

مدیریت لجستیک چیست؟ و چه تاثیری بر کسب و کارها می‌گذارد؟

فعالیت‌ها و فرآیندهای کسب‌وکارهای فراوانی و حتی بسیاری از امور روزمره افراد جامعه به لجستیک گره خورده است. تقریباً همه صنایع تولیدی، بازرگانی، گردشگری و بسیاری از واحدهای خدماتی به زیرساخت‌های لجستیک وابسته هستند. اما تعریف دقیق خدمات و مدیریت لجستیک چیست؟

تعریف دقیق سؤال «لجستیک چیست؟» با تعاریفی که در تصور عموم وجود دارد می‌تواند متفاوت باشد. از این رو کاربردهای لجستیک هم می‌تواند تحت تأثیر آن دوباره تعریف شود. با این وجود، حمل‌ونقل و انبارداری اغلب دو فرآیند اصلی انواع لجستیک را شامل می‌شوند. در این مقاله درباره انواع، مراحل و برنامه‌ریزی لجستیک، در کنار نقش آن در زنجیره تأمین صحبت می‌کنیم.



برای دریافت دمو نرم افزارهای لجستیک

لجستیک چیست؟

هر چند عبارتهای «لجستیک» و «زنجیره تأمین» اغلب به جای یکدیگر به کار می‌روند، اما باید گفت لجستیک یکی از اجزای زنجیره تأمین است.

در پاسخ به سؤال لجستیک چیست باید گفت لجستیک یعنی جابه‌جایی کالاها از یک نقطه به نقطه دیگر که دو فرآیند حمل‌ونقل و انبارداری را شامل می‌شود. در حالی که زنجیره تأمین، شبکه‌ای از کسب‌وکارها و سازمان‌ها است که در قالب ترتیبی از فرآیندها با یکدیگر کار می‌کنند. یکی از این فرآیندها لجستیک است که از مرحله تولید تا توزیع کالاها را شامل می‌شود.



از این رو لجستیک را می‌توان فرآیند برنامه‌ریزی و اجرای کارآمد حمل‌ونقل و نگهداری

کالا، از نقطه تولید تا مصرف تعریف کرد. هدف لجستیک برطرف کردن نیازهای مشتری در زمان مناسب و به شکل مقرون به صرفه است. تا به امروز، لجستیک نقشی ضروری در جابه جایی تجهیزات و کالاها بر عهده داشته است و در حال حاضر نقش مهمی در جابه جایی کالاهای تجاری در زنجیره تأمین ایفا می کند.

شرکت های گوناگونی هستند که در حوزه لجستیک تخصص دارند و خدمات لجستیک را در اختیار تولیدکنندگان، خرده فروشان و صنایع دیگری که نیاز بسیاری به حمل و نقل کالا دارند، قرار می دهند. برخی از این شرکت ها طیف کاملی از زیرساخت های لجستیکی همچون هواپیما، کامیون، انبار و حتی نرم افزار هستند، در صورتی که برخی دیگر فقط در یک یا دو زمینه تخصص دارند.

انواع لجستیک

پرسش لجستیک چیست را پاسخ دادیم و حال می خواهیم درباره انواع آن صحبت کنیم. برخی از خرده فروش ها یا تولیدکنندگان بزرگ، شبکه لجستیک مستقل خود را دارند. با این وجود، اغلب شرکت ها این فعالیت را به ارائه دهندگان خدمات لجستیک خارجی برون سپاری می کنند.

به صورت کلی، انواع لجستیک را می توان در سه دسته قرار داد:

لجستیک درونی (Inbound Logistics)

لجستیک درونی یکی از انواع لجستیک است که به فرآیند انتقال مواد خام و اجزا، از

تأمین‌کننده به تولیدکننده می‌گویند. مدیریت لجستیک درونی اغلب شامل سفارش‌دهی خودکار و سفارش‌گردانی می‌شود و به این ترتیب، تولیدکنندگان همیشه مواد موردنیاز برای تولید کالاهای جدید را در اختیار خواهند داشت.

هر چند فهرست مواد خام و اجزا بسیار گسترده است، اما هدف برای همه یکسان است: تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان و کالاهای موردنیاز آنها، برای حفظ جریان محصولات در زنجیره تأمین، به سمت مشتریان و کاربران نهایی.

لجستیک بیرونی (Outbound Logistics)

لجستیک بیرونی به معنای انتقال محصولات و کالاهای ساخته‌شده به یک مرحله دیگر در زنجیره تأمین است. Outbound Logistics می‌تواند به معنای انتقال محصولات از تولیدکنندگان به انبار، مراکز سفارش‌گردانی یا مراکز توزیع و همین‌طور ارسال آنها به مشتریان، خرده‌فروشان یا سایر مقاصد نهایی باشد. اگر مدیریت لجستیک ورودی یک سازمان ناکارآمد باشد، باعث ایجاد یک واکنش زنجیره‌ای در فرآیندهای لجستیک بیرونی آنها می‌شود و در نهایت، کل زنجیره تأمین را مختل می‌کند.

لجستیک معکوس (Reverse Logistics)

لجستیک معکوس، فرآیند بازگرداندن کالاها در زنجیره تأمین، از مصرف‌کننده یا کاربر نهایی به مرکز سفارش‌گردانی، مرکز توزیع، خرده‌فروشی‌ها و تولیدکنندگان است که یکی دیگر از انواع لجستیک است. Reverse Logistics اغلب هنگامی رخ می‌دهد که محصولات آسیب دیده یا از لحاظ ساخت با مشکل روبه‌رو باشند، نیاز به تعمیر یا

نوسازی داشته باشند یا عمر مفیدشان به اتمام رسیده باشد و نیاز به شیوه‌های خاصی برای دفع دارند. فرآیند **لجستیک معکوس** از نقطه فروش آغاز شده و تا نقطه دفع ادامه دارد.



مهم‌ترین مزایای خدمات لجستیک

از آنجا که جابه‌جایی کالاها چیزی است که در نهایت جریان نقدی را هدایت می‌کند، منطقی است که مدیریت این حرکت - مدیریت تدارکات - را یک دغدغه اصلی کسب‌وکار دانست. در حقیقت، **مدیریت لجستیک** سودآوری یک شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بهتر است این تأثیر را به شانس واگذار نکنید!

در ادامه به 6 مزیت اصلی مدیریت لجستیک اشاره می‌کنیم:

– شفافیت

مدیریت لجستیک موجب ایجاد شفافیت بیشتر در زنجیره تأمین می‌شود. این موضوع به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا هزینه‌ها را بهتر کنترل کنند، ناکارآمدی‌ها را کاهش دهند، مشکلات زنجیره تأمین را شناسایی کنند، برنامه‌ریزی تقاضا را انجام دهند و بینش‌هایی در مورد فرصت‌های بازار به دست آورند.

– کاهش سربار

مدیریت لجستیک به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد تا با کنترل موجودی، کاهش هزینه‌های اضافه در حوزه‌هایی همچون حمل‌ونقل یا کاهش فضای انبار، سربار را کاهش دهند.

– بهبود تجربه مشتری

تجربه مشتری عالی (CX) محرکی برای فروش‌های تکراری است. تحویل دقیق و سریع سفارش‌ها، تجربه مشتری را بهبود می‌بخشد که در نهایت وفاداری به برند و فروش آینده را افزایش می‌دهد.

– جلوگیری از ضرر

مدیریت لجستیک به روش‌های مختلف از بروز ضرر جلوگیری می‌کند. **حسابداری موجودی** واقعی یکی از این روش‌ها است که به کمک آن شرکت شما دقیقاً می‌داند که در هر زمان، چه مقدار سهام در دسترس دارد. همچنین سازمان‌ها می‌توانند جابه‌جایی و

مکان فعلی دارایی‌ها را ردیابی کنند تا سهام بدون اطلاع قبلی جابه‌جا یا منحرف نشود. همچنین با اطمینان از شرایط ذخیره‌سازی و حمل‌ونقل بهینه، همچون مثل مدیریت دما و رطوبت، لجستیک به صورت بهینه از فساد و آسیب جلوگیری می‌کند.

- پشتیبانی از توسعه

پیش‌بینی تقاضا با محاسبه دقیق نیازهای موجودی و سفارش، حمل‌ونقل و ذخیره‌سازی بر اساس آن، از توسعه پشتیبانی می‌کند. همچنین استفاده از بهترین روش‌های مدیریت خدمات لجستیک، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا سفارش‌های تعداد بیشتری از مشتریان را به‌موقع انجام دهند.

- حفظ مزیت رقابتی

تحویل درست و به‌موقع سفارش‌ها، یک عنصر حیاتی در تجربه مشتری است. از سوی دیگر، تجربه مشتری خوب عاملی برای تکرار خرید، افزایش اعتبار برند و تبلیغ یک کسب‌وکار است که موجب جذب مشتریان جدید می‌شود. مدیریت لجستیک به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به‌طور مستمر، سفارش‌های خود را در زمان مناسب تحویل دهد و به این ترتیب، مزیت رقابتی خود را تقویت کند.

نقش لجستیک در زنجیره تأمین

بعد از آنکه به پاسخ سؤال لجستیک چیست رسیدیم، بهتر است بدانیم [نقش لجستیک در زنجیره تأمین](#) چیست؟ ماهیت یک کسب‌وکار، مبادله کالا یا خدمات برای درآمد یا

تجارت است و لجستیک مسیری است که کالاها و خدمات برای کامل شدن معاملات طی می‌کنند. این کالاها گاهی اوقات به صورت فله‌ای، همچون ارسال کالاهای خام به تولیدکننده، منتقل می‌شوند و گاهی اوقات به صورت فردی، به یک مشتری و در یک زمان مشخص.

بدون در نظر در نظر گرفتن جزئیات، لجستیک انجام فیزیکی یک معامله است و از این رو بخشی از عمر یک کسب‌وکار محسوب می‌شود. در حقیقت جایی که هیچ جابه‌جایی کالا یا خدماتی وجود ندارد، معامله و سودی هم وجود ندارد.



لجستیک می‌تواند 7 نقش مؤثر در کسب‌وکارها ایفا کند:

1. تأمین مواد اولیه

تأمین مواد اولیه چیزی بیشتر از یافتن یک تأمین‌کننده با پایین‌ترین قیمت برای مواد خام مورد استفاده در تولید است. لجستیک شامل محاسبه و مدیریت عوامل و هزینه‌های گوناگون؛ همچون تأخیر در سفارش‌های برگشتی، رتبه‌بندی اولویت رقبا، هزینه‌های خدمات اضافه، افزایش هزینه‌های ارسال به علت مسافت یا محیط‌های نظارتی و هزینه‌های انبارداری است. پیدا کردن منبع مناسب برای هر ماده اولیه، مستلزم درک و مدیریت مناسب همه عوامل است. این فرآیند، منبع‌یابی استراتژیک نامیده می‌شود و **لجستیک** نقش مهمی در برنامه‌ریزی آن دارد.

2. حمل و نقل

هسته لجستیک، **حمل و نقل فیزیکی کالا** از نقطه A به نقطه B است. یک شرکت در مرحله اول باید بهترین حالت حمل و نقل، برای مثال هوایی یا زمینی و بهترین حامل را براساس هزینه، سرعت و مسافت انتخاب کند. بهینه‌سازی مسیرهایی که به چندین حامل نیاز دارند، قسمت دیگری از این مرحله است. درباره کالاهای جهانی، فرستنده باید از سرعت گمرک، تعرفه‌ها و هر گونه مقررات مربوطه مطلع باشد. مدیران حمل و نقل باید محموله‌ها را مستند و ردیابی کنند، صورت‌حساب‌ها را مدیریت کرده و عملکرد را با استفاده از داشبوردها و تجزیه و تحلیل، گزارش دهند.

3. سفارش‌گردانی

برای تکمیل یک معامله، کالاها باید بر مبنای سفارش مشتری از انبار «انتخاب» شوند، به درستی بسته‌بندی و برچسب‌گذاری شده و سپس برای مشتری ارسال شوند. در کل، این فرآیندها شامل ترتیب سفارش‌گردانی هستند و قلب مراحل لجستیک در توزیع سمت مشتری هستند.

4. لجستیک در انبارداری

ذخیره‌سازی کوتاه‌مدت و بلندمدت، دو بخش رایج در برنامه‌ریزی لجستیک هستند. اما سیستم‌های مدیریت انبار هم از کاربردهای لجستیک در انبارداری است که برنامه‌ریزی لجستیکی را ممکن می‌کنند. برای مثال، برنامه‌ریزان لجستیک باید در دسترس بودن فضای انبار و الزامات ویژه همچون انبار سرد، امکانات لنگرگاه و نزدیکی به روش‌های حمل‌ونقل مثل خطوط ریلی یا هوایی را در نظر بگیرند.

علاوه بر این، سازماندهی انبارها بخشی از برنامه‌ریزی لجستیک در انبارداری یک کسب‌وکار است. معمولاً کالاهایی که اغلب جابه‌جا می‌شوند یا زمان حمل آنها نزدیک است، در جلوی انبار قرار می‌گیرند و اقلام با تقاضای کمتر، در انتهای انبار. کالاهای فاسدشدنی باید به صورت دوره‌ای بررسی شوند تا قدیمی‌ترین اقلام، سریع‌تر ارسال شوند. همچنین اقلامی که به بسته‌بندی نیاز دارند معمولاً باید در کنار یکدیگر ذخیره شوند و مواردی از این دست.

5. پیش‌بینی تقاضا

لجستیک به شدت بر پیش‌بینی تقاضای موجودی تکیه می‌کند تا اطمینان یابد که یک کسب‌وکار هرگز درباره محصولات یا مواد اصلی و پرتقاضا کوتاهی نمی‌کند.

6. مدیریت موجودی

به کمک تکنیک‌های مدیریت موجودی برای برنامه‌ریزی رو به جلو به منظور افزایش تقاضای محصولات فصلی یا محبوب، شرکت‌ها می‌توانند سود را بالاتر نگه دارند و چرخش موجودی را سریع‌تر انجام دهند؛ به این معنا که نسبت تعداد دفعات فروش و جایگزینی موجودی در یک دوره مشخص را در نظر بگیرند. در مقابل، هنگام مشاهده کاهش سرعت خروج موجودی کالاهای دیگر، یک سازمان بهتر می‌تواند درباره قیمت‌گذاری تخفیف یا سایر مشوق‌ها برای آزاد کردن سرمایه و سرمایه‌گذاری مجدد در کالاهایی که تقاضای بالاتری دارند، برنامه‌ریزی کند.

علاوه بر این، خرده‌فروشی‌ها اغلب فروشگاه به فروشگاه، منطقه به منطقه و کشور به کشور متفاوت هستند. مدیریت موجودی خوب، به کسب‌وکارها کمک می‌کند که با شناسایی فرصت‌ها، محصولاتی که در یک فروشگاه یا منطقه عملکرد ضعیفی دارند را به فروشگاه دیگری بفرستند تا بدون آنکه از طریق قیمت‌گذاری تخفیفی ضرر کنند، موجودی خود را به صفر برسانند. لجستیک برای جابه‌جایی موجودی به جایی که احتمالاً بهترین قیمت را کسب می‌کند، ضروری است.

7. مدیریت زنجیره تأمین

لجستیک یک حلقه مهم در زنجیره تأمین است؛ چرا که جابه‌جایی کالا از تأمین‌کنندگان به تولیدکنندگان و سپس به فروشندگان یا توزیع‌کنندگان و در نهایت به خریداران را تسهیل می‌کند. زنجیره تأمین در اصل مجموعه‌ای از معاملات است. اگر لجستیک شکست بخورد، زنجیره تأمین شکست می‌خورد و معاملات متوقف می‌شود.



7R در لجستیک

لجستیک را می‌توان در قالب ترکیبی از 7 قانون تعریف کرد که شامل محصول مناسب، قیمت مناسب، کمیت مناسب، کیفیت مناسب، مکان مناسب، مشتری مناسب و زمان

مناسب است.

محصول مناسب (Right Product): محصول باید همان چیزی باشد که مشتری سفارش داده است و این یکی از الزامات اولیه **ثبات سفارش** توسط مشتری است. سفارش‌های ثبت‌شده نباید جایگزین محصولات دیگر شوند.

کیفیت مناسب (Right Quality): کیفیت محصول یکی دیگر از اجزای مهم در لجستیک است. استانداردهای گوناگونی برای کالاهای مختلف وجود دارد که مشتری در ازای پرداختی که انجام می‌دهد، تقاضا می‌کند. کیفیت یک محصول نباید موجب نارضایتی مشتریان شود.

کمیت مناسب (Right Quantity): کمیت مناسب، حجمی است که مشتری سفارش داده است. دریافت کمتر یا بیشتر از مقدار سفارش داده شده می‌تواند برای مشتری آزاردهنده باشد.

قیمت مناسب (Right Price): قیمت مناسب، مبلغی است که مشتری با تهیه یک محصول یا خدمات پرداخت می‌کند. قیمت مناسب به 6 قانون دیگر لجستیک بستگی دارد.

مشتری مناسب (Right Customer): محصولات یا خدمات سفارش داده‌شده باید به دست کسی برسد که به محصولات یا خدمات نیاز دارد. دریافت یک محصول یا خدمات به مشتری اشتباه موجب **نارضایتی مشتری** و شکست تدارکات زنجیره محصول می‌شود.

زمان مناسب (Right Time): محصول مناسب، باید در زمان مناسب برای پاسخگویی به تقاضا تولید شود.

مکان مناسب (Right Place): مکان مناسب، هفتمین عامل در تدارکات است. اگر محصول مناسب به مکان یا بازار اشتباه برسد، شاهد تقاضای موردانتظار برای محصول نخواهید بود.

تفاوت لجستیک و زنجیره تأمین

اکنون که به سؤال لجستیک چیست پاسخ دادیم، خوب است درباره تفاوت لجستیک با زنجیره تأمین هم بدانیم. تفاوت لجستیک و زنجیره تأمین نامحسوس اما جدی است؛ در حقیقت **مدیریت لجستیک** جزء مهمی از مدیریت زنجیره تأمین (SCM) است. هر چند این دو اصطلاح اغلب به جای یکدیگر به کار می‌روند، لجستیک بیشتر بر جابه‌جایی محصولات یا مواد در کارآمدترین حالت ممکن، تمرکز دارد. در مقابل، SCM گستره وسیع‌تری از فعالیت‌های برنامه‌ریزی زنجیره تأمین (SCP) را شامل می‌شود، همچون **برنامه‌ریزی تقاضا و فروش و برنامه‌ریزی عملیات (S&OP)**، منبع‌یابی استراتژیک و مدیریت حمل‌ونقل.

از دیگر تفاوت لجستیک و زنجیره تأمین می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- مدیریت زنجیره تأمین روشی برای پیوند دادن **فرآیندهای تجاری اصلی** در داخل و میان شرکت‌ها است که در نهایت **مزیت رقابتی** را به همراه دارد.

- لجستیک به حرکت، ذخیره‌سازی و جریان کالاها و خدمات در داخل و خارج سازمان اشاره دارد.
- تمرکز اصلی زنجیره تامین کسب مزیت رقابتی است، در حالی که تمرکز اصلی لجستیک بر آوردن نیازهای مشتری است.
- لجستیک اصطلاحی است که برای مدت طولانی وجود داشته و از ریشه‌های نظامی ناشی شده است، در حالی که مدیریت زنجیره تامین یک اصطلاح نسبتاً جدید است.
- لجستیک یک فعالیت در زنجیره تامین است.

نکاتی برای مدیریت مؤثر لجستیک

مدیریت لجستیک کارآمد، جریان ارتباطات و محصولات را تضمین می‌کند، روابط بهتری با مشتری ایجاد کرده و نیاز به حفظ موجودی اضافه را به حداقل می‌رساند. همچنین به کاهش خطاها، کاهش زمان تحویل و افزایش درآمد هم کمک می‌کند.



1. اطمینان از کنترل بهتر فعالیت‌ها

مدیریت لجستیک به اتصال همه منابع و ادغام با بخش‌های مختلف کمک می‌کند تا نگاه شفاف‌تر و واضح‌تری از عملیات ارائه دهد. دسترسی هم‌زمان به اطلاعات در کل فرآیند تحویل، می‌تواند فرآیند حمل‌ونقل را ساده‌تر کرده و با کنترل بهتر، از کاهش اختلالات تحویل اطمینان پیدا کند.

2. نزدیک کردن انبار به مشتری

مکان موجودی کالا نقش اثرگذاری در تحویل به‌موقع دارد. از آنجا که مشتریان روز به

روز انتظار خدمات تحویل سریعتر را دارند، فاصله میان مشتری و محصول باید کمتر شود. مدیریت لجستیک نیازمند یافتن نزدیکترین انبارها است که می تواند زمان بندی تحویل را سریعتر کند و هزینه های عملیاتی را به حداقل برساند.

3. خودکارسازی هسته اصلی عملیات لجستیک

اتوماسیون با حذف فعالیت های انسانی به خصوص در کارهای تکراری، موجب صرفه جویی قابل توجهی در زمان و هزینه می شود. همچنین خودکارسازی هسته اصلی عملیات لجستیک همچون زمان بندی، تخصیص وظایف و برنامه ریزی مسیر می تواند خطاهای پرهزینه را کاهش دهد، خدمات مشتری را بهبود بخشد و سطوح بالایی از تعالی عملیاتی را به ارمغان آورد. اتوماسیون، سرعت، دقت، کیفیت و کارایی را هنگام اجرای عملیات تضمین می کند.

4. استفاده از روش های مسیریابی پیشرفته

روش های مسیریابی پیشرفته، به برنامه ریزی مسیرهای تحویل کارآمد و سازنده کمک می کند. پلتفرم های مدرن برنامه ریزی مسیر کمک می کنند تا با در نظر گرفتن برخی از عوامل خارجی همچون آب و هوا، مسیرهای یک طرفه، تناژ بار، مسیرهای کم ترافیک و عوامل خطر، هزینه ها و تأخیرهای حمل و نقل به میزان قابل توجهی کاهش یابد.

5. تحویل با تمرکز بر مشتری

مشتریان مدرن نیاز دارند که در لحظه بدانند سفارش‌هایشان کجاست، چه زمانی ارسال شده است، دقیقاً چه زمانی و توسط چه کسی تحویل داده می‌شود. برندها باید مدل‌های تحویل سلف‌سرویس را که به آنها امکان می‌دهد تاریخ، زمان و مکان تحویل سفارش خود را انتخاب و در صورت لزوم تغییر دهند، به مشتریان خود ارائه کنند. بنابراین انجام عملیات لجستیکی، به خصوص در مرحله تحویل به مشتری، بسیار مهم است.

6. کاهش رد پای کربن

حمل‌ونقل یکی از بزرگ‌ترین دلایل افزایش انتشار کربن در سرتاسر دنیا است که منابع را در مقیاس بزرگ مصرف می‌کنند. معرفی فناوری‌های مدرن، همچون روش‌های بهینه‌سازی مسیر، اتوماسیون، یادگیری ماشین، اسناد دیجیتال و سایر موارد به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا رد پای کربن خود را به شدت کاهش دهند.

7. طراحی استراتژی‌های مدیریت ریسک قوی

شرکت‌ها می‌توانند با برنامه‌ریزی استراتژیک که توسط ابزارهای لجستیک دیجیتال هدایت می‌شوند، فرآیندهای سفت و سخت و عدم شفافیت، منجر به عدم چابکی و انعطاف لجستیک می‌شود. شفافیت ایجادشده با استفاده از ابزارهای دیجیتالی، برای

اطمینان از وفاداری مشتری و ایجاد حاشیه سود بهتر، ضروری است.



برای دریافت دمو نرم افزارهای لجستیک

ERP چه مزایایی برای لجستیک دارد؟

سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی (ERP)، برنامه‌های کاربردی گوناگونی که با یکدیگر جریا اطلاعات را در سازمان تشکیل می‌دهند، ادغام می‌کند. همین مسئله موجب می‌شود تا نرم افزار ERP به یک ابزار قدرتمند در لجستیک تبدیل شود، چرا که بهینه‌سازی سفارش‌ها را امکان‌پذیر می‌کند.

سه حوزه اصلی که در آن لجستیک از مزایای ERP استفاده می‌کند عبارت‌اند از: کنترل موجودی، مدیریت کارکنان و توزیع محصول.

حمل‌ونقل و تدارکات در موفقیت سازمان شما نقش مهمی دارند، چرا که نشانگر فیزیکی معاملات هستند و بدون تراکنش، هیچ تجارتی وجود ندارد. با استفاده از نرم افزارهایی مثل RPA، ERP، مدیریت انبار، مدیریت زنجیره تامین و... یک سازمان می‌تواند کارایی را افزایش و هزینه‌ها را کاهش دهد و کنترل این جنبه تجاری مهم را به دست گیرد.

[راهکار لجستیک چارگون](#) از جمله این راهکارهاست که به کمک آن می‌توان همه نیازهای نرم‌افزاری کل فرآیند لجستیک و زنجیره تامین را پوشش دهد. این راهکار

برگرفته از ماژول‌های گوناگونی همچون نرم افزار خرید و تدارکات، نرم افزار انبارداری، جانمایی کالا در انبار، مدیریت سریال، مدیریت اسناد تجاری، پذیرش و توزین و پورتال تأمین‌کنندگان است که هر یک بخشی از فرآیندهای زنجیره تأمین و لجستیک را پوشش می‌دهد.

نتیجه‌گیری

لجستیک فرایندی جامع برای برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل جریان کالا، خدمات و اطلاعات از نقطه مبدا تا نقطه مصرف است که هدف اصلی آن برآورده کردن نیازهای مشتری به‌موقع، با هزینه بهینه و به بهترین شکل ممکن است. این فعالیت‌ها شامل حمل‌ونقل، انبارداری، مدیریت موجودی، سفارش‌گردانی و سایر زیرفرآیندهای مرتبط بوده و به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا کارایی عملیاتی، تجربه مشتری، شفافیت و مزیت رقابتی خود را تقویت کنند. در واقع لجستیک یکی از ارکان حیاتی زنجیره تأمین به‌شمار می‌رود و عملکرد مناسب آن، کل زنجیره ارزش را پشتیبانی می‌کند؛ به‌گونه‌ای که ضعف در لجستیک می‌تواند منجر به افزایش هزینه‌ها، کاهش کیفیت خدمات و نارضایتی مشتری شود، اما مدیریت کارآمد آن به رشد پایدار و موفقیت بلندمدت کسب‌وکارها کمک می‌کند.