

233 אפיון מערכת מידע לסידור מוצרים בניו פארם.

עידן אלשיך וזיו פרץ

1. מוטיבציה לפרויקט

הפרויקט מתבצע בחברת "ניו פארם דראגסטור בע"מ", ניו פארם הינה רשת חנויות הדראגסטור השנייה בגודלה בישראל. במהלך שהותנו באחת החנויות של הרשת הבחנו בהשפעה הרבה שיש לאופן סידור המוצרים בסניף על הקנייה של הלקוחות. הבעיה המרכזית של רשת ניו פארם הינה התחרות הקשה מול סופר פארם שהינה החברה המובילה בשוק הפארם. המוטיבציה שלנו לפרויקט נבעה מתוך הבנה שקיים פוטנציאל גדול יותר לרשת אשר יכולה לקחת חלק גדול יותר בשוק. לאור ההבחנה של השפעת סידור המוצרים על הלקוחות החלטנו לאפיין מערכת מידע לסידור המוצרים בסניפים של הרשת.

2. סקירת ספרות

סקר הספרות של הפרויקט עוסק בראשיתו בהתפתחות מערכות המידע בתחומים השונים, הסקר מביא דוגמאות ממאמרים שונים על התפתחות מערכות אלו ככלי שירות וייעול בתחומים נרחבים. בחלקו השני הסקר מדגיש את התפתחותן של מערכות המידע בעולם הקמעונאי. הרגלי הקניה ועל השפעתם של גורמים מסוימים כגון מוסיקה סדר וכדומה. הסקר מדגים טכניקות השפעה על קהל הצרכנים. בנוסף הסקר מדגיש כי כיום ישנו שימוש נרחב במערכות מידע אשר עוזרות לנו לשפר את היקפי המכירות על ידי ניתוח נתונים הנאספים לאורך זמן על ידי המערכות עצמן שיודעות בזמן אמת לתת פלט מתאים לסיטואציה המתבקשת ("מערכת מידע לומדת").

3. מתודולוגיה

כדי להשיג את מטרת הפרויקט, בשלב הראשון ביצענו סקירה על הרשת על מנת לקבל תמונה כללית על מצבו של הארגון, ביצענו מספר ביקורים בשעות שונות בסניפים שונים בארץ על מנת לבחון את התנהגות הלקוחות, ביצענו ראיונות עם עובדים בעלי ותק שונה, לאחר שקיבלנו תמונה כללית בנינו שאלון אשר חולק ללקוחות בסניפים שונים בארץ, כמו כן ביצענו שאלון גם לעובדים ברשת, ביצענו ביקורים גם בחברה המתחרה סופר פארם על מנת לבחון את אופן סידור המוצרים בחברה המובילה בשוק, סקרנו את הסביבה התחרותית של החברה על ידי מודל SWOT, ביצענו ניתוח חלופות על פי שיטת AHP ובחרנו את החלופה הטובה ביותר, לאחר בשלב הבא נבנה DB בעזרת שקלול כל הנתונים מהשלב הנ"ל על לאפיין את המערכת שתביא לסידור האופטימלי.

4. ממצאים

לאורכו של הפרויקט נאספו נתונים מלקוחות וגם מעובדי הסניפים השונים אותם בדקנו. כמו כן על פי סקר הספרות וניתוח ה-SWOT שביצענו הגענו למסקנה כי ניתן להשפיע בצורה משמעותית על היקפי המכירות של סניף מסוים של הרשת על פי גורמים משתנים רבים כגון: מצב המלאי בהתאם לכל סניף, תאריכי תפוגה, רווחים ממוצרים שונים, נתונים על המתחרים, אוכלוסייה ביחס למיקום הסניף, תקופות שונות בשנה, הגים ומועדים, גורמים המשפיעים על חוויית הקניה של הלקוחות כגון מוסיקה ניהוחות סדר וניקיון. בפרויקט התמקדנו בעובדה כי סידור מסוים של המוצרים בתקופות שונות במקומות שונים בסניף ישפיע על היקפי המכירות. מעובדה זו הסקנו כי אפיון מערכת מידע נכונה ישפיע על מכירות סניף בודד בפרט ולמנף את רווחי החברה בכלל. בנוסף הגענו למסקנה כי המערכת תיבנה על ידי חברה חיצונית המתמחה בתחום זה מכיוון שלרשת עצמה אין מערך מחשוב ברמה הנדרשת לצורך בנייה ותחזוקה שוטפת של המערכת.

5. סיכום

לאחר ניתוח הסביבה העסקית על ידי מודל SWOT, השאלונים שחולקו והתצפיות שביצענו אספנו מספיק מידע שיעזור לנו באפיון מערכת המידע של אופן סידור המוצרים ובבניית DB. בחרנו את החלופה הטובה ביותר לפרויקט ע"י שימוש בשיטת AHP. התרומה הצפויה מהפרויקט הינה כפולה ומושלכת בד בבד על הסטודנטים והלקוח, שיתוף הפעולה, החלפת המידע והידע המקצועי יביאו להעשרת שני הצדדים. שילוב המוטיבציה של הסטודנטים עם הניסיון המקצועי של הלקוח יכול להוביל לתוצאות גבוהות ותובנות רבות במגוון פרמטרים משמעותיים וזאת לצורך התפתחותה ושגשוגה של הרשת והחנות בפרט.