# 关于国营商业零售企业商品信息反馈的作用

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-02-11

*一、零售企业商品信息反馈的意义零售企业处在商品流通的终端，把商品从流通领域最终转移到消费领域，最直接地反映了 市场 的需求，是信息反馈的重要场所。如何通过这个场所搞好商品信息反馈的科学 管理 和运用，直接影响到零售企业的经营效益。商品信息如...*

一、零售企业商品信息反馈的意义

零售企业处在商品流通的终端，把商品从流通领域最终转移到消费领域，最直接地反映了 市场 的需求，是信息反馈的重要场所。如何通过这个场所搞好商品信息反馈的科学 管理 和运用，直接影响到零售企业的经营效益。商品信息如果反馈迟钝或错误，就会造成商品流通周期缓慢，甚至迟滞、积压，增加耗费和损失，或者造成市场脱销，供求脱节，供应紧张，不能满足消费者的需要。目前改革商品 管理体制 ，逐步走向以销定产，产销见面，多渠道进货，多层次经营的形式，这就更加要求零售企业认真搞好商品信息反馈的管理和应用，以不断适应市场的新变化和新的需要。

二、零售企业商品信息反馈的几种形式

目前，在零售企业中商品信息反馈的形式，大致可以归纳为三种:

第一种是，按国家规定的图表，以一定的制度和方式，定期反馈。这种反馈的图式如下:

一>生产者

这种反馈周期是固定的，即规定为每旬一次，或每月、每季一次，或每年一次。第二种是，售货员和消费者之间不拘形式的、不定期的、广泛的接触，从对商品选择和需求中获得信息反馈。这种反馈的图式如下:

这种反馈周期是，从商品销售开始。由于它是伴随着供求关系的平衡而同时进行的。所以它的反馈周期也随着供求关系的变化而变化。一般来说，如果是畅销商品，上市初期总是表现为供不应求的暂时现象。到了基本满足时，就表现为供求基本平衡。一旦满足了消费需要以后，该商品再继续投入市场，就表现为供过于求。其供求平衡过程一般是:

供供丝求=求—>供>求

如果是滞销商品，供过于求的现象会很快地显示出来。

第三种是，零售企业 调查 人员有意识、有目的地按一定的设想去组织 社会 调查。通过调查，了解商品销瞥和市场需求状况，了解商品的价值和价格的不一致性，了解商品使用价值的实际状态等，把商品信息反馈回来。这种反馈图式是在消费者和调查者之间反复形成的，它的图式如下:

上述三种反馈形式，各有优点和缺点。

第一种形式的优点是规范、模式、统一、集中，具有可比性，对于全面考察商品的生产和消费作用较大。尤其是对有计划、按比例组织商品生产、分配、交换和消费具有重要的 指导 意义。缺点是公式化、信息传递环节多、反映不够灵活，特别是对于及时调整零售企业商品的洪求比例不利。又由于它主要靠表报，反馈内容也因表报而固定下来，所反映的商品种类电比较少。仅就针、纺、百、文四大类 工业 品来说，全国产品数以万计，而列入零售 统计 的却只有60多种。商品从零瞥到形成信息，反馈列商业企业统计中心，最少需要10天，或者1个月。对于那些季节性较强的商品，也可能因为信息反馈迟钝，一次进货过多，而增加商品资金的占用和劳动耗费，造成 经济 损失。或进货过少而脱销，不能满足市场需要。尽管如此，这种形式目前仍然是收集商品信息的主要手段，应该充分发挥它的优点，补救它的不够灵活之处，更好地运用它。

第二种形式的优点是灵活、及时、面广，便于调整经营。缺点是信息反馈紊乱，无规则。特别是在一些管理水平较低的零售企业，如果仅靠这种形式反馈的商品信息去指导经营，就可能使某些商品经营此紧彼松，此起彼落，以致大起大落，影响市场稳定。

第三种形式是在特定的空间和时间里使用的。它根据实际需要去运用，有它的特殊意义。它的优点是有意识、有目的，解剖详细，针对性强，能够收到上述两种形式所不能收到的效果，是上述两种形式的最好补充。它的缺点是只能对某类或某种商品进行特定调查，存在某些局限性。因此，只能对某些商品起信息作用，而不可能经常地、全面地考察各种商品的需求。

如果能把上述兰种反馈形式有机地联系起来，综合运用，取长补短，根据不同需要，不同情况采用不同的形式，就可能迅速、及时、准确地把市场供求状况、商品的消费水平、消费者的消费习惯等等掌握起来，从而做到更恰当、更合理地组织社会商品流通。

三、零售企业商品信息反馈的管理和应用

商品信息反馈经过组织、集中、加工、整理、分析，能为市场预测提供依据，使 社会主义 商业工作搞得更好。商业零售企业如何管理和应用商品信息反馈呢?

一要，建立好信息反馈网络。根据不同门店、不同柜组、不同商品类目，逐步建立起一批固定的商品信息反馈点，并把它们以适当的方式组织起来，形成完整的反馈网络。各个点除了按规定做好统计资料的汇总和分析报告外，还可以按各自的商品经营分工和服务对象，有意识地尽可能详尽地把从消费领域反馈回来的商品信息资料进行综合分析，预测市场。各种反馈点可以在不同时期、按照不同要求适当布置一些反馈任务给营业员搞调查，以便弄清消费状况。目前，我们虽然未能象发达国家的超级市场那样，靠 电子 化、自动化工具收集商品信息，但能够充分运用人多、点多、面广、接触频繁的特点，把商品信息反馈搜集起来。

二要，系统地整理信息反馈形成 档案 。合浦县百货公司近几年来建立的一套“四卡一表”，是一种把零售企业商品信息反馈工作系统化、档案化的好方法。全部零售商品编码、定位，用“销售登记卡、进货登记卡、库存商品登记卡、结算卡、盘点表”的形式，系统地加以整理。这不仅使账目清楚，而且能较系统地把信息反馈形成档案，这对于分析市场需求变化情况起到良好的作用。

四要，逐步运用现代化手段和工具。我们要从实际出发，逐步推广运用电子 计算机 和微电脑等处理信息、储存、检控和应用，努力实现商品信息反镇现代化。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！