

第 1 章 超级市场连锁经营的组织与管理

第 1 节 超级市场连锁经营的概念

一、什么是超级市场 (Supermarket)

超级市场是商业零售业发展过程中出现的以开架自选、顾客自我服务和以统一结算为主要特征，满足顾客生活中所需的食品，特别是生鲜食品以及生活日用品的商品零售业态形式。它的出现是商业零售业的一次革命，引起了一系列的商业变革，从经营观念到经营组织；从采购渠道到库存管理；从财务管理到人员管理都发生了深刻的变化。

超级市场最初是 1930 年由美国人迈克尔·库伦 (Michael Cullen) 在美国纽约州长岛的牙买加开设的，当时美国正处于经济大危机时期，大批的失业和收入水平的下降，使人们的购买力减小，在这种情况下，迈克尔·库伦根据几十年经营食品的经验制定了他的价格策略，使不同的商品具有不同的毛利率，平均毛利率只有 9%，这比当时美国一般商店商品 25%~40% 的毛利率惊人的低。他成功了，他号称自己是“世界上最大的价格突破者”。为了保证商品价格的低廉，就必须减少成本以及压低商品进价。顾客的自选使超级市场营业人员大大减少，同时在自选商品时又没有支付货币的压力，大大刺激了顾客的消费。压低供应商商品价格，就必须大量进货。到 1932 年，迈克尔·库伦又开设了 8 家连锁的超级市场。

从 1930 年美国诞生了第一家超级市场以后，到 1932 年发展到 300 家，1939 年发展到 500 家，1941 年达到了 8000 家。

我国在 70 年代末、80 年代初开始开办超级市场（当时称自选商店）由于缺乏对超级市场经营特点的深刻认识，没有掌握其本

质的内涵，只追求形式，以当时短缺的紧俏商品（高于其它一般商店的价格），高档、豪华的设备吸引了一部分顾客，到了 80 年代中期，在兴旺了一个时期后，又退回到了传统的零售方式。

进入 90 年代，超级市场又逐步兴起。近两年，由于商业领域的发展，商品货源的极大丰富，以及国家为解决人们的生活便利，大力提倡超级市场和连锁经营，使得这一零售方式得到了迅猛的发展，本着以“为民、便民、利民”为指导思想，以中等收入的工薪阶层为基本顾客，以满足人民群众基本生活需求为经营宗旨，以大众的生活用品和“菜篮子”、“米袋子”食品为主体商品，大力发展超级市场和相关的便利店。据了解，上海目前有连锁超市公司 15 家，连锁方便店公司 14 家，如“华联超市公司”已开设 40 余个分店，北京也涌现了“明珠超市”、“王府井超市”等一批连锁超市公司，也出现了像“京客隆”、“创益佳（家乐福）”、“燕莎望京”等一批大规模的超级市场。

超级市场主要经营与人们的生活密切相关的食品和家庭生活用品，一般开设在人口比较集中的住宅区附近，或占百货商店的一部分，它采用全敞开式售货方式，顾客自己挑选商品，有比较商品的自由，设有集中的入口和出口，在出口处统一结算付款。敞开式货架除便于顾客选购外，还能够减少营业人员，提高售货效率，又可以充分利用营业场所，扩大商品陈列面积，有利于促进顾客的购买欲望，达到促销的目的。

超级市场经营的商品可分为：蔬菜、水果、生鲜鱼肉、熟肉制品、熟食品、化妆品、卫生用品、厨房用品等。有些超级市场设有加工车间，现作现卖一些面包、熟肉制品。目前国内的中小型超级市场，商品品种已达近万种，大规模的超级市场商品品种可达几万种，能够相当于同等规模的百货商场。

超级市场之所以吸引着人们前来购买商品，其特点主要体现在以下几个方面。

1) 去超级市场方便。超级市场大部分开设在居民集中的住宅区中或附近，居民可就近购买一些生活中必需的食品和日用品，减

少了路途的奔波。各种商品的规则陈列，又使顾客感到非常亲切。

2) 价格便宜。超级市场的价格低于一般的商店，而且每天还有促销的超低价销售。周末、节假日更有许多促销活动，招揽顾客，使人们从购买中得到了很大的实惠。

3) 能一次购足所需商品。超级市场商品的多样性，使顾客在日常生活所需的商品能够在一处全部购买到，减少了往返于多家商店的麻烦。

4) 购物自由、愉快。在宽敞的超市中，面对各种商品，自己可自由地选择、比较，可以不受任何外界的干扰，直到选到合适的商品，选够需要的商品为止，使消费者的主动性和自主性得到了充分的满足。

5) 可节省购物时间。在超级市场购物，由于是自助式，能尽快寻找到自己所需的商品，选择完所购商品后在出口处的收款台一次性结帐付款，能充分利用购物过程中的时间，又由于可以将近期所需物品一次购足，在当前生活快节奏的时代，满足了顾客便捷购物的要求。

6) 新鲜的食物供应。生鲜的食品是超级市场的一大特色，有许多食品是当日配送的新鲜食品，如：肉、牛奶、鸡蛋、豆制品、速冻食品等，还有一些食品是在超市现场制作的；如面包和糕点，生产车间就在现场，顾客可以透过玻璃窗看到整个食品的生产过程，整洁的操作过程和诱人的香味，大大增强了顾客的食欲和购买欲。

二、超级市场的连锁经营

超级市场的产生和发展以及它的特点是与连锁经营密切相关的，在连锁规模经营的同时也促进了超级市场业态的发展。

商业的连锁经营是用同一名称、同一销售方式，在同一商业范畴，按照同一种模式所进行的多个营业实体的统一经营与管理的形式。

商业的连锁经营主要体现在统一名称、统一标识、统一商店格局、统一店员服装、统一设备、统一资金分配、统一进货、统

一配送、统一货区位置、统一定价、统一广告策略等方面

1. 超级市场的连锁经营必须具备的条件

(1) 一定的销售规模 连锁经营须建立多家商业店铺，几十家、上百家甚至上万家。世界上第一家连锁店是美国纽约的“大西洋和太平洋茶叶公司”连锁店，自 1859 年建立至 1930 年已发展到 1 万 5 千余家；香港的四大连锁店之一的“惠康”超级市场。在香港已有上百家店铺。达到一定的销售规模，才具有商品价格和资金的优势，才富有竞争力。连锁商店的销售额与零售总额百分比，至 80 年代在美国和欧洲已达到 30%~50%。连锁经营的发展形成了一批垄断连锁商业集团。

(2) 适合市场的需求 商业连锁经营的产生是商业领域市场竞争的必然结果，对于连锁超级市场的建立、地点的选择、商品的定位、货品的结构以及服务等都必须根据市场的需要来制定。超级市场主要以附近居民为消费对象，应以中低档商品为主，兼顾部分高档商品。

(3) 规范的经营管理 商业连锁经营体现的各种统一，是规范化经营管理的结果，无论哪家连锁超级市场都必须按照规范的店铺、规范的服务、规范的票据格式、规范的工作流程，为顾客提供高质量的服务，以显示出整个企业的经营特征、风格以及企业形象，同时也易于企业本身的店铺拓展。

(4) 集中订货、存贮和配送的物流支持 超级市场的连锁经营，必须要有物流系统的支持，集中订货、存贮和配送，可以大大降低商品的成本，提高经营效率。该系统主要包括接受订单和订货系统、物流中心系统和运输配送系统组成，有许多分支的物流中心，来支持整个公司庞大的订货、存贮和配送体系。

(5) 先进的计算机管理系统 超级市场的连锁经营是与现代化的管理手段密切相关的，集中的进销存控制，必须有计算机来进行处理，及时做到数据的传递、处理与反馈，为总部提供必要的决策信息。

2. 超级市场连锁经营的组织形式

超级市场不断发展至今，其组织形式多种多样，目的都在于发挥统一管理、规范经营、降低成本的优势，实现商业活动的标准化、专业化、集中化和单纯化。从超级市场所有权和经营权的根本利益划分，通常归纳为正规连锁、加盟连锁和自愿连锁。

(1) 正规连锁 全部超级市场由一个集团或一个公司所有，进行统一的集中领导，总部拥有商店的所有权和经营权的一种超级市场连锁形式。各超级市场的经理是公司的职员，各店实行统一标准的经营管理，总部对各店的人事、采购、计划、广告、会计和经营方针进行统一控制，实行统一核算制度，资金统一调配，实行具有整体利益的全局安排，这种形式易于发挥大企业的优势，便于人才培养、新项目开发和现代化管理等。

(2) 加盟连锁 由大型生产企业、大型零售企业或大型批发企业将自己企业的商标、商号名称、以及开发的产品、经营技术等通过营业合同的形式授予加盟店，以控制更多的店铺，从而扩大经营的一种超级市场连锁形式。加盟店需交纳一定的营业权使用费，并承担规定的义务。加盟店尽管保持着商店的所有权，但一切要按照总部的规定执行。总部制定经营方针计划、实施统一管理，甚至包括统一标志、统一店铺风格、统一员工服装等。这种连锁又称特许连锁、志同道合。

(3) 自愿连锁 由各个独立的超级市场，在保持所有权、经营权的条件下，经过自愿联合共同合作，采用统一进货、统一管理的一种超级市场连锁形式。它是一些小规模超级市场为生存而与资本雄厚的大企业进行竞争的手段，大都以批发企业为主导，共同协商决定整体的经营，各个成员要向总部交纳管理费并接受指导。自愿连锁店的总部是由主导企业兼任的，具有总体销售计划制定、业务指导、广告促销、统一进货、物流组织、教育培训、财务管理等职能。这种形式的优点是，各个商店具有一定的自主权，能发挥本身的积极性和优势，又有统一的整体性。这种连锁又称自由连锁、志同道合。

三、发展超级市场连锁经营的途径

随着我国经济的发展，在一些发达城市已经具备了建立超级市场连锁店的客观条件。从经济环境看，市场货品丰富、货源充足，人民生活水平正在不断提高，增加了商品的消费能力，能够适应超级市场这种现代化经营方式。从管理体制看，市场经济体制的产生，商业体制改革为超级市场进行连锁经营提供了机会，国营商业资产所有形式能够成为连锁经营资产的基础。从经验看，我国已有一批超级市场连锁店，而且国外有成功的模式可循，与国外合资、合作形式也成为可能。

1. 进行市场的调查分析

超级市场的建立必须进行市场的需求调查与分析。从社会环境，经济环境等方面全面考察，进行市场定位，提出建立的可行性报告，并进行先期规模和未来发展的设计，从超级市场的选址、资金投入产出预测等方面提出数量上的依据。

2. 规范化管理模式

国外已经发展起来的连锁店，都有自己完整的规范化管理模式，当建立一个新的连锁店时，从连锁店的设计、内部布置、货品的组织、人员的配备、岗位责任以及计算机设备、管理流程与报告等，全部是按照总部的规范模式完成的，无论从时间上、经济上还是管理组织方面都能有所保证。

3. 人员的培训

超级市场连锁店的发展，都把人员的培训放在首位。不同的职务都有不同的培训内容与时间，甚至采用的是全球通用的规范化教材。国外跨国超级市场连锁公司就有由高层管理人员组成的培训班子，巡回于世界各地的连锁店进行不同时间、不同人员、不同层次的培训。大部分国际连锁公司的做法是，在新的国家或地区开辟新的店铺时，主要人员全部由从事过该公司店铺管理的人员担任，经过一段时间的培养过渡到由当地新人管理。

4. 合理的商品结构

超级市场一般是以大众生活必需的、物美价廉的商品为主，品类别的比例、档次的高低，都是超级市场能否令顾客满意需考

虑的内容。

5. 完善的物流、商流体系

集中的进货与配送使商品成本降低，已经成为连锁经营的主要特征。连锁经营一定要有完善的物流、商流体系，走专业化、社会化的管理之路。物流中心系统绝对不是商品的批发概念，它是连锁经营的中枢，与店铺的联系是一个紧密的整体，是总部销售战略、货品组织、信息处理的实施地。

6. 先进的信息管理手段

收银系统和计算机的应用是超级市场连锁经营的保证。对各个店铺的集中管理、统一核算必须要有完整、准确的原始数据采集并进行大量的实时处理。由于连锁店大部分远离总部，如果销售、订货等信息不能及时传递，势必对管理带来很大影响，久而久之，各个店铺必然要走独立经营的老路。尽管收款机、计算机的使用会增加先期投入，但没有这样的管理手段，连锁经营的模式会很难维持下去。

第 2 节 超级市场连锁经营的组织模式 与管理职能

超级市场连锁经营的组织基本上采用正规连锁的模式，由总部进行绝对的控制，配送中心负责商品的管理与配送，各个超级市场的门店负责商品的销售。总部对各店的人事、采购计划、广告、财务和经营方针实行统一制定、统一核算制度、资金统一调配，实行具有整体利益的全局安排，各店实行标准的统一经营管理。

超级市场连锁经营的组织模式如图 1-1 所示。

一、超级市场连锁经营总部的组织模式和管理职能

1. 超级市场连锁经营总部的组织模式

超级市场连锁经营总部的组织集中体现了其具有绝对的控制权与绝对的管理权。总部由业务部门和各职能部门组成

超级市场连锁经营总部的组织结构如图 1-2 所示。

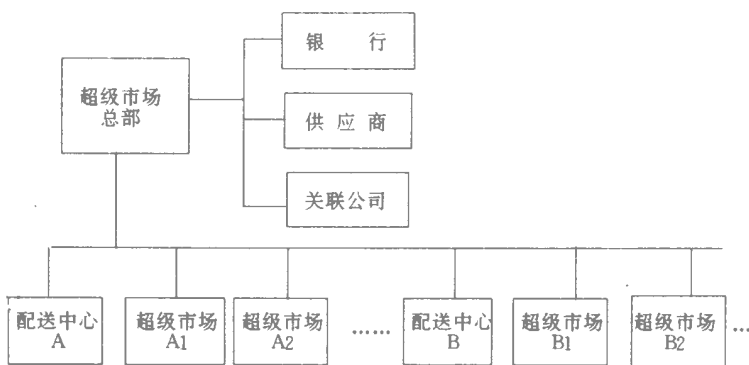


图 1-1 超级市场连锁经营的组织模式

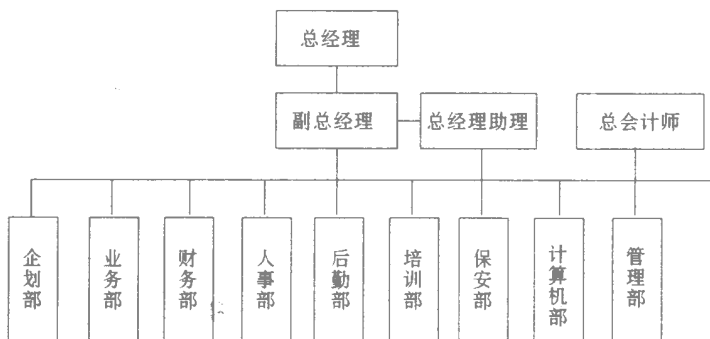


图 1-2 超级市场连锁经营总部的组织结构

2. 超级市场连锁经营总部的管理职能

超级市场连锁经营总部具有对公司整体经营管理的目标制定、市场定位、发展战略、企业形象设计、公关广告、商品采购、物价、财务以及后勤保障、劳动人事、培训、规范管理等职能、它的各个职能是通过设定不同的机构来实现的。

(1) 企划部门的职能 负责公司发展战略的制定，为公司领导层决策提供必要的市场信息，策划企业形象以及公关广告等工作；负责新店的选择、筹备和新店的开业

(2) 业务部门的职能 进行商品的采购，掌握市场的货源及

新产品信息，提出商品参考价格，与供货商保持联系，合理进行商品的组合，对门店商品的陈列进行指导等。

(3) 财务部门的职能 进行公司财务计划的制定和落实，合理分配资金，各种财务报表、会计报表的编制与分析报告，对商品的货款去向进行监督以及商品销售的货款管理，核准商品价格等工作。

(4) 人事部门的职能 人员的招聘及管理，人事制度、职工福利、奖惩制度的制定与执行，人员的调配和工作分工。

(5) 后勤部门的职能 负责公司日常运转保障事务的管理，新店的施工监理，设备及各项筹备工作的具体落实等。

(6) 培训部门的职能 负责新入员工和老员工在公司各项制度以及业务、专业技能等方面的培训工作。

(7) 保安部门 负责公司所属各点的安全工作，及时发现和处理不安全因素和隐患。

(8) 计算机部门的工作 保障各门店及配送中心、总部计算机系统的正常运行，对系统的设备及配件进行必要的维护，为各管理部门提供计算机系统的数据支持及功能支持。

(9) 管理部门的职能 对公司经营和销售状况进行检查和监督，指导和协调各部门的工作，对各部门的工作进行考核，为公司领导提供有关决策的信息支持。

二、超级市场连锁经营配送中心的组织模式和管理职能

1. 超级市场连锁经营配送中心的组织模式

超级市场连锁公司的商品配送是实现连锁经营的必要条件，它保证连锁公司正常的商品流转，保证连锁分店商品销售以满足顾客需求并取得最大的利润。商品的配送工作是由连锁公司的配送中心来完成的，配送中心的高速化、高效率的业务过程，使商品多品种、少批量、低费用、高周转和规模效益成为可能，它把收货、验货、储存、装卸配货、流通加工、分拣、配送等作业有机地结合起来，为连锁企业提供流通过程的全方位服务。

超级市场连锁经营配送中心由仓储部门和配送部门组成。

2. 超级市场连锁经营配送中心的管理职能

配送中心的工作就是从接收商品开始，完成商品的验货、储存、加工、配货等，使商品合理、经济、快速、准确地配送给连锁分店。

(1) 商品集中职能 指不同商品的供应商按照供货合同，将商品送达配送中心，使商品在配送中心统一进行调配。

(2) 保存保管职能 对于不能立即出库的商品，需要将其在库区进行储存，并根据商品的特性进行保管，使其保持商品的原功能和原价值。

(3) 流通加工职能 指对一些需要重新整理包装和需要加工后包装的商品所进行的处理。

(4) 配送职能 按照各分店的补货要求，将所需商品从仓库存放地取出，按各不同分店组织好，合理安排车辆进行配送。

(5) 信息管理职能 对商品的入出库、在库信息进行管理，实时了解有关商品在配送中心的各种情况，为经营管理、决策提供数据依据。

配送中心除了以上的职能之外，还有防止假冒伪劣商品进入市场，充分利用设备及库存面积等职能。

三、超级市场连锁经营分店的组织和管理职能

连锁分店是超级市场连锁公司的不可分割的重要组成部分，是超级市场连锁经营的基础。在超级市场连锁经营模式中，它是面对顾客、实现商品价值的主要渠道，它的主要任务是在总部的统一指导下，围绕销售环节，努力满足消费者的需求，提高服务质量，开展各种促销活动，极大程度地实现商品的销售。

超级市场分店的主要人员有店长、理货员、食品加工人员和收款员，大规模的超级市场分店可以设置一些中层的管理人员。

超级市场连锁分店的职能就是根据本地区顾客的消费特点，组织充足的货源，规范管理，努力进行商品的销售。

第 2 章 超级市场连锁经营 计算机管理概述

第 1 节 超级市场连锁经营管理的信息需求

超级市场连锁经营由公司总部、配送中心和若干销售分店三大部分组成,为完成总部的集中控制、配送中心的物流管理、各分店的商品销售,需保持各环节在物流、商流、资金流和信息流的畅通,其管理信息如图 2-1 所示。

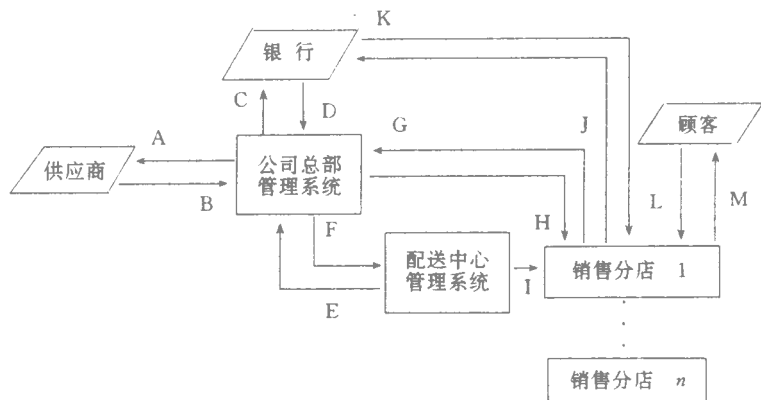


图 2-1 超级市场连锁经营管理的信息需求

A—订货信息 B—商品信息 C—银行业务 D—应收应付 E—入出库、盘存、催提、催销 F—出库单、发票 G—补货、到货、销售、调剂信息 H—商品变价信息
I—实际调配 J—营业款 K—银行对帐 L—商品购买 M—商品销售

第 2 节 超级市场连锁经营计算机 管理系统结构与网络

超级市场连锁经营计算机管理系统由总部、配送中心和销售分店三部分组成,各部分分别采用局域网络,各部分之间采用广

域网络，用电话线或其它广域网环境实现异地通讯。

超级市场连锁经营计算机管理系统结构与网络如图 2-2 所示。

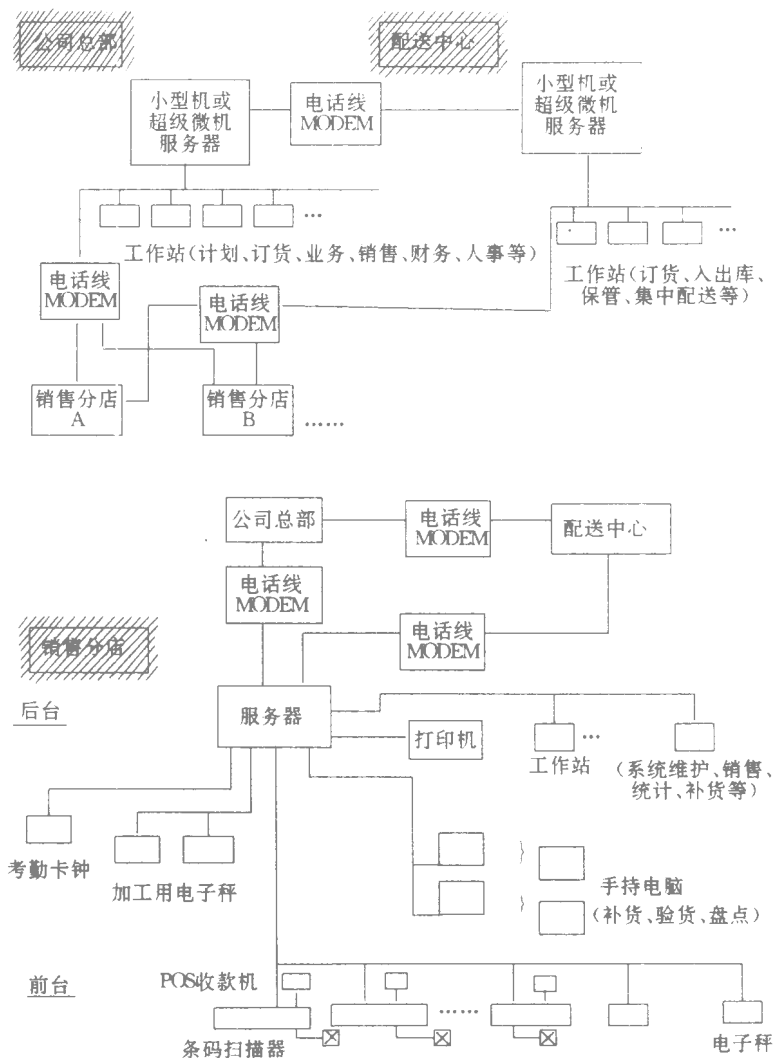


图 2-2 超级市场连锁经营计算机管理系统结构与网络

第 3 节 超级市场连锁经营计算机 管理系统的设备与技术

超级市场连锁经营计算机管理系统的设备包含有计算机通用设备、专用设备和辅助设备，它所涉及的技术有计算机硬件技术、软件技术、网络和通信技术。

一、计算机通用设备

- 1) 小型电子计算机。
- 2) 专用计算机服务器。
- 3) 普通微机。

二、专用设备和辅助设备

1. 收款机

超级市场大都采用集中出口结算的收款方式，收款台一般配有收款机，辅助销售管理。目前，商用收款机按使用功能分为三类。一类机能够完成基本记帐和简单汇总功能，用于商业企业的金额管理和重点商品管理，基本上还仅仅是一种记帐工具；二类机除具备一类机功能外，突出强调联网通信能力和单机可处理的业务能力，此类机既可用于金额管理，也可用于商品管理，可以接一些条码扫描器、磁卡阅读器等外部设备；三类机也称做 PC-BASE 型收款机，它是基于微机基础、具有 386/486/586 标准主板和标准的微机外部接口，能使用微机的所有软件，可用收款机自由编制程序，单机使用时能够对小型超级市场进行商品的进、销、存管理，在网络中具备分布式处理能力，可实时进行销售数据的采集。

2. 条码扫描器

条码扫描器根据不同的用途和需要有各种类型，超级市场大都使用平台式激光全方位扫描器，也可使用手持式 CCD 扫描器或手持式激光扫描器。

3. 电子秤

一些熟食品或散装销售食品，可使用电子秤。电子秤的种类

很多，有加工场所使用的可以生成带价格条码标签的电子秤，一般的电子秤应具备双面计价显示、能事先存储单价并具有计价、累计及加法运算、找钱、超载报警等功能。

此外，还有条码打印设备、磁卡阅读设备、IC 卡阅读设备和网络设备、通信用调制解调器（MODEM）UPS 不间断电源等。

三、计算机技术

超级市场连锁经营计算机管理系统所使用的计算机技术可以说包含了所有的计算机技术和计算机最新技术，有计算机硬件、软件、网络、通讯和多媒体技术等。

第 4 节 超级市场连锁经营计算机 管理系统的发展

随着计算机技术及计算机通信网络技术的发展，人们为了方便、更快捷地得到信息、传送信息，实现无纸化贸易和商品订货，电子数据交换技术和电子订货系统已经开始普及和推广应用，它也是商业企业实现自动化发展的主要内容之一，是超级市场连锁经营计算机管理系统的传送和对外数据交换的重要工具，是社会发展的必然趋势。

一、电子数据交换

1. 电子数据交换的概念

电子数据交换（Electronic Data Interchange 即 EDI）是按照协议，在数据通信网络上将具有一定结构特征的标准数据资料，在贸易伙伴的计算机系统之间进行交换和自动处理。EDI 用户根据国际通用的标准格式编制电文，以计算机网络传送的方式将订单、发票、提货单、海关申报单、进出口许可证等日常往来的“经济信息”传给对方，接收方按国际统一规定的语法规则，对报文进行处理，通过信息管理系统和支持作业管理的决策支持系统，完成综合的自动交换和处理。

电子数据交换具有如下特点：

- 1) 缩短信息传送的时间；

- 2) 省去用纸张的传票处理作业, 削减转记作业等流程。
- 3) 减少转记所造成的错误;
- 4) 资料输入过程更简捷、更迅速并提高资料的精确度。

2. EDI 的发展及应用

随着信息技术的发展, 以计算机网络为基础的电子数据交换(EDI)应运而生, 并为人们所接受, 使商业贸易过程不再依赖于纸面单证和票据。EDI 的实现可以取代纸面贸易、提高工作效率和竞争能力, 在贸易方式上是一个有利的变革。

EDI 是一场世界范围内的商业大革命, 它强烈地冲击着人们的传统观念和传统工作方式。据估计, 采用 EDI 的间接效益能达到全部贸易价值的 3%~5%。目前全球已有几十万家企业采用 EDI 处理与贸易伙伴之间的商务文件往来, 不久的将来, EDI 将同传真一样普遍用于商务文件处理。

EDI 是一种新型的信息系统, 是一种跨部门、跨行业、多学科以及高技术综合应用的信息系统, 是一项系统工程。世界各发达国家都把 EDI 放在重要的战略地位来扶持。美国海关明确表示利用 EDI 提交的报关单证将得到优先处理。欧洲“统一大市场”将实施 EDI 技术, 凡不采用 EDI 方式办理海关手续将被推迟受理。EDI 普遍用于运输业、零售业、制造业和仓储业, 还有通关和报关、金融、保险和商检以及外贸等方面。

EDI 用于零售业, 可以有效地解决贸易中存在严重的“冗余”问题, 如数据反复录入、邮寄文件、仓库货存和数据的传送和转换等。只有通过 EDI 才能解决原有纸面作业效率低、成本高和时间长的现象, 减少订单时间、库存开销和脱销, 加速供应商的响应, 使供应商能够尽快履行畅销商品的订单, 而零售商负责分析各销售点的数据, 对顾客的消费倾向作出分析, 并向供应商传送销售方面的具体数据。

3. EDI 的主要功能模块及通信方式

(1) EDI 功能模块 EDI 功能模块可分为以下 4 个部分:

- 1) 联系模块 它是 EDI 系统与本部门内部其它信息管理系

统或数据库的接口,通过联系模块与用户接口。

2) 报文设计与处理模块 它是将来自用户的或其它信息系统的命令及信息,按 EDI 标准格式生成出各种 EDI 报文,同时由“通信模块”发给其它各 EDI 用户。

3) 格式转换模块 它是将各种 EDI 报文按 EDI 结构化要求进行结构化处理,包括语法上的压缩、嵌套、代码转换以及 EDI 语法控制等。

4) 通信模块 它是 EDI 应用系统与 EDI 通信网络的接口,在接收 EDI 用户报文后进行审查和确认。

(2) EDI 的通信方式

1) 点对点(Point To Point)方式 EDI 用户按照相互约定的格式,通过通信网络进行信息的透明传输和终端处理,从而完成相互间的业务往来。

2) 增值网(VAN)方式 国际各通信网络公司利用现有的计算机与通信网络设备,除完成一般的通信业务外,增加 EDI 服务功能。

3) 电子邮政方式 ISO/IEC/JTC1 与 CCITT 共同制定的文电作业系统 MHS,以电子邮政的方式支持 EDI 的开发与应用。

二、电子订货系统(EOS)

1. 电子订货系统的概念

电子订货系统(Electric Ordering System 即 EOS)是零售业将各种订货信息,使用计算机并通过网络系统传送给供应商,完成从订货、接单、处理、供货指示和结算等全部处理工作的系统。

电子订货系统可通过增值网络 VAN(Value Added Network)来实现。

(1) 地区 VAN 网络 可以由许多中小零售商在各地设立区域性的 VAN 网络,即成立区域性的 VAN 营运公司和地区性的咨询处理公司,为本地区的零售业务服务,支持本地区 EOS 运行。

(2) 专业 VAN 网络 在贸易流通中,商品常常是按其性质划分的,如食品、医药品、玩具、服装等,因此形成了各个不同的

专业。各专业为了达到流通现代化的目标，分别建立了自己的网络体系，形成专业 VAN。

2. 电子订货系统的业务流程

EOS 系统是由许多零售商店和许多供应商组成的大系统，他们采用整体运作方式。EOS 系统通常是在零售商的终端输入订购数据，利用电话线网络传到供应商的计算机中，由供应商开出交货传票，同时开出配货单，并实施配货，完成交货。交货单的资料便成为零售商的应付帐款资料及供应商的应收帐款资料，并连接到应收帐款的系统中去。

3. 电子订货系统实现的目的

电子订货系统的实现在零售商和批发商或供应商之间建起了一条高速通道，使双方的信息及时得到沟通，使订货过程在短时间内准确完成，减少商品在库，保障商品供应。

电子订货系统的实现对零售业和批发业带来了许多益处。

(1) 库存适量 零售商在实施 EOS 系统时，首先获得的第一效益是合理的库存。零售商可通过 EOS 将店铺所陈列商品数量缩小到最小的限度，以便使有限的空间能陈列更多种类的商品，即使是销量较大的商品也无需很大库房存放，也就是说在固定时间去巡视陈列架，将需补足的商品以最小的数量订购，在当天或隔天即可到货，不必一次订购许多。EOS 系统使得零售业订货作业简单化、供应商及时交货。

(2) 减少订货过程中的商品错码或不足 EOS 订货是根据通用商品条码来订购的，可做到准确无误。批发商将详细的订购资料用计算机处理，可以减少传送、输入的错误。零售商可迅速补充库存，防止库存不足。

(3) 改善商品的验货 零售商对进货商品的验货是相当费时的，但若商品验货由交货者进行，且做到品种和数量无差错，那么，零售商只作抽样检验即可。

(4) 改善订货业务 由于实施 EOS，操作十分简便，无论任何人都可正确、迅速地完成了订货业务，并根据 EOS 可获得信息，