



اجرای طرح جامع سیستم فروشگاهی در کفش ملی

مقدمه اصلاح ساختار توزیع در صنعت کفش ایران

← علی لشگری

lashgari-ali@yahoo.com

مکانیزه طرح جامع» به عنوان پیش نیاز طرح، ارائه گردید و این نوید داده شد که امکان ورود کاربران و تامین کنندگان را با استفاده از شبکه اینترنت به شبکه فروشگاهی کفش ملی فراهم خواهد ساخت و واحدهای تولیدی طرف قرار داد خواهند توانست با یک تاخیر خیلی کوتاه و حتی بصورت آن لاین و در هر ساعت از شبانه روز؛ از گردش فروش و آخرین موجودی محصولات خود به تفکیک رنگ و سایز و گروه سنی و نوع کالا در هریک از فروشگاههای مناطق کشور این شرکت مطلع گردند؛ آیا این اقدامات هوشمندانه مصداق عملی تحول در صنعت کفش و مقدمه اصلاح ساختار توزیع در این رشته صنعتی نمی باشد؟ به نظرمی رسید این تحول موجبات سرعت بخشیدن به تغییر نگرش تولیدکنندگان از رویکرد سنتی موجود «تولید - فروش» به رویکرد مدرن «فروش - تولید» را فراهم سازد. و آنها را متقاعد نماید که به جای گرایش به تولیدات انبوه؛ کسری های فروشگاهها را تولید نمایند؛ و در عین حال تجزیه و تحلیل اطلاعات به روز و درست بدست آمده؛ امکان شناخت بهتری از رفتار مصرف کنندگان را برای آنها فراهم می سازد تا نقشه راه مسیر نوآوری و تنوع تولیدات خود را بر اساس سفارشات بازار و معلومات جدید ناشی از تغییرات پرشتاب مصرف کنندگان با سلیقه های مختلف طراحی نمایند.

به نظر نگارنده شرط موفقیت «سیستم جامع فروشگاهی» در کفش ملی؛ در گرو همکاری متقابل تولیدکنندگان طرف قرارداد با آن شرکت برای رعایت الزامات اجرای هر چه بهتر سیستم جامع فروشگاهی از یکطرف و تلاش مضاعف مدیریت مصمم کفش ملی در جهت تقویت اعتماد بستانکاران تجاری از طریق به روز رساندن پرداخت وجوهات حاصل از فروش کفش های امانی و ارائه اطلاعات تفصیلی فروش و موجودی آنها؛ از سوی دیگر است. در این صورت است که می توان از این اقدام بزرگ و هوشمندانه مدیریت شرکت کفش ملی به عنوان مقدمه تحول و اصلاح ساختار توزیع در صنعت کفش ایران نام برد. انشا...!

حافظا چون غم و شادی جهان در گذر است

بهتر آنست که من خاطر خود خوش دارم

یکشنبه ۲۵ بهمن ماه ۱۳۸۸

در خبرهای روزهای گذشته در سایت صنعت کفش خبری با این مضمون مخابره گردید: «سمینار تأمین شرکت کفش ملی دیروز ۱۴ بهمن ماه با حضور مدیران ارشد و میانی شرکت کفش ملی، جامعه صنعت کفش ایران و تأمین کنندگان محصولات این شرکت در محل آن شرکت واقع در اسماعیل آباد برگزار گردید.» متن کامل خبر به همراه گزارش کامل برگزاری این سمینار در همین شماره نشریه اسفند ماه به چاپ رسیده است. در این مقاله نگارنده تلاش دارد به بهانه رونمایی شدن طرح اجرای سیستم جامع فروشگاهی در این سمینار و ضرورت همکاری تأمین کنندگان مفهوم تحول و اصلاح ساختار توزیع در صنعت کفش ایران را با توجه به شعار «کفش ملی در مسیر تحول و توسعه» از منظر دیگری مورد بررسی قرار دهد.

در مقاله «راهکارهای پیشنهادی برای خروج از مهمترین چالش صنعت کفش ایران» در نشریه شماره ۱۳۸ خرداد ۸۸ نگارنده از «ضعف فروش» به عنوان مهمترین چالش این صنعت نام برد و در آن یادداشت اشاره نمود که تداوم شیوه فروش مدت دار باعث می شود؛ فرصتی را که تولیدکنندگان کفش می توانستند از نقدینگی حاصل از فروش نقدی محصولات خود در شبکه خرده فروشی برای کاهش قیمت تمام شده استفاده نمایند؛ در اختیار شبکه توزیع قرار دادند و در نتیجه این اقدام سرفصل فروش در دفاتر حسابداری آنها با سرفصل اسناد و یا حساب های دریافتی جا به جا گردید! در آن مقاله نتیجه گیری شد که برای خروج از این چالش باید در شرایط فعلی «اصلاح توامان ساختار توزیع در کنار اصلاح ساختار تولید» به عنوان یک میثاق مشترک و یک سند راهبردی در دستور کار تولید کنندگان کفش قرار گیرد تا با این رویکرد ضمن آنکه فروش های واقعی جایگزین فروش های مجازی گردد؛ در آینده شاهد تحرک و چابکی و تحول و انعطاف پذیری و توسعه در بازار کفش ایران باشیم.

اگر در صورت تحقق آنچه که در سمینار ۱۴ بهمن کفش ملی، سخنرانان اصلی در حضور تأمین کنندگان مطرح کردند؛ موضوعاتی چون ایران کد؛ شناسه کالا؛ اجرای طرح جامع سیستم فروشگاهی و تبدیل آرتیکل به بارکد و قرار گرفتن کلیه فروشگاههای کفش ملی سراسر کشور در زیر چتر «شبکه

