

Delphi

构建进销存系统

——POS 系统开发实例

- ◆ 零售业的信息化
- ◆ 零售业数据库概念及分析
- ◆ 丰富的函数库



黄文钰 编著



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



Delphi

构建进销存系统

——POS 系统开发实例

责任编辑：张秋香

封面设计：王小波

◆ 行业知识与专业开发技术相结合

本书结合零售业的行业知识来讲述 Delphi 的程序设计，其最大的优点在于通过学习和研究本书的内容，不仅能使读者学习到深层次的 Delphi 开发技术，而且也使读者熟悉了零售业相关的行业知识，然后直接运用学到的知识，开发实用型的应用程序。

◆ 软件工程的理论和技术

通过本书将同时学习到用于软件工程的软件开发方法和技术。由于零售业是一个相对复杂的信息系统，本书的范例又几乎接近“实用化”，因此必然造成本书的范例程序有大量的代码。本书的作者显然有着丰富的软件工程经验，因此在这些代码中很自然地融入了软件工程的思想和技术。

◆ 条形码系统的深入剖析

条形码的知识和相关的开发技术是每一位零售系统开发人员必须面对的问题，本书用了相当大的篇幅，深入细致地讲解了这一部分的专业知识，是不可多得的学习和参考资料。

◆ 零售业前、后台程序实例

本书的前半部分侧重于行业知识和相关的 Delphi 开发知识的讲解，后半部分集中对零售系统（前台和后台）逐步地进行讲解，同时分析相应的 Delphi 源代码，这样就使读者能够循序渐进地理解并掌握一个比较复杂的系统。

◆ 零售业的硬件控制

本书对开发零售系统所需要的一些常用的硬件设备的工作原理、程序设计方法以及硬件设备的技术参数都作了比较详尽的介绍。当读者要进行一个零售系统的开发时，本书是一本很有价值的参考书。

光盘内容：

- ◆ 前、后台零售系统的全部源代码
- ◆ 一般公用库
- ◆ VCL 函数库

ISBN 7-900637-38-9



9 787900 637383 >

定价：55.00 元（含 1 张光盘）

文魁资讯授权出版，
限于中国大陆地区发行销售。

Delphi 构建进销存系统 ——POS 系统开发实例

黄文钰 编著

本书附盘可从本馆主页 <http://lib.szu.edu.cn/>
上由“馆藏检索”该书详细信息后下载,
也可到视听部复制



A0969345

清华大学出版社

(京)新登字 158 号

内 容 简 介

随着零售行业的迅猛发展,应用于零售业管理的各类软件的需求量也在急剧增加。本书首先从零售业的行业知识讲起,然后逐步深入,并结合具体实例和流行的开发工具——Delphi 带领读者进入专业化的零售系统开发的殿堂。通过阅读和学习本书的内容,不仅可以了解当今零售行业的专业知识,而且可以全面地掌握整个零售系统的设计思路 and 开发技术。

全书分为 3 大部分:第 1 部分主要介绍零售业的行业知识,由 1~4 章组成;第 2 部分则结合具体的实例和流行的开发工具来讲解具体的编程技术,由 5、6 章组成;第 3 部分是附录内容,分别对组件的安装、常用编程技巧和安装程序的制作进行了详细的介绍。

本书是所有对零售系统和 Delphi 开发工具感兴趣的读者不可多得的一本好书。

本书繁体字版名为《Delphi 零售业建构实务》,由文魁资讯股份有限公司出版,版权属黄文钰所有。本书简体字中文版由文魁资讯股份有限公司授权清华大学出版社独家出版。未经本书原版出版者和本书出版者书面许可,任何单位和个人均不得以任何形式或任何手段复制或传播本书的部分或全部。

北京市版权局著作权合同登记号:图字 01-2001-3797 号

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

书 名: Delphi 构建进销存系统——POS 系统开发实例

作 者: 黄文钰 编著

责任编辑: 张秋香

出 版 者: 清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

印 刷 者: 清华大学印刷厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787×1092 1/16 印张: 31.75 字数: 770 千字

版 次: 2002 年 3 月第 1 版 2002 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-900637-38-9

印 数: 0001~5000

定 价: 55.00 元(含 1 张光盘)

序 言

零售业一直在不断地蓬勃发展。要编写零售业所需的程序，除了必须了解程序语言外，也必须了解零售业各方面的相关知识。本书收集了零售业所必须要有一些知识，可以让初学者以最快的速度学会零售业软件的设计方法。

Delphi 是一种高级语言，也可以控制硬件，不但容易使用而且开发速度也相当快。本书不但有相关的程序范例，也附上了完整的程序源代码，可以让读者边看边学。并且利用强大的 Delphi VCL，让读者能够轻松地开发出可以重复利用的 VCL 组件。

本书还收集了相关的零售业管理知识，让读者可以了解零售业在管理时必须与软件结合的相关知识，这样可以让读者更深入地了解程序设计的意义所在。

本书提供了与零售业硬件相关的资料，可以让读者在设计软件时也可以兼顾到硬件的相关设计技巧。因为零售业的相关硬件非常多，如果只有软件而没有硬件的支持，那所设计出来的软件也将会逊色很多。

本书主要内容如下：

第 1 章，首先分析了当今零售业信息化的现状和未来的发展趋势，然后比较具体地阐述了零售业中的采购、订货、库存管理、门市运作流程、货架的陈列以及商品盘点等相关专业知识。

第 2 章，集中讲述了零售业中一项非常重要的技术——条形码。不仅讲述了条形码的概念，而且对条形码的分类、各类条形码的组成以及扫描识别等技术进行了深入的讲解，可以说本章所介绍的内容是成为零售管理系统设计和编程专家所必备的知识。

第 3 章，该部分由 9 个专题构成，分别介绍了条形码扫描仪、票据打印机、客户价格显示器、条形码打印机、盘点机、可编程键盘、钱箱、收款台专用小显示器和刷卡机等 9 种外围硬件的原理和相应的开发技术。本章内容几乎涵盖了实际工作中零售系统中所有常用外围硬件。

第 4 章，本章不仅介绍了数据库技术中的一些实用性知识，而且结合零售业的特点介绍了如何分析具体的业务进而设计出结构合理的数据库，以及如何进行数据库的各类操作。

第 5 章、第 6 章，在这两章中作者具体地讲述了一个实际的零售管理系统的后台和前台程序的详细的开发步骤和技术。如果您对编程，尤其是零售系统和 Delphi 开发工具感兴趣的话，建议您一定要仔细研读这两章的内容，相信一定会有很大的收获。

目 录

第 1 章 零售业管理简介	1
1.1 商品管理概要	1
1.2 采购与订货	5
1.3 库存管理	7
1.4 门市运作流程	8
1.5 货架的陈列	9
1.6 盘点的原则	11
1.7 具体落实零售业客户关系管理	12
第 2 章 商品条形码简介与应用	15
2.1 基本概念	15
2.2 条形码的种类	17
2.2.1 Code 39 码	17
2.2.2 Code 128 码	22
2.2.3 UPC-A 码	25
2.2.4 UPC-E 码	26
2.2.5 UPC-A 转 UPC-E	27
2.2.6 EAN-13 码	27
2.2.7 EAN-8 码	30
2.3 条形码的组成结构	32
2.4 商品条形码的介绍	34
2.5 商品条形码的应用	37
第 3 章 外围硬件的控制	39
3.1 条形码扫描仪	39
3.2 票据打印机	42
3.3 客户价格显示器	43
3.4 标签机	45
3.5 盘点机	48
3.6 可编程键盘	51
3.7 钱箱	52
3.8 收款台专用小显示器	53
3.9 刷卡机	54
3.10 硬件控制	55

3.11	票据打印机的程序设计(含机箱).....	64
3.12	客户价格显示程序的设计.....	76
3.13	标签机程序的设计.....	84
3.14	盘点机程序的设计.....	94
第 4 章	零售业数据库概念	103
4.1	数据库常识.....	104
4.2	分析数据库.....	108
4.3	设计数据库表.....	109
4.3.1	数据库表.....	109
4.3.2	基本表.....	111
4.3.3	AB 表.....	111
4.3.4	标准代码表.....	112
4.3.5	设计进出货表.....	113
4.3.6	设计前台销售数据表.....	115
4.4	连接数据库.....	117
4.4.1	相关子程序制作(注册表存取).....	117
4.4.2	使用 ODBC 连接 Access 数据库.....	124
4.4.3	利用 Delphi 指令自动连接 ODBC.....	126
第 5 章	后台程序实例	129
5.1	规划程序的总体结构.....	130
5.2	系统文件实例.....	130
5.2.1	相关子程序的制作.....	131
5.2.2	系统主界面的制作.....	139
5.2.3	系统设置程序的开发.....	145
5.2.4	系统登录程序的开发.....	152
5.2.5	标准代码表的设计.....	157
5.2.6	权限表的设计.....	164
5.2.7	常用字词表的设计.....	174
5.2.8	登录提示窗口的制作.....	178
5.2.9	程序 LOGO 窗口的制作.....	184
5.2.10	“关于”窗口的制作.....	186
5.3	基本表实例.....	187
5.3.1	商品表的制作.....	187
5.3.2	会员表制作.....	205
5.3.3	厂商表的制作.....	218
5.3.4	客户表的制作.....	231
5.3.5	人事表的制作.....	244
5.3.6	导出基本表的制作.....	261

5.4 进货表实例	277
5.5 盘点表实例	290
5.5.1 将盘点数据存入临时库的程序制作	291
5.5.2 用暂存数据更新库存程序的制作	303
5.5.3 临时库表的制作	310
5.5.4 盘点盈亏统计表的制作	313
5.6 各种查询及报表实例	316
5.6.1 销售日报表	316
5.6.2 销售记录明细表	320
5.6.3 销售小票明细表	325
5.6.4 会员消费记录明细表	330
5.6.5 会员消费汇总报表	334
5.6.6 商品销售汇总表	339
5.6.7 礼券刷卡明细表	346
5.6.8 商品销售排行榜	351
5.6.9 会员消费排行榜	356
5.6.10 客户批发排行榜	360
5.6.11 操作人员登录表	364
第 6 章 前台程序实例	371
6.1 系统主框架设计	371
6.2 前台程序的制作	374
6.2.1 主界面的制作	374
6.2.2 系统设置程序的制作	375
6.2.3 会员资料查询程序的制作	380
6.2.4 商品数据查询程序的制作	384
6.2.5 快速新增会员资料的程序的制作	390
6.2.6 快速新增商品数据的程序的制作	392
6.2.7 前台进入界面的制作	404
6.2.8 前台主程序制作	406
6.2.9 前台结账程序的制作	428
6.2.10 刷卡界面的制作	437
6.2.11 礼券输入程序的制作	441
6.2.12 快捷键界面的制作	446
6.2.13 个人信息查看程序的制作	447
6.2.14 更改金额界面的制作	449
6.2.15 单品输入界面的制作	452
6.3 相关程序的制作	456

附录 A 安装组件	475
附录 B 开发技巧	479
附录 C 制作安装程序	491

- 商品价格是否稳定
- 商品换代是否快速

4. 商品停售与过期处理

商店中或多或少会有某些商品销售不良的情况，不但无法为商店带来利润，而且会因占据了销售空间和资金，而使得商店的总收入下滑。因此如果商品一旦有销售不良的情况发生，就必须适时地停售，以免使得滞销商品种类过多，而造成顾客不愿意进店购物的局面，最后产生恶性循环，影响商店的整体效益。

商品停售的原因大致上有以下几种：

- 销售不良
- 周转率过低
- 毛利率太低
- 包装不新颖，不是最新上市产品
- 长期缺货
- 无法适应地区环境
- 违法产品
- 厂商无法配合
- 产品质量较差
- 过渡产品

5. 商品退货处理方式

在商店的经营过程中，商品退货下架的情况可能会经常发生，如果商品要停售或下架，那么经营者要注意下列事项：

- 与厂商的联络及产品退货时间的安排
- 所得的退货金额是否符合效益
- 该商品的库存盘点
- 维持商品包装的完整性
- 是否可搭配其他商品销售
- 是否可赠送给客户
- 是否能一次清仓
- 是否能在产品保质期限内清仓

6. 新产品的引进

目前的社会是多元且多变的，如果商店中一直摆放着一成不变的商品，不但利润无法提高，也可能造成消费者不愿意进店购物的局面。因此要不时地引进新商品。一般情况下，新商品的利润较高，而且可以吸引消费者不断上门购买。每次都将最新商品放置在最显眼的位置，让消费者觉得商店中时时刻刻都有新商品，从而增加消费者上门的意愿。下面是引进新商品时必须注意的事项：

- 新商品是否经过评估议价
- 新商品种类不可过多、过杂
- 新商品来源及成本是否稳定

的信息

- 媒体：可从各种媒体去了解市场动态，并获得相关资料

1. 商品订购

在商品订购的流程中，最好要先了解商品的下列特性，然后再向厂商订购商品。

- 正确的商品条形码及资料
- 正确的商品订购量
- 正确的商品库存
- 正确的商品供应频率
- 正确的商品订购方法
- 正确的商品订购时间
- 正确的商品订购程序

2. 订购注意事项

商品订购的正确性影响到商店本身的销售情况。因此在下订单前必须要认真考虑下列事项，然后再进行订购。

- 商品来源是否固定
- 商品质量是否稳定
- 商品价格是否稳定
- 商品库存量是否准确
- 商品订购时间是否太长
- 低周转率商品是否过多
- 生、鲜产品日期是否正确
- 商品是否符合季节性要求
- 供应厂商是否稳定
- 供应厂商是否垄断
- 供应厂商是否能提供最新商品
- 供应厂商营运是否正常

3. 商品销售策略

商店的经营成功与否，不只靠地点和运气，更主要的是根据商品本身的特性及情况采取不同的销售策略。每个商店所在的地理位置和时间段不同，所采取销售的方式也会有所不同，例如学校附近就可以卖些学生喜欢的流行文具，高级商业区就可以卖些高价位的精品。而这些销售的规则一般无固定规律可循，只能深入附近市场作调查，加以分析后，作出符合市场规律的销售策略。下列是一些我们可能需要考虑到的基本销售策略：

- 商品结构是否正确
- 商品质量是否稳定
- 商品是否有地区性
- 商品是否有高毛利
- 商品是否为最新产品
- 商品来源是否稳定

- 商品价格是否稳定
- 商品换代是否快速

4. 商品停售与过期处理

商店中或多或少会有某些商品销售不良的情况，不但无法为商店带来利润，而且会因占据了销售空间和资金，而使得商店的总收入下滑。因此如果商品一旦有销售不良的情况发生，就必须适时地停售，以免使得滞销商品种类过多，而造成顾客不愿意进店购物的局面，最后产生恶性循环，影响商店的整体效益。

商品停售的原因大致上有以下几种：

- 销售不良
- 周转率过低
- 毛利率太低
- 包装不新颖，不是最新上市产品
- 长期缺货
- 无法适应地区环境
- 违法产品
- 厂商无法配合
- 产品质量较差
- 过渡产品

5. 商品退货处理方式

在商店的经营过程中，商品退货下架的情况可能会经常发生，如果商品要停售或下架，那么经营者要注意下列事项：

- 与厂商的联络及产品退货时间的安排
- 所得的退货金额是否符合效益
- 该商品的库存盘点
- 维持商品包装的完整性
- 是否可搭配其他商品销售
- 是否可赠送给客户
- 是否能一次清仓
- 是否能在产品保质期限内清仓

6. 新产品的引进

目前的社会是多元且多变的，如果商店中一直摆放着一成不变的商品，不但利润无法提高，也可能造成消费者不愿意进店购物的局面。因此要定时地引进新商品。一般情况下，新商品的利润较高，而且可以吸引消费者不断上门购买。每次都将最新商品放置在最显眼的位置，让消费者觉得商店中时时刻刻都有新商品，从而增加消费者上门的意愿。下面是引进新商品时必须注意的事项：

- 新商品是否经过评估议价
- 新商品种类不可过多、过杂
- 新商品来源及成本是否稳定

- 新商品是否有合法的供应厂商
- 新商品价位是否合理
- 新商品毛利是否合理
- 新商品是否实行限量购买
- 新商品周期性是否较长

7. 商品的促销

商品促销就是将商品利用某些销售方式,让消费者能在最快的时间内就决定购买商品,使商店内的特定商品能以较快的速度销售出去。

商品促销没有固定的方法,甚至可以以低于成本的售价销售(虽然是很差的促销手段)。促销的方式可以根据各商店的具体情况不同,而采用不同的促销手法。商品促销大致有以下几种原因:

- 市场竞争激烈
- 顾客选择多样化
- 商品淘汰率过快
- 商品即将过期
- 商品毛利较高
- 商品周转率较低
- 商品库存过多
- 商品品牌不够出名
- 商品不再进货,进行清仓
- 商品属于次级品
- 增加来店顾客人气
- 增加市场占有率
- 提高商店整体形象和知名度
- 增加现金的周转
- 增加商店的销售业绩

8. 商品促销应有的认识

促销能加速商品销售的速度。但促销并非永远是正确的行销方式,如果方法不当,可能造成同行业之间的恶性削价竞争,最后都会受到伤害。

因此促销不是只有降价这一条途径,我们可以根据商品本身和市场特性,采用不同的销售方式,以提高客户的购买欲,达到增加商店人气和提高销售业绩的效果。下面是我们在做商品促销时所应有的认识:

- 促销并非一定要将商品卖出
- 促销并非一定要降低售价
- 促销并非是最好的方法
- 促销商品必须和一般商品有所区分和隔离
- 促销前必须先了解其他商店的相同商品的促销情况
- 促销只能增加客户购买欲,并不能增加毛利

- 促销可改善长期库存周转率低的商品的问题
- 促销可让消费者认为该店的售价较低
- 促销可让商店增加购买人气

9. 促销应注意的事项

由于促销方式没有特定的模式，因此我们在制定促销策略时必须要注意下列事项：

- 必须根据商店的类型制定出不同的促销策略
- 必须根据商店周围的环境制定出不同的促销策略
- 针对不同的消费者作出不同的促销策略
- 商品是否会有损商店形象
- 商品是否能吸引消费者
- 商品是否为季节性产品
- 商品数量必须充足
- 商品售价必须清楚

10. 常见的促销方式

目前常见的促销方式有以下几种：

- 商品降价销售
- 商品互相搭配销售
- 商品搭配赠品销售
- 商品搭配抽奖销售
- 业务员加强促销
- 放在较明显的位置
- 发放传单，加大宣传力度
- 通过新闻媒体进行宣传
- 促销时段的限制
- 搭配会员制销售
- 迎合季节或节日的需求

1.2 采购与订货

商店可销售的商品种类非常多，但是要让商店销售的产品能够始终吸引顾客，则要求采购员必须充分了解目前市场的导向，以及目前消费者的喜好和商品的未来潜力。

1. 商品采购

商品采购即订货，它决定了进货的成本。进货成本低，相对地也就提高了商品的利润，因此应重视商品的订货。订货的方式可以从下面几方面来了解：

- 商品：根据公司销售的方向、厂商资料、消费者需求、公司现有库存情况，以及要采购的商品的资料等作为采购的依据。
- 数量：必须视店内营业面积(主要是卖场的面积)和客户的需求程度，来决定每次

的进货量、多久采购一次。商店为了获利，必须要有一些应变措施：

- ◆ 使用可大可小的商品陈列摆设
- ◆ 大量采购高毛利的商品
- ◆ 增加采购畅销商品
- 时机：每年的销售情况其实都有固定的循环，可以根据过去的销售经验来分析目前市场的需求，并且可以观察目前市场中最新流行或畅销的商品。
- 价格：不同的店面，主营商品档次(价位)自然不同，尽量不要在高价位店面卖低价位产品，也不要低价位店面卖高价位商品。
- 多个供货商：如果可以，最好一个产品可以有两个供应厂商，这样才能有选择的机会，而不会被单一厂商所垄断。

2. 订货方式

商品订货，可以根据下列几个步骤进行：

- (1) 首先要了解店面所在位置，贴近消费者的习惯，找出高周转率和低周转率的产品。
- (2) 必须保持畅销品种的库存量，以应对顾客临时性的大量购买。
- (3) 部分商品虽然不畅销，但为了满足不同消费者的需求，也要保持基本的库存。
- (4) 订货时，必须考虑到时间问题，要在商品卖完前要求厂商送货。
- (5) 尽量利用传真或计算机网络等通信手段，避免用书信或电话所造成的延迟或无凭据等问题。

3. 订货的程序

订货之前，必须先根据过去的销售经验和最近销售的情况来决定订货方式。不同的时间段和市场动态，可能会有不同的订货方式。我们可以根据下列因素来确定订货的方式：

- 了解商品的种类和品名
- 商品的定位和价位
- 清点货架和库存
- 调查、了解其他商店最新及畅销商品
- 制作订货商品的报表
- 发出各订货资料给各厂商
- 备份每份订货资料

4. 订货注意事项

订货前必须要先了解目前本商店的库存情况，并且注意下列几点原则：

- 注意季节性的变化
- 法定假日的影响
- 商店消费者的消费习惯
- 商店周围商业圈的价位
- 订货人员的专业性
- 市场情况调查
- 商店货架空间的检查
- 商品类型转换幅度不可过大

1.3 库存管理

有效的库存管理,可降低运营成本,进而提高商品周转率,这样才能减少因风险造成的损失,从而使利润达到最高点。

一个商店的库存,也就代表了这个商店的大部分资产总额。如何将这些静态的资产以最快的速度流转,这就是库存管理的目的。一个好的商店,并不是只有畅销商品就行了。因为畅销的可能都是固定的某些商品,而有些商品可能进了商店后,就无人问津,这样不仅使这些商品占据了销售空间,而且也积压了大量的资金,使得资金运转相当困难。

要改善库存周转率的问题,就必须先从了解商店目前的库存情况开始,而要了解库存的情况,就必须使用信息系统来管理商店内的库存。通过信息系统的查询,可以方面地找出目前最畅销和滞销的产品,然后再利用各种行销方法,将滞销的产品销售出去,这样就可以避免商品因为滞销而造成的损坏、过期和资金积压等问题。

1. 安全库存量

由于顾客购买量有时会突然增高,所以对于每样商品都要有适当的安全库存量,除非该商品已经不再进货或是低周转率商品。尤其是促销或应季产品,都应提高安全库存量。

安全库存量要注意下列几点:

- 商品周转率
- 商品价位及成本的变动频率
- 商品的送货周期
- 厂商的供应和配送能力
- 商品是否为目前市场的主流产品

2. 存货的周转率

存货的周转率是指商品在进货后,是否能快速销售出去,然后再用销售货物的钱进货。如果周转率高,则相对较容易降低库存成本。

- 存货的周转率的高低代表该商品的销售能力
- 周转率高,代表商品库存量应增加,成本容易降低
- 周转率低,代表商品库存量应减少,成本不容易降低
- $\text{存货周转率} = \text{每月的销售总额} / \text{平均存货成本}$

3. 商品库存量

POS系统的商品数据库在POS系统刚建设完成时,库存量都是零,如果要了解目前的库存,就必须先进行盘点。而商品的库存量必须根据商品的价位、大小和周转率来决定。商品好卖,一般可以相应增加库存量,但如果商品过大或成本过高,则最好不要有太多的库存。不好卖的商品,库存是绝对不能太多的。

货品摆放规则:

- 货架商品的陈列由左至右,由上至下
- 商品根据分类定位,必须标明商品名称、价格和相关数据

- 体积较小且价位较高的商品可摆放在收款员旁或玻璃窗内
- 高于膝盖、低于头部的货架可放置比较好卖而且在特价之列的商品
- 最上层或最下层可摆放周转率较低的商品
- 最下层可放较重或玻璃器具等易碎的商品
- 货架必须紧贴墙壁,防止小东西不慎掉落
- 货架必须先分大类,再分小类,然后根据厂商或品牌分类
- 货架上的商品必须按次序摆放,且补货要补在旧商品后面,让商品先进先出

4. 总库存成本

总库存成本,就是目前商店内所有商品的各自的库存量乘上各自的成本所得的总和。而库存成本越高,就会使资金运转越困难,所以必须要多引进畅销商品,而不畅销商品就必须考虑其进货量。

- 每种商品库存量必须能应付 10~20 天的销售
- 每月的单一商品进货成本必须低于每月的销售营业额
- 重要节日或特殊地点的某些商品,必须要提前增加库存
- 高成本商品必须时常了解市场动态,避免成本居高不下
- 成本波动过大的产品,库存不宜太多,可采用同行业合作调货、进货等方式来解决

5. 提高库存效益

如果库存管理得好,可以得到下列几个好处:

- 财务方面:
 - ◆ 了解目前商店内财务运作情况
 - ◆ 防止库存成本过高,资金运转不灵
 - ◆ 了解销货营业额,作好收入与支出的平衡
- 管理方面:
 - ◆ 加强各商品的促销和流通
 - ◆ 维持商店库存稳定
 - ◆ 减少商品失窃或损坏率
 - ◆ 货架和仓库商品库存可以稳定平衡
- 成本控制方面:
 - ◆ 利用 POS 系统将商店信息化
 - ◆ 将人力成本降低,减少人事成本
 - ◆ 控制库存成本,使进货能达到最高效益

1.4 门市运作流程

1. 环境卫生

商店是销售商品的地方,所以商店的周围必须保持清洁。每天上班之前,工作人员必须先进行清扫,并定期讨论和汇报。