

物流经营:怎样做好连锁企业的物流标准化管理？ PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/169/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E7_BB_8F_E8_c31_169745.htm 管理的标准化是为了连锁企业便于进行自身发展过程中的快速复制。它是包含企业发展战略、流程、服务等贯穿企业全程管理的一项复杂的系统工程，并要有优秀的人才技术支持。这也恰恰构成了企业之间难以复制和效仿的核心竞争力。明确战略发展目标 现代商业竞争的不断加剧，使得企业必须通过各种手段有效降低经营成本，提高工作效率，增加销售收入，而收入的提高在规模无法迅速扩大的情况下是一种奢望，销售成本的降低在无法提高批量采购的现实中同样不会有太大起色，因此解决方法之一就是不断扩大企业规模。连锁企业之所以成为现代企业的一种发展趋势，就是因为企业通过这种形式可以实现快速有效的扩张和跨地区经营，实现规模效益，提升竞争能力。而仅仅扩大企业规模并非就可以高枕无忧，规模的扩大必然要有相应的管理进行匹配，否则可能会适得其反，能否有效地进行管理的标准化将成为企业连锁发展成败的关键。要实现标准化管理，首先必须要有一个明确的战略发展目标，而且这个目标必须是惟一的。企业ERP的设计必须以这个目标为核心。战略经营目标主要是在长期利益与短期利益之间寻求平衡，如果过于专注远期战略利益，则需要承担较长的低赢利期或亏损期，如果过于重视近期赢利状况，则可能会丧失一些未来的发展机会，专注点的不同，不仅影响企业的投资方向，并且同时会影响绩效评估、管理流程、组织机构、商品结构、考核指标及其ERP系统设计。在制定好

总体战略目标之后，接下来就要实施流程、店铺、销售、库存、结算、品类管理和顾客服务的标准化，同时通过现代信息技术手段的应用予以保障。制定各项工作标准良好的管理需要有科学规范的业务流程做基础，在连锁企业中，标准化流程是保障企业进行低成本营运的基本原则，是配送中心和采购职能部门大规模高效运作的前提，这与战略目标的惟一化和明确化紧密相关。流程的改造是一个复杂的系统工程，它关系到组织结构、部门岗位职责及其工作习惯甚至部门及个人利益等等，会带来一些阵痛，必然会有一个过程。所以流程一旦确定下来，就不宜频繁变化，多变的流程会导致职责不清和管理混乱以及不必要的资源、时间等浪费。标准化流程需要具备单一、简单、固定的特征，它的前提是店铺标准化。如果店铺都是个性化的，每个店铺的管理就不可能统一，更多地依赖于“人治”而不是“法治”，从而使得管理随意性增强，最终造成没有流程的混乱局面。店铺标准化即是对战略经营目标中主营业态的选择，无论企业如何扩张，都必须制定自己的主营业态，并且要有标准化的门店，因为连锁的最大特征之一就是具备可复制性，个性化的门店会造成事实上的单店经营，难以实现真正意义上的连锁管理。流程的标准化必然需要有标准化的环节，销售与库存管理是其中重要的两个部分。销售标准化是对商品陈列、商品售价、折扣促销等都予以标准化，通过设立专业的部门和专业的岗位人员进行集中管理，而将门店的职能从决策加执行模式转变为单纯的销售执行，这也是高效率低成本经营的基本要求。库存管理标准化的目的是简化库存管理的程序，提高门店的运营效率。前提就是将销售管理与库存管理予以分离，也

就是现在已经被越来越多的企业采用的进销分离。因为，对于连锁企业来说，不可能通过单一门店的库存变化来进行市场的预测，真正意义上的库存管理必须由“进”方也就是采购中心负责，以便及时掌握商品的销售状况和趋势，不断调整商品结构，应对市场的变化。而门店主要的职能就是销售，在库存方面的责任仅是实物的临时保管和提供补货信息，在门店流程标准化程度足够高的时候，应该逐步推行自动补货模式，实现流动库存或者零库存，最大限度地降低库存管理的成本。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com