

اهمیت لجستیک در صنعت خرده فروشی برای فروشگاههای زنجیره‌ای

سعید جلیلی

دانشجوی ارشد فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک دانشگاه آزاد اسلامی واحد بافق

زهرا زنبق

دانشجوی دکترای نرم افزار دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

چکیده

خیلی از اوقات اصطلاحات "لجستیک" و "زنجیره تامین"؛ اشتباهاً به جای یکدیگر به کار برده می شوند؛ اما در اصل لجستیک قسمتی از زنجیره تامین است. لجستیک شامل تمام امور مربوط به جابجایی کالا از یک نقطه به نقطه ای دیگر، از جمله حمل و نقل، ذخیره سازی، مدیریت موجودی و ارتباط با مشتری است.

پس در واقع لجستیک در برگیرنده فعالیت هایی از جمله:

• انتقال کالا از یک تولید کننده به فروشگاه ها

• ارسال کالا به انبارها به منظور پخش و توزیع

• رساندن آن کالا به طور مستقیم به دست مشتری می باشد.

به طور کلی لجستیک برای هر کسب و کاری که سروکار آن با کالا است حیاتی می باشد. در صورت فقدان لجستیک، هیچ معامله ای تحقق نخواهد یافت و به دنبال آن، هیچ سودی عاید صنایع دیگر نمی شود. در صنعت خرده فروشی نیز، سیستم لجستیک کارآمد، می تواند موفقیت و وفاداری مشتریان را برای یک برند به ارمغان بیاورد و از ضرورت و اهمیت بالایی برخوردار است.

واژگان کلیدی: لجستیک، زنجیره تامین، صنعت، SCM

مقدمه

لجستیک خرده فروشی چیست؟

لجستیک در خرده فروشی و فروشگاه های زنجیره ای به طور خاص، به فرآیند مدیریت جریان کالا بین تامین کننده و مصرف کننده اطلاق می شود و از تولید محصول تا امور مربوط به حمل، نقل و انتقال کالا به انبار، فروشگاه و رساندن آن به دست مصرف کننده را شامل می شود. خرده فروشان بزرگ طیف گسترده ای از محصولات را ارائه می کنند؛ یعنی این دسته از خرده فروشان به یک رویکرد سیستماتیک پیشرفته نیاز دارند تا اطمینان حاصل کنند که فروشگاه می تواند بهترین گزینه های تحویل کالا و پایین ترین قیمت را به مشتریان خود ارائه دهد. از دیدگاه خریداران نیز، لجستیک زمانی به درستی عمل می کند که محصول مورد نظر مشتری را، در مکان و زمان مناسب و متناسب با نیازهایش محیا کند. پس فرآیند های لجستیک صنایع خرده فروشی باید به گونه ای بهینه سازی شوند که هم برای فروشندگان و هم برای مصرف کنندگان مناسب باشد، یعنی تأخیر در تحویل کالا به مشتری باید به حداقل میزان خود برسد تا رابطه مشتری با فروشگاه تحکیم و تمایل به تکرار خرید در او ایجاد شود. در تحقق این امر به نیروی انسانی (از کارگران انبار تا نقش های مدیریتی سطح بالا، مانند مدیر تدارکات و ...) و فناوری های مربوط به زنجیره تأمین نیاز است. موفقیت یک فروشنده تا حد زیادی به رابطه او با مشتریان، ایجاد وفاداری به برند و تعدد سفارشات دریافتی اش بستگی دارد و عدم رعایت مشتری مداری و برآورده نشدن انتظارات مصرف کننده، مشکلاتی را برای او در بر خواهد داشت. بنابراین مهم است که یک خرده فروش روندها را به خوبی شناسایی کند و با کمک مدیریت مناسب موجودی، دست به انتخاب بهترین استراتژی برای تضمین پاسخگویی مناسب به تقاضای مشتریان بزند.

تأثیر ویروس کرونا بر سیستم لجستیک فروشگاه های زنجیره ای و خرده فروشی ها

نحوه اداره و پیاده سازی سیستم لجستیکی در این صنعت، در نتیجه همه گیری کرونا تغییرات قابل توجهی را متحمل شده است. صاحبان مشاغل در طول سال های همه گیری ویروس کرونا با چالش هایی مانند نوسانات عرضه و تقاضا، تأخیر در دریافت کالاها، قرنطینه، تغییر سیاست های تجاری و تغییر رفتار خرید مصرف کننده مواجه شدند. در این شرایط نیاز به ایجاد انعطاف پذیری در زنجیره تأمین بیش از پیش اهمیت پیدا کرده است.

اگر کل گردش بازار خرده فروشی کشور را رقمی حدود ۱۲۰ تا ۱۳۰ هزار میلیارد تومان بدانیم؛ از این رقم حدود ۸ تا ۱۰ درصد بازار خرده فروشی را فروشگاه های زنجیره ای در بر می گیرد. در عین حال پیش بینی می شود به دلیل گسترش خرید آنلاین و تکنولوژی این رقم همچنان رو به افزایش خواهد بود. امروزه یکی از بزرگ ترین چالش ها برای کسب و کارهای آنلاین مدیریت افزایش حجم سفارشات است.

با پیشروی هرچه بیشتر صنعت خرده فروشی به سمت فروش آنلاین نیز در کنار فروشگاه های زنجیره ای حضوری، نیاز به یکپارچه سازی فرآیندهای لجستیکی سازمان ها بیش از پیش نمود می کند. سیستم لجستیک خرده فروشی ها امروزه علاوه بر کنترل موجودی کالاهای موجود در فروشگاه ها و پر نگه داشتن قفسه های آن ها، وظیفه دارند تا کالاهایی که مشتریان به صورت آنلاین

خریداری کرده اند را در کمترین زمان ممکن، با یک قیمت مناسب و یک وضعیت قابل قبول و بدون ارتکاب اشتباه به دست آنها برسانند.

رشد مستمر خرید آنلاین اهمیت لجستیک را بسیار بیشتر می کند، به خصوص که خرید به طور فزاینده ای برای مشتریان از طریق تلفن های همراهشان در هر زمان قابل دسترس است. فروشندگان باید بدانند که:

• مشتریان نشان چه کسانی هستند؟

• کجا هستند؟

• عادات خریدشان به چه صورت است؟

صنعت خرده فروشی به چه صورت از لجستیک سود می برد؟

بدیهی است که لجستیک برای صنعت خرده فروشی امری حیاتی است. در خلاء وجود لجستیک، فروشگاه ها به بن بست می رسند. در این وضعیت هیچ محصولی به دست مغازه دارها و مشتریان نمی رسد و همه دست خالی خواهند ماند.

با توجه به افزایش تعداد و میزان پراکندگی مشتریان در سراسر ایران و نیز گسترش فروش آنلاین در کشور، لجستیک هیچگاه به این اندازه اهمیت نداشته است. کسب و کارهای خرده فروش باید یک سیستم زنجیره تأمین بهره ور برای خود محیا کنند، امکانات حمل و نقل کامل و سیستم یکپارچه ای داشته باشند و از تحویل کالا به دست مشتری با حداکثر سرعت ممکن اطمینان حاصل کنند. تنها با مدیریت مؤثر لجستیک و زنجیره تأمین، یک کسب و کار خرده فروشی می تواند در فروش حضوری و آنلاین به رشد خود ادامه دهد.

افزایش تنوع محصولات در فروشگاه ها، خرده فروشان را مجبور به پیروی از یک سیستم لجستیکی کارآمد می کند. چنین سیستمی ویژگی های زیر را دارا است:

• این سیستم باید بتواند به خوبی از پس انتقال و حمل کالاها از تولیدکنندگان یا واسطه ها به انبار؛ و از آنجا به فروشگاه ها، تا زمان فروش کالا و تحویل آن به دست مشتری بر بیاید و باید بتواند نیازهای مشتریان را به خوبی برآورده کند. برای این منظور باید یک برنامه ریزی جامع در رابطه با جریان حرکت کالاها از نقطه مبدأ تا نقطه تحویل کالا پیاده سازی شود.

• سیستم های لجستیک باید بتوانند سفارش ها را با روشی مقرون به صرفه به دست مشتری برساند و حداکثر سود ممکن را عاید یک سازمان کنند. هرچه هزینه های لجستیک سازمان بهتر مدیریت شود، تحقق قیمت گذاری حداقلی بر روی محصولات به منظور کسب رضایت مشتری که از مهمترین اهداف هر سازمانی به خصوص فروشگاه های زنجیره ای است، میسر می شود.

• سیستم لجستیک باید بتواند روابط متقابل بین عناصر انبارداری، حمل و نقل، موجودی و مدیریت یک سازمان را به گونه ای مؤثر هماهنگ کند.

• سیستم لجستیک یک خرده فروشی در تلاش است که برای مشتریان ارزش آفرینی کند. به این منظور، هزینه صرف شده در زنجیره تأمین تا حد زیادی مستقیماً توسط خود خرده فروش کنترل می شود. او باید با توجه به حجم فروش، یک مرکز توزیع مرکزی یا منطقه ای ایجاد کند. تصمیمات مربوط به سرمایه گذاری های عمده ای که در رابطه با دارایی ها و تجهیزات سازمان صورت می گیرند نیز باید توسط خود آن خرده فروش اخذ شوند.

پس به طور خلاصه، لجستیک در صنعت خرده فروشی هر گونه فعالیت در رابطه با جابه جایی فیزیکی کالاها، انبار کردن آن ها، تأمین و تدارکات کالا در مقادیر مورد نیاز و متناسب با تقاضای مصرف کنندگان، و مدیریت و اداره سیستم پخش و توزیع سازمان را بر عهده می گیرد.

بحث و نتیجه گیری

لجستیک در صنعت خرده فروشی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای یک نقش بسیار حیاتی را ایفا می‌کند. این فرآیند مدیریت جریان کالا از تامین‌کننده تا مصرف‌کننده را شامل می‌شود و در برگیرنده تمام مراحل از تولید محصول تا حمل‌ونقل، ذخیره‌سازی در انبار، نمایش در فروشگاه و تحویل به مشتری می‌باشد. با توجه به گستردگی محصولات ارائه شده توسط فروشگاه‌های زنجیره‌ای، لجستیک در این صنعت به یک رویکرد سیستماتیک پیشرفته نیاز دارد تا تضمین شود که بهترین گزینه‌های تحویل کالا و پایین‌ترین قیمت به مشتریان ارائه شود.

از دیدگاه خریداران، لجستیک به درستی عمل می‌کند زمانی که محصول مورد نظر مشتری به مکان و زمان مناسب و متناسب با نیازهایش تحویل داده شود. بنابراین، بهینه‌سازی فرآیندهای لجستیک در صنایع خرده فروشی برای فروشندگان و مصرف‌کنندگان بسیار حیاتی است، به‌طوری‌که تأخیر در تحویل کالا به حداقل رسانده شود و رابطه مشتری با فروشگاه تقویت شده و تمایل به تکرار خرید ایجاد شود.

از نظر اقتصادی، موفقیت یک فروشنده به حد زیادی به رابطه با مشتریان، ایجاد وفاداری به برند و تعداد سفارشات دریافتی اش وابسته است. عدم رعایت مشتری‌مداری و برآورده نشدن انتظارات مصرف‌کننده، ممکن است مشکلاتی را برای او ایجاد کند. بنابراین، مدیریت لجستیک به عنوان یک ابزار اساسی برای حل چالش‌های متعدد در صنعت خرده فروشی ضروری است. این شامل بهینه‌سازی زنجیره تأمین، مدیریت انبار و انتقال سریع و دقیق کالا به مقصد نهایی مشتری می‌شود.

در نهایت، با گسترش رو به جلوی صنعت خرده فروشی به سمت فروش آنلاین و تغییر در عادات خرید مصرف‌کنندگان، لجستیک به یک عامل حیاتی برای مدیریت کسب‌وکارها تبدیل شده است. برنامه‌ریزی جامع در زمینه جابه‌جایی فیزیکی کالاها، مدیریت موجودی، تنظیم سیستم‌های اطلاعاتی، و تحلیل داده‌ها به میزان زیادی بر عملکرد لجستیک در این صنعت تأثیر می‌گذارد. به کمک استراتژی‌های لجستیک مناسب، فروشندگان می‌توانند به تأمین نیازهای مشتریان با سرعت بیشتری و بهترین کیفیت خدمات بپردازند و در نتیجه، رضایت و وفاداری مشتریان را افزایش دهند.



منابع انتهایی مقاله:

حسینی منجزی، اسماعیل، ۱۴۰۱، اصول و مبانی لجستیک و زنجیره تامین، چاپ اول، نشر بید بهشتی نیا، محمدعلی، قاسمی، امیر، ۱۳۹۴، کتاب مدیریت لجستیک زنجیره تامین، چاپ اول، انتشارات دانشگاه سمنان سلیمانی سه دهی، مجتبی، میاندوآبی، الناز، ۱۳۹۶، کتاب لجستیک تجاری، چاپ اول، انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی نظری، معصومه، ۱۳۹۷، کتاب لجستیک در زنجیره تامین با رویکرد مدلسازی در صنعت خودروسازی، انتشارات آفتاب گیتی سلیمانی سه دهی، مجتبی، ۱۳۹۴، کتاب راهبرد توسعه هاب های لجستیکی ایران، چاپ اول، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی سلیمانی سه دهی، مجتبی، غفاری نسب، نادر، ۱۳۹۲، کتاب مدیریت زنجیره تامین، چاپ اول، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

آچاک، صالح، احمدی، محمد، ۱۳۹۶، کتاب لجستیک هوشمند از ایده تا واقعیت، چاپ اول، شرکت چاپ و نشر بازرگانی