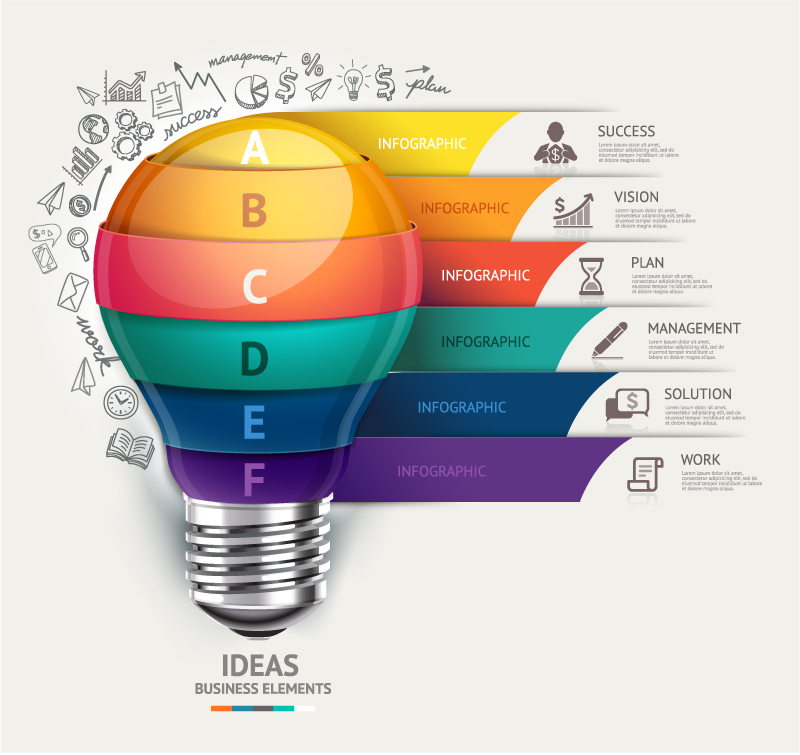
****

**创业计划书**

**XXX有限责任公司**



# 摘要

当下，网络购物在大学生群体中具有广阔的市场，但兴盛的事物也必定有其弊端。网络购物因其虚拟性，使消费者不可以直接接触到货物，放大了购物的不可预知性。并且，由于网络电商领域管理松散，卖家素质参差不齐，在消费者购买到残次品或者不符心意的产品需要退货时往往会遇到很多麻烦。例如卖家置之不理，消费者需要自理不少的一笔运费等等。在此背景下，“寝室网购”有限责任公司成立。

第一章以关心大学生寝室生活、降低网购虚拟化带来的风险为目标，成立“寝室网购”有限责任公司，以期让大学生消费者能得到更高的性价比。利用两张图示鲜明地表现本公司的运营流程：先从电商平台进货，随后检查商品的完好性，分类摆放整齐，再后利用学校各种官方平台进行宣传，提高人气，吸引更多的关注度，最后用两个方面三种方式的模式进行销售。同时，介绍了本公式的独特的销售模式。来店内选购可以以现金支付，也可以用支付宝来快速的付款；同时也支持微信平台上选购，看中商品下单付款后，来店内看到实物后直接领取商品，降低了不确定性带来的风险。除此之外，本公司更拓展出代购服务，以满足消费者各式各样的需求。

第二章公司的产品在安徽财经大学的市场内具有明显的优势。公司代替消费者承担买到残次品的风险，提前在消费者之前筛选货源与真实货品，减轻了消费者购物负担。公司承担运费，降低了消费者购物成本。公司主体为产品实体店，选购商品与退换方便，不存在置之不理、过程复杂的情况。公司选址在校内，便于及时掌握市场动态，根据季节、节日、校内活动调整经营策略，抢占商机。公司同时可以与学校洽谈，争取扶助与合作。公司可根据大学生换届换代特点，进行回收活动开展，践行薄利多销理念，提高消费者参与度与消费量。

第三章公司利用市场广阔、消费对象明确的优势进行经营。在校大学生普遍有网购、参与使用电子商务的经验与体会。前期市场较为成熟，为公司的创建与扩大经营提供了良好的基础。据调查，根据经营方向与模式，本公司在校内市场是唯一一家进行网络电商筛选代购、可供消费者实体挑选的公司。针对个体学生购买，创业者初步打算制定寝室合买优惠策略。针对校内各级学生社团组织，创业者决定均以团购价优惠，专门为活动负责部门开辟订单渠道，由公司挑选货源地、进行代购。针对不同消费群体的销售策略可以使校内的消费需求具有区分度，可以在一定时间内累积一定的关注度与销售量。

第四章公司的选址定在安徽财经大学创业孵化基地内。基地内包含多家自主创业项目公司，种类繁多，行业跨度大。公司可进行跨行业合作，集中不同群体的力量、人脉、资金、货源，为消费群体服务。开展跨行业开展活动，公司可以利用经营日用品其生活化、日常化的特点，为其他行业提供产品服务。创业基地内大学生消费群体关注度高，形成了区域集聚效应。公司在创业最初可以利用基地本身既有的消费客流量，进行宣传，提高品牌知名度，积累客源，为日后扩大公司经营规模积累必要元素，做铺垫。

第五章明确公司的最大竞争对象——淘宝，逐层分析其成功背后的原因以及优势，分别为本土化优势、资源优势以及注重用户体验。另外，完善的支付体系及人性化的购物界面也是淘宝成为电商平台龙头的必不可少的因素。阐明与本公司在哪些方面具有相似之处，并且对于本公司而言，有哪些可取之处。另一方面，表明目前公司与其仍有很大的差距，无论是在经营范围，还是市场规模，都是不可同日而语的。思考如何才能做得比它更好，如何解决它的不足之处，并将这点发展成为自己独特的优势

第六章公司所主营项目是寝室生活日用品，具体模式为网络电商筛选、进货、低价销售，整体经营流程基本没有太高专业技术方面要求。在公司创业初期，公司内部人事管理完全由两名创业者全权负责，分工明确。由创业者A负责产品售前服务。包括筛选货源、商谈进价、运费，负责收货、验货、不合格货品退货等。由创业者B负责产品售后服务。包括通过各种方式寻找外界扶持资源、前期宣传、积累客源、退换售后被退回的不满意产品、接待反馈消费者等。其余采购、宣传、财务目前没有专人负责，由两位创业者交叉完成。预期在公司发展后期招入专人负责。公司为大学生自主创业的成果，创业者包括财务、宣传等后期加入负责人在内都为安徽财经大学校内学生，所有项目自负盈亏，不存在薪金问题，减轻了公司的人事成本。

第七章通过几张审批业务流程图和风险控制图，仔细地说明了公司内部采购的过程，表明公司注重控制成本会计方面，有效减少在资源配置方面的浪费，提高公司净利润。除此之外，明确公司的运营流程，细致各部门的分工和职能，不仅提升了工作效率，也因这种有条不紊地工作节奏在消费者心中树立起积极的形象，无形中为公司打广告增加了销量。

第八章针对于公司定价、囤积的货物、商品的更新以及团购市场的冲击，进行了具体分析。通过分析各种情况带来的风险，明确了经营的目标和方式，同时也开拓了经营的范围。售价低于网络平均价加运费，而囤货可以通过换购活动、清仓让利促销以及跟随行业大潮流——双11购物狂欢节等形式，尽快地处理销售完。公司将会密切关注大学生日常生活的需求和时节的变化，适时地推出不同的热销商品，改变自身的经营目标，从而保持销量。与此同时，将消费对象尽可能地扩大，从个人到团体，达到一种类似团购的效果。

第九章公司作为校内首家寝室生活用品公司，作为一个基础十分薄弱的新兴创业项目，具有广泛的可能性与广阔的市场前景。注意到公司的可持续发展性，创业者做出以下发展设想。引入会员制度。单笔购买或者累计消费超过一定消费额度，可以加入公司会员。会员优惠包括价格优惠、宣传推送、新品试用赠送等等。其次，为切实迎合现当代大学生购物的习惯，可以考虑开发公司专属APP，鼓励在校大学生消费群体在APP客户端进行下单，进行优惠打折，达到吸引消费者的目的。后期可以进一步开发APP，进行产品介绍、新品推送等等附加功能。与此同时，引入更成熟公司经营管理模式，简称四叶草模式。增加公司成员数量，由初始创业者负责对专项负责人进行培训和指导，专项负责人继而培训新加入业务成员。为配合规模的扩大，公司的经营范围势必会扩大。可以由目前的寝室日常用品转为全校大学生的各种货物。宣传、财务、采购交予专人负责，优先选择校内有相关专业背景的学生。新增物流服务，送货上门，校内半日到货。成立售后团队，提供全程校内服务。争取随着公司规模的逐步扩大，仍旧能给消费群体带来便利、超值的消费体验。

目录

[第一章公司介绍 8](#_Toc404115537)

[第二章产品服务 10](#_Toc404115538)

[第三章市场 13](#_Toc404115539)

[第四章地点 16](#_Toc404115540)

[第五章竞争 18](#_Toc404115541)

[第六章人事与管理 21](#_Toc404115542)

[第七章财务分析 23](#_Toc404115543)

[第八章风险分析 27](#_Toc404115544)

[第九章成长与发展 29](#_Toc404115545)

# 公司介绍

我们以“为了优化大学生寝室生活”为目的，成立“寝室网购”有限责任公司，希望能为针对大学生为消费者的群体争取到更高的性价比。公司目前仍处于萌芽阶段，各方面运营尚未成熟。下面简单介绍一下公司的运营模式。

首先，由采购部从电商平台比价后进货，相等的价格我们要更高的质量，相等的质量我们要更低的价格。与电商平台上的店家商量，以批量采购的形式，获得商品售价上的优惠或者包邮。其次，商品到达后，检查是否有损坏的现象，公司要确保到消费者手里的必须是完整无缺的商品。如有破损，及时与店家联系，商量如何解决，完成退货换货的程序。将检查后的商品分类后摆放整齐，便于到店中选购的消费者能最快地找到自己所需要的商品。再次，我们利用学校的官方平台（比如安财精灵、创业孵化基地）进行宣传，吸引更多的消费者。同时我们可以顺应节日气氛，做适当的买赠活动来提高销售量。最后是销售，这是本公司的一大亮点，我们将其分为两个方面三种方式，下面会具体地介绍。

销售方式，我们分为店内交易和微信选购。店内交易又分为在店内看好商品后以支付现金的方式消费，以及在店内用支付宝的方式付款，这样还可以获得代金券，享受其他形式的优惠。微信选购是指我们在自己的公众号上，定期更新店内商品的信息。消费者可以在微信上直接选购，直接完成付款，然后到店内看到商品实物后直接取走。

**微信选购**

**支付宝**

**现金**

同时可以在微信平台上下单，享受优惠

也可以用支付宝的方式付款（有代金券等优惠活动）

在店内看好商品后以支付现金的方式消费

另外，公司还有意向与学校合作，学校各级学生组织举办活动需要大量装饰用品（比如气球、彩带等等），可以从本公司购买，这也是一笔较大的订单。除此之外，对于公司没有的商品，如果消费者有需要，也可以向我们咨询，我们会恰当地提供代购的服务。

正如公司的口号“我们帮你承担风险，我们帮你货比三家”，我们始终坚持将消费者的需求放在首位，努力完善公司经营方面的不足之处，帮助消费者以最低的价格得到最好的服务和商品。

# 第二章产品服务

实体店的经营方向与模式理念在安徽财经大学大学生创业孵化项目中独树一帜，具有鲜明的优势。

1. 承担风险。实体店内展出商品实体，便于消费者即在校大学生亲眼、实地进行选购。与网购的弊端截然不同，产品实体店大大降低，甚至可以说消除了网购因商品虚拟化而带给消费者的风险。意外收到残次品、产品因各种原因要求退货的风险全部由实体店承担，这种明显的特性提高了消费者消费的信任度，作为潜在影响因素可以带动项目发展、推动销量。
2. 承担运费。电子商务卖家往往通过降低产品售价，同时提高运费的形式来提高单笔销售量。售价看似降低，其实仍然从消费者处牟取高额利润。实体店的经营从消费者本身考虑，避免了这种恶性加价。顾客从实体店购买产品无需付任何运费，运费在进货时完全由创业者承担。虽然在标价时，产品售价会比电子商务网站上同种商品的报价略高，但实体店已经过滤了运费，并且承诺，单笔零售价不超过网络平均报价加运费之和，将薄利多销、实惠学生的理念落到实处。
3. 退换便捷。前期调查显示，多数大学生在电子商务网站买到不符要求产品之后，都因为要自理运费、卖家无视、卖家不予退换等等理由而不能最终得到自己想要的产品或服务。这是电子商务网络流动性虚拟性的一大弊端体现。实体店很好的克服网购了这一缺陷，固定的店面、可触的产品使消费者无论是在选购还是在退货时都体会到便捷的服务。此外，创业者做出承诺，一定天数之内无损退货，甚至可提供上门退换服务。
4. 快速掌握市场动态。实体店位于安徽财经大学大学生创业孵化基地内，创业者均为安财学生，亲身体验消费者主体的消费需求，可快速感知校园市场走向，迅速抓住市场商机；掌握校园动态，为需要的活动提供可售出的产品，提高销售量；方便进行市场调查反馈，了解消费者心理、意见等等，以便更好地调整计划策略。

举例说明，实体店的主营产品是宿舍日常用品，可根据本地季节、节日等等的变化，顺应改变主打产品。例如入秋入冬主推寝室加湿器，春夏天主推便携插座式电扇，身在学生群体中及时预测感知学生的需要，抓住市场时机。

1. 充分学校资源。实体店的主打经营方向是寝室内的日常用品，在适当时机也可加入其他产品。创业者可以与学校后勤处联系，分流部分订单，有针对性的选择消费群体，降低售价，便利学生。此外可以用多种方式与学生处后勤处合作，包括提供部分货源等等，真正做到从实处实惠学生。

此外，校内各级学生团体、组织举办活动需要采购活动所需物品时，可通过实体店进行代购。实体店帮助大学生筛选货源、承担运费、不满意退换，并且承诺售价不高于网络平均定价与运费之和。

1. 回收再利用。实体店引入绿色环保理念，倡导大学生将在本店所购买的产品，当不再需要或离校时退回本店，所返还的金额由产品的折旧率核算（基本定在30%——40%）。创业者将回收的旧产品有选择地退还给货源地卖家，所退回金额将用于扩大进货、经营。

此项决策不仅践行传播了绿色环保可持续理念，并且可预见地，旧货返还对于大学生具有一定吸引力，可提高产品销售量。从进货、卖出、回收、收取回收金额，将实体店产品的有效利用价值最大化，最大程度上开采挖掘产品的价值，资金全部用来生产，利于经营的扩大。

1. 薄利多销策略。安徽财经大学具有一定规模的学生群体数量，实体店的主营范围是寝室日常用品系列，科技含量小、更新换代慢，适合走薄利多销战略。创业者可以根据实际情况系列推出单笔满额之后转团购，价格优惠。利用校内各种大型文娱、学术、体育活动开展的机会，开辟专门订单渠道，提供代购折扣优惠。利用薄利多销，真正践行实惠学生理念，在创业初期赢得口碑，吸引消费者，群体性购买参与消费，扩大销售规模、提高销售量。

# 第三章市场

实体店利用市场广阔、消费对象明确的优势进行经营。

首先，在校大学生普遍有网购、参与使用电子商务的经验，并且有相当数量的学生对于网购操作十分熟练。网购本身有利有弊，利用网购的消费主体多，对于网购的弊端颇为诟病苦恼的消费者也一定不在少数。实体店将把网购虚拟店铺作为竞争对象，针对其弊病进行改善提高，从侧面提现实体店购物的优势。广阔的网购背景其实是实体店经营学习、提高改善的前提。原型市场较为成熟，为实体店的创建与扩大经营提供了良好的基础。

其次，根据前期市场调查，安财校园内还没有任何一所与实体店性质类似、经营方向一致的创业项目。没有类似的实体店为学生的提供服务，降低了竞争的强度，也大大减少了误入恶性竞争的可能性。没有同类竞争店铺使得消费主体被产品服务吸引时，只有选择实体店一个选择。基本确定了选择的结果，可以使校内的消费需求高度集中化，可以在一定时间内累积一定的关注度与销售量。当然不排除实体店经营致后期，有类似店铺的出现。但作为安财校园内的第一家提供寝室日常用品购买服务的实体店，已经积累了相当的客源。消费主体即大学生具有一定的选择固定性，客源分散会发生但在短时间内不会影响实体店销量。并且经营者可以根据实际情况在日后进行产品销售策略的调整。

实体店的主体消费对象为安徽财经大学校内学生。安徽财经大学现有全日制在校大学生16267名，每年有约4000名新生被录取，具有一定消费规模。大学生主体来自不同的地区城市，各自所持有的消费水平不同。实体店所主营的产品为日常用品，价格低廉、科技含量少，且创业者定价承诺不超过网购、运费平均价，价格尽量可以照顾到大多数大学生的消费购买力，使消费对象可以基本包括全体在校大学生。

针对个体学生购买，创业者初步打算制定寝室合买优惠策略。根据实际情况，安徽财经大学东校区为五人一寝，可以宣传鼓励多寝室合买，价格以百分之降低。或推出积分卡活动，以个人名义帮多数学生购买超过限定数量即累积一定积分，积分累加至一定程度可参与实体店内抽奖、附加礼品相送等等活动。

针对校内各级学生社团组织，创业者决定均以团购价优惠，专门为活动负责部门开辟订单渠道，由实体店挑选货源地、承担残次品退货风险，进行代购。代购物品依然按照实体店定价进行销售，承诺低于电子商务网站平均报价，但由下单负责人承担运费。此举是考虑到校院班级活动订单，单种产品数量不会在少数，并且所需物品种类繁多，货源地可能会较为分散，故特意开辟专门订单渠道，由活动负责部门承担原运费，但与此同时实体店代购并且保证售价低于网络平均售价。

针对学校，创业者充分利用可利用资源。安徽财经大学有大学生创业孵化基地这一创业的专门地区，有老师进行专业咨询指导。并且可以进行申请，在获得批准后领取一定额的创业基金。这些都是可供创业者积极利用的资源。实体店还打算与校后勤处、学生处合作，分流少数部分学生的需求，在双方洽谈同意之后由实体店接手从货源地进部分产品，再以承诺低价开放给学生挑选。

简言之，实体店铺的市场基础是网购市场，基本意图是克服网购的诸多弊端，利用资金降低售价、免除运费，吸引在校大学生消费主体的关注，通过和学生组织、校方合作，扩大规模，提高销售量。

# 第四章地点

# 公司的创建，地点在其中也扮演着不可忽视的角色。好的公司创建地点可以恰当地迎合消费群体需求，快速掌握市场动态，作出准确的经营策略调整。

# 公司的选址定在安徽财经大学创业孵化基地内。安财大学生创业孵化基地是综合性、集中性的大学生创业地区，基地内包含了数家大学生自主创业项目公司。选址在此有以下几点原因：

1. 基地内包含多家自主创业项目公司，种类繁多，行业跨度大。不同行业之间可以进行管理经营模式、客源、扶助、创业创新心得等多方面交流。
2. 跨行业合作。当大笔订单渠道开辟，公司可以联合周围众多店铺公司共同完成大笔订单内容。通过与众多公司合作的形式，提高基地内部的区域协作程度，利用“1+1＞2”效应，使多家公司共同获利，也可以集中不同群体的力量、人脉、资金、货源，更好地为安徽财经大学内学生消费群体服务。
3. 跨行业开展活动。不同行业所关注的消费群体，与不同消费群体之间的消费需求是不一样的。当众多行业聚集的时候，公司可以利用经营日用品其生活化、日常化的特点，为其他行业提供产品服务。例如，其他店铺举办促销活动，公司可以为其提供附赠礼品，要求是其他店铺为公司做宣传，或者进行更紧密的联系合作，如将公司列为定点获取产品处。
4. 创业基地内大学生消费群体关注度高，形成了区域集聚效应。公司在创业最初可以利用基地本身既有的消费客流量，进行宣传，提高品牌知名度，积累客源，提高交易量，为日后扩大公司经营规模积累必要元素，做铺垫。

# 第五章竞争

对于竞争方面，只有一个问题：为什么消费者不直接上淘宝？

先说说淘宝的成功有哪些优势。第一，淘宝的本土化优势。于是本土出生，淘宝拥有了更多竞争对手所没有的本土优势。例如淘宝网开发的“旺旺”交易软件可以使用户之间在交易时进行讨价还价，符合了中国人的交易习惯。而相比之下，其他的电商平台只能单纯地下单、确认付款。可以说，淘宝的成功，在很大程度上，归功于淘宝对中国文化及中国网民的消费习惯的深入体会，以及对网上购物的发展状态的预期。第二，淘宝的资源优势明显。淘宝网是阿里巴巴旗下的网站，这也就是说它间接拥有了阿里巴巴的丰富商业资源。目前阿里巴巴已经汇集了220个国家和地区的550万会员，每天能够向全球提供640万条商品供求信息，年交易额已经接近100亿美元。  第三，注重用户体验，服务优势明显。淘宝之所以在两年多时间内迅速崛起成为中国市场第一，坚持免费原则是一个原因，更重要的是淘宝网在注重用户社区体验以及客服中心的建设上的努力是分不开的。

淘宝为用户提供了庞大的信息量，满足了大部分用户的需求 ；以购物为目的行为，配合其他信息的服务，促进了商品浏览量，进而促进了商品的成交率；阿里巴巴、阿里软件、阿里妈妈、淘江湖、口碑网、淘宝平台环环相扣为卖家解决了从货源，库存到推广销售等一系列的问题；社区营销提升了商品的交易率。

作为电商平台，成功也离不开完善的支付体系。淘宝网购物体验，通过签约数十家银行，为用户网络购物解决跨平台支付的困难，采用第三方支付平台来、购物手机短信校验码、支付宝数字证书，支付顿等措施来保证用户购物过程的担忧和安全隐患。尤其是：淘宝签约建行，邮政储蓄银行等银行发行的淘宝卡，无需开通网银行，皆可通过手机的校验码，来进行消费支付。

除了以上几点外，淘宝的购物界面也是一大亮点。首先，页眉的建设很简洁清晰、将LOGO登录注册放于左上角，引起人的第一注意力。 其次，颜色选择以白色为主，橙色为辅，关键部位使用橙色，给人欢快，舒畅的节奏感。 再次，将搜索引擎放于页眉的中心部分，突出商品的信息搜索，凸显信息量大，搜索引擎的重要性。 接着，搜索引擎中的导航分类模块按重要性、使用程度不同呈现大小不同的视觉效果。这样既保证了功能的全面，也保证主次的分明。最后，页脚的建设也非常人性化，除一些公司的基本信息、网站地图、法律声明之外，将阿里巴巴集团旗下产业一字排开，呈现出集团性，将其产业链呈现。另外呈现出作为互联网企业、电子商务必备的证件及公司的一些荣誉，给人以安全感和信任感，同时放上用户够买过程成可能碰到的问题的解决方案。

凭借上面几个方面的优势成为电商平台的龙头，与我公司相似之处在于我们是在交易时进行面对面地讨价还价，而他们是同时聊天软件进行；淘宝客服注重用户体验，我们的消费对象是身处同一个校园的同学，必然重视同学使用后的感受。在日常生活中，我们可以与同学交流商品的使用心得，征询消费者的意见和建议，做到商品更加大众化、服务更加人性化。

# 第六章人事与管理

# 公司所主营项目是寝室生活日用品，主要经营方式是在电子商务网站筛选客源、进货、承担损坏风险与运费，践行薄利多销的理念，低价销售给大学生消费群体。整体经营流程基本没有太高专业技术方面要求。

目前，公司创业仍属于初期，由两名创业者合作创业，公司内一切日常经营事物也由两名创业者承担。其具体细节分工如下：

1. 由创业者A负责产品售前服务。包括在电子商务网站上寻找、筛选货源，与发货上家商谈折扣、运费，以便降低成本而达到盈利目的。并且由创业者A负责收货验货，剔出残次品退还商家等。
2. 由创业者B负责产品售后服务。包括利用大学生创业孵化基地、大学生创业协会等外界扶持资源，进行前期宣传，积累客源。在学校举办各种活动、节日期间，拉拢客源。负责退换售出后被消费者退回的不满意产品，接待反馈消费者。
3. 财务方面，在创业初期没有专人负责，由两名创业者共同管理。计划在公司扩大经营规模，走上日常经营正轨之后聘请专人负责公司的财务管理。包括收支损益、扩大投资、借贷平衡等等。
4. 宣传方面，与财务一样，在创业初期并没有专人负责。由两名创业者共同承担责任，由负责产品售后的创业者主要负责。
5. 人事成本。公司为大学生自主创业的成果，创业者包括财务、宣传等后期加入负责人在内都为安徽财经大学校内学生，学校已经给予大学生创业一定的扶持，所有创业自负盈亏，不存在薪金问题。

# 所有创业者包括后期加入合作者，均为在校全日制大学生，并非全职时间经营公司。公司会根据经营者的时间，综合调整经营时间，尽量给予大学生消费群体便捷的消费体验

# 第七章财务分析

1）请购审批业务流程

1．请购审批业务流程与风险控制图

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **请购审批业务流程与风险控制** | | | | | | |
| **不相容责任部门/责任人的职责分工与审批权限划分** | | | | | | **阶段** |
|  | 总经理 | 财务总监 | 采购部经理 | 采购专员 | 相关部门 |
|  | 权限外  审批  审批 | 审核  权限内  审批 | 否  审核  审核  否 | 采购范围内  是  **6**  **5**  结束  按照预算执行进度办理请购手续  是  预算内  **3**  **4** | **2**  填写“采购  申请单”  汇总、整理  采购申请  呈交“采购申请单”  检查库存物资储存情况  **1**  相关部门提出采购申请  开始 | D1  D2  D3 |

2．请购审批业务流程控制表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **请购审批业务流程控制** | | |
| **控制事项** | | **详细描述及说明** |
| 阶段  控制 | D1 | 1．生产部和仓储部等物资需求部门根据企业相关规定及实际需求提出采购申请  2．请购人员应根据库存量基准、用料预算及库存情况填写“采购申请单”，需要说明请购物资的名称、数量、需求日期、质量要求以及预算金额等内容 |
| D2 | 3．采购部核查采购物资的库存情况，检查该项请购是否在执行后又重复提出，以及是否存在不合理的请购品种和数量  4．如果采购专员认为采购申请合理，则根据所掌握的市场价格，在“采购申请单”上填写采购金额后呈交相关领导审批 |
| D3 | 5．如果采购事项在申请范围之外的，应由采购部经理、财务总监逐级审核，最终由总经理审批；如果采购事项在申请范围之内但实际采购金额超出预算的，经采购部经理审核后，财务总监和总经理根据审批权限进行采购审批；在采购预算之内的，采购部按照预算执行进度办理请购手续  6．采购专员按照审批后的“采购申请单”进行采购 |
| 相关规范 | 应建  规范 | 🗍采购申请制度  🗍请购审批制度 |
| 参照  规范 | 🗍《企业内部控制应用指引》 |
| 文件资料 | | 🗍采购申请单  🗍采购预算表 |
| 责任部门  及责任人 | | 🗍采购部、财务部、生产部、仓储部  🗍总经理、财务总监、采购部经理、采购专员 |

2）采购预算业务流程

1．采购预算业务流程与风险控制图

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **采购预算业务流程与风险控制** | | | | | | |
| **业务风险** | **不相容责任部门/责任人的职责分工与审批权限划分** | | | | | **阶段** |
| 总经理 | 财务总监 | 财务部 | 采购部 | 相关部门 |
| 如果采购预算编制依据不科学、不合理，会造成企业资源浪费  如果请购与审核、审批部门不分离，容易产生徇私枉法行为，造成资产流失  如果采购预算调整未经适当审批或超越授权审批，可能会产生重大差错或舞弊、欺诈行为，从而使企业遭受损失 | 审批  审批 | 审核  审核 | 下达新的采购预算方案  资料归档  提出采购  预算调整申请  **6**  编制“采购预算调整方案”  执行新的采购预算方案  **3**  **2**  组织执行  采购预算  编制“年度采购预算表”  汇总、整理  采购预算 | 严格执行  采购预算  结束  **5**  实施采购活动 | **4**  各部门编制本部门采购预算  **1**  开始 | D1  D2  D3 |

2．采购预算业务流程控制表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **采购预算业务流程控制** | | |
| **控制事项** | | **详细描述及说明** |
| 阶段  控制 | D1 | 1．各生产单位根据年度营业目标预测生产计划，据此编制年度物资需求计划，并编制采购预算；仓储部根据企业相关规定和生产用料计划编制采购预算；研发部、行政部根据实际需求编制采购预算  2．财务部预算专员负责汇总、整理各部门提交的采购预算  3．财务部预算专员根据上一年度材料单价、次年度汇率、利率等各项预算基准编制企业“年度采购预算表”，财务部经理签字确认后，报财务总监审核、总经理审批后严格执行 |
| D2 | 4．请购部门根据实际需求提出采购申请，采购部采购专员应根据市场价格填写采购金额，依据企业相关规定以及生产需求情况，判断采购是否合理。如果采购申请合理，提交相关领导审批；不合理的采购申请，则退回请购部门 |
| D3 | 5．调整采购预算的原因包括超范围采购或超预算采购两种。由于市场环境变化，如采购物资的价格上涨，导致实际采购金额超出采购预算或生产突发事件导致采购预算外支出等。此时，采购部必须提出采购预算调整申请，即追加采购预算  6．财务部接到采购部的预算调整申请后，根据实际情况，参照企业的相关规定进行核对，并编制采购预算调整方案，提交财务总监审核、总经理审批 |
| 相关规范 | 应建  规范 | 🗍采购申请制度  🗍请购审批制度  🗍预算管理制度 |
| 参照  规范 | 🗍《企业内部控制应用指引》 |
| 文件资料 | | 🗍“销售计划”  🗍“生产计划”  🗍“年度采购预算表”  🗍“采购预算调整方案” |
| 责任部门  及责任人 | | 🗍采购部、财务部  🗍总经理、财务总监、采购部经理、财务部经理、采购专员、预算专员 |

# 第八章风险分析

一般商品定价是创业者最为困难的决定，价格过高就缺乏竞争力，而价格过低呢，又无利可图。举个例子来说，一件商品在淘宝上的平均售价为10元加上运费5元，基本上这件商品需要15元。我们通过与电商平台的卖家进行商榷，希望通过批量采购的形式，以低于10元的价格，或者免除运费等各种优惠方式，取得低于10元的成本价。然后我们将售价定在12-13元之间。这样一来，我们既取得中间差价的利润，同时消费者也得到了一些优惠。换而言之，本公司的售价低于网络平均价格加上运费。

本公司采取的是先电商平台进货的采购方式，这可能会导致一种结果：会有部分囤货。对于销量较好的商品，不太会出现这种情况；但是对于不太受消费者们欢迎的商品，很有可能会这样。本公司在发生这样的情况后，会采取一系列的促销活动。譬如，我们会有1.换购活动。当消费者买满50元之后，可以以半价的优惠换购指定的一件商品。2.特价活动。特定的部分商品我们会在固定的每周一天中，以八折的优惠出售。3.就双11等购物狂欢节，商品大幅降价出售。

随着社会的快速进步，人们对消费品的更新剫也是大大提升了。本公司主要根据不同时节的变换，销售不同的商品。譬如，冬天寝室里开了空调就会比较干燥，本公司就热卖小型USB加湿器；到了夏天，本公司就会以无扇叶、靠空调对流的小电扇为主打。本公司会实时关注大学生的需求，以调整自己经营方向。从店面单一地出售商品，到能应时地改变自己的策略，来努力提高销量。

提高销量不仅要从季节入手，更要通过消费对象来改变。我们可以将消费对象从原本的一人两人，扩张到一个寝室两个寝室。譬如，一个寝室的同学一起来购买，我们可以进行买赠活动。买四件同样的商品，我们赠送一件。这样一来，可以起到类似于团购的效果。不仅有利于消费者，更是达到了公司本身薄利多销的经营理念。

# 第九章成长与发展

# 公司的主营方向来看，其创建在安徽财经大学校内是首家。作为一个基础十分薄弱的新兴创业项目，公司同时也具有很多的可能性与广阔的市场前景。

创业者计划在创业初期主要提高品牌关注度，注意积累固定客源。后期发展中可以加入众多改进，目前设想包括：

1. 引入会员制度。单笔购买或者累计消费超过一定消费额度，可以加入公司会员。会员优惠包括价格优惠、宣传推送、新品试用赠送等等。具体会员优惠待商定，可以根据公司发展实况和消费需求、市场变动进行变动。
2. 开发专属APP。将公司与网络电子商务联系起来，但并不带入电子商务虚拟性的弊端。开发公司专属APP，鼓励在校大学生消费群体在APP客户端进行下单。同时可以在公司亲身体验、亲眼筛选产品，避免复制淘宝等电子商务网站购物模式。公司仍以实体产品为主体，但APP可以切实迎合现当代大学生购物的习惯，同时打消其购买到残次品、退换承担运费的顾虑。此外，经营者可以进一步开发APP，进行产品介绍、新品推送等等附加功能。
3. 引入更成熟公司经营管理模式，简称四叶草模式。扩大公司成员规模，成员自主运营。可以让加入成员边学习边“工作”，把在课堂上学习的知识应用到实际中去，初始创业者负责对专项负责人进行培训和指导，专项负责人继而培训新加入业务成员，实现知识、技能、经验和资源的传承。
4. 为配合规模的扩大，公司的经营范围势必会扩大。可以由目前的寝室日常用品转为全校大学生的各种货物。

基本设想为：

1. 采购：所有商品均来自电子商务网络的正规渠道商，百分百正品低价保障
2. 宣传：专人负责，可优先选择校内广告系、新闻系、校网络工作站记者团学生，参与公司的宣传
3. 物流：送货上门，校内半日到货
4. 售后服务：成立售后团队，提供全程校内服务
5. 投资：无需更多额外投入资金，可支持公司日常运转即可，自负盈亏。