

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ ВРХУНСКИ РЕЗУЛТАТИ 2016

UNIVERSITY OF NOVI SAD TOP ACHIEVEMENTS 2016

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ У СУБОТИЦИ

The effect of inventory level on product availability and sale. Prague Economic Papers, 25 (2), 221-233. M22, Grubor, A., Milicevic, N., Djokic, N. (2016)

Abstract

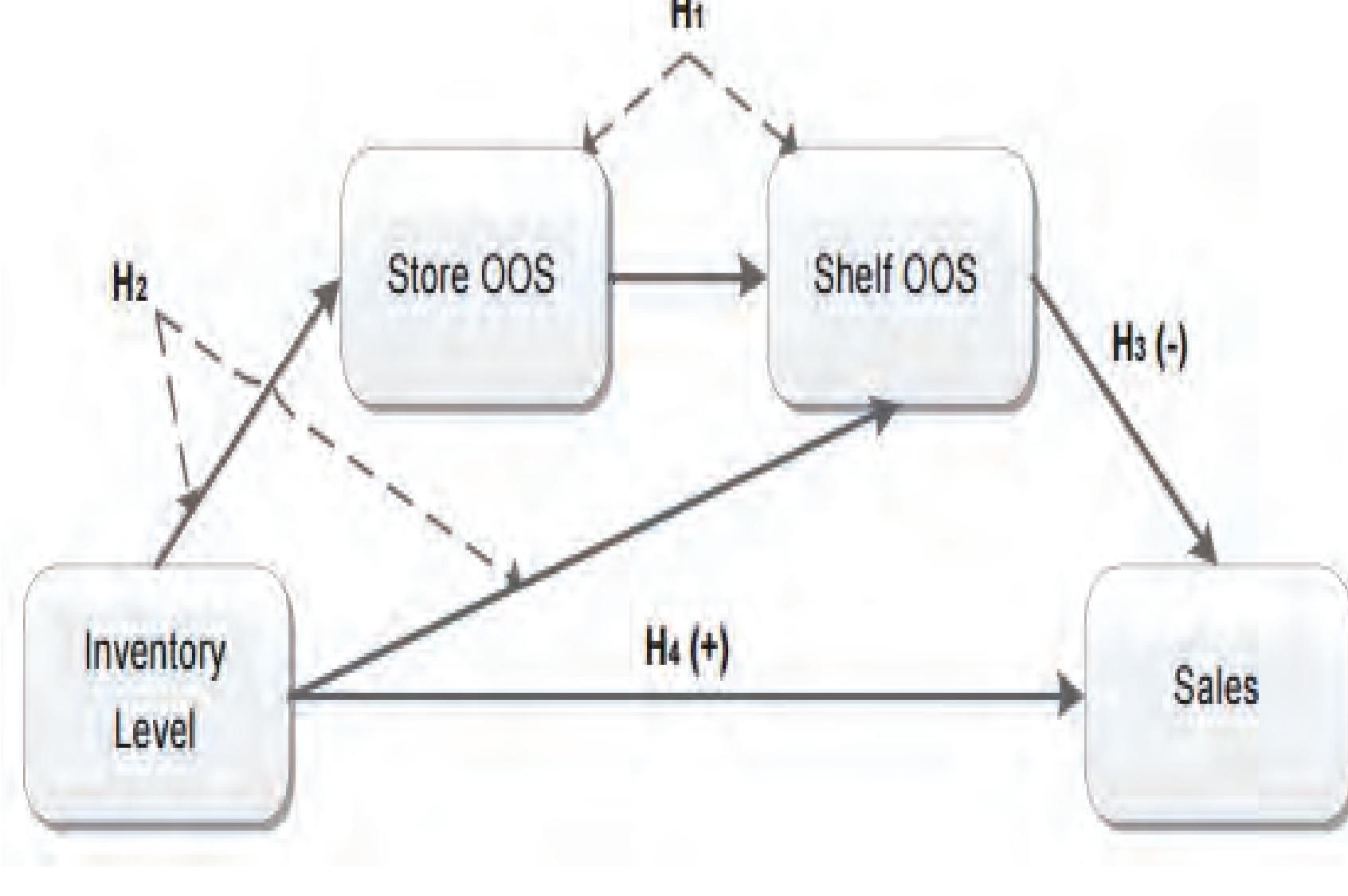
By increasing inventories, retailers attempt to raise service levels, and thus increase sale. However, in addition to a positive impact on product availability and sale, higher inventory levels may cause problems in performing in-store activities. As poor backroom-to-shelf replenishment process emerges as one of the most common causes of stock-out situations, this article compares store and on-shelf FMCG product availability at SKU level in different stores of a single retailer. In relation to this, besides direct, we have also investigated the indirect effect of inventory level on sale, by using store and shelf out-of-stocks as mediators. The results of the research showing much higher level of shelf- compared to store stock-out rate confirmed the existence of the problem in the realization of internal product flows within retail stores. However, despite the occurrence of this problem, besides direct positive effect of inventory level on sale, its indirect effect was positive as well.

Опис рада

Све захтевнији купци стављају малопродавце у незавидну позицију, очекујући од њих висок ниво услуге, уз ниске цене. Поред тога, растућа конкуренција на малопродајном тржишту, чини ситуацију додатно проблематичном, приморавајући малопродајне компаније да непрестано изналазе нове, ефикасније начине реализације пословних процеса. Последично, све већа пажња се посвећује управљању залихама, како би се постигло смањење трошкова, а задовољиле потребе купаца, кроз испоруку „правог производа, у право време на правом месту“. Обезбеђујући адекватан ниво доступности производа, повећава се квалитет услуге, што позитивно утиче, како на лојалност купаца, тако и на пословање малопродајних компанија и њихових добављача. Међутим, уколико се тражња не може задовољити услед недовољног нивоа залиха настаје проблем који погађа све чланове ланца снабдевања, а нарочито купце. Имајући то у виду, у раду је истражен однос између 4 варијабле: нивоа залиха, недостатка залиха у продајном објекту, недостатка залиха на полицама и продаје. Истраживањем је обухваћено 9 категорија производа свакодневне потрошње, праћених у 16 малопродајних објеката, величине од 1200 до 2000 квадратних метара у Републици Србији.

Резултати

Виши ниво доступности производа у малопродајним објектима у односу на доступност производа на полицама упућује на постоење неефикасности у реализацији процеса постavljanja продајних полица. Стапа недостапка залиха на полицама, у односу на стапу недостапка залиха у објекту је већа за 1,11%, што указује на висок проценат „фантомских производа“. Произилази да је тешко једна петина недостапак залиха на продајним полицама, била узрокована проблемима у вези са интегрним пословним процесима. Ниво залиха има нејасан утицај на недостапак залиха на полицама, и то индиректно кроз недостапак залиха у малопродајном објекту. Укупан ефекат залиха на недостапак залиха на продајним полицама је нејасан, упркос томе што је директан утицај позитиван, али без статистичке значајности. Будући да је утицај нивоа залиха на недостапак залиха на продајним полицама нижи у односу на његов утицај на недостапак залиха у објекту, може се закључити да повећање нивоа залиха дојриноси вишем нивоу доступности производа у објекту, него на продајним полицама.



Слика 1. Концептуални модел

