



## 逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

食品零售與唱片業資訊系統營運績效之比較

作者：蔡耀徵、朱星亮、廖安君、李錦評

系級：企業管理學系三年級甲班

學號：D9579336、D9740518、D9781602、D9781616

開課老師：陳建文 教授

課程名稱：管理資訊系統

開課系所：企業管理學系

開課學年：99 學年度 第一 學期

## 目次

摘要	1
前言	2
第三章 系統及畫面介	6
第四章 系統執行成效	42
第五章 結論與建議	44
第六章 心得	45



## 第一章 摘要

此報告的研究是為了探討進銷存管理系統對企業的影響與成效，研究的內容以連盛食品公司為個案公司，大眾唱片則是對比公司，簡略介紹兩家公司的背景之後，我們透過多方面的資料搜尋及了解，在訪問前先建立對兩家公司的基本認識，再參考指導老師的參考資料之後，我們歸納出了報告相關的主要問題，並進行採訪，在採訪的過程中，雖然有些問題較為尖銳，觸及到公司營運隱私的部分，不過店家仍然十分熱心地指出相關資料的蒐集方向，並全程十分用心、仔細地提供了使用之系統畫面與操作的詳細步驟，再經過期中報告指導老師指出不足之處後，又分別對兩家公司進行第二次的參訪，在店家不厭其煩的悉心解惑之下，讓我的能夠針對兩家公司的系統進行進一步的優缺點的比較，並在長期使用者給予的意見下，做為參考的範本，在文中給予一些建議及可行的改善方案，然後在附上組員關於此次報告的心得。研究方式以親自訪談及拍攝系統畫面為主，再佐以網路資料、期刊論文以及老師的建議，此研究的內容僅供相關學術單位參考與交流。

關鍵字：進銷管理系統

## 第二章 前言

### 第一節 研究動機與目的

隨著科技的進步，管理所需的資料也由傳統的手寫紀錄提升到專業的系統，除了降低帳目不清和存量不明的影響之外，也無形之中降低了很多的成本，如紙張的浪費、統計的不便、時間的等待、人事上的支出等，並且可以從數據分析之中，幫助擬定策略行銷使作業更有效率。

在 21 世紀的現在，各行各業皆透過 E 化，完成不同程度上的補強或強化，紅海不再受到關注，藍海不再費心尋找，白地的市場更加寬廣，利用資訊系統達到以往許多人力無法達到的目的，人們早已見怪不怪，更快更新的追求成為人們生活的理念。

透過進銷存系統，使物流處理的速率與精準度更上一層樓，如此一來，才能擁有滿足胃口越來越大的消費者，其中在市場中占有一席之地的統一企業更是資訊系統使用的佼佼者。統一企業是台灣數一數二的企業，其觸角遍布生活中的每個角落，讓台灣在生活機能上，在全世界可以說頂尖的，究竟統一企業是如何做到的呢？相對於統一的成長，我們特別尋找的另一塊同樣需要強大資訊系統的產業龍頭作為對比，相較於統一集團的不斷轉型與成長，台灣的唱片業卻一再的萎縮，下滑的銷量，網路購物的蠶食，一再的顯示其不足，在這份報告中，我們希望透過兩家管理資訊系統的研究，分別找出管理資訊系統在企業的成長茁壯和衰退中，是否扮演關鍵腳色？

## 第二節 個案公司背景介紹

### 一、公司規模及組織結構

統一企業透過合資的方式，依縣市大小、人口密度成立經銷商好確保各縣市皆有通路，原則上一個縣市至多兩個經銷商然後至少則為一個。各縣市的經銷商基本上毫無關聯，意思是並非全台灣的經銷商皆由同一股東群壟斷，而是各個經銷商皆有自己的股東且統一本身也包含在股東其中。桃園縣總共有兩個經銷商，連盛食品公司也就是經銷商之一，其服務的範圍是南桃園這個部份，透過從統一企業訂貨，再配送給服務範圍內的零售商。

圖 1 為連盛食品公司的組織圖，統一企業是股東之一，經理和副理皆由統一指派，組長以下的階層則由經銷商自行聘任，這些階層可能由董事長或者其他董事群安插。統一企業也是股東的好處有：防止銷售的通路被切斷、確保產品有足夠通路送往各地。然而，統一企業請專業人員設計管理資訊系統，並且以年費約 45000 元租給各地經銷商，再透過網路監管各個經銷商的銷售情況，並且由各經銷商的銷售狀況調整生產的數量、滯銷品的淘汰、新產品的開發等。

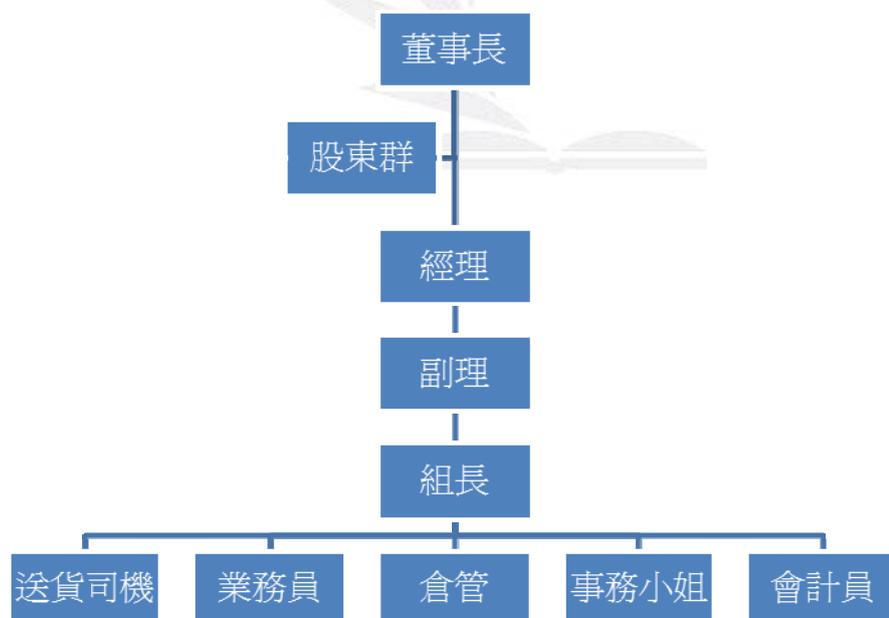


圖 1

圖 1 中經理負責整個公司的營運，副理的工作則是協助經理；組長的工作為

管理公司內部的大小事務，送貨司機的工作為上貨及送貨，業務員負責各自的區域接單及業績的達成，倉管負責倉庫盤點、進出倉盤點、上貨，事務小姐負責接單、收單、操作進銷存系統、在出貨時幫忙點貨等，會計員負責帳務的相關管理。

## 二、服務品項及暢銷品排名

透過向統一企業（一階）訂貨，再由身為經銷商（二階）的連盛食品公司銷售及配送給零售商，服務品項是統一企業的常溫食品，例如保特瓶罐裝飲料、鋁箔包裝飲料、袋裝泡麵、碗裝泡麵、鐵罐飲料，不包含有機食品、冷凍食品和乳製品。

以下是其暢銷品排名：

	袋裝泡麵	碗裝泡麵	寶特瓶	鋁箔包	鐵罐
一	統一肉燥麵	滿漢蔥燒牛肉	茶裏王日式無糖	麥香紅茶	麥香奶茶
二	蔥燒牛肉	滿漢蔥燒豬肉	茶裏王阿里山烏龍	麥香奶茶	杏仁茶
三	鮮蝦	來一客鮮蝦	茶裏王台灣綠茶	咖啡廣場	咖啡

表 1

## 第三節 比較公司背景介紹

### 一、公司規模及組織結構

2002年6月，台灣兩大唱片通路領導業者—玫瑰唱片及大眾唱片整合，成立重聚典企業股份有限公司，成為台灣最大的音樂通路商，目前玫瑰唱片、大眾唱片在全省超過百分之四十的市場佔有率，估計年營業額為貳億壹仟萬元左右，是實體通路的領導品牌。

大眾唱片為台灣最大的唱片連鎖通路，店點分佈於基隆、台北、台中、台南...等各大城市，共計6家門市，旗下核心員工約為150位，每月150萬人次的訪客，經營台灣超過40%的音樂市場23年來對有聲出版產業的深耕及對音樂藝術的堅持，已使大眾唱片成為台灣各縣市的音樂地標，同時也使大眾唱片成為許多愛樂

人生命經驗中不可抹滅的一部份。大眾唱片以提供舒適的賣場，豐富專業的音樂片藏為其最大特色，除了有流行音樂相關的豐富商品，更以典藏豐富古典、爵士產品為其品牌形象，未來，大眾唱片將繼續努力，滿足消費者全方位的娛樂需求，打造全面優質的消費經驗，使台灣成為愛樂者的購物天堂。

另外，為順應一般民眾的購物消費習慣，玫瑰大眾唱片也跟愛買、大潤發、大買家等各大買場合作，作為出貨的經銷廠商，但是其出貨量並不併入排行榜銷售額之中，之前有特別為量販店的部分，特別設立量販榜，可惜因為鎖定的顧客族群與一班銷售族全部不大相同，無法反映趨勢，指標性不足，在創立不久即關閉。

在下圖 2 完整的標示大眾唱片公司的組織架構，在一般門市管理方面，由店長統一執行正職與工讀生的管理與排班事務，且店長會在排班名單內參與排班，而在店長則隸屬區督導管理，監督到又隸屬區經理管理，但是大致上區督導和區經理在業務執行相同，就權責上有所不同，而副總除了區督導需要對其負責的同時管理總公司內部部門；在內部部門方面，網路商城銷售的部份，統一由資訊部負責，而在大賣場方面的鋪貨則由產品部統一負責。

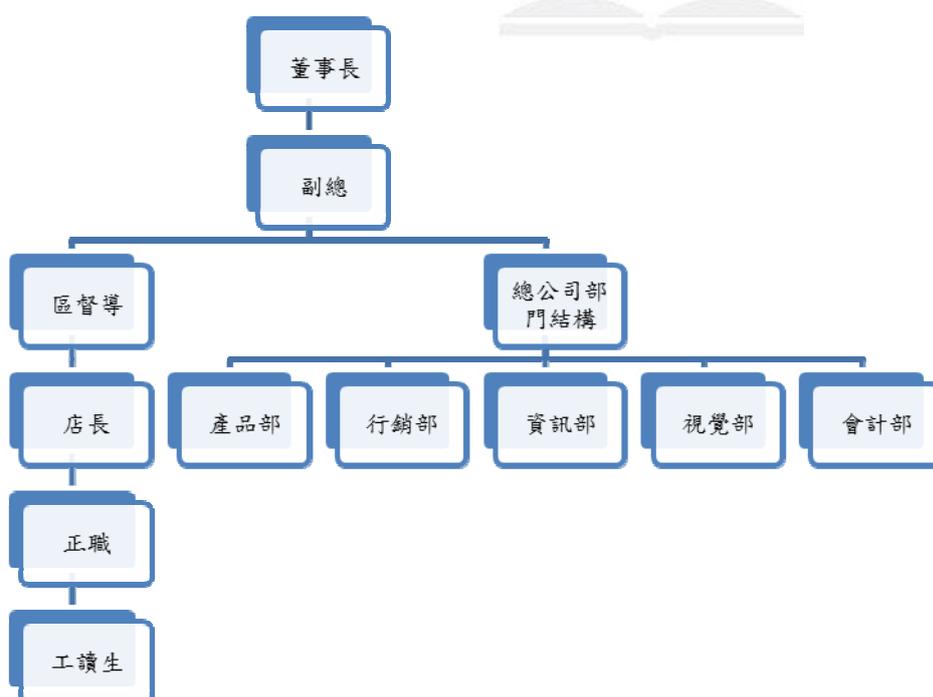


圖 2

## 第三章 系統及畫面介紹

### 第一節 個案公司系統介紹

#### 一、開發商介紹

英特格瑞資訊股份有限公司成立於 1994 年，主要營業範圍提供企業 e 化整合軟體產品，亦因應不同類別企業需求，量身訂作應用軟體之專案設計，主要的開發技術架構在多層次物件導向的網際網路應用軟體及解決方案。

於 2003 年 4 月順利完成統一企業二階客戶管理系統開發專案，經過將近四個月的平行作業測試、負載壓力測試，及效能測試…等考驗，正式上線啟用，成功地為統一企業開拓 e 化新里程，全套系統功能涵蓋了進貨存貨管理、銷貨管理、財會管理、成本分析、市場情報、決策支援分析…等，可彈性支援各種商業型態或經銷體系作業，並透過即時且正確的資訊交換，強化整體管理效能。

#### 二、系統名稱及電腦軟硬體需求

系統名稱	二階客戶系統
硬體需求	Pentium 586 CPU 在 133MHz 以上 (建議 88MHz 以上)、記憶體 128M (建議 256M 以上)、硬碟需 500M 空間以上、解析度 1024*768
軟體需求	Win98 第二版 B 版以上 (泛指 WinMe、Win2000、WinXP，其中建議 WinXP 為最佳)、瀏覽器 IE6.0 以上、Java Runtime 1.4.0 以上、JViewer

ADSL

連線速度需求 512/64 Kbps 以上

表 2



### 三、系統人員組織架構

下圖 3 為整個二階客戶系統的相關人員組織架構，包括使用系統的人員以及維修、排解問題的人員，透過層層分工、專業化的分類，在系統產生問題時，能適時的找到相關解決人員好排除困難，在後面的第 6 節中我們將介紹他們遇到問題時的申報流程，然後此次報告將針對圖中經銷單位人員做訪問，好瞭解其系統。



圖 3

- 通路服務部 MFA 人員：1. 新上線單位之客戶審核、給號及外購產品給號作業。2. 管理及整合二階客戶系統集中控管資料。
- 通路服務部各區營管人員：1. 系統操作問題排解及輔導。2. 上線單位作業問題及需求整合。
- 資訊部各區 MIS 人員：1. 上線單位 MFA 集中控管資料產生。2. 系統程式及資料問題排解。3. 協助上線單位問題釐清及排解。
- 經銷單位人員：1. 上線資料設定（如人員權限、密碼設定）。2. 系統的使用。
- ASP 管理中心人員：1. 系統效能調校與資料備份。2. AP 主機程式修改及部署。2. 系統連線異常問題排解。

#### 四、系統架構

二階客戶系統藉由 JAVA Total Solution 建構 Internet Web AP，並以集中化的機制成立應用系統管理中心（如圖 4），使用者可以在任何地點透過 Internet 環境，使用瀏覽器即可操作系統。

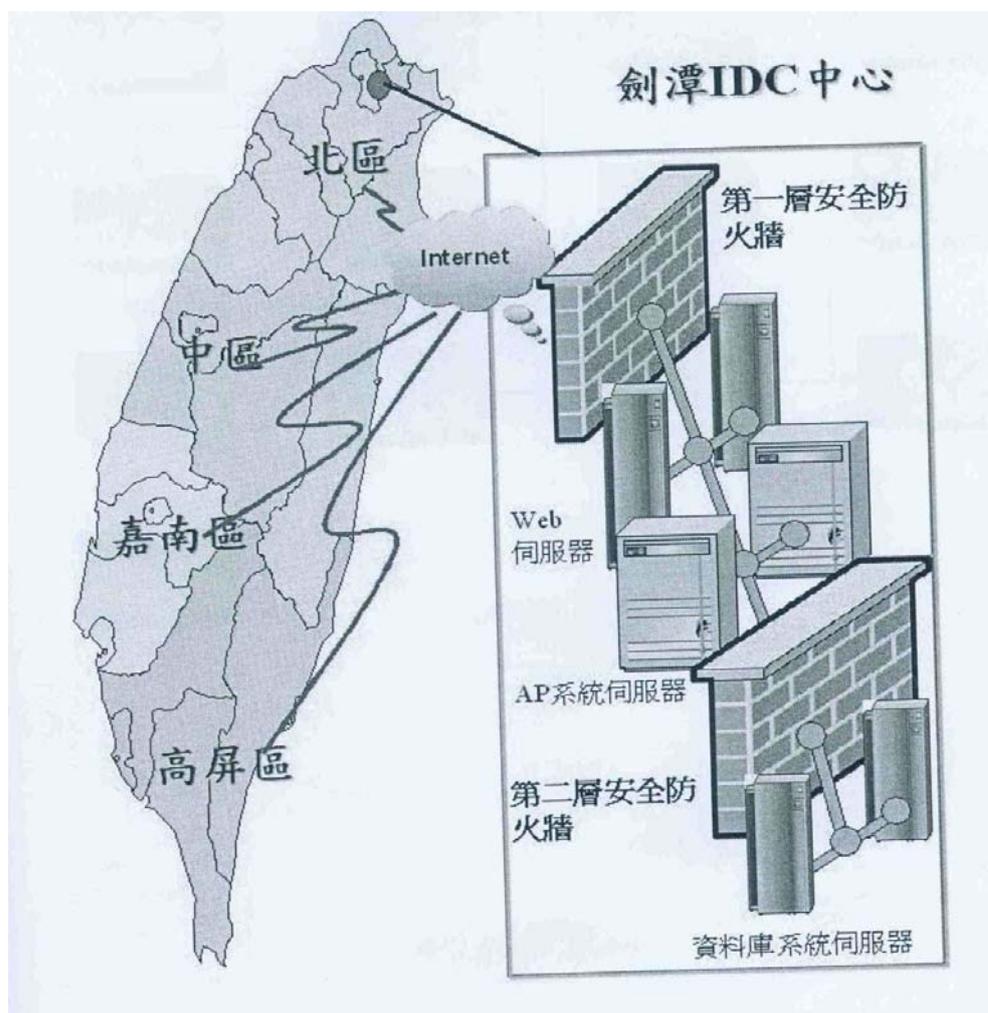


圖 4

圖 5 為二階客戶系統的架構，此圖的製作為開始進入的畫面到進銷存系統的結構，由於此次報告以介紹進銷存系統為主，且該單位使用人員較常使用且熟悉的也是進銷存系統，所以架構圖中僅將進銷存系統展開。

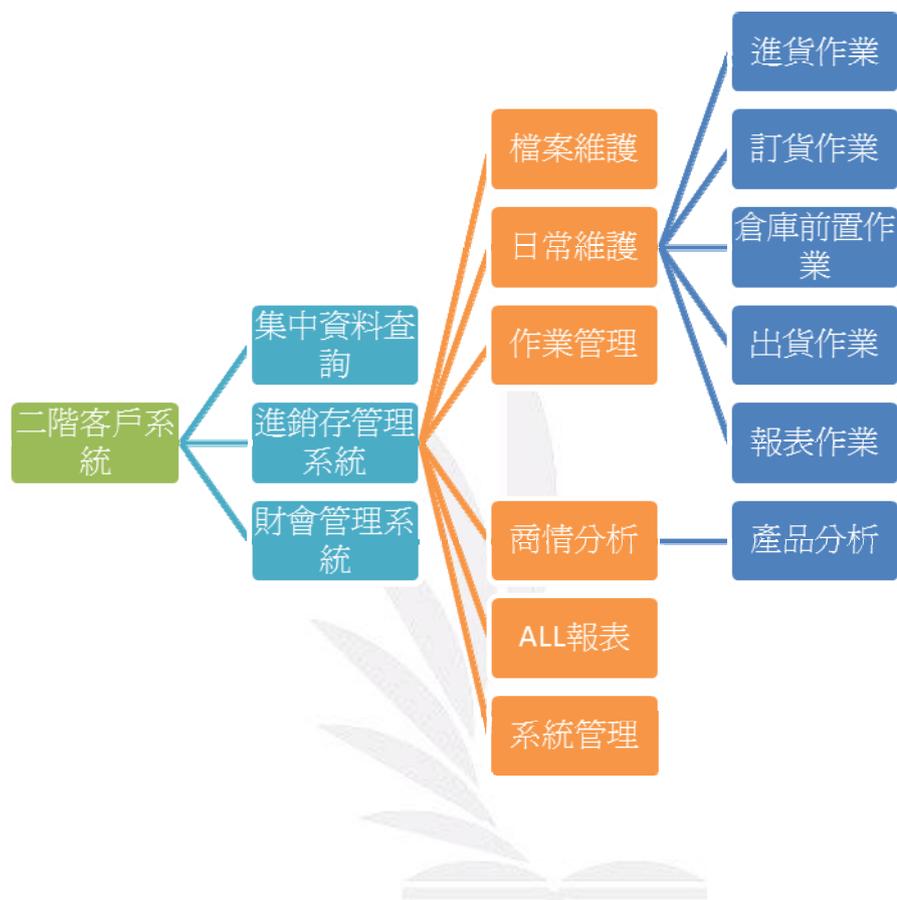


圖 5

## 五、進銷存系統使用流程以及系統畫面

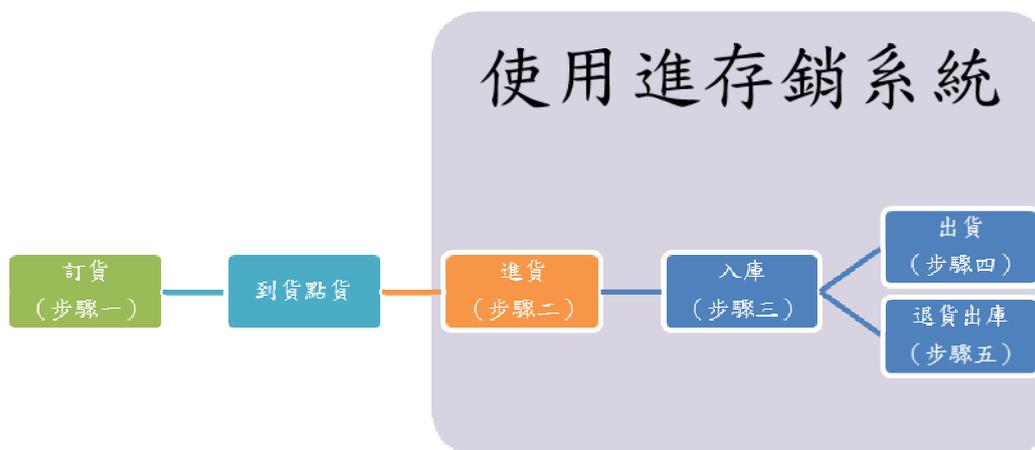


圖 6

圖 6 流程為依照需要的產品填妥訂單後傳真至統一企業訂貨，貨送達經銷商時當場點貨，核對貨物的數量及品項，良品準備進貨入庫不良品當場退回，當貨物在倉庫或者準備出貨時發現還有不良品則辦理退貨出庫的動作，此不良品因為已經擺入倉庫且沒有在到貨時馬上退回，所以由經銷商自行吸收而非退回統一企業，以及統一企業送達貨物時通常有提供棧板好方便搬運貨物，此棧板也需要列入進貨品項內，並且在退貨出庫這個動作退回統一。送出的貨物如果下游零售商因訂購錯誤或者其他原因退回時，良品則重新入庫，不良品銷毀。以下將介紹上圖之步驟的實際操作畫面。

● 訂貨 (步驟一)

【打開訂貨用表格→填入訂貨數量→列印→確認後傳真至統一工廠→訂貨完成】

OEC代號	產品名稱	訂貨數量	訂貨數量	OEC代號	到貨日: 年 月 日
10000010	統一麵肉(粉)袋85g*30				
00020	統一麵肉(大)袋75g*30				
00030	統一麵粉(大)袋83g*30				
00080	統一麵粉(中)袋80g*30				
00110	統一麵粉(小)袋83g*30				
00130	統一麵粉(細)袋85g*30				
11000040	統一米粉肉(袋)55g*30				
00030	統一米粉肉(袋)55g*30				
01000200	統一麵粉(大)袋83g*60				
00220	統一麵粉(中)袋83g*60				
00230	統一麵粉(小)袋85g*60				
00210	統一麵粉(細)袋90g*60				
010003720	統一麵粉(細)袋85g*12				
03730	統一麵粉(細)袋85g*12				
03740	統一麵粉(中)袋80g*12				
03750	統一麵粉(中)袋83g*12				
03770	統一麵粉(細)袋80g*12				
03780	統一麵粉(細)袋85g*12				

圖 7

● 進貨 (步驟二)

【輸入使用者代號及密碼→登入】

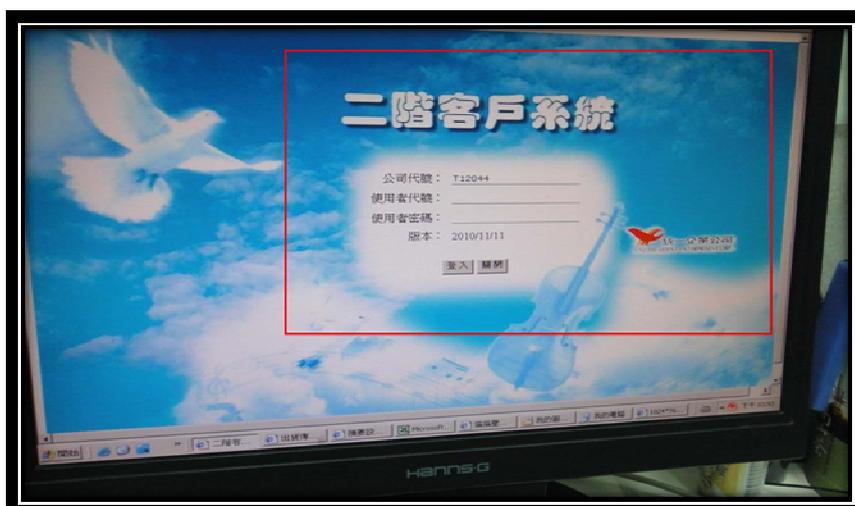


圖 8

【1點選向下箭頭2進銷存管理系統3點選後會出現下列分類】

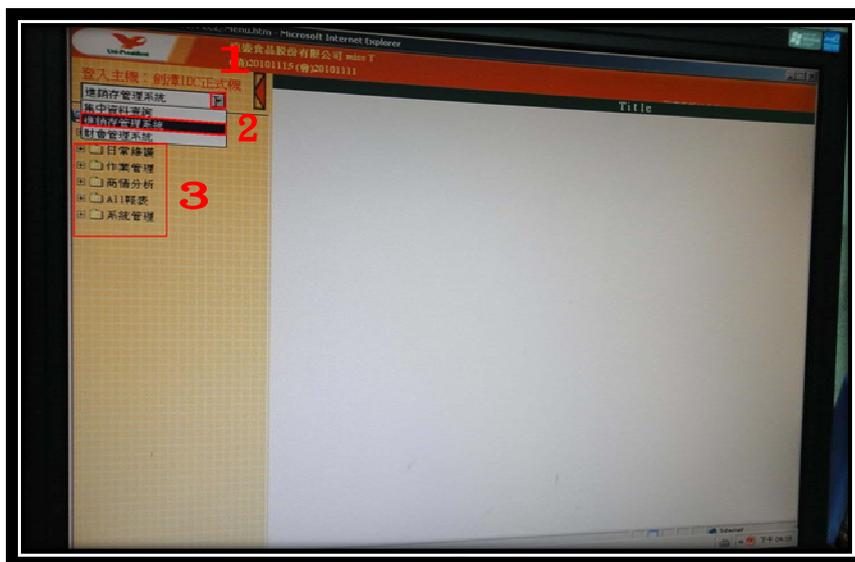


圖 9

【1日常維護】

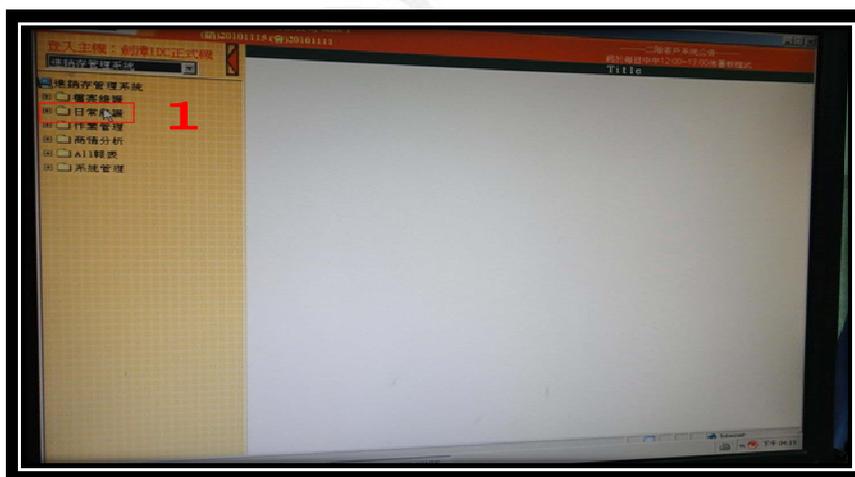


圖 10

【2進貨作業3進貨傳票4新增5輸入進貨內容6交易】

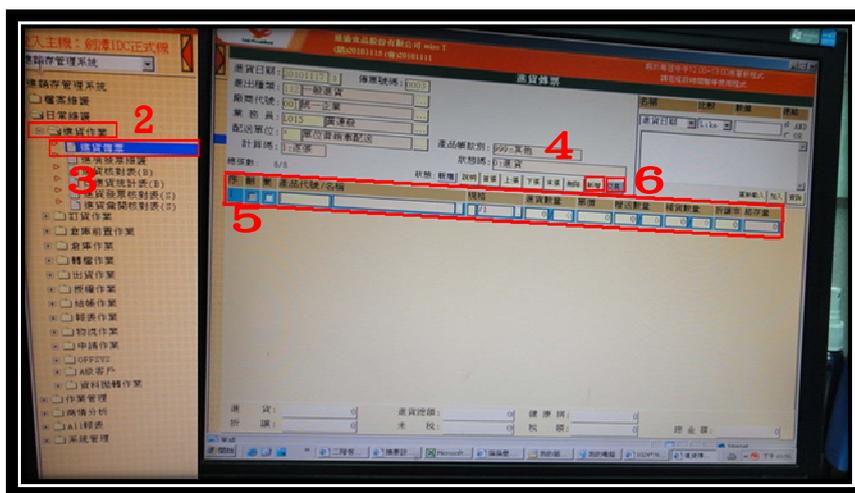


圖 11

● 入庫 (步驟三)

【1 倉庫前置作業 2 入庫單 3 根據進貨物品所產生的傳票號碼，勾選要入庫的傳票號碼 4 交易】

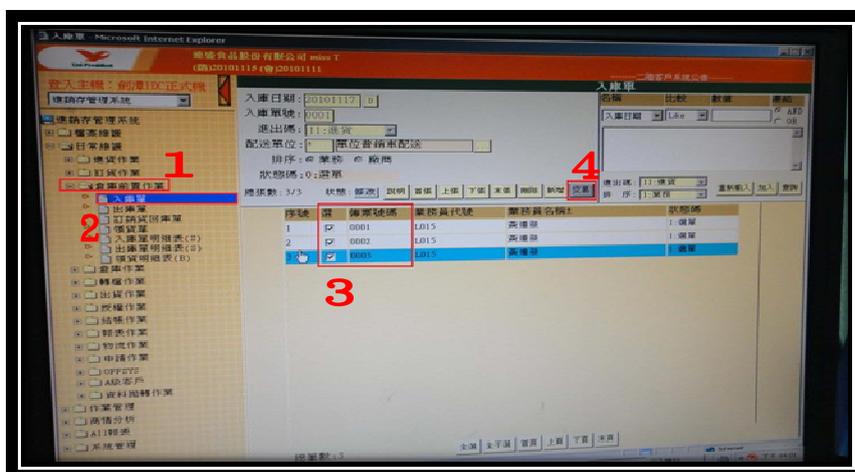


圖 12

● 出貨（步驟四）

【1 出貨作業 2 出貨傳票 3 新增（輸入內容） 4 交易】



圖 13

列印出貨單

【1 訂貨作業 2 出貨傳票列印（新套版） 3 選擇日期 4 輸入傳票號碼（Ex:1005）  
5 確定 6 預覽】

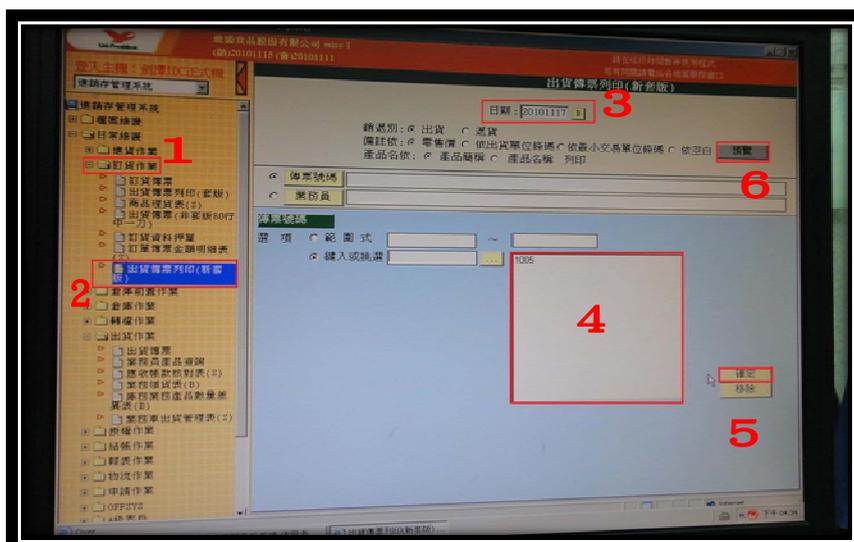


圖 14

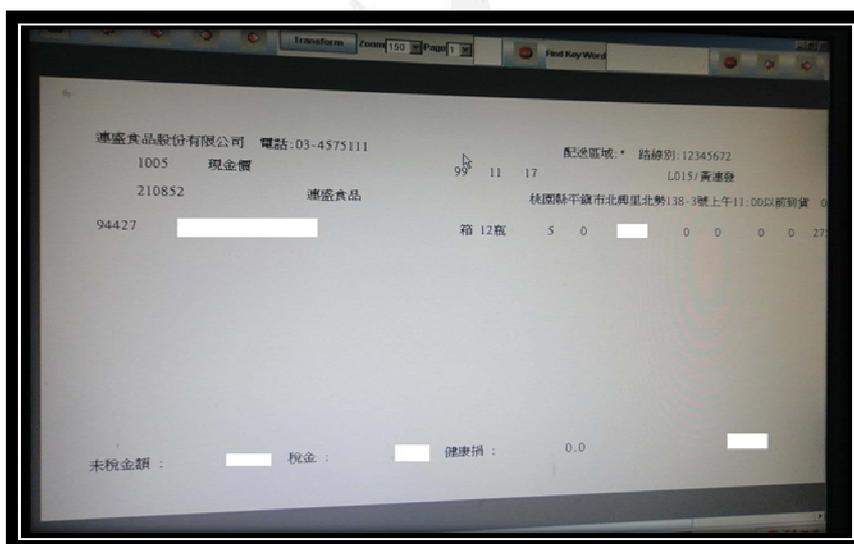


圖 15

● 退貨出庫 (步驟五)

【1 進貨作業 2 進貨傳票 3 輸入基本資料 4 新增 5 輸入退貨內容 6 交易】

食品零售與唱片業資訊系統營運績效之比較

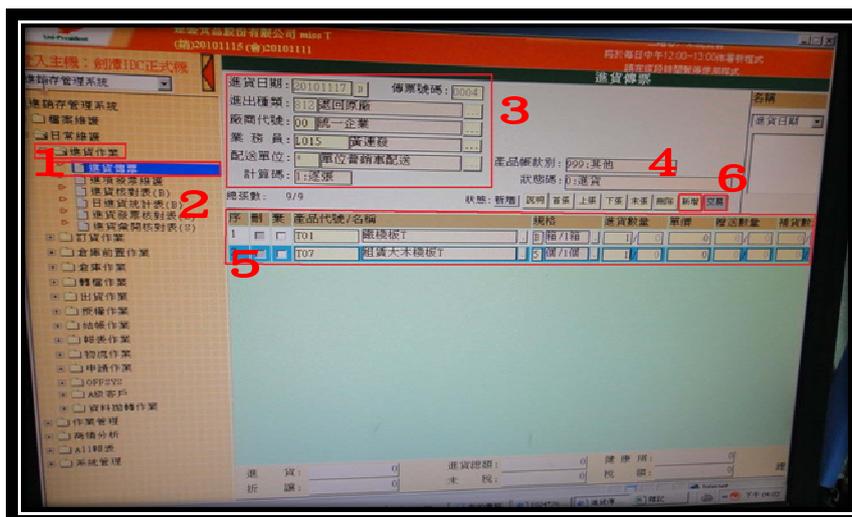


圖 16

【1 倉庫前置作業 2 出貨單 3 新增 4 勾選要出庫的傳票號碼 5 交易】

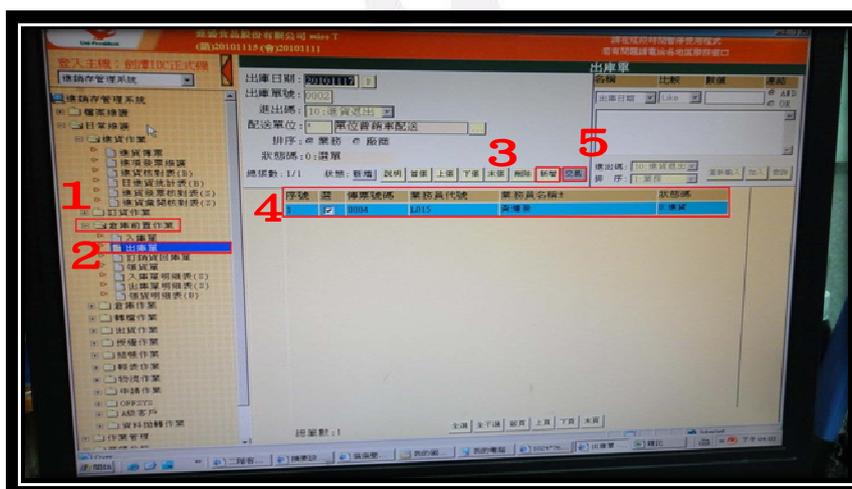


圖 17

## 六、其他系統畫面

### ● 庫存查詢

【1報表作業 2存貨報表 3庫存期間報表(B) 4選擇預查詢的期間 5選擇查詢條件 6預覽】

此動作(圖 18)提供經銷查詢庫存的數量,好計算向統一企業叫貨的數量,同時統一企業也透過網路進入各個經銷商的此系統,好計算應該生產的數量。期預覽表(圖 19)的排列方式是因產品部門列別分類,內容再由商品代號排序。

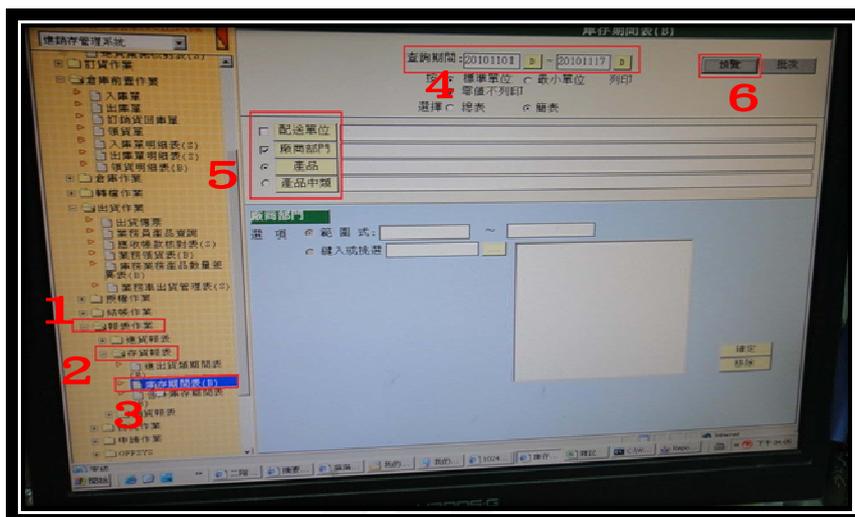


圖 18

產品代號	規	格	上月內庫存	上期內庫存	進項入倉	進項出倉	銷項出倉	銷項入倉	本月期內庫存	本月期內庫存金額
廠商部門: 004/統一企業代碼品牌組										
C0959	箱/24罐		14	0	14	0	0	0	0	0
統一仙草茶 6入CAN335										
C2730	箱/24罐		1044	0	0	0	0	0	1044	28427
統一香柚茶 6入CAN340										
C3171	箱/24罐		4	0	0	0	1	0	3	870
統一香柚茶 6入CAN340										
C3989	箱/24罐		4	0	20	0	0	0	24	2310
統一桂園紅梅茶CAN340										
C3393	箱/24罐		54	0	0	0	0	0	54	24688
統一燕麥乳 8入CAN330										
C3628	箱/24罐		0	0	49	0	12	0	37	8120
統一鮮奶茶CAN340										
CT283	箱/24罐		34	0	30	0	0	0	28	9240
阿華田麥芽茶CAN340										
CT293	箱/24罐		41	0	100	0	0	0	141	21780
統一八寶粥 24x330										
										85435
廠商部門: 007/統一企業餅乾咖啡組										
C2113	箱/24罐		62	0	0	0	30	0	32	4280
統一香柚茶 6入CAN340										
C2246	箱/24罐		87	0	0	0	39	0	28	8120
統一香柚茶 6入CAN340										
C8159	箱/24罐		165	0	600	0	492	0	273	44160
咖啡 46 6入19230										
C4161	箱/24罐		75	0	400	0	230	14	235	40320
咖啡 46 6入19230										
C4163	箱/24罐		57	0	600	0	540	0	117	11720

圖 19

● 銷售報表查詢

【1報表作業 2銷售報表 3商品銷售期間表 4選擇預查詢的期間報表 5預覽】  
 此動作（圖 20）查詢銷售報表可顯示輸入期間之銷售量和金額，還有各項產品  
 是否有促銷活動，經銷商可由此報表（圖 21）預估叫貨量，統一企業也可由此  
 調整行銷企劃還有對滯銷品的汰換改良，報表的排列方式是因產品部門列別分  
 類，內容再由商品代號排序。

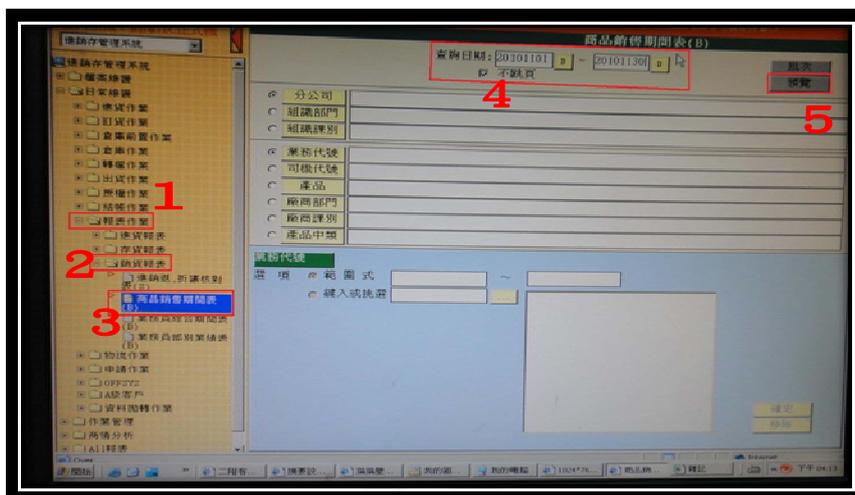


圖 20

表單代號: SALR124

權限食品股務部  
商品銷售報表  
2010/11/01~2010

廠商部門類別: 004/統一企業代理品牌組

產 品 產 品 名	稱	銷貨數量	贈禮數量	合 稅 全 額	贈 禮 全 額	平 均 售 價	銷 貨 收 入	銷 貨
C0959	統一仙草蜜6入CAN355	1/	0/	0/	0	200.00	200.00	190
C3171	統一香檳精茶新CAN340ml*24罐	1/	0/	0/	0	340.00	340.00	324
C3989	統一桂園紅葉茶CAN340ml	13/	23/	3/	1	5,618.00	1,278.00	5,330
C5593	統一燕麥穀八寶(4入)CAN330g	10/	0/	0/	0	5,248.00	524.80	4,997
C5628	統一解渴茶CAN340ml*24入	12/	0/	0/	0	3,965.00	330.42	3,776
C7288	阿華田麥芽牛奶CAN340	34/	23/	1/	1	14,323.00	438.00	13,641
C7293	統一八寶粥CAN330g	76/	0/	0/	0	23,930.00	314.87	22,791
小計						53,624.00	1,716.00	51,069
廠商部門類別: 007/統一企業綠飲咖啡BU								
C2113	曼仕德特調CAN335	28/	22/	1/	2	9,614.00	390.00	9,156
C2246	曼仕德哥倫比亞CAN240	55/	0/	4/	0	17,739.00	1,320.00	16,896
C4159	咖啡廣場96年TP250	401/	9/	93/	15	68,901.00	17,201.00	65,821
C4161	咖啡廣場6入96年TP250	241/	12/	0/	2	40,510.00	16.00	38,581
C4163	咖啡廣場6入96年TP250ml	520/	16/	19/	8	84,083.00	3,462.00	80,077
C4166	咖啡(咖啡牛奶)6入96年TP250	155/	10/	1/	2	26,118.00	201.00	24,878
C4168	咖啡(冰咖啡)96年PET600ml	665/	9/	51/	2	291,428.00	22,480.00	277,545
C4170	咖啡(冰咖啡)4入96年PET600	82/	0/	0/	0	35,588.00	0.00	33,898
C4171	咖啡(奶香特調咖啡)96年PET600ml	218/	5/	16/	5	96,016.00	7,183.00	91,444
小計						669,997.00	52,253.00	638,096
廠商部門類別: 008/統一企業綠飲水BU								
小計						48,920.00	3,510.00	46,587

圖 21

● 暢銷產品業績統計表

【1 商情分析 2 產品分析 3 暢銷產品業績統計排行表(B) 4 選擇日期 5 選擇預查詢條件 6 預覽】

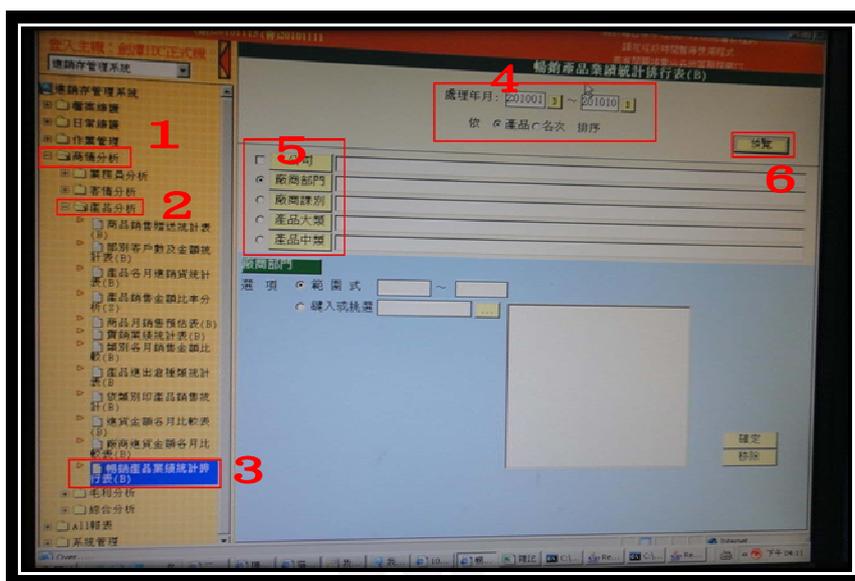


圖 22

代 號	產 品 名 稱	銷 貨 數 量	贈 補 數
C0120	統一蘆筍汁TP250	1238/ 0	0/
C0386	統一楊桃汁TP250	6406/ 11	1/
C1604	統一蜂蜜菊花茶TP250	233/ 0	0/
C2829	統一葡萄多PET600	251/ 4	3/
C2831	統一鮮橙多PET600	267/ 15	3/
C3359	統一冬瓜露TP500	1900/ 8	239/
C3550	統一芭樂多6入TP250*24罐	415/ 11	15/
C3653	葡萄多TP250ml	794/ 7	28/
C3654	葡萄多6入TP250ml	1162/ 0	0/
C3655	蘋果多TP250ml	636/ 14	4/
C3656	蘋果多6入TP250ml	132/ 0	0/
C3657	鮮橙多TP250ml	759/ 7	9/
C3658	鮮橙多6入TP250ml	57/ 0	0/
C3659	統一芭樂多TP250	36/ 0	0/

圖 23

## 七、新客戶、新產品申請流程

### ● 新客戶申請

若單位新客戶的統一編號及負責人與 MFA 已有之客戶相同，則無須申請新客戶，只需找出代號再由地區客戶加入，即指操作圖 25 即可。

若所需新增的客戶 MFA 尚無，或者一新客戶擁有多家分店（統一編號、負責人、電話相同），於申請新客戶時，針對不同分店給予不同連絡人，則 MFA 將針對各分店給予個別客戶代號，即操作圖 24 跟圖 25。

【1 進銷存管理系統 2 日常維護 3 申請作業 4 新客戶申請】

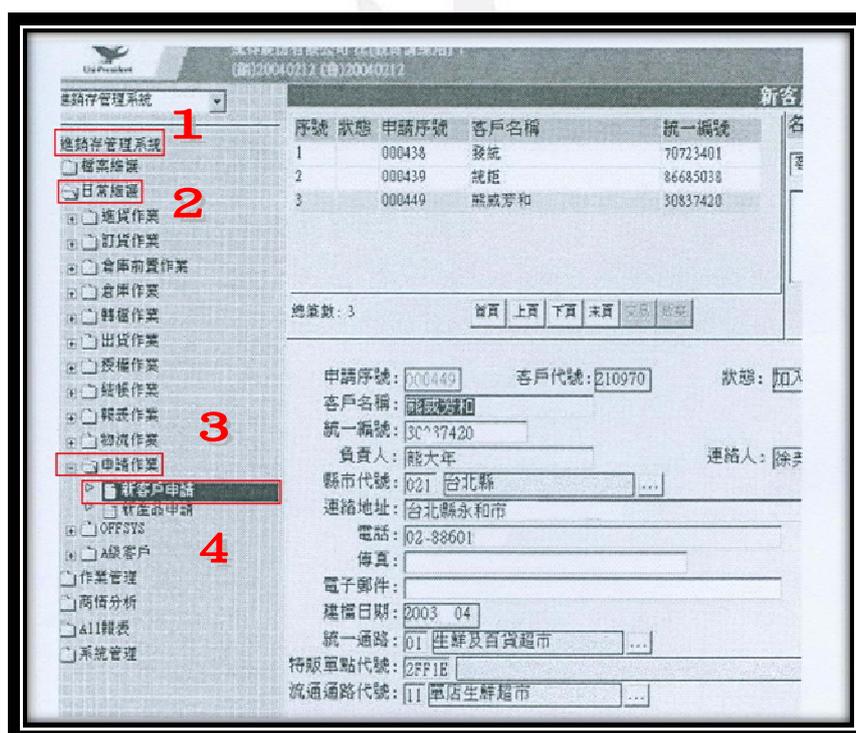


圖 24

【1 進銷存管理系統 2 檔案維護 3 客戶管理 4 地區客戶(依照代號)加入新客戶】

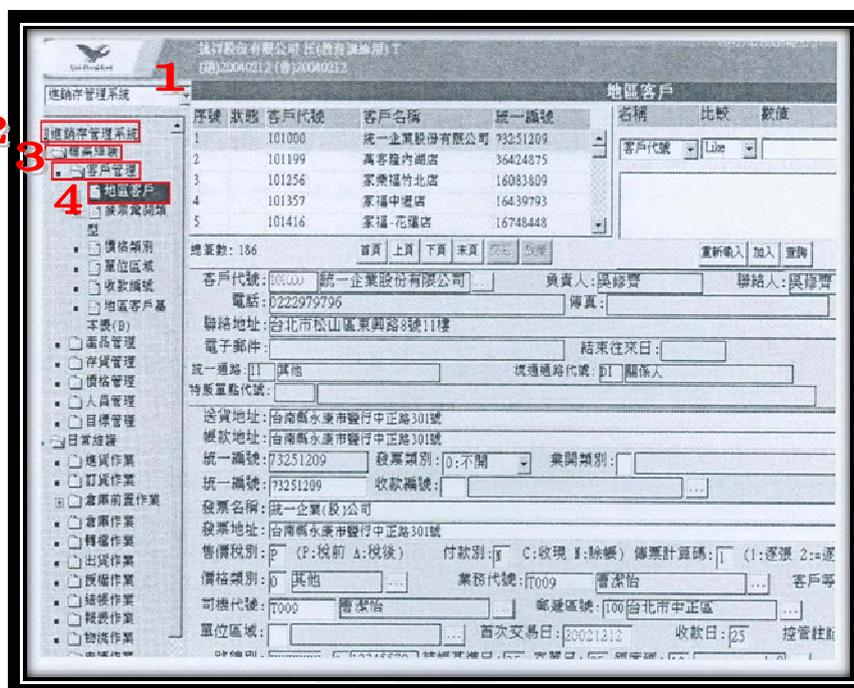


圖 25

### ● 新產品申請

有關統一企業本身產品，MFA 於每日 16:00 會與拉取一階產品新增資料，以取得最新產品代號及相關基本資料，單位僅須於產品庫存加入即可，即操作圖 27。凡外購產品（例如：統一有機、夢公園等非統一產品）才需另外申請，即操作圖 26 和圖 27。

【1 進銷存管理系統 (畫面往下拉所以無法顯示) 2 日常維護 3 申請作業 4 新產品申請】

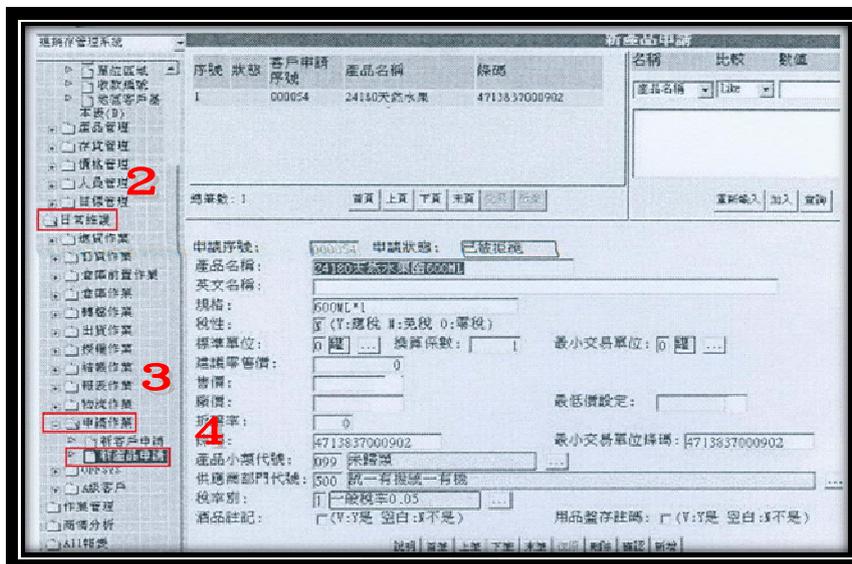


圖 26

【1 進銷存管理系統 2 檔案維護 3 產品管理 4 產品庫存 (依照代號) 加入新產品】

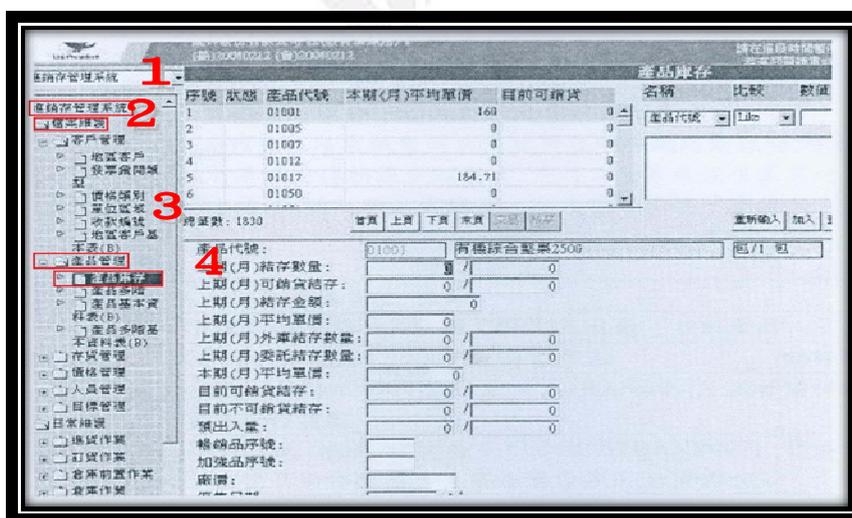


圖 27

## 八、問題申報流程及新增系統功能流程

發生問題指系統單一功能之執行過程所發生之錯誤，或所產出之結果不符合資料內容，則使用以下步驟來透過層層的通報，好找到專門的人員以協助問題的排除



圖 28

其他網站與二階系統都無法連上屬於 ADSL 問題，則洽 ADSL 的提供廠商（如中華電信）；若經銷單位無法進入二階系統，卻可以上其他網站時則直接電洽 0912267350，ASP 人員 24 小時服務電話。

經銷單位因業務所需，針對二階客戶系統有任何的新增功能需求或修正，可至二階系統 PORTAL 網站 (61.57.227/PEC2/) 填寫二階系統委託單將委託單列印出來，再依委託單下方之流程交付轉寄各區通路服務單位，經由審核流程，考量及整合系統效能、各區需求情況或對相關作業流程的影響等因素，增修系統程式。

## 第二節 比較公司系統介紹

### 一、系統開發廠商

群豐資訊科技股份有限公司成立於1987年，多年來以「產品創新、技術領先、服務熱忱」的經營理念投入資訊應用系統的研發與資訊服務提供。

我們歷經DOS、Windows到最新WEB Solution的不同開發技術與系統整合經驗，累積了完整的資歷與純熟的技術；專業技術團隊提供企業內與企業間之系統整合服務及品質的保證。

在資訊科技快速發展與產業競爭加劇的變遷中，我們更專注於應用資訊系統提升營運管理效益、強化產業Domain Knowhow的產品研發與整合服務，期待為客戶創造更高的競爭價值。使客戶能以最低的投資風險獲得最高效益的產品與服務保障。

### 二、開發系統介紹



圖 29

e-ROS 流通業電子化營運管理系統」是一套符合連鎖店經營管理的資訊系統。採集連鎖通路企業經營的精華、彈性的系統功能設計，讓您可以取得最適用的系統功能並減少客製化時間、人力的投入與成本支出，成為最有價值、高效益的投資。本系統採多層式的系統架構，與物件化、模組化的開發方式。

### 三、eROS 標準版功能概述

<b>POS 收銀前台系統</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 種入帳方式</li> <li>• 6 種消費者付款方式</li> <li>• 7 種自動促 銷檢核</li> <li>• 多種購物身分</li> <li>• 特殊商品、 未建檔商品</li> <li>• 退貨處理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品、會員速查</li> <li>• 促銷商品提示</li> <li>• 客戶預訂作業</li> <li>• 預備金試算</li> <li>• 異常交易管 理</li> <li>• 交易暫存</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中斷自動回覆</li> <li>• 交班讀帳、清帳</li> <li>• 人員權限管理</li> <li>• 交易資料安全機制</li> <li>• 收銀機發票管理</li> </ul>
<b>零售交易資訊</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 前檯收銀機銷售管理</li> <li>• 即時銷售查詢</li> <li>• 商品銷售統計</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 營業資訊統計</li> <li>• 客層分析統計</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 會員消費統計</li> <li>• 門市與人員業績達成率</li> </ul>
<b>會員管理</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 會員資料管理</li> <li>• 會員交易紀錄</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 會員卡別管理</li> <li>• 支援會員多卡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 個別會員分析</li> <li>• 商圈會員分析</li> </ul>
<b>(請)採購管理</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 門市訂進退作業</li> <li>• 總公司採購作業</li> <li>• 採購員管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商管理</li> <li>• 商品資料管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品促銷作業</li> <li>• 上述相關管理分析報表</li> </ul>
<b>庫存管理</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 即時庫存查詢</li> <li>• 門市調撥作 業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 門店盤點作業</li> <li>• 進銷存管理 報表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品迴轉率與庫存管理報表</li> <li>• 庫存調整、 成本調整</li> </ul>
<b>總倉管理</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商 品分配作業</li> <li>• 總倉揀貨作 業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 總倉出貨作業</li> <li>• 出退貨管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品倉位設定</li> </ul>
<b>帳務管理</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 進貨帳款核配</li> <li>• 應付帳款管 理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 收銀交易明細</li> <li>• 信用卡交易 明細</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 發票申報明細</li> <li>• 可銜接群豐會計總帳系統</li> </ul>
<b>作業平台</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公告欄與即時訊息</li> <li>• 主檔基本資料維護</li> <li>• 人員權限管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 功能選單管理</li> <li>• 系統參數與 設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 進銷存日月結管理</li> <li>• 自動化定時排程作業</li> </ul>
<b>擴充模組(選購項)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 批銷管理模組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 應收帳款管理模組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 門市人員差勤管理模組</li> </ul>

表 3

#### 四、系統架構

門市端	Server/PC 工作站、收銀機與週邊設備
總公司端	PC 工作站、DB Server、AP Server、Web Server
軟體	EMIS e-ROS、EMIS SAS
資料庫	Oracle、MS-SQL
作業平台	Windows2003 Server、Soarlis、Linux、UNIX 等

表 4

#### 五、系統架構特色

擴充性	N-Tier 多層式主從架構，具高度彈性化延展性
資料完整性	資料集中總公司，達到資料安全性與一致性之完整性
系統均衡化	系統具備平衡負載、快速處理，力求整體高效能
物件化	可擴充應用範疇，增加系統再用性與易維護性
Thin Client	工作站僅需瀏覽器，不用安裝應用程式
安全性	系統安全機制設計包含營業資料加密、防火牆等，保護營業機密不外洩
整合性	系統架構與系統功能全面整合，加速系統之建置與導入

表 5

## 六、系統使用架構流程圖

圖 30 為玫瑰大眾唱片系統使用架構流程圖，由於玫瑰大眾唱片在 2002 年時進行合併，所以在系統使用方面的資訊基本上都已缺失，僅以人力的方式傳承，且在一開始與群豐公司購買軟體與設備的方式是以買斷的交易進行，故無提供軟體的更新、設備的照護與軟體在使用上的改進，而且當初在系統買進時，已確認功能使用的可能性，在考量成本的因素下，部分系統功能就成了空有功能名稱地標題，另外玫瑰大眾唱片的資訊部以 WEB 2.0 為架構，寫出一套更符合使用下沉的訂貨系統搭配使用。

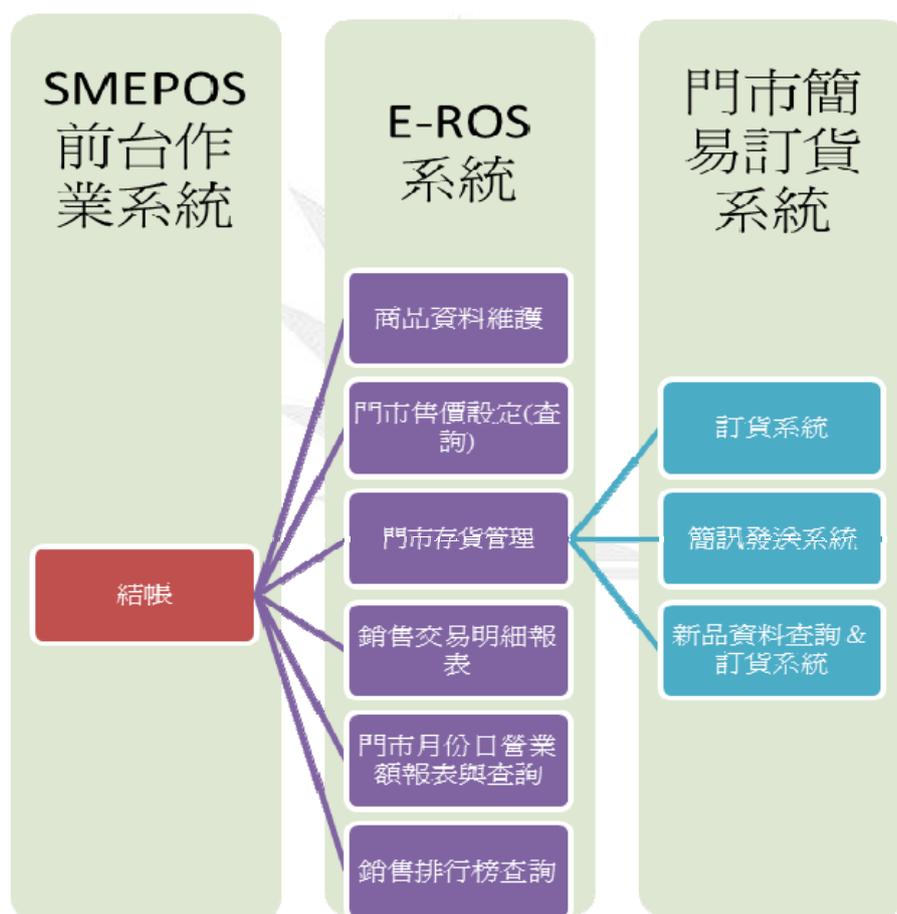


圖 30

## 七、系統畫面

### I. SMEPOS 前作業系統

The screenshot shows the SMEPOS front-end interface. At the top, it displays system information: 機台 001101, 剩餘發票 42張, GMU COMPANY, 日期 2010/10/14, 時間 16:51:40. Below this is a header section with fields for 交易序號, 售貨員, 發票號碼 (QQ32616708), 統一編號, 卡別, 會員名稱, and 會員編號. A 'g-music' logo is visible on the right. The main area features a 'Welcome to G-MUSIC' banner and a grid of buttons for various transactions: EDC開關, 客層, 發票號碼, 統一編號, 門票銷售, 禮券銷售, 折價券, 紅利折抵, 退换货, 取消付款, 7, 8, 9, 現金禮券, 聯名卡折扣, 刪除商品, 員購, 4, 5, 6, 信用卡, 會員, 立即更正, X, 1, 2, 3, 現金, 取消交易, 商品加價, PLU, 0, 00, 負債交易, 小計. At the bottom, a summary bar shows: 未收款金額 0, 銷售金額 0, 找零 0, 商品數量 0. A status bar at the very bottom includes: 宋澤玲, 等待交易開始..., 版本 1.1.0.18, Internet 連線中, PLU共有287145筆, 交易狀態.

Callouts on the left side of the screenshot identify the following areas:

- 當筆交易訊息基本資料 (Current transaction message basic information)
- 交易入帳操作提示區 (Transaction entry operation提示 area)
- 即時訊息跑馬燈 (Real-time message ticker)
- 交易入帳明細 (Transaction entry details)
- 銷售總額與應收金額小計 (Sales total and receivable amount summary)
- 軟體版本與系統狀態提示 (Software version and system status提示)
- 螢幕鍵盤區 (有多頁,可隱藏) (Screen keyboard area (multiple pages, can be hidden))

圖 31

This screenshot shows the same SMEPOS front-end interface but with a different set of buttons in the main grid. The top header information is identical. The main grid buttons include: 交班, 促銷提示, 收單金額, 1000, 500, 100, 折價券, 讀帳, 溢收, 刪除商品, 7, 8, 9, 現金禮券, 清帳, 退字, 數量變更, 4, 5, 6, 信用卡, 手開三聯, 交易查詢, X, 1, 2, 3, 現金, 手開二聯, 商品速查, PLU, 0, 00, 負債交易, 小計, 確認, 結束, 第一頁, 第三頁, 左右, 隱藏, 清除. The bottom summary bar shows: 未收款金額 0, 銷售金額 0, 找零 0, 商品數量 0. The status bar at the bottom is also identical to the previous screenshot.

圖 32

## II. 後台 eROS

### a. 系統進入主畫面

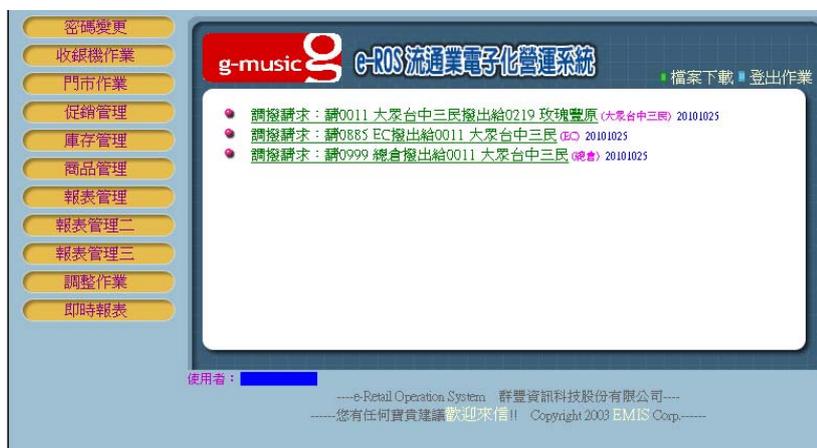


圖 33

### b. 密碼變更

【點選”密碼變更”→跳出密碼變更視窗→輸入新舊密碼確認→點選”確認”→變更成功】

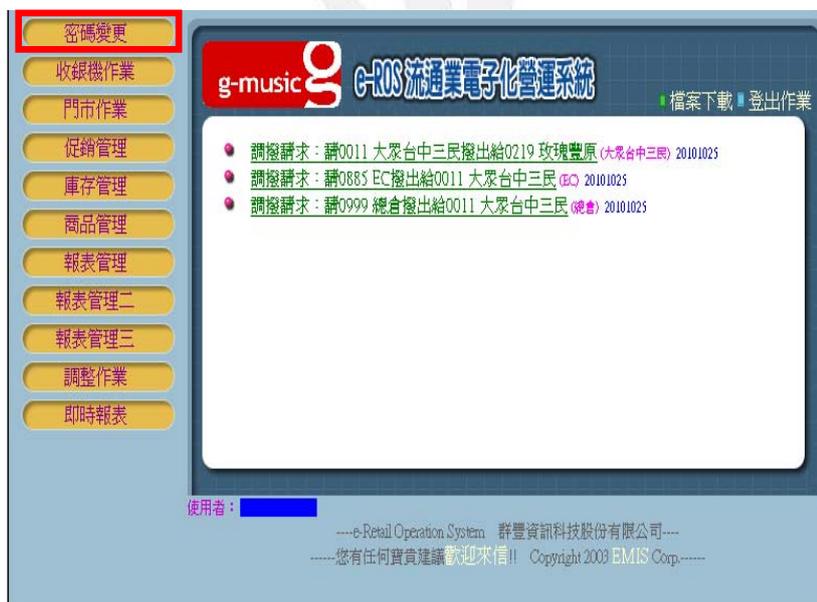


圖 34

**密碼設定**

員工姓名	蔡崇皓
登入代碼	1649
舊密碼	<input type="password"/>
新密碼	<input type="password"/>
新密碼再確認	<input type="password"/>
<input type="button" value="確定"/> <input type="button" value="取消"/>	

圖 35



c. 門市存貨管理

【分四大部分：1. 進貨驗收 2. 進貨退回 3. 撥出作業 4. 撥出驗收；點選”進貨驗收”（進貨退回/撥出作業/撥出驗收）→以掃描器讀取商品條碼 → 商品資料顯示 → 資料存取送出】

在做”進貨驗收”（進貨退回/撥出作業/撥出驗收）時，同一登入時間區段，為同一進貨單號，主要作用於門市進出貨品確認。

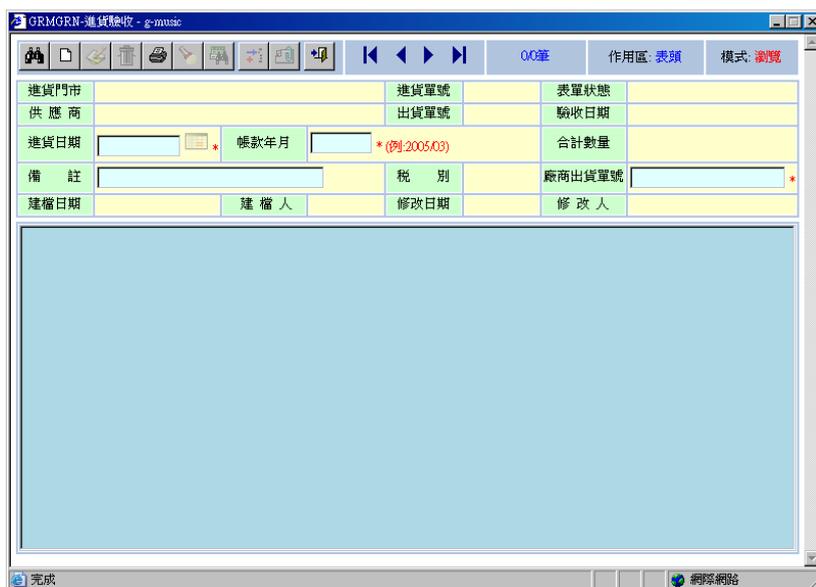


圖 36

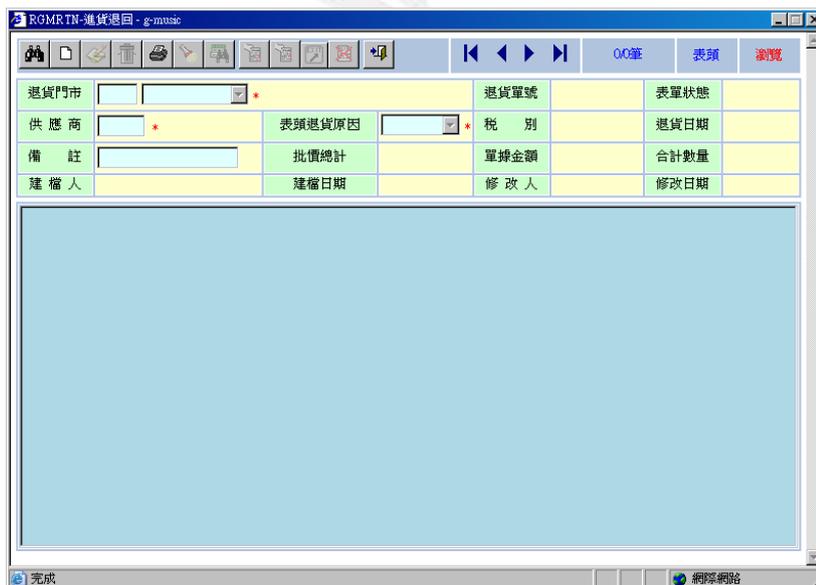


圖 37

圖 38

圖 39

- d. 商品資料維護【指標移到”商品管理” → 點選”門市商品資料維護” → 以條碼機讀取條碼 → 遠端資料讀取 → 商品資料顯示】

商品資料維護，主要作用為讀取商品資料，查詢商品詳細明細，由總公司統一資料的輸入與建檔，門市部分並無權限可以更動。

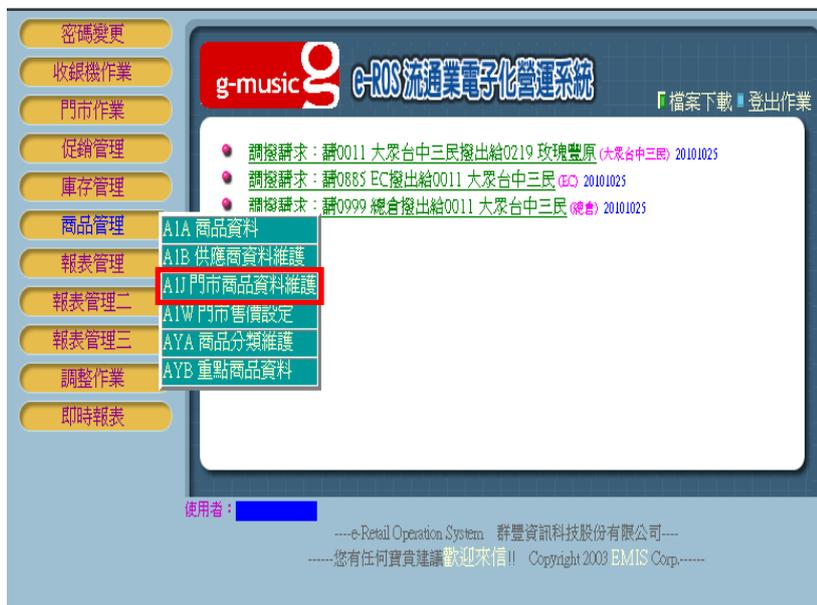


圖 40



圖 41

e. 門市售價設定

【點選”即時報表” → 點選” 門市售價設定” → 以掃描器讀取條碼 → 商品資料跳出】

“門市售價設定”商品資料統一由總公司建檔，在門市的部分操作，僅限於商品售價查詢，並無更改的權限。

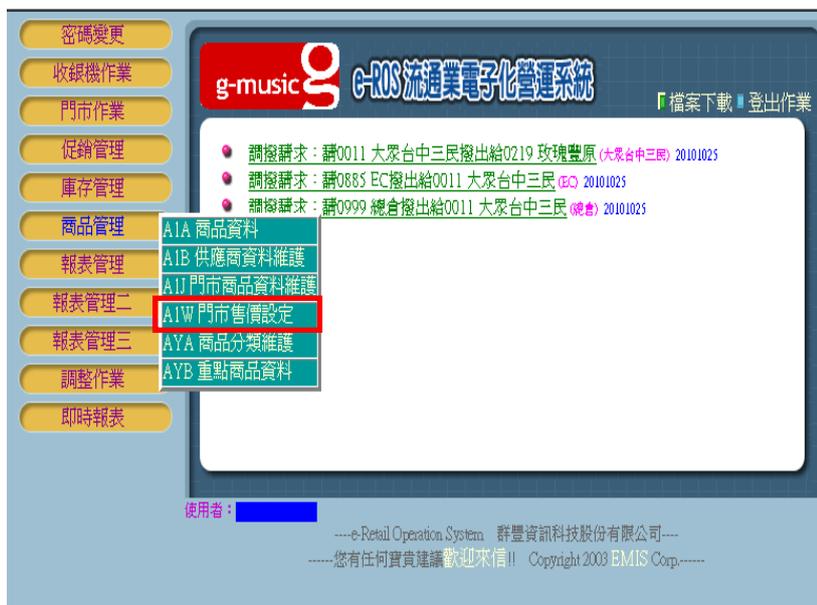


圖 42

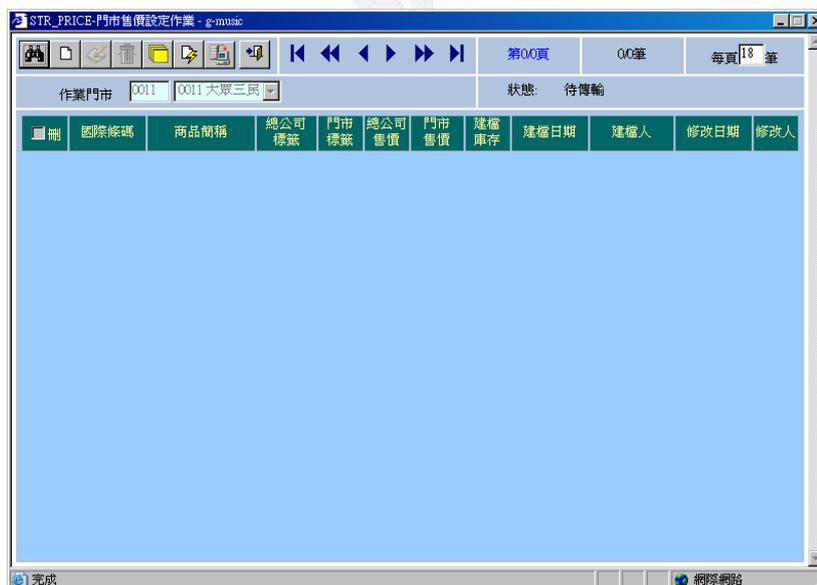


圖 43

f. 銷售交易明細報表

【點選”銷售交易明細報表” → 點選機號、日期、種類 → 點選”確定” → 銷售交易明細報表顯示】

銷售交易明細報表功能主要是用來查詢交易的發生時間、品項細目等。

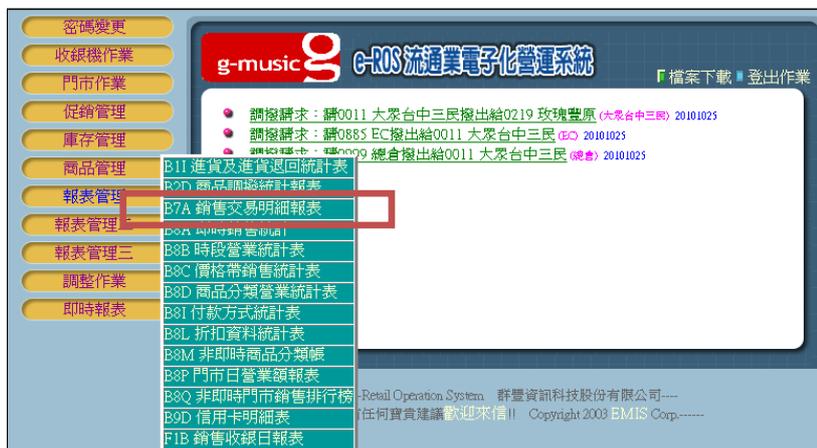


圖 44

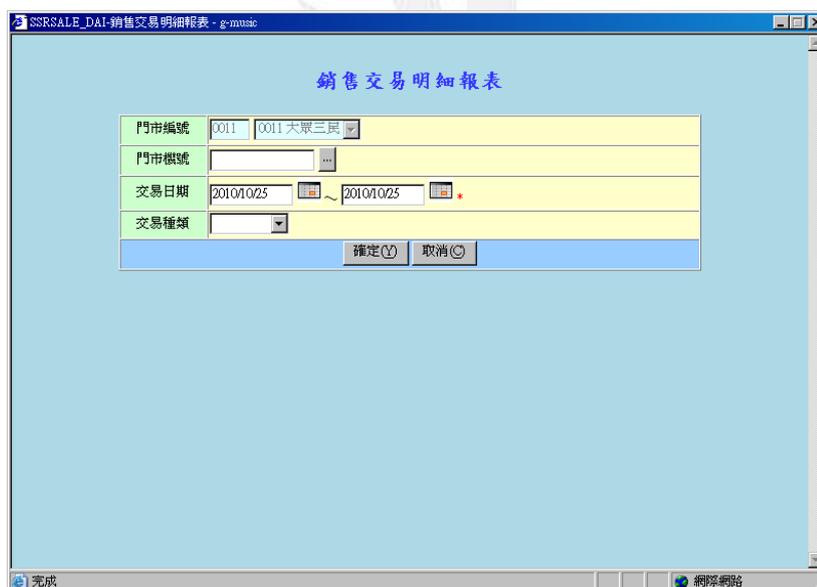


圖 45

g. 門市日營業額報表

【點選”門市日營業額報表” → 點選編號、日期、種類 → 點選”確定” → 門市日營業額報表顯示】

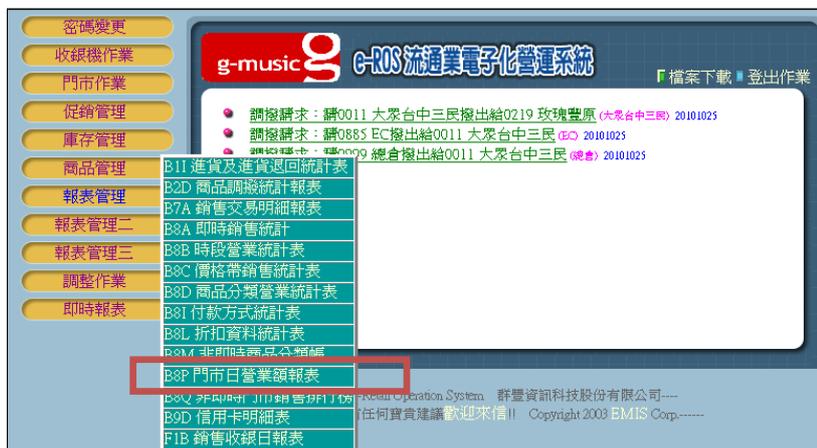


圖 46



圖 47

h. 門市月份日業績查詢

【點選”門市月份日業績查詢” → 點選編號、日期 → 點選”確定”  
→門市月份日業績顯示】

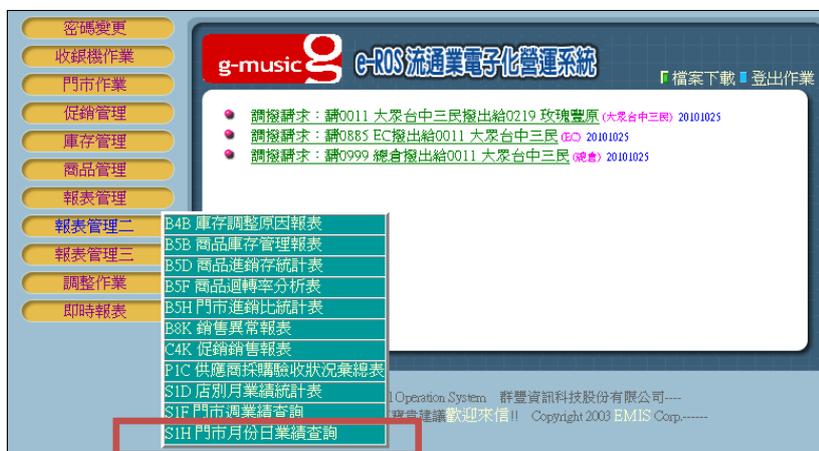


圖 48

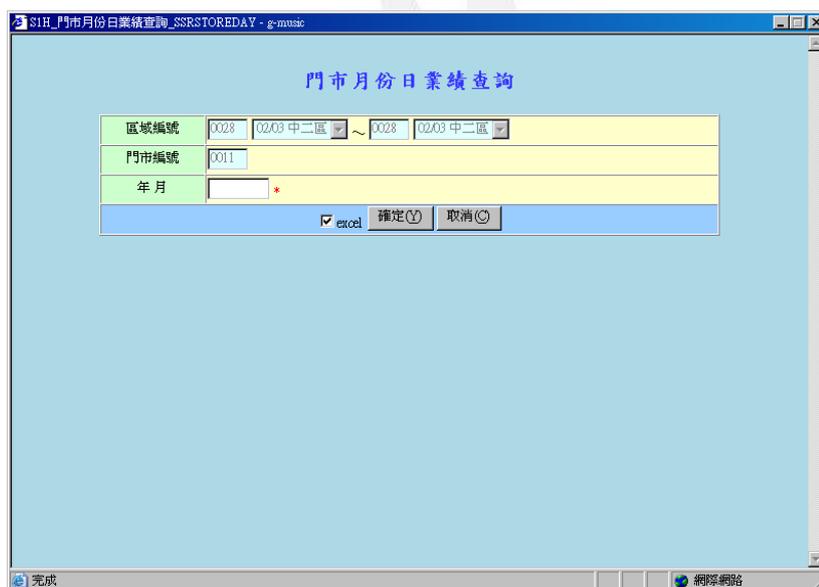


圖 49

i. 銷售排行榜

【點選”即時報表” → 點選”銷售排行榜” → 輸入欲查詢的資料條件 → 點選”確認”】

銷售排行榜於每周五，由總公司統計建檔，門市系統部分僅有查詢功能

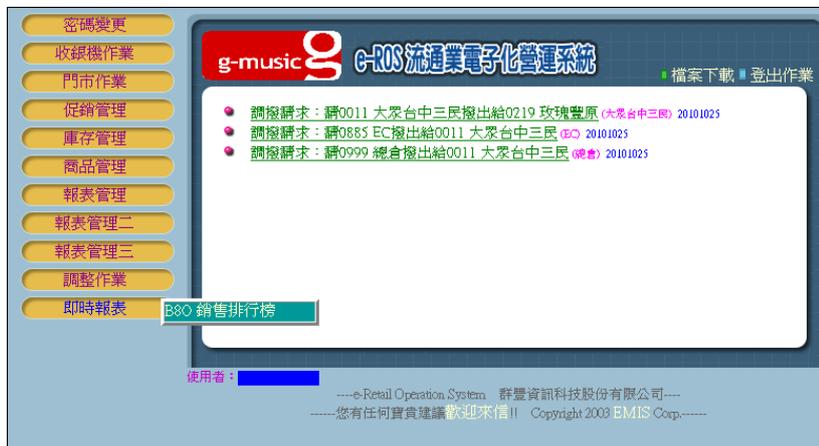


圖 50



圖 51

### III. 訂貨專用系統

#### a. 訂貨系統

【輸入貨號或條碼商品明細 → 自動跳出 → 輸入數量 → 勾選是否為客訂】

此訂貨系統專門用為門市調貨訂貨用。

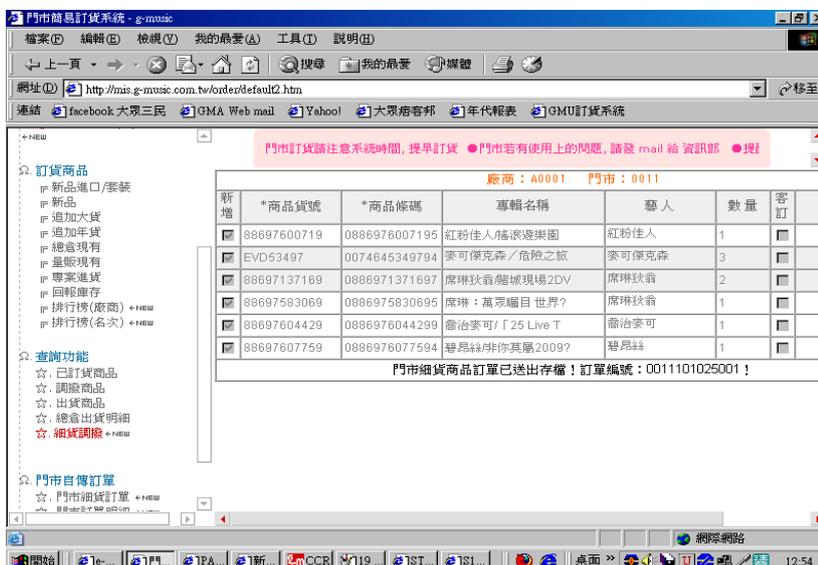


圖 52

#### b. 簡訊發送系統

【輸入客戶手機號碼 → 勾選發送 → 發送簡訊通知】

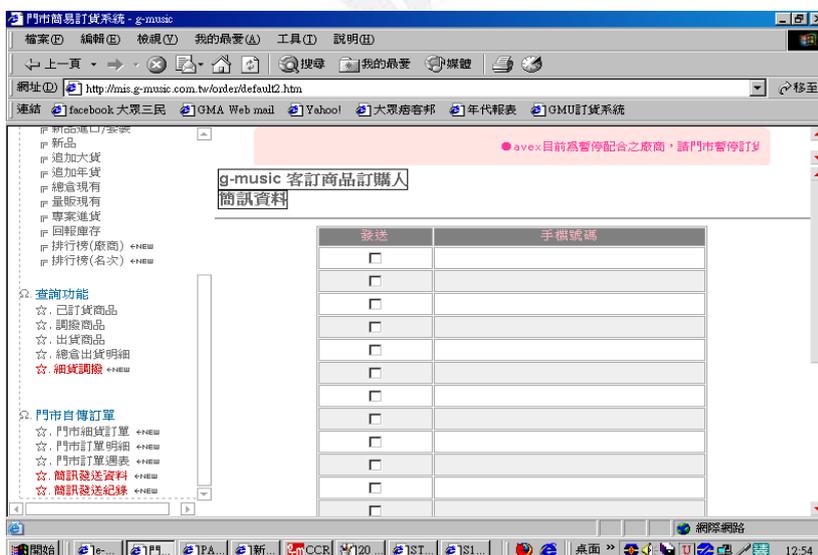


圖 53

c. 新品資料查詢&訂貨系統

商品資料統一由總公司建立資料庫，門市可隨時更新當月即將發售商品，並透過此系統可直接下訂需求數量至該分店。

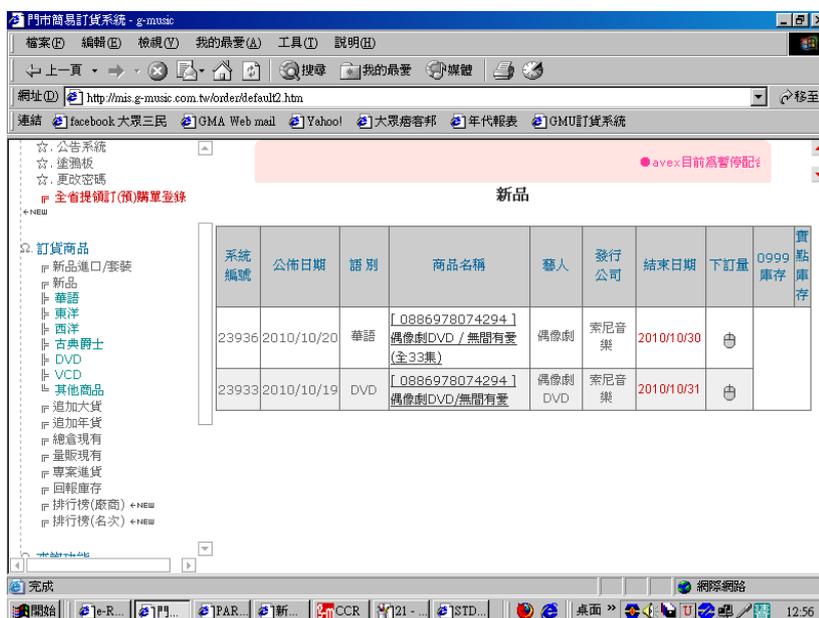


圖 54

## 第四章 系統執行成效

### 第一節 個案公司之執行成效

統一企業在 2003 年導入此系統，2006 年陸續推展至經銷商，只 2008 年投入了 4800 萬的成本，2009 年底約 110 家經銷單位上線，統一企業表示透過這套系統，公司每天晚上 8 點即可掌握當天所有銷售公司的狀況，包括總營收、各項產品銷售量等資訊。透過模組運作，應收帳款、訂單以及後續所有財會的內容，都可一目瞭然。二階系統可以讓統一企業即時掌握 4 萬家通路客戶的每日經營狀況，並針對回報的數字及差異化進行銷售調整，進一步當作經營決策上的參考。同時，銷售公司也透過這項系統建置，讓自己的財務與管理制度更透明及健全。

受訪的經銷單位人員表示，在還沒有使用此軟體之前財務的相關報表處理，通常要數天才能完成當月份的，但是此用了此系統之後，每天皆會自動彙整，在下單的方面，以往需返回公司再輸入，客戶的繳款也需回公司填寫沖帳傳票，但是目前可以透過瀏覽器直接操作資料交易中心之系統，大幅改善了效率與減少文書工作，使經銷單位人員可以更專心的從事其核心業務而不必費心處理相關文書手續，系的的運作環境較以往單純，作業界面也達到標準化。

### 第二節 對比公司之執行成效

在 2002 年時玫瑰唱片與大眾唱片合併為重聚典企業股份有限公司，EROS 系統的使用行之有年，在當時 EROS 系統結束了人工盤點紀錄的耗時、耗心、耗力、卻無明顯效率的工作，讓不論是一年一度的盤點或是日常貨品的查詢，都只要透過條碼的讀取，即可迅速地得到需要的相關資訊與資料建立。

更省事的是，原本需要透過人工資料統計才能統整出來的銷售排行榜，由於管理資訊系統的建立，使得銷售的數量能完整、即時地反映在排行榜上。

可惜的是，當初系統的買進在經過公司評估後是以買斷的方式進行，在系統

功能方面的要求經過淘汰與篩選後，挑出較大可能使用到的功能，如此一來，在系統的更新、除錯和裝備的維修、保養等皆由公司內部資訊部門處理，由於系統買斷不包含系統的原始碼，及斷絕了系統與時並進的可能性，雖然本身系統功能在資料庫的建立與應用上功能已算完備，但是在現代講求結合物流速率的前提下，系統的不足即反映出來。

近年來，電子商務的應用使得網路購物興起，商品的販售漸漸地不再透過實體販售作為主軸，其中盜版的猖獗和 itunes 所掀起的音樂販賣形式革命，使得音樂的販賣不再侷限於實體 CD 的交流，在雲端強大的應用下，購買音樂不再重視實體的保存，而是只要透過帳號擁有的購買紀錄，即可重複地下載所希望聽到或看到的影音產品，這些原因使得實體唱片的年銷售額漸漸滑落。

平均每年全球實體唱片銷售額因為盜版的原因減少 5% 以上，年年下滑的銷售數字使得全球實體唱片販售通路節節敗退，轉型節流成為他們唯一的生存之道，玫瑰大眾唱片在近年來為了因應市場的策略為將店面租金成本盡量縮減，不再以曝光率較高的一樓店面為主要戰場，而且致力發展玫瑰大眾購物網的經營。

為了彌補本身資訊系統的不足，玫瑰大眾唱片資訊部門另外有以 web2.0 為架構設計了一個訂貨系統，可惜的是與 eros 系統互補之後仍有許多不足之處。

## 第五章 結論與建議

統一企業物流之強大與迅速，就是由於管理資訊系統完美的搭配之下所產生的成功，相較於二階系統對於物流整合的完善，EROS 系統相形見絀，EROS 系統相較之下只偏重於基本的庫存查詢及銷售統計，所產生的統計數字及資料只有片面的參考價值，對於策略的制定並無明顯的助益，而二階系統內所產生的資料經過系統本身設計的流程轉換後，具有明確的參考價值，而不是像 EROS 系統對於進銷存數量的波動完全沒有轉換，而使 EROS 本身產生的數據流於表面，無法讓管理階層明顯看到數據背後所代表的意義。

二階系統的強大顯而易見，完善的回報機制讓使用者體驗能夠反映在系統的改進上，統一企業對於資訊系統的重視，使得他在物流、零售等領域漸漸強大甚至不可取代，玫瑰大眾唱片雖然仍然為台灣實體唱片販售通路龍頭業者，但是年年下滑的銷售額並沒有使之警醒，在講究速率與品質的競爭上，老舊而不合時宜的資訊系統讓玫瑰大眾唱片的調度上無法如臂使指，漸漸被吃掉的市場冀望透過玫瑰大眾購物商城搶回，但是本身內部資訊系統卻沒有經過通盤考量、整合，明顯的看來他仍有一段十分遙遠的路要走。

## 第六章 心得

企三甲 廖安君 D9781602

這次的 MIS 報告雖然一開始在尋找店家的時候一波三折，但還好在期中之前一切都豁然開朗，讓本來焦頭爛額的我們頓時找到了希望，後來我們得到了一個體驗，並不是一開始滿腔熱血想找離逢甲距離近的店家，想說就近可以做報告且也會因為我們是逢甲的學生就會對我們熱心一些，反而是應該從自己身旁的親朋好友下手，因為這些人才是最熱心且最有耐心給予資訊的人。

在做此報告前我原本以為管理資訊系統是店家用來統計貨量跟銷售的，且一開始的我一直疑惑管理資訊系統為何需要用到網路，經過這次的報告才了解原來管理資訊系統除了可以用銷售分析策略外，還可以透過網路隨時隨地的操作和遠端的方式維修及直接更新訊息，且由這次作報告的經驗才發現原來現在的科技如此的發達，一台小小的電腦搭配的管理資訊系統軟體卻可以如此偉大。

企三甲 D9781616 李錦評

這次管理資訊系統的訪問，第一次先到大眾唱片的一中門市，我們去訪問現場員工的時候，用很客氣的態度訪問，但是小姐似乎有點不耐煩，心情很不好的感覺，後來她說不方便回答，就拒絕訪問了；而之後我們觀察門市的唱片擺設方式，看是否跟銷售量有關，他們把 G-music 擺在樓梯一上來就可以看到的位子，然後古典音樂比較少人會買的音乐放在最裡面的位置，似乎有點相關，後來我們拍攝系統畫面及瞭解操作系統的方式，就結束這次參訪了。之後去參訪統一經銷商的進銷存系統畫面，他們很熱心，也願意給我們拍攝進銷存的系統畫面，而且統一經銷商的小姐還耐心教導我們操作他們的系統，因為之前在大眾唱片被拒絕

訪問的關係，這次訪問有種溫暖的感覺，而且他們態度很好的接待我們，讓這次參訪進行得非常順利。

這次做資訊管理系統報告學到了進銷存的管理方式，以及不同的系統，依照各單位或公司的需求有不同的功能，每家觀念不同，例如統一經銷商怕傳輸問題及數據錯誤而使用確認資料無誤後以傳真方式來叫貨，而且學到了進貨、入庫、出貨、出庫的系統操作方式，我覺得資訊系統真的很厲害，可以使得工作及很多地方都更便利。

**企三甲班 朱星亮 D9740518**

其實在做這份報告之前，我一點都不知道 MIS 是要做些什麼，而且這次的分組除了蔡耀徵以外，其他同學都是第一次有因為做報告而產生的進一步的接觸。因此，其實在交際上我有了一點壓力，擔心會為彼此留下不好的印象，不過，這些都是題外話啦。

其實一開始總是會把一切想得很美好，很簡單，覺得這種報告因為已經有很多學長姐做過了，所以在找公司的部份應該會很容易就找到。但，現實總是沒有想像得那麼美好，在我們列出了眾多商家，再一家家去拜訪，並連碰釘子之後，才發現，即使這份報告已經很多學長姐做過，想找到願意開放的卻著實不太簡單，就如老師說的，這些系統其實都不會透露什麼商業機密，因為那只是一個協助企業成長的工具。而對方不願意公開也是因為他們跟我們一樣，對他們自家的系統不夠了解，再加上我們不夠純熟，沒辦法提出證明這樣的舉動並不會透露任何有關的商業機密，因此才會處處碰釘子吧。

最後，因為每家都不願意提供，所以就找了蔡耀徵的哥哥上班的大眾唱片行及廖安君母親上班的"連盛食品股份有限公司"來進行 MIS 的報告。也因為一開始的不順利，才拖延了之後該有的進度。另外，看了前面幾組的報告就讓我一直有

種想法，就是我報告的部份，公司前面的簡介是不重要的，所以才會上台隨便報告一下，想說這樣可以迅速跳過我的部份來進入系統的部份，但，看來是我錯了，哈哈。

最後就是在跨年夜的時候，因為報告跟過節之間要做選擇，再加上當天有點情緒化，所以跟組員吵了起來。不過幸運的是最後化干戈為玉帛了啦。

最後的最後，只求老師大發慈悲不要把我當掉了，我不想痛苦延畢……。

**企業管理學系 三年級 甲班 蔡耀徵 D9579336**

這次的管理資訊系統研究報告，首位採訪對象公司，我們以逢甲商圈為發想，逢甲大學位於台中精華地段，一直以來與全台最大的觀光夜市：逢甲夜市，相輔相成，逢甲大學和附近大專院校的學生為逢甲夜市最堅強的後盾，即使在最不景氣的大環境下，仍然為逢甲夜市帶來最基本的人流量，讓原本擠不進10大夜市排名的逢甲夜市，慢慢一步一步地邁向觀光旅遊熱門景點，現在更成為了全台灣最大的觀光夜市，漸漸地形成了一種趨勢，要在全台灣開小吃連鎖，就要先在逢甲接受挑戰，經過了人氣的洗鍊之後，才能夠成為立足台灣的連鎖小吃品牌。

原本我們的訪問公司目標也是餐飲業，但是經過與指導老師的討論後，一致認為餐飲業的管理資訊系已經進入新一波的巔峰發展期，相對的每一家所使用的點餐系統都已在近幾年的不斷磨合中，慢慢地進入成熟階段，在新一波的科技革新潮來臨前，各大餐飲品牌的點餐系統都以大同小異，頂多是在同樣的架構，導入不同的使用需求，而這部分的介紹已經在學長姊不斷努力的結果下，皆有了完備的研究，所以我們將我們的目光轉移到了同樣是逢甲夜市佔有很大攤販比例的成衣業。

在決定採訪成衣業之後，各大連鎖品牌服飾的詢問結果卻不如我們預期中的順利，在我們一家一家的詢問之下，我們得到了十分一致的官方說法，各家店長

都給出了裁決權限不足，需上報區督導或是上報總公司才能給予答覆，在經過了一天漫長的等候，我們決定主動聯絡各個總公司，在確認需要學校開立證明後，我們馬上向指導老師何系學會求助，希望能獲得支援，在驚人的高辦事效率下，將要給予各大服飾品牌高層的公文，火速印出，但是很可惜的是，我們的熱情馬上被澆下一盆冷水，原本約定可使用傳真或是以掃描原本的方式，呈現學校所開立的證明，卻臨時反覆，確認須以實體的方式寄送，才會給予確認，就算是以補寄的方式，先予以裁決也被打了回票，無奈之下，我們只好另尋途徑，希望能找到願意配合訪問的公司。

我們不再將目光單單放在逢甲商圈，而是開始人的最基本需求：食、衣、住、行、育、樂作為我們選取的目標，最後我們決定以現今最大實體音樂販賣通路玫瑰大眾唱片作為我們的訪問對象，在取得同意之後，旋即安排行程前往位於三民路的大眾唱片三民分店，雖然在訪問的過程中，許多報告中可能需要採錄的問題，礙於公司隱私無法回答，但是經過組員層層分析之下，經由市場總銷售額、市場占有率、排行榜銷售張數和各種數據交叉比對之下，仍穩定一步步的突破難關，發掘出我們所希望呈現的資料。

至於對比公司的查找，我們則是由上課的內容獲得了啟發，記得老師在上波特競爭模型中不斷地提到一個重點，那就是競爭的威脅已經不再侷限於產業內部，而是漸漸地在異業結合下，產業的競爭漸漸的轉變成跨領域的競逐，所以我們希望以台灣最強物流的統一集團，作為系統對照的比對，看看在相對弱勢下，玫瑰大眾唱片的資訊系統，是否需要順應趨勢，做出更貼近使用經驗的改動。

原本我想做的不只是一份報告，我想要帶領同組的同學，深入的了解某一項產業，不只是完成一份報告，而是透過不同的角度，將產業剖析，藉此找出問題的根源與不足之處，我希望組員們能站在管理者的角度思考，想想如何都一個管理者，如何從不同於以往的眼光切入，想想如果設身處地之時，該如何從多方資料的搜尋中，找出制定決策時所需的資訊。兵法有云：知己知彼，百戰不殆。在現代商戰中，最重要的就是管理者的眼光，而情報蒐集就是管理者的眼，管理者

的耳，任何一點有所偏差而不完整情報，就有可能誤導決策的走向，直至毀滅。

不過，倒是我被上了一課，沒有完美的員工，只有不會帶領的管理者，在不適當的時間，下達指令，或是，錯誤的工作分配模式，都有可能造成意見的分歧無法達成共識，進度的拖延。這分報告說真的跟我預想的方向完全不同，是我的錯，太過於求成，卻忽略的組員對於此份報告期望的付出程度，在雙方的期望落差和指導老師更改報告方針之下，出現了各行其道的機會，不幸的是，它成真了。

在經過詳細的詢問指導老師後，變成了有點像填空題的作業方式，這使我感到十分可惜，不過還好這並不影響這一份報告的誕生，這讓我覺得十分慶幸。

最後要謝謝老師的用心，找來如此多在實務上有豐富經驗的管理者與我們分享，我相信雖然同學的回響並不熱烈，但是他們一定都已吸收了最精華的部分，請老師不要因此灰心，讓學弟妹在實務經驗接觸的機會有所減少，希望老師能動力不減、持續發威。

## 第七章 工作分配內容

工作內容	蔡耀徵	朱星亮	李錦評	廖安君
參訪公司洽談及確認	✓	✓	✓	✓
公司背景資料蒐集	✓	✓	✓	✓
第一次參訪大眾唱片	✓	✓	✓	✓
第一次參訪連盛食品			✓	✓
期中報告討論	✓	✓	✓	✓
大眾唱片期中 word 製作	✓	✓		
連盛食品期中 word 製作			✓	✓
期中 ppt 製作	✓	✓	✓	✓
期中報告	✓	✓	✓	✓
第二次參訪大眾唱片	✓	✓		
第二次參訪連盛食品			✓	✓
大眾唱片期末 word 製作	✓	✓		
連盛食品期末 word 製作			✓	✓
期末報告統整	✓			✓

**關鍵字：**(請填寫與本報告相關的重要名詞 3 至 5 個)

大眾唱片、連盛食品、e-ROS、POS 前台作業系統、二階客戶系統



# 目錄

第一章 摘要.....	1
第二章 前言.....	2
第一節 研究動機與目的.....	2
第二節 個案公司背景介紹.....	3
一、公司規模及組織結構.....	3
二、服務品項及暢銷品排名.....	4
第三節 比較公司背景介紹.....	4
一、公司規模及組織結構.....	4
第三章 系統及畫面介紹.....	6
第一節 個案公司系統介紹.....	6
一、開發商介紹.....	6
二、系統名稱及電腦軟硬體需求.....	6
三、系統人員組織架構.....	7
四、系統架構.....	8
五、進銷存系統使用流程以及系統畫面.....	9
六、其他系統畫面.....	16
七、新客戶新產品申請流程.....	19
八、問題申報流程及新增系統功能流程.....	22
第二節 比較公司系統介紹.....	23
一、系統開發廠商.....	23
二、開發系統介紹.....	23
三、eROS 標準版功能概述.....	24
四、系統架構.....	25
五、系統架構特色.....	25
六、系統使用架構流程圖.....	26
七、系統畫面.....	27
第四章 系統執行成效.....	40
第一節 個案公司之執行成效.....	40
第二節 比較公司之執行成效.....	40
第五章 結論與建議.....	42
第六章 心得.....	43
第七章 工作分配內容及執行比例.....	47