

《连锁经营管理概论》

图书基本信息

书名：《连锁经营管理概论》

13位ISBN编号：9787030174741

10位ISBN编号：7030174747

出版时间：2006-12

出版社：科学出版社

作者：赵越春

页数：285

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

《连锁经营管理概论》

前言

近10年来，连锁企业在我国得到了迅猛发展，连锁经营已经成为我国零售业、餐饮业、服务业等行业普遍采用的经营方式，已涉及到医药、家电、建材、酒店、餐饮等各个领域，使我国成为世界上连锁体系最多的国家。我国连锁业的迅速发展，使得对人才的需求达到前所未有的盛况，连锁经营管理人才成为中国连锁企业竞争的焦点之一。为了适应当前中国连锁业快速发展以及社会对新型的管理人才的需要，许多高校设置了连锁经营管理专业，并在市场营销、物流管理、电子商务、商务管理等专业开设了连锁经营的相关课程。为了更好地满足教学需要，使学生对连锁经营有全面的了解，特编写本教材。

作为高职高专教材，本书力求体系上系统完整，从连锁企业的战略管理到商品管理、物流管理、店铺的营运等各个环节在理论上进行了系统的讲解，以使学生全面了解连锁经营所涉及的各方面。本书强调案例教学，每一章均穿插了案例，引用案例时强调理论联系实际，使学生通过案例了解连锁企业的实际情况，以便学生举一反三，在实际工作中能灵活加以运用。本书的大部分章节后面还附了一个同本章相联系的连锁企业案例，帮助学生进行思考和分析，以培养其分析问题、解决问题的实际应用能力。每章开始设学习目的与要求，章后附小结、练习题，以便于学生复习、巩固所学内容。

本书的编者均为在高校从事连锁经营管理课程教学的教师。各章的执笔人如下：第一、九、十章由赵越春执笔；第二~八章分别由戴安琨、郭劲丹、丁蓉蓉、毛强、陈淑萍、赵仕红、孟壮吾执笔。本书由盖锐教授主审，陈文婷、俞瑞鸽、胡元庚、陈小兰、李媛参与了书稿的整理工作，在此谨向他们表示由衷的感谢。

本书的编写参考了大量的相关著作、网络资料、教材和文献，吸取和借鉴了同行的相关成果，在此谨向有关作者表示深深的感谢和敬意！由于编者水平有限，疏漏和不足之处在所难免，恳请读者批评指正。

《连锁经营管理概论》

内容概要

本书介绍了连锁经营的基本知识、发展历史和现状，系统地讲解了连锁企业的营运过程，包括连锁企业的决策与战略管理、连锁店铺的开发、连锁企业的商品管理、物流管理和连锁店铺的设计与布局、商品陈列、商品定价及促销策略，并介绍了连锁企业内部的组织结构、人力资源管理、信息系统管理等，使学生全面地了解连锁经营所涉及的各方面。

本书针对高职高专的特点，通过大量与各章内容紧密相关的连锁企业实例，帮助学生进行思考和分析，帮助学生加深对连锁经营理论知识的理解、了解连锁企业的实际运作情况。

本书可作为高职高专院校连锁经营管理、商务管理、物流管理等管理类专业的教材，也可供有志从事连锁经营管理的人员自学。

书籍目录

第一章 连锁经营概述第一节 连锁经营的基本涵义一、连锁经营的概念二、连锁经营的特征三、连锁经营与传统经营的本质区别第二节 连锁经营的发展历史及现状一、连锁经营的发展历史二、中国连锁经营的发展与现状第三节 连锁经营的效益分析一、连锁总店的效益二、连锁分店的效益三、对社会和消费者的效益第四节 连锁经营的类型一、按经营形态划分二、按美国式经营形态划分三、按经营地区的大小划分第五节 连锁经营的行业分布与业态选择一、连锁经营的行业分布二、连锁经营的业态选择小结练习题第二章 连锁企业的经营决策与战略第一节 连锁企业的目标选择与市场定位一、连锁企业目标市场分析二、连锁企业目标市场的选定三、连锁企业的市场定位第二节 连锁企业的经营战略一、连锁企业的经营目标二、连锁企业的发展战略三、连锁企业的竞争战略小结练习题案例分析第三章 连锁店铺开发第一节 直营店的开发一、商圈分析二、店铺的选址第二节 加盟店的拓展一、选择合适的加盟者二、选择完善的连锁体系三、加入连锁经营的具体程序四、加盟合同小结练习题案例分析第四章 连锁企业的商品管理第一节 商品定位与组合一、商品定位二、商品组合第二节 商品的分类管理一、商品分类二、商品管理_第三节 商品采购管理一、商品采购概述二、商品采购的程序及方式三、连锁企业与供应商的合作小结练习题案例分析第五章 连锁企业的物流管理第一节 连锁物流的基本知识一、连锁物流的基本概念二、连锁物流在连锁经营中的地位三、连锁物流在连锁经营中的作用四、连锁物流系统第二节 连锁物流的运作程序和模式一、连锁物流系统的运作程序二、连锁物流的运作模式三、连锁企业物流模式选择第三节 物流配送中心的运作一、配送中心概述二、配送中心的功能和目标三、配送中心的类型四、配送中心的基本流程五、配送中心的结构小结练习题案例分析第六章 连锁店铺的设计与布局第一节 连锁店铺设计与布局的基本要求一、充分体现连锁店铺的共有特色二、吸引顾客进来，方便顾客停留三、营造轻松和谐的消费氛围，刺激和引导消费四、合理有效地利用空间，降低销售成本第二节 连锁店铺的外观布局设计一、店面的设计和布局二、店铺周围环境的设计第三节 连锁店铺营业现场的布局设计一、营业现场布局设计的基本原则二、营业现场的通道设计三、营业现场的装潢设计四、营业现场的照明设计五、营业现场的音响设计六、其他方面的布局与设计第四节 连锁店铺营业现场的商品布局一、连锁店铺营业现场的商品布局原则二、连锁店铺商品布局的影响因素三、营业现场面积布局四、营业现场商品布局小结练习题案例分析第七章 连锁店铺商品陈列第一节 商品陈列的基本知识一、商品陈列的原则二、商品陈列的主要工具三、陈列货架位置的区分第二节 商品陈列的方法和要领一、商品陈列的方法二、商品陈列要领第三节 商品陈列的运作程序一、对连锁店商品陈列程序的认识二、连锁店商品陈列的运作程序小结练习题案例分析第八章 连锁企业商品定价策略第一节 商品定价方法一、定价原则二、定价方法第二节 定价决策的程序一、选择定价目标二、确定需求三、计算成本四、分析竞争者的价格五、选择定价方法六、确定商品售价第三节 商品价格管理一、商品价格管理的内容和特点二、商品贡献度分析与毛利目标模型的建立三、应对价格挑战小结练习题第九章 连锁企业的促销策略第一节 连锁企业的广告促销一、广告促销策划方案二、卖点广告促销策略第二节 连锁企业的公共关系一、企业的内部公共关系二、企业的外部公共关系.....第十章 连锁企业的内部组织管理参考文献

章节摘录

在市场经济的条件下，企业的经营战略和具体的营销策略是否科学，在很大程度上决定着企业的前途和命运。组织连锁经营能实现统一管理与分散经营的有机结合，进行集中统一的市场调研和经营战略、营销策略的有机调整。连锁经营企业既可集中一般单个商店难以集中的人、财、物，从事较大规模的市场调查和经营决策的研究，又可以将调查研究的决策结果广泛地推广应用于自己下面的众多分店和连锁店铺。连锁企业实行集中统一的经营战略，不仅有利于节约经营管理费用，而且能够使所有的连锁分店在科学的经营战略和营销策略指导下经营，保持蒸蒸日上的发展势头。同时，这一特点也使众多的连锁分店只需承担连锁总店所分摊下来的很少费用，就能得到以独立策划和很大的投入才能得到的经营决策研究成果，这充分体现了连锁经营中的集中统一与分散经营有机结合的组合优势。

（四）组织统一的、专业化分工与协作相结合的经营管理过程 从企业管理的原理上分析，实行连锁经营就是在商业零售业中采用工业生产中的专业化分工与协作相结合的工作原理，在众多连锁分店所组成的连锁店系统内组织统一的、专业化分工协作的经营管理过程。经过100多年的发展和完善，目前连锁经营企业的经营管理过程已像大工业企业中的工艺分工一样，日趋简单化（simplification）、标准化（standardization）和专业化（specialization），通常称为3s主义，这是连锁经营企业在扩大组织规模、发展连锁网点、开展日常经营活动中，无论企业决策层、管理层还是一般的业务操作人员都必须坚持和遵守的原则。这三点缺少任何一个，连锁经营系统都难以形成。

1.简单化 简单化指为维持规定的工作，创造任何人都能轻松且快速熟悉作业的条件。复杂的作业在短时间内难以掌握，增加熟练的时间就加大了成本投入，解决这一难题的最有效办法，就是将作业内容简单化。而强调简单化绝不意味着减少作业，因为节省基本作业就难以形成系统。所以，简单化是彻底排除“浪费部分、过剩部分、不适部分”，以达到提高作业效率的目的。

以零售和餐饮业为例，作为零售商店，平日顾客来店时间比较分散，而节假日比较集中。在餐饮业的店铺，无论平日还是休息日，中、晚餐时间顾客都比较集中，在一天的经营时间内，忙与闲差异相当大。因此，店铺在用人方面，就涉及到合理配置、减少成本的问题。一般做法是在必要的时间段雇用临时工。但是，作为临时工，又不可能长期工作，这样就需要将店内的作业内容简单化，使初次来店工作人员稍加训练就能迅速地熟悉其作业内容。

《连锁经营管理概论》

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