

朝陽科技大學行銷與流通管理系
展店輔導與管理課程

商品採購輔導與管理

授課講師: 郭正達 Mobile: 0972-616806
宇英通經營管理顧問有限公司 資深經理

No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正達, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

- 一、採購與訂貨技術
- 二、店內(架上)商品補充原則
- 三、供貨廠商管理

No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正達, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

一、採購與訂貨技術

No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正達, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)有效商品的選擇

店鋪確認並進行採購後，於店內陳列或販售之商品，並有一定周轉率的限制條件，稱之為「有效商品」。在販售數量預估值內，能稱之為有效商品，反之為無效商品。



No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正達, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)有效商品的選擇(續1)

成為有效商品的原因

1.商品價格優勢



透過其它通路取得更低進貨成本，並在賣價上訂出低於市場價格，消費者在利之所趨之下，易明顯進行針對通路特定商品進行購買。

參考文獻：中國生產力中心，2006，連鎖加盟商業人才認證教材，經濟部商業司，台北，第326-349頁
No. 20101210：December，商品採購管理與管理，郭正雄，朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)有效商品的選擇(續2)

成為有效商品的原因

2.行銷資源優勢

A.廣告



B.活動資源



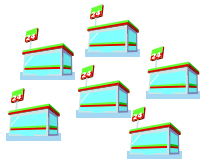
參考文獻：中國生產力中心，2006，連鎖加盟商業人才認證教材，經濟部商業司，台北，第326-349頁
No. 20101210：December，商品採購管理與管理，郭正雄，朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)有效商品的選擇(續3)

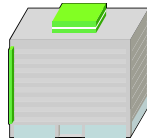
成為有效商品的原因

3.通路優勢

A.數量優勢

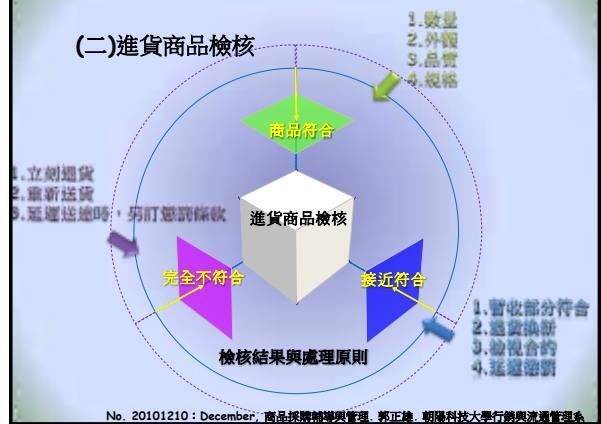


B.品牌優勢



參考文獻：中國生產力中心，2006，連鎖加盟商業人才認證教材，經濟部商業司，台北，第326-349頁
No. 20101210：December，商品採購管理與管理，郭正雄，朝陽科技大學行銷與流通管理系

(二)進貨商品檢核



No. 20101210：December，商品採購管理與管理，郭正雄，朝陽科技大學行銷與流通管理系

(三)採購談判折衝

- 1.交易價格與數量折衝
- 2.交易價格與交易方式折衝(保證數量型/預約下單)
- 3.交易價格與款項支付方式折衝

(三)購買交換(buying exchange)技術的應用

■ 部分連鎖業者的總部活動，如：銷售預測及庫存水準等，可藉由網路平台將資訊提供給供應商，此時若供應商同時為多家連鎖業者的供應商，便可進行適當的整合，更妥善的計劃各項生產與配送需求。

■ 供應商應避免因資訊過度公開，形成替代者或競爭者以較低「價格」進入。

No. 20101210 : December, 商品採購論與管理, 郭正隆, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(三)購買交換(buying exchange)技術的應用

- 連鎖業者本身，便可透過這種方式，進行標準整合，透過數量整併來獲取更大利益。
- 企業具有市場優勢或主導時，可採取此一策略，但仍要避免資訊過度公開，影響總部與各店營運。

No. 20101210 : December, 商品採購論與管理, 郭正隆, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

二、店內(架上)商品補充原則

No. 20101210 : December, 商品採購論與管理, 郭正隆, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

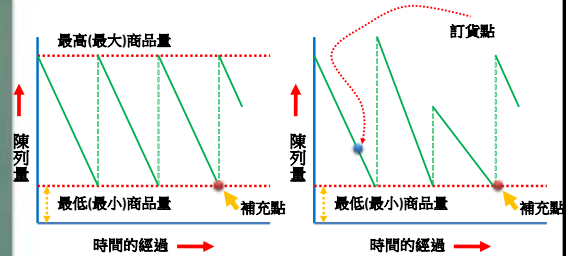
(一)補充的原則

- 店舖內商品必須保持一定的最低(最小)陳列量或使用量,即若低於該量時,則會影響現場營運或造成銷售停頓的情況。
- 商品的補充,應以在最低陳列量以上,以及考量店內成本下,來進行商品的補充。

參考文獻：呂麗雄，2000，連鎖店的商品陳列與管理，連鎖店經營管理實務，台北，第106-118頁

No. 20101210：December，商品採購輔導與管理，郭正隆，朝陽科技大學行銷與流通管理系

(二)補充的方式



圖一、定量補充商品的情況

圖二、定期補充商品的情況

參考文獻：呂麗雄等，2000，連鎖店的商品陳列與管理，連鎖店經營管理實務，台北，第106-118頁

No. 20101210：December，商品採購輔導與管理，郭正隆，朝陽科技大學行銷與流通管理系

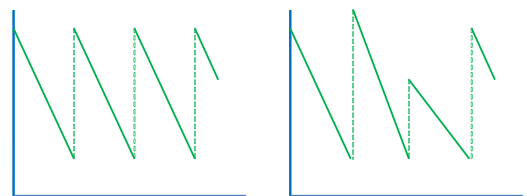
「定期商品採購」與「定量商品採購」？

1. 兩者各有何優缺點？
2. 如果是向加盟總部採購，在估算單月損益時，何者成本有可能較高？
3. 對客戶較有優勢？
4. 對管理較方便？



No. 20101210：December，商品採購輔導與管理，郭正隆，朝陽科技大學行銷與流通管理系

(二)補充的方式(續1)



圖一、定量補充商品的情況

圖二、定期補充商品的情況

No. 20101210：December，商品採購輔導與管理，郭正隆，朝陽科技大學行銷與流通管理系

(二)補充的方式(續2)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

圖一、定量補充商品的情況

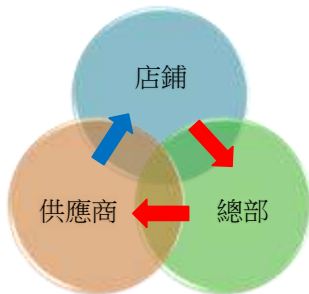
圖二、定期補充商品的情況

No. 20101210 : December, 商品採購補庫與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

三、供貨廠商管理

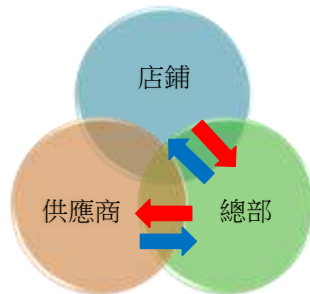
No. 20101210 : December, 商品採購補庫與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)店鋪、供貨廠商與總部間的關係



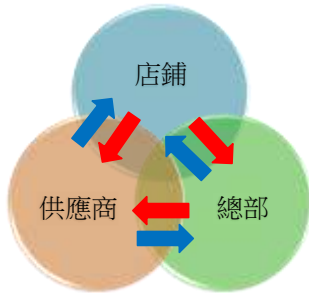
No. 20101210 : December, 商品採購補庫與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)店鋪、供貨廠商與總部間的關係(續1)



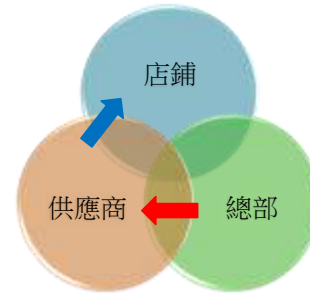
No. 20101210 : December, 商品採購補庫與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)店鋪、供貨廠商與總部間的關係(續2)



No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(一)店鋪、供貨廠商與總部間的關係(續3)



No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(二)供貨廠商管理的效益

- 1.透過管理取得較低的購價，降低原物料成本
- 2.向前整合，使合作夥伴提升競爭優勢
- 3.共同開發，維持創新優勢與品質穩定度

No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(三)共同開發 / 製販同盟的優勢

- 1.增加企業對產品掌握空間
- 2.穩定貨源
- 3.建立與其它連鎖通路的差異化
- 4.增加利潤空間
- 5.與供應商建立更密切關係

參考文獻：呂振雄等，2000，連鎖店的商品策略與管理，連鎖店經營管理實務，台北，第106-118頁

No. 20101210 : December, 商品採購輔導與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(四)供應商與外包作業

- 店鋪有時會將一部分的生產、服務或事業從組織內部移到外部供應商。對於企業而言，可能不是核心競爭力，或企業不擅長，或不想在組織內部執行的。
- 第三方物流(Third-party-logistics, 3PL)可透過部分供應商提供某些物流活動的組合，像是運輸、倉儲、採購、製造、存貨管理和顧客服務。

No. 20101210 : December, 商品採購與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(四)供應商與外包作業(續1)

- 不同於「傳統的」採購管理，往往是較有明確的合作契約或規範，但是對於外包的管理，可能必須重新訓練管理技能(很可能需要其它不同的新技能)。對於外包的管理，重點不只是在於監控每天的績效，還應當評估潛在的進步空間。

No. 20101210 : December, 商品採購與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

(四)供應商與外包作業(續2)

- 1.改善與供應商的雙向溝通
- 2.尋找持續改進的機會
- 3.建立其它評估指標(即時交貨非唯一指標)
- 4.激勵供應商支援組織的意願
- 5.傾聽供應商想法，成為「受歡迎的顧客」

參考文獻：馮揚聲等，2008，核心競爭與外包，供應鏈管理(從觀察到實踐)，台北，第281-304頁

No. 20101210 : December, 商品採購與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系

專心聽講，必有收穫
謝謝

No. 20101210 : December, 商品採購與管理, 郭正雄, 朝陽科技大學行銷與流通管理系