

《连锁配送网络技术》

图书基本信息

书名：《连锁配送网络技术》

13位ISBN编号：9787040235890

10位ISBN编号：7040235897

出版时间：2008-5

出版社：高海晨 高等教育出版社 (2008-05出版)

页数：204

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

随着我国连锁企业迅速发展，连锁企业面临的竞争环境也日趋激烈。国外知名连锁企业的成功经验表明，要提高连锁企业的竞争力，必须从提高连锁企业的配送能力入手，因为配送能力的强弱决定着连锁企业的经营成本高低，影响企业的盈利水平。一个连锁企业要在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须有强有力的竞争工具，而搞活连锁配送管理正是连锁企业求生存、图发展的重要途径。目前，我国连锁企业的物流配送体系建设仍处于初级阶段，现行的配送方式也相对落后，这给我国连锁企业的发展造成了巨大障碍。连锁经营的发展离不开物流配送，合理的物流配送使连锁经营中的统一采购、统一配货、统一价格得以实现。而连锁企业合理的物流管理只有经过系统分析，才可以克服原来物流中各个功能孤立作业环节的弊端，充分发挥物流的潜在能力。因此，要改变我国的落后的商业连锁经营状况，必须寻求现代物流业的支撑。从这个角度出发，本书着重阐述连锁企业的物流系统化管理，侧重于连锁企业物流的战略与方法。本书把连锁企业定义为从事连锁经营的企业，把连锁配送企业界定为执行连锁企业物流配送的主体。为适应社会化物流的发展趋势，本书力图将连锁企业的配送管理与连锁配送企业，即物流企业适应连锁企业物流的要求紧密结合起来，而不是仅仅从配送的基本概念出发，讲述连锁配送网络技术。本书特别从物流系统优化的角度，阐述了连锁企业物流配送网络系统的构建，这是连锁企业取得物流效益的关键。此外，基于我国连锁企业物流起步较晚，供应商直接配送受其自身条件的制约而不适合我国连锁企业发展的现状，加上我国商业连锁企业自身发展缓慢，网点数量少，配送中心规模效益低下，企业费用成本增加等事实，连锁企业积极开展共同配送和大力推进社会化配送将对我国商业连锁的经营发展更为有利。为此，本书以共同物流理论为基础，阐述了连锁企业开展共同配送的理论与方法。

《连锁配送网络技术》

内容概要

《连锁配送网络技术》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。《连锁配送网络技术》的主要内容有连锁经营与连锁配送概述、连锁配送网络系统、配送中心运作与管理、共同配送、连锁配送企业发展战略、连锁配送企业物流服务管理、连锁配送企业物流质量管理、连锁企业物流标准化、连锁企业物流绩效评价等。《连锁配送网络技术》紧密结合连锁经营的基本概念与特点，系统、全面地介绍了连锁配送的最新理论与方法，侧重理论性、实用性与实践性，突出连锁企业物流配送新的运作理念和物流发展趋势。为了方便读者学习，书中还列举了与连锁配送有关的9个典型案例，并附复习思考题。

书籍目录

第一章 连锁经营与连锁配送概述第一节 连锁经营概念与特点第二节 连锁经营的基本原理第三节 我国连锁经营的发展现状第四节 连锁配送的基本理论应用案例思考与练习第二章 物流网络系统第一节 物流网络系统概述第二节 物流网络系统模式第三节 物流网络布局的内容与优化方法第四节 城市物流网络系统结构应用案例思考与练习第三章 配送中心运作与管理第一节 配送中心概述第二节 配送中心组织管理第三节 配送中心作业流程第四节 配送中心系统规划应用案例思考与练习第四章 共同配送第一节 共同配送概述第二节 连锁企业共同配送模式选择第三节 共同配送中心的类型第四节 连锁零售企业的共同配送应用案例思考与练习第五章 连锁配送企业发展战略第一节 连锁配送企业发展战略模式第二节 连锁配送企业发展战略定位第三节 连锁配送企业资源整合第四节 连锁配送企业的知识管理与机制创新应用案例思考与练习第六章 连锁配送企业物流服务管理第一节 连锁配送企业物流服务管理概述第二节 连锁配送企业的物流服务内容第三节 连锁配送企业物流服务的设计第四节 设定连锁配送企业物流服务标准应用案例思考与练习第七章 连锁配送企业物流质量管理第一节 物流质量管理理念与内容第二节 连锁配送企业质量管理的机构与职能第三节 连锁配送企业质量管理方法第四节 连锁配送企业质量管理体系应用案例思考与练习第八章 连锁配送企业物流标准化第一节 物流标准化概述第二节 物流标准化的基本原则第三节 国际物流标准化及物流标准化的方法第四节 我国物流标准化现状、体系及发展应用案例思考与练习第九章 连锁配送企业物流绩效评价第一节 物流绩效评价概述第二节 物流绩效评价体系的设计要求与实施第三节 物流绩效评价指标内容第四节 物流绩效评价的主要方法应用案例思考与练习参考文献

插图：正规连锁也称一般连锁、联号商店、直营连锁。这是大型垄断商业资本通过吞并、兼并或独资、控股等途径，发展壮大自身实力和规模的一种形式。日本通产省给正规连锁商店下的定义是：本质上是处于同一流通阶段，经营同类商品和服务，并在同一经营资本及同一总部集权性管理机构统一领导下进行共同经营活动（由两个以上单位店铺组成）的零售企业集团。美国规定连锁商店必须有11个以上分店，英国规定要有10个以上分店。正规连锁商店主要特点是所有权和经营权集中统一。其所有权和经营权的集中统一表现在：所有成员企业必须是单一所有者，归一个公司、一个联合组织或单一个人所有；由总部或总店集中领导、统一管理，如人事、采购、计划、广告、会计和经营方针都集中统一；实行统一核算制度；各成员商店经理是雇员而不是所有者；各分店实行标准化经营管理，店面外观相仿、商品品种相同、柜台陈列一致。正规连锁商店的上层组织形式有两种：一种是由母公司直接管理，不另设总部；另一种是设立总部，由总部管理连锁商店。大型正规连锁商店的组织体系，一般分为3个层次：上层是公司总部负责整体事业的组织系统，中层是负责若干个分店的地区性管理组织和负责专项事业的事业部组织，下层是销售分店或成员店。这样的组织形式具有统一资本、集中管理、分散销售的特点，同时给正规连锁商店的发展带来了两个方面的影响。其积极影响表现在：可以统一调动资金，统一经营战略，统一开发和运用整体性事业；作为同一大型商业资本所有者拥有雄厚的实力，有利于同金融界、生产部门打交道；在人才培养使用、新技术产品开发推广、信息和管理现代化方面，易于发挥整体优势；众多的成员店可深入消费腹地，扩大销售。其不利影响表现在：成员店自主权小，利益关系不紧密，积极性、创造性和主动性受到限制；需要拥有一定规模的自有资本，发展速度受到限制；大规模的正规连锁商店管理系统庞杂，容易产生官僚化经营，使企业的交易成本大大提高。（三）自由连锁自由连锁也称志愿连锁、志同连锁和任意连锁店集团等。美国商务部对自由连锁商店的定义是：由批发企业组织的独立连锁集团，即所谓批发企业主导型任意连锁集团。成员零售店铺经营的商品，全部或大部分从该批发企业进货。作为对等条件，该批发企业必须向零售企业提供规定的服务。日本经济界对自由连锁商店的表述是：所谓自由连锁商店，是许多零售企业自己组织起来的，在保持各自经营独立性的前提下，联合一个或几个批发企业，并以此为主导建立强有力的总部组织，在总部的指导和管理下，实行共同经营，通过本量集中采购，统一经销，获取低成本、合理化经营的利益，不断提高流通效率的零售商业组织。自由连锁的最大特点：成员店的所有权、经营权和核算权都是独立的。成员企业在保持自己独立性的前提下，通过协商自愿联合起来，共同合作，统一进货，统一管理，联合行动。在实践中，欧美的自由连锁店以批发企业为主导。有的是一个批发企业，有的是两个或几个批发企业。有的以中心批发企业代行总部职能，不另设总部；有的另设总部负责统一管理；有的是依托原有批发企业组织起来；也有的是一批独立零售店（日本规定30家以上）自己组织起来，共同投资新设立一个批发公司兼总部，由参加成员为股东组成董事会，共同执行业务，总部是服务性质的，不以盈利为目的（也有总部与批发公司是分离的）。在日本，除了批发企业主导型以外，还有大型零售企业主导型，总部设在核心企业。

《连锁配送网络技术》

编辑推荐

《连锁配送网络技术》适用于普通高等院校(高职高专,应用型本科)、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院连锁经营专业及其他相关专业的教学,也可供五年制高职学生使用,并可作为社会从业人士的参考读物。

《连锁配送网络技术》

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:www.tushu000.com