_c40_62305.htm 生产类企业上网采购

基于目录服务的电子采购系统主要通过以下几种方式来实现

：1.客户定制目录(Custom Catalog)目录服务的第一种方法是在企业内部完成所有目录内容的开发和存储。早在web技术问世之前这种方法就已出现，而且现在仍能满足许多供应商的需求。这种方法的缺点是由于目录内容需要不断变化和更新，故单独使用这种方法就会给供应商带来一定负担。另外，基于磁盘或磁带等过时存储技术的内容也无法实现动态更新。这种方法的优点是有助于企业实现基于内部机构及中心供给等的内部服务目录的维护。它是内部供应商、本地供应商及具有电子数据传送能力的供应商的理想选择。2.建立与供应商站点的链接(Connecting to Supplier Web Sites)采用这种方式，管理系统需要让每个员工都知道有哪些签约供应商以及各签约供应商的适用范围。这种方式需要耗费大量在线时间，而且不能与内部企业办公系统有效集成。另外，这种技术也不支持基于事件的采购，并且在产品来自多个供应商时，处理时间会显著增加。3.协同OBI(Cooperative OBI)OBI(Open Buying Over the Internet)是一种基于Internet的开放式产品采购技术。用户在供应商网站使用购物篮选择产品，再将购物篮传递给购物处理系统形成采购订单，这种方法是实现诸如电脑之类的可根据用户需求定制产品的采购的最佳途径。但它不能满足所有交易需求，尤其不适于非动态定制产品的采购，故有一定的局限性。这种方法也不能实现基于事件的采购

。截至目前，真正采用OBI作为标准订单交换系统的供应商还为数不多。

4.内容集成(Content Aggregation)内容集成是把多个供应商提供的数据集成在一起，并加以标准化的后台处理技术。它与Yahoo!等搜索引擎对网站内容的分类整理方式异曲同工。当用户键入关键词，如“机械产品”，作纵向内容的查询时，与“机械产品”相关的内容均会被一一列出。这是一种开销相对较大但却是所有目录服务系统不可缺少的功能。这种方法需要系统对收集的内容进行一定程度的标准化处理。数据处理的程度则依据产品种类有所差别，如办公用品的定义就可以比专业产品及工业规范产品稍粗糙一些。

5.应急计划(Contingency Plan)除常规采购项目外，一般企业会有5%~15%需采购的物品不在目录内。对这些不在目录内的产品需要有应急程序进行处理。应急规划主要用于在线目录内容之外的特殊产品的处理。如定制带有公司徽标的服饰或向客户寄送贺卡等。这种技术能够使最终用户以相对自由的形式向采购部门提出购买请求，采购部门负责采购产品。必要时可把应急物品的供应商添加到系统中。

6.主动收集(Corpiling Proactively)这种方法采用web技术，可在取得授权的基础上访问供应商网站及其数据库。为减少供应商负担，这项技术可通过嵌入数据、事件、假设及XML等方式隐式地收集信息。如目前的系统可在相关网站上获取某种产品信息并将其直接添加至目录索引中。

7.多方协作(Corporation Approach)这是一种纯粹的外部采购模式。采购方的管理者需要依赖于第三方交易供应商。这种系统的优点是能够将没有建立电子商务网站的小企业捆绑在一起。缺点是不能实现一对一商业接触机会，因此不被大企业看好。而且由于这种方

式需要建立起买方软件系统与供应商商场之间的专有连接，客观上限制了客户的选择范围，又加上电子采购方或目录提供方征收交易费等方面的诸多问题，目前的应用还受到一些局限。为了最大限度地发挥网上采购系统的作用，满足生产类企业各部门的需求，企业采购系统需要一个能够同时支持多种目录服务方法的采购界面。电子目录能把数据从不同地方归纳出来，个性化地提供给用户，从而方便用户选择和比较。另外，电子目录提供的信息可以无缝连接整合到订货过程中。因此，采用多种目录服务方法，通过适当的组合，将上述几种目录服务技术揉和在一起，可以形成较理想的企业采购系统平台，由此可创建出适用于企业各部门的全面的网上采购环境。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