

电网企业中电商物资供应商评价体系建立与优化的必要性分析

刘晓明¹, 沈琦雯¹, 吴佳梁²

¹国网上海市电力公司物资公司, 上海

²国网上海市电力公司市区公司, 上海

收稿日期: 2021年11月24日; 录用日期: 2021年12月23日; 发布日期: 2021年12月30日

摘要

本文论述了电网企业进行电网物资电商化采购的相关特点与优势, 结合电网企业现阶段的电商物资供应商评价体系的不足之处, 对其电商物资供应商评价体系提出了相关优化建议。

关键词

电商物资采购, 供应商管理, 供应商评价体系

The Analysis of Necessity of the Creation and Optimization of Supplier Evaluation System about E-Commerce Goods and Materials in Power Grid Enterprise

Xiaoming Liu¹, Qiwen Shen¹, Jialiing Wu²

¹State Grid Shanghai Electric Power Company Materials Company, Shanghai

²State Grid Shanghai Electric Power Company Urban Branch, Shanghai

Received: Nov. 24th, 2021; accepted: Dec. 23rd, 2021; published: Dec. 30th, 2021

Abstract

This article discussed the features and advantages of E-commerce procurement in power grid enterprise. Combining the current weak point of supplier evaluation system about E-commerce

goods and materials, the article offered advice for the optimization of supplier evaluation system about E-commerce goods and materials.

Keywords

E-Commerce Goods and Materials Purchase, Supplier Management, Supplier Evaluation System

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来, 电网企业在业务规模及信息化、数字化等方面都得到了长足的发展, 与此同时, 各个企业部门对电网物资在规格品类、数量规模、频次等方面的需求也越来越大, 为了满足电网企业的物资需求, 电网物资电商化采购应运而生, 在满足了电网企业多样化需求的前提下, 也实现了电网物资质量的管控与提升。

2. 电网物资电商化采购的特点

从采购成本上来看, 电商化采购最大的特点便是在于可以全天候进行采购, 不受采购环境所制约, 在任何地点都可以进行。电网企业可以通过电脑、手机在任何地点实时进行采购, 具有很强的即时性, 减少了时间成本。同时, 通过电商化采购在线上进行操作, 也避免了大量的差旅费、交通费等, 为整体采购费用节省了大量资金空间。并且, 从采购形式上来说, 电商化采购可以通过网上招标来进行完成, 也提高了采购的速度, 降低了招投标带来的费用成本。

从采购业务角度上来看, 通过电商化采购模式, 电网企业可以实时看到电商平台中各个供应商的商品价格、商品评价, 商品的多方面信息一览无余, 是一种公开透明的采购方式。电网企业可以根据自身复杂繁多的物资采购需求, 灵活的在电商平台上进行采购下单, 随时随地开展采购活动, 通过一站式的采购服务达成了自身的个性化需求。

从采购模式上来看, 电商化采购使得电网企业与供应商的规模经济同时发生作用, 将两者有机的结合在一起, 其所产生的规模经济效应要远大于传统经济的规模经济效应。同时, 电商平台需要市场信息供应更加充分全面, 这也刺激着市场信息需求, 强化了信息在资源地域空间配置与产业配置中的引导与调整作用。

3. 供应商评价及电商平台履约评价相关理论

在整个供应链的结构中, 供应商处于龙头地位, 是整个生产环节的源头, 在交货时间、产品质量、库存水平等多个方面影响着电网企业, 一个好的供应商能够按质按量按时提供商品并提供一系列的配套服务, 为电网企业的顺利生产提供有力的保障。因此, 电网企业需要开发有潜力、优质的供应商, 淘汰在各方面都不合格的供应商, 这就要求电网企业在选择供应商的过程中, 在对供应商进行一系列的评价之后确定双方之间的合作关系。在建立供应商评价体系的过程中, 需要注意几个原则。一是评价指标的选取需要具备一定的科学性, 避免指标之间相互混淆、影响。二是评价指标的建立需要具备客观性, 从客观合理的角度, 公正的对供应商进行评价。三是评价体系的规模需要适中, 体系规模过大会导致存在

许多细小的问题需要注意，导致评价工作量太大，增加了人力成本，而规模过小的话使得评价体系无法充分反应供应商的自身情况。四是评价体系需要有一定的灵活性，可以根据企业自身的个性化需求而进行改变[1]。

而电商化采购作为一种新的采购模式，它的优势也在随着电网企业的发展而不断的扩大。但是相应的，电商化采购目前依然存在着一些问题，因为电商化采购存在多家供应商进行供货的情况，其管理水平参差不齐，例如物流配送车辆不符合相关管理规定、产品对应附件形式不一、物流信息跟踪困难等等[2]。同时，由于电商物资种类繁多，采购需求预测不准确，采购成本及管理成本较高。当存在紧急需求时，现阶段的电商平台履约管理模式难以在时效上满足业务的需求。另外在履约方面，电网企业难以精准的对供应商的物资到货情况、产品质量、售后服务质量等情况进行把控[3]。针对这些情况，电网企业可以对供应商进行履约验收工作，成立相应的验收小组对供应商进行监督。同时结合电商化采购模式的特点，对供应商开展相关绩效评价工作，进一步加强供应商管理工作。

4. 电网企业电商物资供应商评价体系现状

目前国网公司对电商化采购履约管理提出了相关要求：

一是规范电商交易选购履约管理，加强选购环节前置审核，在保证质量的前提下也要降低采购成本。

二是完善电商交易专区物资质量管控，严格要求采购人每下一次订单就要进行一次评价，对质量问题多、好评率低的物资及备品备件进行抽检，在采购过程中及时反馈或投诉各类商品问题，定期对供应商从多个角度开展综合评价。

三是完善电商交易监督检查机制，定期开展电商物资交易专项检查，防范供应商不良行为并对违约及不良行为严肃追责处理，同时对交易全过程实时在线监控，开展风险识别与预警。

而现阶段的电商物资供应商评价体系无法很好的达到这一效果，主要原因在于原有电商物资供应商评价体系的评价维度不够全面，没有制定科学合理的评价模型结构，主要以“优、良、中、差”对供应商进行评价，评价的精准度有待提高。在国网公司对电商化采购履约管理提出了相关要求的前提下，通过供应商评价体系进行优化完善，可以使得企业有一个量化的标准，来判断各个供应商的好与坏，找到每一家供应商个性化的问题所在，同时也可以对供应商执行奖惩措施，使得供应商互相之间能够良性竞争。

5. 电商物资供应商评价体系的优化建议

我们可以通过 AHP 层次分析法对电商物资供应商评价体系进行优化完善。使用 AHP 层次分析法需要遵循以下几个步骤：

1) 建立评价层次结构模型。

将与供应商评价的各个因素按照其属性进行分层，每一个因素都应从属于它的上一层因素，同时它的下一层因素又隶属于它。最上层为目标层，即为供应商评价体系目标，最下层为对象层，是指以电商物资供应商为评价对象，中间层包含若干个层次，即为各个评价指标。在明确评价指标的同时，需对各个指标的含义、计算公式等进行解释与定义。

2) 构造成对比较阵。

对中间层的各个因素使用成对比较法和 1~9 比较尺度构造成对比较阵。

3) 计算权向量并做一致性检验。

对于每一个成对比较阵计算最大特征根及对应特征向量，利用一致性指标、随机一致性指标和一致性比率做一致性检验。若检验通过，特征向量(归一化后)即为权向量；若不通过，需重新构造成对比较阵。

4) 通过重新设计前后模型进行比对[4]。

包括评价内容、权重、指标计算公式等内容，形成供应商评价体系优化方案。

根据 AHP 层次分析法，从评价体系的整体结构来看，主要分为评价目标、评价层次结构、评价指标设置、指标计算公式以及指标权重设置。对电商物资供应商评价体系的优化可以从这五个方面来分别进行[3]。

a) 评价目标制定：

电商物资供应商评价体系的目标主要是实现对电商物资供应商的标准化、规范化、精细化管理，通过对供应商的各项行为进行量化，在帮助供应商自身进行改进的同时，可以促进电商物资的采购质效，从而对电商化采购模式进一步创新和提升。

b) 评价层次结构及内容设置：

评价层次结构、评价指标设置需要一起进行考虑，对一级指标进行划分，主要有供应商资质能力、产品质量、履约服务、使用评价及不良行为这几个方面。

- 供应商资质能力：包括业务规模、财务信息、生产能力、产品业绩等。主要用于评价供应商的综合服务水平。
- 产品质量：包括产品价格高低、抽检合格率、物资运转故障率、到货物资外观合规性、用户使用评价等。主要用于评价供应商的供应产品质量好坏。
- 履约服务：包括合同签订时长、交货准时率、交货数量达标率、售后问题处置时长等。主要用于评价供应商的履约及时性以及售后服务质量。
- 加减分项：对销售量大、服务周期长的供应商予以加分，对有约谈处罚记录、抽检不合格等情况的供应商予以减分。主要用于对供应商执行奖惩措施。
- 一票否决权：对有不良行为的供应商设置一票否决权。

c) 计算公式设置：

指标计算公式则根据指标含义进行设置，例如“抽检合格率”的计算公式为“抽检合格次数/抽检总次数”，“产品价格高低”的计算公式为“商品历史平均价格/平台商品历史平均价格”。而对于某些较难使用计算公式来得出结果的评价指标，例如供应商资质能力方面，则可采用定性的方式，以“优、良、中、差”来进行判断。不论是定量或者是定性，都需要设置一个评价标准，每一个评价指标能够根据计算公式得到一个初始分数，而该初始分数会对应至不同的数值区间，不同的数值区间则对应了指标的最终得分。

d) 指标权重设置：

指标权重设计，通过邀请不同专家对同一层级的不同指标进行权重占比的设置，计算其平均权重，利用一致性指标、随机一致性指标和一致性比率做一致性检验，如果检验通过，则代表得到最终的各项指标权重占比。

通过 AHP 层次分析法对电商物资供应商评价体系进行全面地优化，能够更全面地评价供应商，针对性地衡量供应商的生产服务水平，提升电商物资供应的质效。

参考文献

- [1] 杜祖起, 孙淼. 供应链管理中供应商的选择与管理[J]. 商业经济研究, 2016(8): 109-111.
- [2] 王海宁, 张磊. 单一类非生产性物资电商化采购的应用与实践[J]. 中国政府采购, 2021(2): 47-49.
- [3] 张盛, 许春阳. 电力企业零散物资电商化采购探索[J]. 物流工程与管理, 2016, 12(38): 134-135.
- [4] 吴忱学, 凤俊敏, 范焱炜. 电网企业供应商数据协同能力评价在供应商管理中的应用[J]. 现代管理, 2020, 10(6): 945-950. <https://doi.org/10.12677/MM.2020.106113>