

## 摘 要

近年來，產業走向全球化的趨勢日益明顯，政府也因應推行經濟自由化的政策，國內許多產業的產銷結構逐步產生變化，企業身處競爭激烈的經營環境中，唯有不斷求新求變，才有可能永續發展。經濟部商業司爲了加速提昇國內商業的經營效率並促進企業的昇級轉型，乃分別於79年5月及84年4月研擬完成「商業自動化發展計畫」及「商業自動化推動計畫」，並納入國家六年建設計畫商業部門之重點施政項目之內。

商品製造出廠或進口後，透過批發、零售到消費者手中的過程，需要有詢價、訂貨、付款、結帳等連串的交易，其間的購買行爲、商品送達需求地點、付款手續等，都需要相互傳送交易文件資料，而運用資訊科技進行跨組織間的資訊交換，可以整合上下游協力廠商及客戶的力量，充分掌握市場的消費資訊，是新一代的商業經營典範。

台北農產運銷公司是早期經營連鎖超市非常成功的案例，它同時是商業 EDI/VAN（電子資料交換/增值網路）先導計畫的實施單位，該公司在超市業態中電腦化的程度最高，具備有成功地導入 EDI 的條件，且其引進此一先導系統的時間最久，運用 EDI 的長期效應也較有可能實現。然而台北農產運銷公司導入 EDI 早期經驗不如預期那麼耀眼奪目，但這是條產業昇級及企業轉

型所必須要走的路，一路走來的坎坷或許對其他的公司或 EDI 的潛在使用者深具啓示。