

خرده فروشی غیر فروشگاه‌های ابزاری کارآمد در نوین سازی شبکه توزیع زهرآ آفاجانی، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

همشهری آنلاین

یکی از شیوه‌های نوین در شبکه توزیع کالا که در کشورهای پیشرفته گسترش قابل توجهی یافته است، توسعه خرده فروشی غیر فروشگاه‌های (Non-store retailers) در کنار خرده فروشی‌های فروشگاه‌های (In-store retailers) می باشد. در این کشورها در حالی که انواع شیوه‌های خرده فروشی‌های فروشگاه‌های با تجهیز این فروشگاه‌ها به ابزارهای مدرن دنبال می‌شود در عین حال از خرده فروشی غیر فروشگاه‌های غافل نشده و هر روز با استفاده از ماشین‌های فروش مدرن‌تر بر دامنه کالاهایی که به این طریق امکان عرضه دارند، افزوده می‌شود. به طور کلی خرده فروشی غیر فروشگاه‌های شامل استفاده از فروش‌های کاتالوگی اعم از آنلاین یا غیرآنلاین (Catalog sales)، ماشین‌های فروش (Vending machines)، بازاریابی چند سطحی (Multi-level marketing)، و تجارت الکترونیک (E-commerce) بوده که به صورت فراگیری در حال گسترش است.

در ارتباط با گسترش استفاده از ماشین‌های فروش باید گفت که در حال حاضر این شیوه خرده فروشی توسعه قابل توجهی یافته است و دامنه وسیعتری از محصولات بویژه غذایی را در بر گرفته است. از جمله مزیت‌های این شیوه از خرده فروشی غیر فروشگاه‌های، امکان عرضه ۲۴ ساعته کالا می‌باشد. این ویژگی سبب شده انواع نوشیدنی‌ها، اسنک‌ها، ساندویچ‌های سرد و گرم و... از این طریق عرضه شود. دستگاه‌های فروش در کشورهایی نظیر فرانسه و آمریکا اخیر عرضه محصولات جدیدتری را به مشتریان آغاز کرده‌اند که از استقبال چشم‌گیری نیز برخوردار شده است. در فرانسه از طریق ماشین‌های فروش مبادرت به ارائه نان باگت داغ به صورت ۲۴ ساعت در شبانه روز کرده و در آمریکا نیز عرضه کیک‌های فنجان‌ی (Cup cake) بزودی آغاز می‌شود و علاقه مندان می‌توانند هشت محصول با طعم‌های مختلف را در تمامی ساعات شبانه روز از طریق این دستگاه‌های خودکار خریداری کنند.

در این ارتباط باید گفت که متأسفانه در کشور ما به دلیل کمبود زیرساخت‌های مربوطه، خدمات رسانی به مشتریان توسط ماشین‌های مکانیزه فروش، کمتر مورد توجه قرار گرفته است که به نظر

می رسد با ایجاد بسترهای لازم و تجهیز مراکز مختلف به این قبیل دستگاهها امکان افزایش رضایتمندی و رفاه بیشتر مشتریان فراهم خواهد شد.