

电商物流配送服务标准化问题与对策研究

潘英豪

湖北第二师范学院, 中国·湖北 430205

【摘要】在电子商务的服务过程中,其物流的配送效率是客户满意度中的一项衡量指标。所以,为了让电子商务能够有一个更好的发展,优化物流配送服务是非常必要的一件事情。其中,物流配送服务的标准化是重点需要关注的一个要点。所以,本文将会从电商物流的现状入手,分析其现存的问题,并提出一些解决的策略。

【关键词】电商物流; 快递; 配送; 标准化

从目前来看,我国的电商还处于发展的阶段,根据数据统计,在2018年同比增长了8.5%的交易额。电商的发展是离不开物流的支持,现在很多的电商平台都有跟物流企业合作。现在大家熟知的物流有顺丰、中通、圆通、韵达等,物流配送的完成,也意味着网络交易取得阶段性的胜利。物流配送的速度是影响消费者满意度的一个重要因素。

1 电商物流配送标准化现状

1.1 现有相关标准较少,标准化水平较低

在我国关于物流行业相关的法律条文,大多还是停留在物流行业宏观的层面,并没有与物流配送相关的规划标准。在国家公开的标准全文数据中可以发现,与物流相关的有104条信息,但与快递或配送相关的只有14条信息。在这14条信息中,“配送”通常还是信息技术或组织管理相关的标准,还没有为具体的配送服务制定标准。

1.2 标准理解存在偏差,标准执行力度低

虽然目前还没有一个具体的配送标准,但还是存在一些现行的标准条款。商家、消费者、配送员以及物流企业,对于现行的条款会产生不同的理解,在执行过程中可能会出现一些偏差与摩擦。比如,在《电子商务法》中有明确地表示,如果物流中的产品需要经由第三方代收时,需要获得收件人(寄件人)的同意。但是,现在有很多的配送员并没有取得收件人的同意,甚至都没有询问过收件人的想法,就擅自将快递投放到驿站或是一些商铺中。

2 电商物流配送标准化现存问题

2.1 企业组织及其从业人员标准化意识淡薄

我国的物流除了一些偏远的地区,物流都能够在规定的时间内将货物送达。起初,物流在发展时通过粗放的模式,获得一些可观的收入,但是这也导致其标准化水平比较低。电商经营者还没有认识到物流的发展,是社会发展非常重大的一步,对于物流的配送人员门槛比较低,主要是充当廉价劳动力。而且,配送员还可能同时兼任多个快递公司的配送。所以,配送员没有相应的理论知识与技能培训,在思想上没有足够的动力,部分人员在素质方面还有待提高。

2.2 前期粗放扩张,特许加盟模式弊端凸显

我国的快递公司百分之九十都是民营企业,采用的是直营式营销。但大多快递公司资金比较紧张,又想快速占领市场,就采用特许加盟模式,但这种模式让每个门店成为一个独立的个体,不会受到总部太多的限制,有独立的财务单位。而配送才是与消费者直接有联系的环节,配送员的专业性与服务能力会影响到产品的销售量。但是,特许加盟模式的门店之间既有利益交流又有推脱摩擦。门店为获得更多的利益,会选择一些廉价的劳动力,几乎不考虑技能型的专业人才。

2.3 物流市场协调者不到位,监管缺位

2016年是快递公司的萌芽时期,顺丰、圆通、韵达、中通等都开始在市场上活跃起来,而中通是占据当时市场份额最多的快递公司。经过三年的时间,快递物流进入到分化的阶段,由于第一阶梯的快递公司竞争优势与市场占有分化不明显,所以还

没有出现垄断的现象,暂时不需要市场协调者的帮助。此外,政府对于物流业的管理,有多个部门进行协调,有不同的政策同时实施,这样就会导致监管力度不够,监管对象不明确。

3 电商物流配送服务标准化发展的对策

3.1 创新利益共享机制,强化市场资源整合

从长远的发展与利益考虑,直营模式会比特许加盟模式更好一些。如果一些门店还是无法采用直营模式,那么也需要与总部以及其他门店建立一种利益共享机制,从而保证门店的运营有一个统一的配送服务标准,保障配送服务的质量。此外,从物流行业的方面来看,需要增强物流市场的资源管理,进行优胜劣汰式发展,由以往的粗放式向精细化标准化的方向靠拢。

3.2 优化人才培养,完善标准体系

在我国众多所高校中,与标准化管理相关的专业很少,研究物流服务标准化的人少之又少。所以,教育部门、高校,以及一些科研机构,需要根据社会的发展趋势,统筹兼顾地更新学科专业设置,加大对这方面的人才培养。此外,物流行业需要加强与高校之间的合作,让学生能够在实践中磨练。而相关的政府部门需要进一步完善物流服务的标准,对每一项内容进行完善细化,从而加快电商物流服务的标准化进程。

3.3 多管齐下,强化监督

首先,需要明确政府在物流配送中的主管部门,然后结合物流配送中会遇到的问题,出台一些明确的监督制度、考核指标、奖惩制度。其次,建立一个公开的信息系统,设置红黑名单,让企业之间互相监督,让物流行业朝着规范标准的方向前进。再次,在电商行业以及各个政府之间,也需要进行横纵的监督与合作。最后,利用消费者对产品的反馈与监督,判定电商物流配送服务的标准化是否有提升。只有通过多角度全方位的监督,才能够保证制度标准的实施。

4 结语

通过上述的内容可以发现,电商物流服务对产品服务来说,可能是一个加分项也可能是个减分项。从目前的情况来看,电商物流配送服务还有很大的发展空间,在未来的市场中具有很大的潜力与市值。但是,还是需要认真地落实细节与服务。只有实实在在的基础,才能够占据又高又大的领土。

参考文献:

- [1]朱鸿昌,李苡漪,杜襄玉,等.我国农村电商物流发展现状问题与提升对策[J].物流工程与管理,2018,v. 40; No. 283(01): 1-2.
- [2]马洲洋.生鲜农产品电商冷链物流发展现状及问题研究[D].武汉轻工大学,2018.
- [3]董娜.快递公司电子商务配送存在的问题与对策[J].宿州学院学报,2015(3): 27-31.
- [4]胡磊,陈志刚.共享物流终端配送标准化建设研究[J].中国集体经济,2019(19): 103-105.
- [5]刘刚桥.特许加盟模式对民营快递服务质量的影响研究[J].物流技术,2015(34): 47-49.