

电子商务背景下物流企业的经济管理措施

张玉福

山东博达医疗用品股份有限公司, 中国·山东 菏泽 273700

【摘要】伴随着电子商务的迅速发展, 物流企业在供应链中扮演着越来越重要的角色。物流作为连接产品与消费者之间的纽带, 对提高顾客满意度、增强企业竞争力具有重要意义。但是, 在日趋激烈的市场竞争之下, 物流企业的经济管理受到了很大的考验。如何运用有效的经济管理手段, 提高运作效率, 降低成本, 实现资源优化配置, 是目前物流企业急需解决的一个重要课题。基于此, 本文对电子商务背景下物流企业的经济管理措施进行了探讨。

【关键词】电子商务; 物流企业; 经济管理; 措施

随着电子商务的快速发展, 人们对物流的要求越来越高, 顾客要求也越来越多样化, 这给物流企业带来了巨大的压力和挑战。市场的迅速发展对物流企业提出了更高的反应能力、灵活性要求, 从而适应日益增长的需求。与此同时, 电商平台的兴起, 也打破了传统的营销方式的束缚, 物流企业迎来了巨大的业务量, 这对物流网络的覆盖面、服务水平等的要求也更加严格。因此, 在激烈的竞争环境下, 众多物流企业也开始不断地优化业务流程, 提高服务效率, 降低运营成本, 期望通过经济管理措施促进企业的不断发展。

1 电子商务背景下的物流企业发展特点

1.1 高度信息化和数字化

随着电子商务时代的到来, 物流企业出现了比较突出的特征, 那就是信息化、数字化。在电子商务平台日益流行的今天, 为了更好地进行订单管理与配送, 需要对各种信息技术进行有效地集成。在大数据分析、物联网、人工智能等技术的不断发展之下, 物流企业可以对物流信息进行实时监测与分析, 从而实现对配送路径与库存的优化^[1]。比如, 利用物联网技术, 企业能够对商品的物流状况进行实时追踪, 保证产品的准时送达, 并利用大数据对市场需求进行预测, 从而实现对资源的优化配置。这一高层次的信息化和数字化, 不但提高了物流企业的运作效率, 而且提高了物流企业因突发事件、适应市场环境的能力。

1.2 个性化和多样化的服务

随着电子商务的兴起, 人们的消费习惯与需求都有了明显的改变, 这就要求物流企业为顾客提供更多个性化的服务。传统的“一刀切”的物流管理方式已经不能适应现

代顾客的需求, 需要更多的灵活、个性化的服务方式。比如, 顾客想要自己选择不同的送货时间、地点, 或者是特殊包装等, 包括货到付款、上门安装等等。同时, 由于跨境电商的出现, 使得物流公司能够更好地适应世界范围内的顾客要求, 为客户提供更好的服务。这一多元化的服务, 不但提高了顾客的满意度, 也为物流企业带来了新的商业增长点。

1.3 高效集成和协同合作

在电子商务环境中, 物流企业也呈现出了高效率、高整合、协作等特征。在复杂的供应链系统中, 物流企业除了要和电商平台保持密切的联系, 还要和制造商、经销商、仓储服务提供商进行协作。建立有效的供应链管理体系, 可以使物流企业在各个方面都能做到无缝衔接, 降低时间成本^[2]。比如, 即时的资讯分享与合作调度, 可以保证产品能以最快的速度从流水线送到顾客手上。通过与电商平台的互联, 可以实现对商品的预测、分析、库存管理等功能, 进而提高整个供应链的运行效率。这样的有效整合与协作, 不但可以提升物流企业的竞争能力, 更可以为整个电子商务生态体系的健康发展提供强有力的支持。

2 电子商务背景下现代物流企业的经济管理问题

2.1 成本控制难度增加

由于电子商务的迅速发展, 使得物流企业在成本控制方面遇到了空前的挑战。首先, 电商流量规模大、波动性大, 特别是在“双11”“黑色星期五”等促销期间, 电商订单数量和物流需求急剧增加, 对物流企业的成本管控造成了巨大的压力。其次, 电商具有高订单频率和低单次货量的特性, 这就要求企业经常进行小批量、多批次的运输

与配送,从而导致运输费用的增长^[3]。电子商务的覆盖面积大,需要物流企业在全国各地设立网点,建立起覆盖全国乃至世界的物流网络,这势必会加大仓储及运输设备的建造与维修费用。作为电商物流的重要组成部分,“最后一公里”的配送需求将会极大地提高人力、车辆和燃料等资源的消耗量,从而使企业的运营成本进一步上升。

2.2 信息化程度不高

在电子商务的背景下,物流企业的信息化发展相对落后,已经成为一个严重的瓶颈。首先,很多传统的物流企业信息化建设相对落后,信息管理体系不够完善,难以对电商订单进行有效地管理、货物追踪和数据分析。这不仅会影响到物流的运行效率,也会造成信息的延迟与差错,从而影响到顾客的感受。其次,大部分的物流企业都是各自独立运作,与电商平台、供应链上下游企业之间缺少有效的联系,存在着信息孤岛。由于信息隔离,物流企业很难获得订单、库存、运输等信息,从而影响到物流资源的最优分配与快速反应。最后,由于缺乏有效的大数据分析手段,使得部分物流企业很难通过大数据进行准确地预测与科学决策,从而无法有效地响应瞬息万变的电商市场需求。

2.3 人力资源管理不足

随着电子商务的迅猛发展,物流企业对人才的需求越来越大,而目前的人才培训与管理机制明显不能适应这种需要。首先,电商物流对仓储管理、配送、信息技术等方面有较强的需求,然而,长期以来,我国物流业却面临着人才短缺、人才流失严重的问题^[4]。其次,由于物流企业缺少系统的培训与职业生涯规划,使得物流企业员工的能力与电子商务的发展相脱节。最后,物流企业的人才管理体制落后,缺少有效的激励与绩效管理体系,造成了企业职工工作热情低、离职率高等问题。

2.4 客户服务水平参差不齐

不同物流企业对顾客的服务质量有很大的不同,这对顾客的满意程度以及对品牌形象的影响很大。电商顾客需求的多元化,对物流服务的需求也越来越高,而目前很多企业还没有很好地解决好顾客满意度问题。物流企业的服务标准不够统一,因时因地、因人而异,造成顾客感受的不一致。目前我国很多物流企业还面临着顾客投诉、售后服务不及时等诸多问题,这些都是影响顾客满意度的重要因

素。另外,部分物流企业还没有形成一套完整的顾客服务评价体系,不能对顾客服务中存在的问题进行及时地检测和改善。

3 电子商务背景下物流企业经济管理的有效策略

3.1 优化成本控制策略

随着电商时代的到来,用户对物流产品的多样化、高频化的要求越来越高,因此,对其进行有效的成本控制就显得尤为重要。要想实现成本的最优控制,就必须依靠数据分析与智能管理手段。采用基于大数据的物流管理方法,即通过对物流系统的历史数据进行分析,并对未来的配送需求及物流高峰时间进行预测,进而实现最优的运输路径与资源分配。比如,通过对物流的大数据进行分析,找出配送的高峰期以及出现频率较高的区域,以便对人员、车辆进行合理的调度,以减少资源的浪费,减少不必要的运输。在仓储、运输、配送等各个环节中,物流企业采用先进的物流管理体系,例如TMS运输管理系统、WMS仓储管理系统等,实现对仓储、运输、配送等各个环节的全过程智能监测与调度。在此基础上,对各生产环节的运行状况实时监测,并对存在的问题进行及时地分析,从而保证了整个物流流程的高效运作^[5]。企业也可以利用自动化设备(例如自动化分选系统、无人运输车等)来提高生产效率,降低劳动力成本。总而言之,基于数据分析智能管理和资源共享的战略,使物流企业既能适应电子商务发展的需要,又能有效地控制与降低成本,提升企业的经济效益。

3.2 提升信息化程度

随着电子商务的迅猛发展,物流企业的信息化程度对其运作效率及服务品质产生了重要的影响。要想提高企业的信息化水平,就必须加速企业信息化建设和升级。利用物联网、大数据、人工智能等现代信息技术,建立智能物流信息体系,对物流全过程进行可视化、智能化管理。比如,利用传感器对货物的温度、湿度、位置等进行实时监测,从而保证了运输的安全性和品质。大数据能够更好地挖掘物流信息,为企业优化物流网络布局、资源分配提供新的思路。在智能分拣、路径优化等方面,人工智能可以有效地提高物流的效率与精度。物流企业要构建一个统一的信息平台,在各个运营步骤中实现信息的共享与协作。在此基础上,企业可以实现订单、仓储、运输、配送等各个环节之间的无缝连接,消除了信息孤岛与数据冗余

问题,从而提升了企业的运作效率。比如,著名物流企业中通快运公司,就提出了“数字快运”概念,在产品可追溯、物流智能管理、智慧供应链、辅助决策系统等方面持续投入^[6]。中通快运在数字化之初,搭建了基于Oracle的数据分析环境,实现了业务响应和成本控制的双重提升。另外,通过与电商平台的接口,能够及时地传递、处理订单信息,从而提升配送效率,提升顾客满意度。通过加速信息系统的建设和更新,采用先进的信息技术,构建统一的信息平台,可以使物流企业的信息化水平得到极大提高,从而提高企业的经营效率和服务质量提供强有力的支撑。

3.3 加强人力资源管理

从人力资源角度看,物流企业应大力推进人才培养与职业生涯规划,提高员工的业务能力与整体素质。首先,要建立健全的培训制度,对员工进行定期的业务培训,促进其职业素养的提高。比如,公司可以根据不同的工作岗位,进行物流管理、仓储运作、运输调度等方面的专门培训,使其能够快速地了解本行业的最新知识与技能。企业也应积极开展内部讲座、对外交流、技术比赛等多种形式来提高员工的积极性和创造力。其次,物流企业应该注重对员工的职业生涯规划,为他们提供多元化的职业发展渠道,给予员工更广阔的成长空间。企业应建立科学的绩效考核制度,对员工的业绩进行公平、公正地评价,并据此为其制订个人的职业生涯发展计划。比如,对绩效好的员工,公司可以通过组织的管理培训计划,使他们不断地提高自己的管理水平、领导水平,并逐渐向中、高级主管方向发展。企业也可以采取内部轮岗、跨部门交流等方式,加强员工的整体素质与多样化的能力,提高他们对各种岗位、各种环境的适应性。最后,企业要重视员工的福利待遇,创造良好的工作环境,建设积极进取的企业文化,提高员工的归属感与忠诚,这样可以有效地吸引并留住优秀的人才,为公司的持续发展提供强有力的支撑。

3.4 改善客户服务质量

面对日益激烈的市场竞争,提高顾客服务水平已成为物流企业获取顾客信任度与忠诚度的重要战略。首先,要提高顾客对服务的满意度,必须有良好的顾客反馈机制。通过网络客服、电话热线、社交媒体等各种途径,对顾客的

意见和建议进行搜集,以便对顾客的需要和存在的问题进行及时地了解。比如,申通快递就建立了顾客满意度调查与评估体系,使企业能够及时得到顾客的反馈,从而对顾客的服务进行改善与优化。其次,要加强对顾客服务队伍的管理,提高他们的业务素质,增强他们的服务意识。通过对客户进行定期的培训与评估,提升客服的沟通能力、解决问题的能力以及服务态度,保证客户在遇到问题的时候可以得到专业的、热情地帮助。申通快递构建了以顾客为中心的客户服务制度,为客户提供个性化、差别化的服务。比如,对重点客户,申通快递开辟了专人负责通道,保证满足客户的特别需要。针对一般顾客,申通快递通过优化服务程序、提升服务效能来改善顾客的总体服务感受。通过建立顾客服务反馈机制,提高客户服务人员的素质,提供个性化服务,使物流公司能够大幅度地提高服务品质,提高顾客的满意度与忠诚度,为公司的长远发展打下良好的基础。

结束语:

在电子商务环境中,对物流企业进行有效的经济管理是非常重要的。通过对成本控制策略的优化,推进信息化建设,优化人才培养,提高顾客服务水平,可以帮助企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。总而言之,在电子商务快速发展的今天,为了应对产业的挑战,把握住发展的机会,物流企业必须综合运用多维度的经济管理手段,才能保证企业的可持续、健康地发展。

参考文献:

- [1] 朱雪娟. 基于电子商务平台的物流企业营销策略研究[J]. 老字号品牌营销, 2024, (15): 39-41.
- [2] 田晓燕. 电子商务环境下企业物流与供应链管理创新研究[J]. 商展经济, 2024, (14): 112-115.
- [3] 杨雪青. 跨境电子商务物流模式创新分析[J]. 中国航务周刊, 2024, (31): 69-71.
- [4] 刘梓圻. 电子商务环境下企业物流与供应链管理创新实践研究[J]. 商场现代化, 2024, (15): 66-68.
- [5] 庄雪艳. 电子商务环境下企业物流与供应链管理的创新模式研究[J]. 中国储运, 2024, (07): 200-201.
- [6] 刘龙政, 王峰琪. 数字物流的内涵与构建路径[J]. 现代商业, 2024, (12): 151-154.