บทที่ 4
ระบบการสั่งซื้อ

ความหมายของการจัดซื้อ

การจัดซื้อ หมายถึงการกระทำที่จัดซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ของใช้ต่าง ๆ ตามที่กิจการต้องการใช้ โดยมีคุณสมบัติที่ถูกต้องในจำนวนที่ถูกต้องภายในจังหวะเวลาที่ถูกต้อง ในราคาที่ถูกต้องจากแหล่งผู้ขายที่ถูกต้อง โดยนำส่งไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง

รายละเอียดตามความหมายของการจัดซื้อมีดังนี้

1. คุณสมบัติที่ถูกต้อง
2. จำนวนที่ถูกต้อง
3. ราคาที่ถูกต้อง
4. เวลาที่ถูกต้อง
5. แหล่งผู้ขายที่ถูกต้อง
6. สถานที่ที่ถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ

1. เพื่อสร้างสรรค์กำไรและลดต้นทุน
2. เพื่อให้บริการด้านความสะดวกรวดเร็วสำหรับการดำเนินงานภายในกิจการ
3. เพื่อให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือแก่ฝ่ายบริหาร
4. เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีงามให้แก่องค์การธุรกิจ

ประเภทของการจัดซื้อ

1. **การจัดซื้อเพื่อการผลิต** : เป็นการจัดซื้อวัตถุดิบหรือชิ้นส่วน เพื่อนำมาใช้ในการผลิตซึ่งมีมูลค่าและจำนวนข้อมูลที่มากกว่าการจัดซื้อประเภทอื่นๆ
2. **การจัดซื้อทั่วไป** : เป็นการจัดซื้อประเภทอื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรงเช่น วัสดุสิ้นเปลือง
3. **การจัดซื้อแบบงานจ้างทำ** : เป็นการจัดซื้อให้ผู้ขายทำการผลิต และจึงจัดส่งมาที่บริษัท

จุดมุ่งหมายและความสามารถของระบบ

1. จัดเก็บข้อมูลการจัดซื้อและรับสินค้าเพื่อใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์การจัดซื้อ การส่งต่อข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลกับระบบที่เกี่ยวข้องเช่น ระบบควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบบัญชีเจ้าหนี้ ระบบทำใบสำคัญสั่งจ่าย

2. พิมพ์ใบสั่งซื้อสินค้า

3. พิมพ์ใบรับสินค้า

4. พิมพ์รายงานรายวันเกี่ยวกับการจัดซื้อ การรับและส่งคืนสินค้า เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และเตรียมการรับสินค้าล่วงหน้า

5. พิมพ์รายงานสิ้นงวดเกี่ยวกับการจัดซื้อ การรับและส่งคืนสินค้า เพื่อให้ทราบผลการดำเนินการในงวดหนึ่ง ๆ

ระบบการจัดซื้อเป็นระบบซึ่งต้องอาศัยข้อมูลสินค้าคงเหลือเกี่ยวกับจำนวนที่สั่งซื้อแต่ละครั้ง ร้านค้าที่ทำการจัดซื้อ เงื่อนไขการส่งของ การชำระเงิน ราคาสินค้า โดยหลักการในกิจการแต่ละแห่งจะแบ่งหน้าที่ การจัดซื้อ การรับ และการจ่ายเงินค่าซื้อออกจากกันเพื่อประโยชน์ในการควบคุมภายในและมีการกำหนดวิธีการให้รัดกุมและใช้แบบฟอร์มต่างๆ เช่น แบบฟอรม์ใบเสนอซื้อ (Purchase Requistion) ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ใบรับของ (Receiving Slip) การนำคอมพิวเตอร์มาใช้จะช่วยในการจัดเก็บข้อมูล การเรียกใช้ การพิมพ์ใบสั่งซื้อ พิมพ์ใบรับของ ตลอดจนการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของระบบและออกรายงานเพื่อสนองตอบผู้ปฏิบัติงาน และผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง รวดเร็วและเป็นระบบที่สามารถตรวจสอบได้ทันที

ขั้นตอนการจัดซื้อ

การจัดซื้อโดยทั่วไปมีขั้นตอนดังนี้

1. **การเสนอซื้อหรือการขออนุมัติซื้อ**

ผู้มีหน้าที่ในการขออนุมัติซื้อจะนำข้อมูลสินค้าที่ถึงกำหนดจัดซื้อ จำนวนที่ต้องการจัดซื้อ ราคาต่อหน่วย ร้านค้าที่สั่งซื้อ จากรายงานระบบควบคุมสินค้าคงคลัง มาตรวจสอบกับข้อมูลด้านการตลาดของฝ่ายจัดซื้อ เกี่ยวกับจำนวนที่สั่งซื้อ ราคา ช่วงเวลาตั้งแต่สั่งซื้อจนถึงกำหนดรับของ (Lead time) เมื่อเห็นว่ารายการใดที่สมควรเปลี่ยนแปลงก็ขอแก้ไข ปรับปรุงก่อนที่จะจัดทำใบขออนุมัติซื้อ การจัดทำใบเสนอซื้อเพื่อขออนุมัติซื้อจะทำขึ้นจำนวน 3 ฉบับโดยให้ผู้จัดการฝ่ายพัสดุเป็นผู้อนุมัติแล้วส่งไปให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ 1 ฉบับ ส่งสำเนาอีกหนึ่งฉบับไปให้แผนกบัญชีเจ้าหนี้สำหรับอีกฉบับหนึ่งทางฝ่ายจะเก็บไว้เป็นหลักฐาน สำหรับการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในจุดนี้ จะสามารถช่วยพิมพ์ใบเสนอซื้อ ได้ งานส่วนนี้อาจจะจัดไว้ในระบบ

ควบคุมสินค้าคงคลังซึ่งสามารถส่งข้อมูลให้ระบบจัดซื้อโดยการใช้แฟ้มข้อมูลร่วมกันหรือจากใบเสนอซื้อ

2. **การจัดซื้อ**

เมื่อใบเสนอซื้อได้รับอนุมัติจัดซื้อได้แผนกจัดซื้อจะดำเนินการ เพื่อเลือกร้านค้าที่เหมาะสมตามวิธีการที่กิจการกำหนดเช่น การขอให้ผู้ขายหลาย ๆ แห่งเสนอราคา การประมูล การสอบถามทางโทรศัพท์ เมื่อได้เลือกร้านค้าที่ทำการจัดซื้อได้เหมาะสมแล้ว ก็จะจัดทำใบสั่งซื้อรวมสำเนา 5 ฉบับ เพื่อใช้ดำเนินการดังนี้

ฉบับที่ 1 ส่งให้ร้านค้าที่ทำการจัดซื้อ

ฉบับที่ 2 ส่งให้แผนกตรวจรับของเพื่อใช้ตรวจสอบกับของที่ได้รับ และใบส่งของที่ได้รับจากร้านค้า

ฉบับที่ 3 ส่งให้แผนกที่เสนอซื้อเพื่อแจ้งให้ทราบว่าได้จัดซื้อให้ตามต้องการแล้ว และใช้เป็นข้อมูลเพื่อบันทึกร้านค้าที่จัดซื้อ

ฉบับที่ 4 ส่งให้แผนกบัญชีหน่วยบัญชีเจ้าหนี้เพื่อให้ตรวจสอบกับใบกำกับสินค้า ใบบิลเก็บเงินจากร้านค้า

ฉบับที่ 5 แผนกจัดซื้อเก็บไว้เป็นหลักฐาน

การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในขั้นนี้จะช่วยบันทึกข้อมูลการจัดซื้อ พิมพ์ใบสั่งซื้อ การพิมพ์ใบสั่งซื้อเป็นรายการที่นำข้อมูลการบันทึกการจัดซื้อรายวันมาจัดพิมพ์เป็นใบสั่งซื้อตามจำนวนที่ต้องการ รายละเอียดของใบจัดซื้อโดยทั่วไปประกอบด้วย ชื่อห้างร้าน บริษัท วัน เดือน ปีที่ทำการจัดซื้อ เลขที่ใบสั่งซื้อ เลขที่ใบขออนุมัติซื้อ ชื่อผู้ขาย เงื่อนไขการชำระเงิน ชนิดสินค้าที่สั่งซื้อ จำนวน ราคาต่อหน่วย ชื่อผู้สั่งซื้อ และเงื่อนไขการส่งสินค้าตามแบบฟอร์ม ตัวอย่างดังรูปที่ 2 และพิมพ์รายงานการจัดซื้อรายวัน

ชื่อ
บริษัท……
ที่อยู่……

ใบสั่งซื้อ / Purchase Order

ชื่อผู้ขาย :……..
ที่อยู่ :……..
……
ชื่อผู้ติดต่อ : ……
โทร :…….. แฟกซ์ .....

เลขที่ใบสั่งซื้อ..... วันที่.....
วันที่ส่งของ .....
เงื่อนไขการชำระเงิน .....
สถานที่ส่งของ.....
.....

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ส่วนลด %	จำนวนเงิน
1	สีสเปรย์ สีขาว	1 กระป๋อง	46	3.00	1,070.00
2	กระดาษทราบเบอร์ 10	12 แผ่น	9		108.00
				ยอดรวม	
				VAT 7%	
หมายเหตุ :				ยอดรวมทั้งสิ้น	

ผู้สั่งซื้อ

รูปที่ 2 แสดงตัวอย่างแบบฟอร์มใบสั่งซื้อสินค้า

3. **การรับของ**

ทางกิจการจะแต่งตั้งกรรมการขึ้นทำหน้าที่ตรวจรับสินค้าทั้งปริมาณ และคุณภาพ กรรมการตรวจรับของแต่ละครั้งไม่ควรเป็นกรรมการชุดเดียวตลอดควรจะเปลี่ยนอยู่เสมอและควรมีเจ้าหน้าที่ของฝ่ายที่เสนอซื้อร่วมเป็นกรรมการตรวจรับด้วยเพื่อป้องกันการทุจริต และให้ได้ของตามต้องการ วิธีการในการรับของมีดังนี้

<u>แผนกรับของ</u> จะนำใบสั่งซื้อมาเปรียบเทียบกับของที่ได้รับจริงว่าเป็นชนิด เดียวกับที่สั่ง และตรวจสอบเรื่องจำนวน ถ้าขาดหรือเกินก็จะแจ้งให้ฝ่ายจัดซื้อทราบเพื่อติดต่อกับผู้ขายในการตรวจรับของอาจไม่ระบุจำนวนสั่งซื้อให้แผนกตรวจรับทราบ เพื่อให้ต้องนับจำนวนจริงและบันทึกไว้ และเป็นการป้องกันการทุจริตในกรณีที่ร้านค้าส่งของมาก่อนการตรวจรับและของที่ส่งมีจำนวนมากกว่าที่สั่ง เมื่อตรวจรับเรียบร้อยแล้วจะจัดทำใบรับของขึ้น 5 ฉบับ คือ

ฉบับที่ 1 ส่งให้แผนกจัดซื้อ เพื่อให้เปรียบเทียบกับใบสั่งซื้อ

ฉบับที่ 2 แผนกพัสดุเก็บไว้เป็นหลักฐานในการลงบัตรพัสดุ

ฉบับที่ 3 ส่งให้แผนกบัญชีเจ้าหนี้เพื่อเปรียบเทียบกับใบสั่งซื้อบิลเก็บเงินหรือใบกำกับสินค้า ที่ผู้ขายส่งมาให้

ฉบับที่ 4 ส่งให้แผนกบัญชีพัสดุ

ฉบับที่ 5 เก็บไว้เองเป็นหลักฐาน

ในการตรวจรับสินค้านั้น เมื่อร้านค้าจะส่งใบสั่งของมาให้ 2 ฉบับ เมื่อแผนกรับตรวจสอบปริมาณและคุณภาพของสินค้าแล้ว จะเซ็นต์รับในใบส่งของแล้วส่งคืนร้านค้า 1 ฉบับ อีก 1 ฉบับ ส่งให้แผนกบัญชีเจ้าหนี้

<u>แผนกจัดซื้อ</u> จะตรวจสอบเปรียบเทียบใบรับของกับใบสั่งซื้อ โดยตรวจสอบจำนวนที่ได้รับกับจำนวนที่สั่ง ตลอดจนราคา และคุณภาพเมื่อเห็นว่าตรงกันก็จัดเก็บไว้ด้วยกันอีกแฟ้มหนึ่งแยกจากใบสั่งซื้อที่ยังไม่ได้รับของ

<u>แผนกส่งพัสดุ</u> เมื่อได้รับของจากแผนกรับของและตรวจใบรับของกับของที่ได้รับจริง และใบสั่งซื้อที่ได้รับจากแผนกจัดซื้อ เมื่อเห็นว่าถูกต้องก็นำเข้าเก็บในคลังพัสดุ และนำรายการในใบรับของมาลงบัตรพัสดุ ที่แสดงจำนวนสินค้าที่รับเข้ามาและจำนวนสินค้าคงเหลือการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในขั้นตอนนี้ จะช่วยตรวจสอบจำนวนของที่รับกับจำนวนสั่งซื้อ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเช่น การเพิ่มปริมาณของที่รับเข้ามา การคำนวณหาราคาต้นทุนเฉลี่ย จัดเก็บข้อมูลสำหรับพิมพ์ใบรับของ และพิมพ์ใบรับของ

4. **การส่งคืนสินค้า**

เมื่อกรรมการตรวจสอบคุณภาพและจำนวนสินค้าที่ผู้ขายส่งมาให้ สินค้ารายการใดที่คุณภาพไม่เป็นที่ต้องการจะให้ผู้ขายเซ็นรับคืนไป และจะแก้ไขรายการรับส่งสินค้าหรือจัดส่งคืนให้ผู้ขายภายหลัง การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในขั้นตอนนี้ จะบันทึกรายการสินค้าที่ต้องส่งคืน เพื่อเก็บเป็นหลักฐานที่แผนกรับสินค้า แผนกจัดซื้อ แผนกบัญชีเจ้าหนี้ และแผนกสินค้าคงคลัง

5. **การตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับการจัดซื้อและทำใบสำคัญสั่งจ่าย**

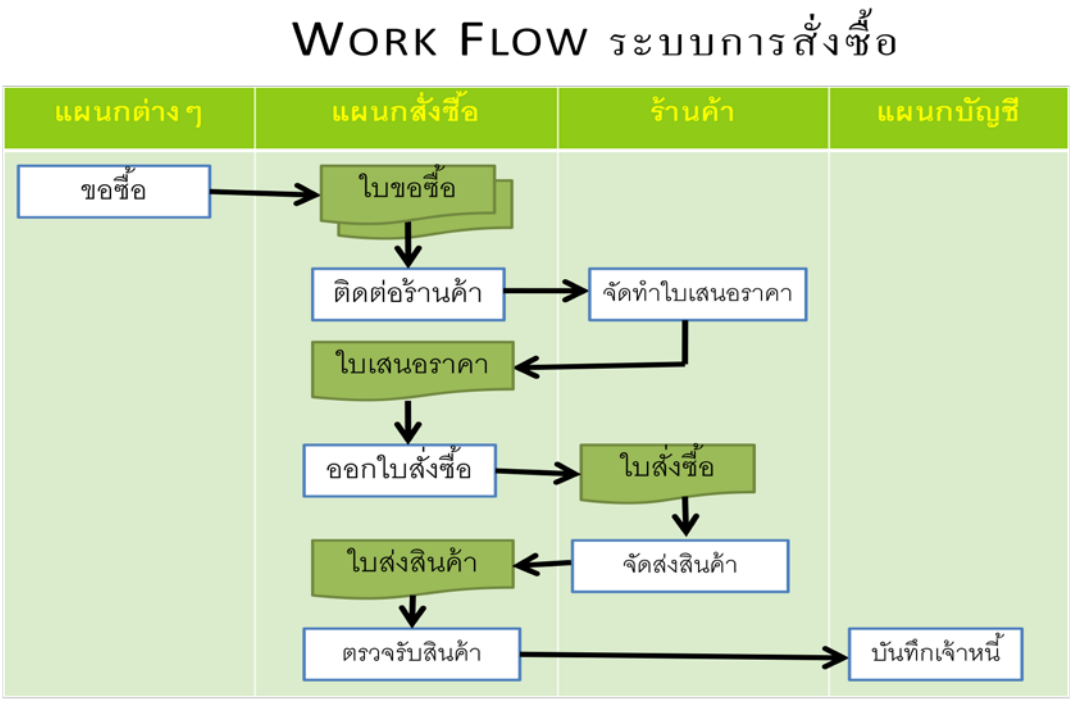
แผนกบัญชีเจ้าหนี้จะตรวจสอบเปรียบเทียบใบเสนอซื้อ ใบสั่งซื้อ ใบส่งของ ใบรับของ ใบกำกับสินค้า แล้วจัดทำใบสำคัญสั่งจ่าย (Voucher) เก็บไว้ให้เป็นแฟ้มทะเบียนใบสำคัญสั่งจ่าย เมื่อถึงกำหนดจ่ายเงินจึงส่งมอบแผนกการเงินดำเนินการ

การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในขั้นตอนนี้ สามารถช่วยงานจัดทำทะเบียนใบสำคัญสั่งจ่าย พิมพ์ใบสำคัญสั่งจ่าย ผ่านบัญชีไปยังระบบบัญชีเจ้าหนี้ และพิมพ์เช็ค ดังนั้นในกิจการใดที่มีระบบใบสำคัญสั่งจ่าย จะจัดทำขึ้น 3 ฉบับดังนี้

ฉบับที่ 1 พร้อมทั้งใบกำกับสินค้าจากผู้ขายและใบรับของส่งไปให้แผนกการเงิน เพื่อออกเช็ค

ฉบับที่ 2 ใช้เป็นหลักฐานการลงทะเบียนใบสำคัญสั่งจ่ายแล้วเก็บไว้เรียงตามเลขที่

ฉบับที่ 3 ใช้เป็นบัญชีเจ้าหนี้รายตัว ส่วนกิจการที่ไม่ได้จัดทำระบบใบสำคัญสั่งจ่ายจะดำเนินการจ่ายตามหลักฐานใบสั่งซื้อ ใบส่งของ ใบรับของและใบกำกับสินค้า



รูปที่ 3 แสดงผังงานของระบบสั่งซื้อ

ข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับระบบ

- **ข้อมูลผู้ขาย** : มีข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อนและตรงกันในแต่ละแผนก
- **ข้อมูลราคาซื้อ** : ที่ทันต่อเหตุการณ์ ความสัมพันธ์ของราคาซื้อของผู้ขายแต่ละราย

รายงานจากระบบจัดซื้อ

รายงานจากระบบการจัดซื้อประกอบด้วยรายงานรายวัน และรายงานสิ้นงวด ใบสั่งซื้อ ใบรับสินค้า ต่างๆ เป็นต้น เช่น

- รายงานรายละเอียดผู้ขาย

เป็นรายงานแสดงรายละเอียดผู้ขายแต่ละรายทางจอภาพ หรือทางเครื่องพิมพ์ตั้งแต่รหัสที่กำหนดเริ่มต้นถึงรหัสสุดท้าย รายงานนี้จะใช้ประโยชน์สำหรับออกรายงานรายละเอียดผู้ขายที่มีการปรับปรุงแก้ไขประจำวัน พิมพ์รายละเอียดผู้ขายประจำเดือน เพื่อใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล รายละเอียดของรายงานประกอบด้วย ชื่อบริษัท ชื่อระบบงานจัดซื้อสินค้า ชื่อรายงาน รายละเอียดผู้ขาย วันเดือนปีที่รายงาน รหัสผู้ขาย ชื่อผู้ขาย ที่อยู่ จังหวัด รหัสไปรษณีย์ โทรศัพท์ จำนวนเงินให้เครดิต จำนวนวัน ให้เครดิต ยอดตั้งแต่ต้นปีถึงงวดก่อน ยอดค้างชำระงวดก่อน ยอดค้างชำระงวดนี้ ยอดชำระงวดนี้

- รายงานการจัดซื้อและรับสินค้ารายวัน

รายงานการจัดซื้อและรับสินค้ารายวันได้จากการนำข้อมูลในแฟ้มรายการรายวันมาจัดพิมพ์ตามแบบฟอร์มดังรูปที่ 4 เรียงตามรหัสร้านค้า และเรียงตามรหัสสินค้าดังรูปที่ 5

รายงานการจัดซื้อสินค้าแยกตามรหัสผู้ขาย

ประจำวันที่ .....

รหัสผู้ขาย ..... **ชื่อผู้ขาย** .....

เลขที่ใบสั่งซื้อ	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ

รวม .....**รายการ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น** ..... **บาท**

รหัสผู้ขาย ..... **ชื่อผู้ขาย** .....

เลขที่ใบสั่งซื้อ	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ

รวม .....**รายการ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น** ..... **บาท**

รูปที่ 4 ตัวอย่างรายงานการจัดซื้อตามรหัสผู้ขาย

รายงานการจัดซื้อสินค้าตามรหัสสินค้า

ประจำวันที่ .....

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	เลขที่ใบสั่งซื้อ	จำนวนสั่ง	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ

รวม .....รายการ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น ..... บาท

รูปที่ 5m ตัวอย่างรายงานการจัดซื้อรหัสสินค้า

- รายงานยอดการรับสินค้า และยอดคงเหลือของใบสั่งซื้อแต่ละใบ
- รายงานสถิติการขอซื้อของแผนกต่างๆ แยกตามประเภทของสินค้าที่จัดซื้อประจำเดือน
- รายงานผลการขอซื้อให้กับแผนกต่างๆ ว่าได้สินค้าครบแล้วหรือยัง
- รายงานยอดคงเหลือที่ยังไม่ได้สั่งซื้อ และที่ได้สั่งซื้อแล้วของรายการขอซื้อต่างๆ
- ฯลฯ

จากที่กล่าวมาเป็นระบบการการจัดซื้อที่ทำหน้าที่เปลี่ยนใบขอสั่งซื้อ (Purchase Requisition หรือเรียกกันย่อๆ ว่า ใบ PR) เป็นเอกสารที่ใช้กันภายในองค์กร ให้เป็นใบสั่งซื้อ (Purchase Order หรือเรียกว่า ใบ PO) สำหรับใช้ติดต่อสั่งซื้อภายนอกองค์กร ซึ่งแต่ละครั้งในการจัดซื้อ ฝ่ายจัดซื้อต้องทำการรวบรวมปริมาณของสินค้าก่อน ต่อมาก็หาผู้ขายที่ขายสินค้านั้นๆ โดยทำการเจรจา หรือเปรียบเทียบราคาของผู้ขายหลายๆราย หลังจากนั้นเมื่อได้ราคาที่เหมาะสมแล้วก็นำเสนอผู้อนุมัติในการออกใบสั่ง ซื้อไปยังผู้ขาย ซึ่งฝ่ายจัดซื้อก็ใช้เวลาไปกับงานเอกสาร งานติดตาม ไม่ได้มีเวลาด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) และมุ่งเน้นด้านการต่อรองสินค้า (Negotiations) หรือแม้กระทั่งหาผู้ค้ารายใหม่ๆ (New Strategic Partners) ซึ่งถือว่างานที่สร้างคุณค่าให้แก่องค์กรถูกมองข้ามและให้ความสำคัญน้อยลงไป เทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่มาสร้างประโยชน์ให้กับการจัดซื้อในองค์กร คือ อีโพรเคียวเมนท์ (E-Procurement)

อีโพรเคียวเมนท์ (E-Procurement)

คือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยจัดกระบวนการในการสั่งซื้อสินค้า ระหว่างผู้ซื้อ (buyer) กับผู้ขาย (supplier) โดยใช้ระบบการทำงานบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการทำงานผ่านระบบในอินเทอร์เน็ต (Web-based Application) เชื่อมโยงกระบวนการสั่งซื้อภายในองค์กรกับผู้ขาย ตั้งแต่การออกใบ PR จนกระทั่งเป็นใบ PO และถูกส่งต่อให้แต่ผู้ขายทันที ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้งานจัดซื้อเป็นระบบภายในกระบวนการเดียว และเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าหน้าที่จัดซื้อ ผู้ใช้งาน (user) รวมถึงระดับผู้บริหาร เนื่องจากกระบวนการนี้ช่วยลดขั้นตอนการทำงาน ประหยัดเวลา ในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งระบบสามารถสั่งสินค้าและรับทราบสถานะของผู้ขายในการส่งสินค้าได้ทันที เมื่อองค์กรต้องการซื้อสินค้าก็สามารถหาซื้อได้ภายในระบบที่เป็นตลาดกลาง เป็นแหล่งที่มีข้อมูลของสินค้าและผู้ขายพร้อม เมื่อใช้เทคโนโลยีช่วยทำงานเอกสาร ช่วยลดงานที่ซ้ำซากจำเจออกไป ทำให้เจ้าหน้าที่จัดซื้อมีเวลา ไปมุ่งเน้นด้านกลยุทธ์ การวางแผนการจัดซื้อ และเสาะหาผู้ขายรายใหม่ๆ เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์สูงสุดให้

นอกจากนี้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ยังมีเครื่องมือที่ฝ่ายจัดซื้อให้เป็นช่องทางการเสาะแสวงหาสินค้าให้ได้ ระดับมาตรฐานที่องค์กรต้องการ โดยมีราคาเป็นประกันว่าฝ่ายจัดซื้อเลือกซื้อสินค้าที่ได้ในราคาที่ดีที่สุด และที่สำคัญมักเป็นราคาที่สร้างส่วนประหยัดให้แก่องค์กรด้วย เครื่องมือที่ใช้นี้ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าไม่สูงมากเรียกว่า e-Shopping ส่วนอันที่สองคือการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าการดำเนินงานสูงหรือมีมูลค่าเกิน 2 ล้านบาท หรือมีการประมูลแข่งขันเรื่องราคาหรือผลประโยชน์อื่นที่เสนอให้รัฐเรียกว่า e-Auction เครื่องมือนี้ เป็นช่องทางการเลือกใช้ระบบเทคโนโลยีแทนการเปิดระบบประมูลแบบเก่า เป็นช่องทางการเสนอราคาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ณ ปัจจุบัน เปิดให้มีการแข่งขันด้านราคากันอย่างเสรี เท่าเทียมกัน โปร่งใส ไร้ข้อสงสัย ซึ่งระบบประมูลบนอินเทอร์เน็ต นั้นมีความหลากหลายของรูปแบบ ซึ่งรูปแบบที่นิยมใช้ส่วนใหญ่คือระบบประมูลแบบ English Auction เป็นการไล่ราคาลง ผู้ที่ให้ราคาต่ำสุดหรือดีที่สุดเป็นผู้ชนะการประมูล และมีผู้ชนะการประมูลรายเดียว ฉะนั้นผู้เปิดประมูลแต่ละรายต้องศึกษาและเตรียมการให้รอบคอบก่อนเปิดการ ประมูลแต่ละครั้ง ในการทำการประมูลแบบ e-Auction นี้จะต้องใช้ตลาดกลางฯ หรือผู้จัดการประมูลที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านนี้มาทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการประมูลและให้คำแนะนำในการจัดซื้อ เรียกว่า e-Marketplace Service Provider หมายถึงผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประมูล และเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย รวมทั้งจัดหาผู้ขายสินค้าเพิ่มเติมผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีศูนย์กลางการติดต่ออยู่ที่เว็บไซต์ของตลาดกลาง