

连锁企业经营 信息系统开发与实践

LIANSUO QIYE JINGYING XINXI XITONG KAIFA YU SHIJIAN

林海仪 著



吉林人民出版社

作者简介

林海仪，女，1984年出生
于云南省昆明市，昆明理工大学教育经济与管理硕士研究生。现为云南大学滇池学院讲师，主要从事市场营销教育教学与研究工作，在国内外刊物上发表论文十余篇，参编教材共二部，参与省级校级课题项目两项。

连锁企业经营信息系统 开发与实践

林海仪 著

吉林人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

连锁企业经营信息系统开发与实践 / 林海仪著. —
长春: 吉林人民出版社, 2019.9
ISBN 978-7-206-16292-3

I. ①连… II. ①林… III. ①连锁企业—企业经营管理—企业信息化 IV. ①F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 201237 号

连锁企业经营信息系统开发与实践

著 者: 林海仪

责任编辑: 刘 学

封面设计: 飒 飒

吉林人民出版社出版 发行 (长春市人民大街 7548 号 邮政编码: 130022)

印 刷: 长春市昌信电脑图文制作有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 12 字 数: 150 千字

标准书号: ISBN978-7-206-16292-3

版 次: 2019 年 9 月第 1 版 印 次: 2019 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 50.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

前 言

连锁企业管理信息系统(MIS)是对连锁经营企业的信息进行收集、加工、传递、存储等的组织体系,是由人和机(通信工具设备、计算机)共同组成的体系。连锁企业管理信息系统借助了现代通信技术和计算机技术,形成了电脑化和网络化的信息系统,在企业的经营活动中发挥了必不可少的作用,代表了商业现代化的发展方向。连锁企业管理信息系统是连锁企业提高其市场适应力和国际竞争力的战略选择,也是引领和改造传统企业实现跨越式发展的强大推动力,更是打开企业财富之门的金钥匙。

连锁经营的迅速发展及其带来的巨大利益引起了各国政府和企业的充分重视。为了使连锁企业的经营和管理纳入规范化的轨道,一些发达国家和不少连锁企业都深入研究其发展道路,不停探索其最优的发展模式。连锁经营在我国经过近20年的发展,已经从导入期进入蓬勃发展期。作为现代主流商业模式,连锁经营使世界商业的发展出现了质的飞跃,取得了突破性进展,改变和加快了世界商业的发展进程,对世界经济特别是现代商业经济的发展产生了深刻影响。

目前,我国已发展成为连锁经营大国,成为世界上特许连锁体系最多的国家,超过创始国美国。连锁经营已经成为我国零售业、餐饮业、服务业等众多行业普遍采用的经营方式,取得了令人鼓舞的成绩,日益显示出强大的发展潜力。但是由于我国的连锁经营起步晚,发展时间较短,同发达国家和地区相比,无论从经营规模上还是行业领域上都存在着明显的差距。面对国际大型零售连锁企业的竞争,国内连锁企业如何做强、做大已成当务之急。

本书从经营信息系统开发和实施两大基本方面进行分析论述,通过详细阐述连锁企业在经营管理中运用信息系统管理、资源系统管理、连锁企业前台销售及其管理、物流与配送管理、商品编码管理、电子商务平台管理等



这些快捷高效、规模化效应的现代企业管理技术，为从事连锁企业管理工作的相关人员的学习打下坚实基础。同时，也可作为连锁企业经营与管理的学习参考书和企业的培训教材。

本书共分七章，主要讲述连锁企业信息管理系统、信息管理系统理论以及连锁企业信息管理业务流程。具体内容有：信息系统与信息概述；连锁企业信息管理系统；连锁企业分店系统管理；连锁企业前台销售及其管理；连锁企业商品编码管理；连锁企业电子商务开发及策略；连锁企业信息管理实践。

本书借鉴参考了许多前辈的研究成果，同时还包括网上资料，在此向他们表示感谢！

由于社会经济的快速发展，新的管理方式和技术不断涌现，本书很多地方可能会随着时代的进步需要更新，加之作者的水平所限和时间仓促，书中难免存在一定的不妥和疏漏之处，恳请前辈、同行以及广大读者斧正。

□ □ □ 目 录

第一章 信息系统与信息管理的概念	1
第一节 信息系统的概念	1
第二节 企业信息系统的目标和任务	2
第三节 企业信息系统的管理过程	2
第四节 信息管理的概念	3
第五节 企业信息管理的目标和任务	4
第六节 企业信息管理的发展过程	6
第七节 企业市场信息收集及功能	7
第二章 连锁企业信息管理系统	14
第一节 连锁企业信息管理系统的基本功能	14
第二节 连锁企业管理信息系统开发设计及应用	21
第三节 连锁企业总部管理信息系统业务流程	28
第四节 连锁企业配送信息化管理研究	40
第五节 连锁企业配送中心信息系统的规划与设计	44
第三章 连锁企业分店系统管理	50
第一节 连锁门店管理信息系统的基本功能	51
第二节 连锁门店管理信息系统的业务流程	53
第三节 连锁企业配送中心信息管理	55
第四节 配送中心管理信息系统的作业流程	64
第五节 第三方物流系统管理	68
第六节 第三方物流的管理信息系统	71
第四章 连锁企业前台销售及其管理	77
第一节 前台营业 POS 系统概述	77
第二节 前台销售系统	79
第三节 门店 POS 系统	85



第四节	前台信息管理功能设置及操作方式	88
第五节	连锁门店收银工作规范	99
第五章	连锁企业商品编码管理	101
第一节	商品编码概述	101
第二节	商品分类的意义及要求	102
第三节	条形码技术	105
第四节	条形码术语与应用	107
第五节	条形码的分类	110
第六节	电子标签	111
第六章	连锁企业电子商务开发及策略	120
第一节	电子商务的产生与发展	120
第二节	电子商务发展带来的机遇与挑战	123
第三节	直营连锁企业电子商务模式探索与实践	132
第四节	连锁企业电子商务策略	137
第七章	连锁企业信息管理实践	142
第一节	供应商管理与商品管理	142
第二节	连锁企业商品采购管理	152
第三节	沃尔玛在中国的采购和库存管理问题分析和改进措施	165
第四节	我国连锁企业采购管理中存在的问题及对策	170
结束语		177
参考文献		179



第一章 信息系统与信息管理

第一节 信息系统的概念

信息系统是一个由人、计算机及其他外围设备等组成的能进行信息的收集、传递、存贮、加工、维护和使用的系统。它是一门新兴的科学，其主要任务是最大限度地利用现代计算机及网络通信技术加强企业的信息管理，通过对企业拥有的人力、物力、财力、设备、技术等资源的调查了解，建立正确的数据，加工处理并编制成各种信息资料及时提供给管理人员，以便进行正确的决策，不断提高企业的管理水平和经济效益。

在信息系统中，“输入”是获取和收集原始数据的活动。输入内容包括信息资源的采集、控制指令的输入、信息检索条件的输入等。例如，在工资管理系统中，首先要输入员工的工作小时数。输入既可以是一个手工过程，也可以是自动的。又如，超市中的扫描仪可先读取商品条形码，然后将商品价格送入计算机化的收银台中，这就是自动输入过程。要获取理想的输出，精确的输入是关键。

在信息系统中，“处理”是将数据转换成有用的输出。处理包括计算、比较、替换、操作、存储等。处理可以手工完成，也可以由计算机辅助完成。在工资应用程序中，必须将每个员工的工作小时数转换为支付额，还要考虑加班的工资额，扣除税额、多项保险金、储蓄款项等得到净工资。

“输出”是以文档、报告或业务数据报告等形式出现的有用信息，如员工的工资单。在某些情况下，一个系统的输出能用作另一个系统的输入，例如处理销售订单系统的输出可以转化为顾客付款系统的输入。输出有各种不同的方式，对计算机而言，打印机和显示屏是常用的输出设备，输出还可以包括手工书写的报告和文档等手工处理结果。

“反馈”是一种用来改变输入或处理的输出。反馈回来的误差或问题可



以用来修正输入数据或改变处理过程。大多数信息系统都对输入的数据进行检验和校对,以保证输入数据在一定的范围内,例如员工周工作小时数,范围为0~40小时,如果将40小时误输入成400小时,系统就提供一个反馈(如误差提示),以提醒用户,避免输入失误,反馈对管理人员和决策者很重要。反馈可对系统存在的问题作出反应,并向管理者提出警示。例如,管理者可利用反馈信息知道该订什么货,订货单就变成了系统的输入信息。除了这种作用,计算机系统还能够通过预测未来事件来防止问题的出现,这种反应方式,常被称为“前馈”,利用前馈可以预测未来销售额,并在存货出现短缺前就发出订货单。

第二节 企业信息系统的目标和任务

一般来说传统意义上的企业信息系统应该包括两部分,一部分是OA,办公类的;另一部分为业务系统,包括ERP、HR、CRM等等。伴随企业信息化建设进程的逐渐深入,业务数据的逐渐积累,另一类企业信息系统——辅助决策系统的需求也随之而来。

从总的角度来讲,企业信息系统的目标和任务是:借助于自动化和互联网技术,综合企业的经营、管理、决策和服务为一体,以求达到企业和系统的效率、效能和效益的统一,使计算机和互联网技术在企业管理决策和服务中能发挥更显著的作用。具体落实到企业管理中,企业信息系统的目标是实现管理信息化、反应更迅速、连接更紧密(信息共享)、业务更有效率。数据标准化和企业需求分析不是信息系统的目标,而是实现信息系统的方法和规范。

第三节 企业信息系统的发展过程

20世纪,随着全球经济的蓬勃发展,众多经济学家纷纷提出了新的管理理论。20世纪50年代,赫伯特·西蒙(Herbert A.Simon)提出管理依赖于



信息和决策的思想。同时期的诺伯特·维纳(Norbert Wiener)发表了控制论,他认为管理是一个过程。1958年,盖尔这样写道:“管理将以较低的成本得到及时准确的信息,做到较好的控制。”这个时期,计算机开始用于会计工作,出现数据处理一词。1970年,瓦尔特·肯尼万(Walter T.Kennevan)给刚刚出现的管理信息系统一词下了一个定义:“以口头或书面的形式,在合适的时间向经理、职员以及外界人员提供过去的、现在的、预测未来的有关企业内部及其环境的信息,以帮助他们进行决策。”在这个定义里强调了用信息支持决策,但并没有强调应用模型,没有提到计算机的应用。1985年,管理信息系统的创始人,明尼苏达大学的管理学教授戈登·戴维斯(Gordon B.Davis)给了管理信息系统一个较完整的定义,即“管理信息系统是一个利用计算机软硬件资源,手工作业,分析、计划、控制和决策模型以及数据库人机系统。它能提供信息支持企业或组织的运行管理和决策功能”。这个定义全面地说明了管理信息系统的目标、功能和组成,而且反映了管理信息系统在当时达到的水平。鉴于这些资料,本书对管理信息系统的发展归纳为六个时期:

1. 订货点法 OPM (Order Point Method);
2. 物料需求计划 MRP (Material Requirements Planning);
3. 闭环 MRP (Closed Material Requirements Planning);
4. 制造资源计划 MRP-II (Manufacturing Resource Planning);
5. 企业资源计划 ERP (Enterprise Resource Planning);
6. 计算机集成制造系统 CIMS (Computer Integrated Manufacturing System)。

第四节 信息管理的概念

管理是人类的一种广泛的社会活动,是合理配置社会资源、协调生产要素、改革生产方式、提高生产效率的一种高级劳动,这种劳动是为了实现已确定的目标而不断进行计划、组织、协调、指挥和控制的动态过程。社会越进步,管理工作就越重要。



信息管理有广义和狭义两种理解。广义的信息管理是指对涉及信息活动的各种要素如信息、人、机器、机构等进行合理的组织和控制,以实现信息及有关资源的合理配置,从而有效地满足社会的信息要求;而狭义的信息管理是指对信息本身的管理,为了一定的目标或要求采用各种技术方法和手段(如分类、主题、代码、计算机处理等)对信息进行组织、控制、存储、检索和规划等。

由于信息存在于人类社会生活的方方面面,信息管理这一社会活动也无处不在。我们可以从不同的角度理解它。

从技术角度,当前主要是以计算机网络方式对信息进行收集、加工、处理和利用。这一直是信息管理研究的重点,人们也创造了许多卓有成效的方法,如分类、主题、代码、数据库、数据字典、数据挖掘、搜索引擎和各类信息系统、网络等,为信息管理提供了强有力的支持工具。长期以来,人们对这一领域的兴趣和研究有增无减。但人们发现,仅仅从技术角度展开研究,不能有效地克服人类面临的信息危机,实现信息管理的预定目标。这是因为人类社会信息运动是错综复杂的,还受到许多非技术因素的干扰,于是人们采用经济方针、法律人文的手段和方法研究信息管理。

从经济角度,主要研究以信息的生产、流通和利用为基础的信息市场、信息产业、信息经济的形成、发展、特征和运行模式,信息资源的优化配置,信息技术的评价选择及信息经济效益评价等方面的问题。

从行政和法律角度,立足于政府职能,运用行政手段(政策、计划、规划)和法律手段对信息活动进行调节和控制,着眼于协调和解决信息化过程中出现的矛盾、冲突、利害关系,促进社会信息化的进程。

第五节 企业信息管理的目标和任务

信息管理都要有明确的目标,如果没有明确的目标,就不可能有正确的管理行为和管理效果。信息管理的目标不仅是信息管理活动的预期结果,而且也是指导信息管理活动的行动纲领。

宏观层次的信息管理是一种战略管理,一般由国家有关部门运用经济、



法律和必要的行政手段加以实施。主要是宏观层次上通过国家有关政策、法规、管理条例等来组织、协调信息的生产和开发利用活动,使信息按照国家宏观调控的目标,在不影响国家信息主权和信息安全的前提下得到最合理的开发和最有效的利用。

微观层次的信息管理是指各级政府部门、信息机构和企业等基层组织,认清组织内各级各类人员对信息的需求,合理组织和开发信息,并向他们提供信息,以实现信息的效用价值。本书着重介绍微观层次信息管理的目标和任务,具体包括以下几方面内容:

一、信息需求分析

调查和了解组织或机构内部各类人员的信息需求,制定一个满足不同需求的折中方案以便最大限度地满足不同的信息需求。

二、信息流通渠道分析

搞清组织或机构内外信息来源和信息获取渠道,以便在需要时获取所需要的信息或向外部输出信息。

三、信息管理系统建设

选择适用的信息技术,建设机构内部信息系统和网络,确立信息加工处理存储、检索和传递的方法,建立机构内部高效的信息保障体系。

四、评价信息管理系统

对信息管理的成绩和效果进行评价,为改善信息管理提供依据。

20 世纪 80 年代后,在微观层次的管理活动中出现了引人注目的高层管理职位——信息总监 (Chief Information Officer, CIO)。20 世纪 90 年代以来,随着知识管理新概念的出现,信息总监逐步向知识总监 (Chief Knowledge Officer, CKO) 转变, CIO 和 CKO 的出现,使信息管理的行政地位提升到了最高决策层,标志着微观层次的信息管理的地位和作用日趋重要。



第六节 企业信息管理的发展过程

信息技术飞速发展改变着我国的传统经济结构和社会秩序,企业所处的不再是以往的物质经济环境,而是以网络为媒介、客户为中心,将企业组织结构、技术研发、生产制造、市场营销、售后服务紧密相连在一起的信息经济环境。信息带动管理的转变对企业成长有着全方位影响,它将彻底改变企业原有经营思想、经营方法、经营模式,通过业务模式创新、产品技术创新,或对各种资源加大投入,借助信息化提供强有力的方法和手段进行实现,其成功的关键是企业不同成长阶段与信息化工具的有机结合。传统软件厂商提供的信息化产品,以及附带的相关服务,仅局限于厂商本身产品范围,从而形成只为销售某种产品交易而交付活动,忽略了客户对这种有机结合衍生的多样需求,以及随着业务发展而不断出现的新需求,形成了目前国内 ERP 软件行业普遍存在与客户间的阶段合作、产品更新、反复维护和频繁支持等问题的发生。

企业成长路径会随着组织规模不断扩大、业务模式不断转变、市场环境不断变化,导致对信息管理的要求从局部向整体、从总部向基层、从简单向复合进行演变,企业信息化从初始建设到不断优化、升级、扩展和升迁来完成整个信息化建设工作,体现了企业信息管理由窄到宽、由浅至深、由简变繁的特性需求变化。ERP 软件系统对推动企业管理变革、提高绩效管理、增强企业核心竞争力等方面发挥越来越重要的作用,面对互联网时代信息技术革新和中国企业成长路径的需要,通过 B/S 模式完成对 C/S 模式的应用扩展,实现了不同人员在不同地点,基于 IE 浏览器不同接入方式进行共同数据的访问与操作,极大降低异地用户系统维护与升级成本,打造的“及时便利+准确安全+低廉成本”效果。

网络信息化把客户经营管理提升到更高层级,无论针对终端客户、分支机构还是异地化协同办公,都可利用互联网的方式快捷进行直接对话,并及时解决客户经营难题,增加企业自身核心竞争能力。网上系统随时随地可以给予客户支持,让客户使用终生式的服务,亲身体会到服务的便利性,最终增进企业和网络软件厂商间达成长期合作的共识。



网络数据传导需要精细准确,并涉及企业内部资料隐蔽和安全,软件厂商提供的信息系统安全拥有高级别防护措施,具备高精度身份验证及用户识别功能,不同客户使用网络软件都可获取不同功能权限、数据权限所对应的职责信息,或者根据使用者身份等级不同,得到人机对话差异性授权等。这些都是对互联网应用系统的深层期望,也更受广大客户的垂青。

第七节 企业市场信息收集及功能

企业市场信息是一种经济信息,既包括原始的数据资料,也包括经加工整理过的资料,具有完整性、有效性、连续性、开放性的特点。市场信息最为突出的特征是它的时效性。一条市场信息可以价值千金,错过了时机则是一文不值。不失时机地掌握市场信息,已成为企业市场营销成败的关键。

21世纪是信息的时代,信息已成为一个极其重要的战略资源,在企业发展中越来越显重要。获知最真实、最精准的市场信息,对企业的发展起着生死攸关的作用。市场信息是企业一切工作的基础,是企业决策者开展工作的向导。对市场信息的收集与处理,成为企业把握市场脉络,在不确定市场环境下稳步前进的关键。可以说,通过收集整理行业发展变化的最新动向,能够帮助企业及时调整市场策略和战略部署;通过收集了解竞争对手的相关资讯,能够帮助企业做好相关的保护和规避动作;通过收集整理竞争对手产品及市场策略的创新及调整动向,能够帮助企业做好应对策略。因此只有获取了最新的市场动态,把握住市场情报的先机,企业才能及时作出正确的应对措施,生产出最贴近市场的产品,在激烈的行业竞争中企业才能占据绝对的优势。

一、企业市场信息收集渠道

(一) 企业内部信息收集渠道

从企业内部的信息流来看,主要的信息收集渠道有:

1. 企业主管部门

通过企业主管部门,可以收集到企业管理各环节的信息,同时也可以



借助统计资料、文件简报等形式获得企业生产经营和战略决策等方面的信息。一个企业的能力有限,信息来源也有限,但是,到企业主管部门去索取有关信息,或者同主管部门联合起来,就会使企业收集信息的能力大大提高。由于主管部门具有行政上的高度,它与上一级主管部门又有着直接的业务联系,因此,信息来源广泛,信息内容准确可靠,信息传递渠道固定并且及时,而且向业务主管部门索取信息一般不需付费,这是企业信息收集和传递的一种实惠的方法。

2. 内部信息网络

内部信息网络即企业自己的信息机构,并通过通信线路与各部门联系起来形成的企业内部信息网络。比如企业可通过研究开发部门获取信息,该部门的信息真实可靠,专业性和先进性都比较强,具有较高的参考价值。

3. 市场营销部门

通过市场营销部门获取动态信息,对于企业及时制定有效的竞争策略、迅速作出市场反应具有重要的意义。许多企业都有销售、采购人员常年在外奔波。这些人员在推销产品、采购原料的同时,可以了解到许多商品的市场信息、产品质量信息和用户需求信息。如果让他们身兼二任,既是购销员,又是信息员,有意识地收集、整理和及时传回这些信息,对于企业及时调整生产方向、改造老产品、发展新产品、促进产品销售有着极重要的作用。企业还可以派出专人定期不定期地召开用户座谈会,或就某一方面的问题专门开展市场研究,分析市场形势,取得某些专题信息。

(二) 企业外部信息采集渠道

1. 大众传播媒介

大众传播媒介通过广播、电视、报纸、杂志等可以得到内容新、范围广的信息资料。企业利用报刊、广播、电视的信息传输渠道,亦即通过新闻和广告,往往可以获取或传播重要的信息,得到意想不到的经济效果。现在专门向各类读者提供信息的报纸甚多,如《市场报》《经济信息报》《科技信息报》等等各式各样,这些报纸信息量大,费用低廉,可以观测到社会市场的各个侧面。因此,我们要善于利用报刊资料。另外,企业应该学会如何做广告,但还要善于从广播、电视中汲取广告信息,处处留神,不让有用的信息从眼皮底下、耳朵边上溜掉。再者,企业要积极订阅专业期刊,以扩大视



野，灵通耳目。

2. 政府机关以及商业部门

和政府机关以及商业部门保持良好的合作关系，有利于企业及时了解各方面的政策法规性信息，指导本企业的决策与行动。政府机关（如发改委、外经委、统计局、工商管理部门等）通过各种会议公布种种报告，制定各种方案政策，编制各种计划和印发各种文件来组织、实施、指导全国和各地方经济的发展。工商统计部门系统地掌握了国情国力等方面的资料，对分地区、分行业、分经济成分等分类资料也掌握得比较齐全和权威。这些部门一般都建立有自己的信息中心或经济研究中心，向社会或行业企业提供各种市场信息或情报。

商业部门直接与消费者和用户打交道，对市场的供求状况，消费者需求的变化，顾客对产品的意见，用户对生产企业的要求等等，了解得最及时、最清楚。可以说，柜台是市场动态的信息窗口，营业员既是顾客心理的“知情人”，又是市场动态的“温度计”。如果企业同联结生产和销售的商业部门建立起互相沟通产销情报的密切联系，便可得到大量的经济信息和产品反馈信息。

3. 社团组织

通过学会、协会等专业和行业团体，可以收集到本系统、本行业内部通信、专业简报等非公开出版物，是企业获得最新技术、了解同行情况的重要途径。

4. 各种专业会议

各种会议、各种研讨会、洽谈会、展销会、交易会、现场会、发布会、演示会等是企业获得外部环境信息和竞争对手信息的重要途径。主要形式有订货会、展销会、调度会等等，我们可以从中收集到各种商情资料。行业召开的订货会，同行业各个厂家云集一方，供需直接见面，信息非常集中，既有本行业宏观方面的信息，又有各个厂家微观方面的信息，还有订户对本企业产品、服务、信誉等反馈信息。任何一个企业都要努力争取多参加各种形式的、各级举办的订货会，这是企业捕捉信息的良机，不可贻误。展销会是反映市场动态的一面镜子，因此也是收集信息的一条重要途径。