

<<连锁企业商品采购>>

图书基本信息

书名：<<连锁企业商品采购>>

13位ISBN编号：9787512100947

10位ISBN编号：7512100949

出版时间：2010-4

出版时间：清华大学出版社

作者：赵明晓 编

页数：324

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<连锁企业商品采购>>

### 前言

19世纪60年代, 连锁经营模式在美国出现, 带来了世界零售业的第二次革命。

从此, 连锁经营逐渐成为现代零售业和服务业的主导经营方式。

20世纪90年代, 连锁经营方式引入我国, 在近20年的历史中, 取得了突飞猛进的发展。

特别是随着沃尔玛等世界连锁业巨头纷纷登陆中国市场, 中国连锁业在发展中学习, 零售业态形式不断丰富, 连锁经营管理技术不断进步, 连锁经营效益不断激增, 连锁业的竞争也越来越激烈。

采购管理作为连锁企业的核心技术之一, 直接反映着企业核心竞争力的强弱。

有效的采购管理, 是连锁企业良好运营的先决条件, 同时也直接决定了企业的经营成本、市场占有率和利润水平。

同时采购不仅仅是一门技术, 更是一种管理, 有一定的流程, 讲究一定的方法和艺术。

本书在借鉴国内外现代采购理论的同时, 更多地吸收国内外知名连锁企业的采购工作实际经验, 结合连锁企业合格采购人员的工作技能, 论述了商品采购部组织设计、商品采购计划编制、供应商管理、商品采购谈判、商品采购实施、商品采购质量管理和商品采购绩效控制7个技术模块。

本书打破以往教材的编写模式, 首度尝试采用“基于工作过程”的项目教学法编写, 每个项目单元分若干任务组, 每个任务组由工作任务的布置起步, 带着任务去学习“相关知识”。

知识的学习是为完成任务, 同时任务的完成又检验了知识的应用能力。

在“相关知识”中, 更注重知识的实用性和操作性。

对理论性太强的知识, 增加了“阅读链接”, 保证了知识的完整性和系统性。

每项任务都配有技能训练、案例分析和知识拓展, 全面提高每项任务的理论和实践能力。

同时本书在编写中将重要名词附以英文表达, 目的是培养学生良好的学习习惯, 提高学生的综合素质。

本书由赵明晓副教授主编, 邵苇苇、王菲副主编。

赵明晓负责组织编写、定稿和修改工作, 具体负责编写课程导入、项目五和项目七。

邵苇苇负责编写项目一、项目四、项目六; 王菲负责编写项目二、项目三。

本书在编写过程中参考了大量的文献资料, 借鉴和吸收了国内外众多学者的研究成果, 在此对相关文献的作者表示诚挚的感谢。

由于连锁经营管理在我国正处在成长发展阶段, “项目(任务)教学法”也刚刚起步, 编者希望在高职教材编写中做个尝试, 但因编者水平有限, 书中难免存在不足之处, 恳请各界同仁、广大读者批评指正。

## <<连锁企业商品采购>>

### 内容概要

“连锁企业商品采购实务”是高职高专院校连锁经营管理专业的核心课程之一。本书全面阐述了连锁企业商品采购管理所具备的基本理论和实践知识，首度尝试采用“基于工作过程”的项目教学法编写，全书共包括商品采购部组织设计、商品采购计划编制、供应商管理、商品采购谈判、商品采购实施、商品采购质量管理和商品采购绩效控制等七项技术模块。

本书可作为高职高专院校连锁经营管理专业的教材，也可作为经济类、工商管理类、物流管理类专业的参考教学读本，还可作为连锁企业管理人员及相关人员的培训参考书。

## <<连锁企业商品采购>>

### 书籍目录

学习领域定位课程导入项目一 商品采购部组织设计 任务1 商品采购部组织结构 任务2 商品采购部岗位职责 综合案例分析项目二 商品采购计划编制 任务1 采购需求调查 任务2 采购数量确定 任务3 采购计划制订 任务4 采购预算编制 综合案例分析项目三 供应商管理 任务1 供应商选择 任务2 供应商管理 任务3 供应商评价 综合案例分析项目四 商品采购谈判 任务1 商品采购谈判方案的制订 任务2 商品采购谈判实施 任务3 商品采购合同订立 综合案例分析项目五 商品采购实施 任务1 商品采购技术 任务2 商品采购流程实施 任务3 商品采购风险 综合案例分析项目六 商品采购质量管理 任务1 采购商品的质量管理 任务2 采购商品质量认证与不合格品的管理 综合案例分析项目七 商品采购绩效控制 任务1 商品采购成本控制 任务2 商品采购绩效评估 任务3 商品采购回扣的杜绝 综合案例分析参考文献

## <<连锁企业商品采购>>

### 章节摘录

插图：二、慎重筛选供应商家乐福对商品进行市场细分，在每一个细分市场上选择不同的供应商，家乐福对有合作意向的供应商提出了诸多要求。

例如，在欧洲，家乐福对供应商提出这样的要求：产品要有价格优势；产品要有良好的质量；生产商要有大批量生产的能力；直接生产厂商或出口公司要有出口权；如果出口产品是纺织品，供应商必须有欧盟纺织品配额；要有迅速反应能力；必须能准时交货；要有进取精神和提高对欧盟市场认知度的愿望；要有创造性和创新精神等。

一般情况下，家乐福会将供应商分为四类：工作、代理、批发、贸易。

在与其合作之前，家乐福会与其签订权责明确合同。

在合同中，家乐福写明自己的义务和责任，并备以处罚办法。

合同一签，供应商的业务员也无须天天跑卖场，家乐福要货会立即一纸传真过去，包括所需商品的品名、数量、交货时间等，业务员开出送货单连同增值税发票一同送去，当面验收完毕，这样一个过程既简单又方便。

同时，合同也详细地规定了供货商的义务和责任。

在合同中是这样对供应商进行要求的： 供应商必须遵守合同的运货期，应由家乐福的采购人员记录下供应商的交货天数、库存天数和生产或进口天数： 家乐福会按合同规定同供应商定期结款，如果不能按期结款，家乐福愿意支付每天货款总额的0.5 %的罚金； 采购商品的价格按合同中的规定进行确定；对于新价格，先由供应商向家乐福提出申请，在家乐福同意后一个月生效； 每次到货都必须附有发票，否则家乐福拒绝收货，并要求发票中要详细注明不含税进价、增值税及含税进价： 供应商每月所提供商品货款总额的3%将被扣作佣金。

家乐福还在合同中对商品进行了细致的规定，例如，供应商在报价及商品陈述时必须列明所供应的货物可否退换、最小订货量、运费是否包括在内，并列明报价是否含税；供应商在作商品介绍时必须说明附带的服务，比如是否带衣架（服务）、打标签、维修、特别包装等。

三、确定进场费在每个供应商的合同中，家乐福都会规定有一定比例的进场费用。

具体包括以下几类。

进场费。

一般是按品牌而定的。

## <<连锁企业商品采购>>

### 编辑推荐

《连锁企业商品采购》是21世纪高职高专规划教材·连锁经营管理系列。

<<连锁企业商品采购>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>