



شرکت های لجستیک طرف سوم؛ ضرورت ها و چشم اندازها

تهیه کننده: نادر غفاری نسب

لجستیک بخش بسیار مهم و حیاتی هر کسب و کاری می باشد؛ به طوریکه براساس آمارهای معتبر جهانی، هزینه های لجستیک حدود ۱۲٪ تولید ناخالص داخلی در دنیا را به خود اختصاص می دهد. تمایل برای جهانی شدن و فشار رقابتی سنگین موجود، بسیاری از کارخانه های تولیدی را به سمت برون سپاری فعالیت های لجستیکی خود سوق داده است. یکی از مزیت های اصلی برون سپاری فعالیت های لجستیکی، تمرکز این کارخانه ها بر توانمندی های کلیدی^۱ خود بوده و از این طریق توانسته اند کارایی تولیدی خود را افزایش دهند. یک شرکت لجستیک طرف سوم، شرکتی بیرونی می باشد که وظیفه مدیریت، کنترل و انجام امور لجستیکی را به نیابت از مشتریان خود بعهده دارد.



شرکت های خدمات لجستیک طرف سوم^۲ (3PL) به شرکت هایی گفته می شود که سازمان های تولیدی یا خدماتی بخشی یا کل امور لجستیکی خود را به آنها برون سپاری می کنند. این شرکت ها معمولاً در حوزه های حمل و نقل و انبارداری متخصص هستند و قادرند خدمات خود را با انواع مختلف و متنوعی از محصولات منطبق سازند.

عوامل متعددی بر توسعه خدمات 3PL در طی سال های

اخیر تاثیرگذار بوده اند که چهار مورد اصلی آنها عبارتند از:

- فشار برای کاهش قیمت؛
- فشار بازار برای ارتقاء خدمت دهی به مشتریان؛
- جهانی سازی؛
- توسعه تکنولوژی های جدید اطلاعات.

با توجه به سهم بالای هزینه های لجستیک از مجموع کل هزینه های کسب و کارها، به سادگی می توان نتیجه گرفت که ایجاد بهبودهای کوچک و معقولی بین ۵ تا ۱۰ درصد از هزینه های لجستیک می تواند تاثیر زیادی در بهبود سوددهی صنایع تولیدی و خدماتی هر کشوری داشته باشد. همانگونه که اشاره شد، یکی از مناسب ترین راهکارهای کاهش هزینه های لجستیک برای کسب و کارها برون سپاری خدمات لجستیکی به شرکت های لجستیک طرف سوم می باشد.

براساس گزارشی که وضعیت شرکت های لجستیک طرف سوم دنیا را در سال ۲۰۱۰ بررسی کرده است، درآمد کل بازار شرکت های لجستیک طرف سوم به بالای ۵۴۱.۶ میلیارد دلار رسید؛ درحالی که این رقم در سال ۲۰۰۴ برابر ۸۹.۴ میلیارد دلار بوده است که نشان می دهد بازار نامبرده در طی شش سال اخیر بطور متوسط افزایش سالانه ای معادل ۳۵٪ را از خود نشان می دهد. مطالعات مختلف دیگر نیز حاکی از این واقعیت است که کسب و کار خدمات لجستیک طرف سوم، در کل دنیا به خصوص در کشورهای توسعه یافته در حال رشد چشمگیری می باشد.

از آنجایی که عملکرد زنجیره های تامین یکی از کلیدی ترین ابزارهای رقابت پذیری به شمار می آید، اهمیت شرکت های لجستیک طرف سوم در آینده نه چندان دور بیشتر شده و نقش چنین شرکت هایی در موفقیت زنجیره های تامین پررنگ تر و پیچیده تر خواهد شد. از جمله اینکه شرکت های لجستیک طرف سوم رفته رفته گستره فعالیت های خود را افزایش داده و نقش های بیشتری را در زنجیره های تامین مختلف بعهده می گیرند. بعبارت دیگر، حوزه فعالیت این شرکت ها دیگر مانند گذشته تنها به امور انبارداری و حمل و نقل خلاصه نمی شود و انتظار می رود شرکت های لجستیک طرف سوم نقش هایی همچون مدیریت تامین کنندگان و موجودی ها، توزیع محصولات نهایی (به همراه بسته بندی، برجسبزی و مانند اینها)، ارائه خدمات

¹ Core Competency

² Third Party Logistics (3PL) Service Provider



هزینه های لجستیک ملی و جایگاه آن در تجارت

تهیه کننده: الناز میاندوآبچی

در جهان امروز که شرایط اقتصادی به سرعت در حال تغییر است، کشورها به این نکته پی برده‌اند که جهانی شدن دنیا را کوچکتر و رقابتی‌تر می‌کند. از یک سو مشتریان به دنبال محصولات و خدماتی هستند که بتوانند پاسخگوی نیازهای گوناگون آنها باشد و از سوی دیگر بنگاه‌ها تلاش می‌کنند برای حفظ سود و سهم بازار خود مزایای رقابتی را در عرضه محصولات و خدمات ایجاد کنند. در همین راستا افزایش بهره‌وری و بازدهی فعالیت‌های بنگاه‌ها به یک مسئله مهم در تامین مزیت رقابتی پایدار برای کشورها تبدیل شده است. افزایش بهره‌وری دارای ابعاد گوناگونی است که یکی از مهمترین آنها کاهش هزینه‌ها و در نتیجه کاهش قیمت تمام شده محصولات است.

نتایج تحقیقات در سطح جهان نشان می‌دهد که هزینه‌های لجستیکی بخش قابل توجهی از قیمت تمام شده محصولات را شامل می‌شوند. در واقع سهم قابل توجهی از قیمت تمام شده، مربوط به برنامه‌ریزی و انجام فعالیت‌های مهمی چون بسته‌بندی، ذخیره‌سازی و حمل‌ونقل است که تحت عنوان فعالیت‌های لجستیکی شناخته می‌شوند. سهم هزینه‌های لجستیکی در قیمت تمام شده هر گروه کالایی متفاوت است (شکل (۲)). مواد غذایی با ۳۰٪ بیشترین سهم و خودرو با ۱۵٪ کمترین سهم هزینه‌های لجستیکی را از قیمت تمام شده دارا هستند. مقدار متوسط این سهم برای محصولات برابر ۲۲٪ است که رقم قابل توجهی است.

هزینه‌های لجستیکی نه تنها در سطح بنگاهی، بلکه در سطح کلان و ملی نیز در جهان مورد توجه هستند. حاصل عملکرد تجمعی شرکت‌ها، نهادها و بنگاه‌های یک کشور به صورت "هزینه‌های لجستیک ملی" متبلور می‌شود که اندازه-گیری آن برای بسیاری از کشورها از دهه‌های گذشته مورد توجه بوده است. در واقع هزینه‌های لجستیکی یکی از شاخص‌های عملکردی فعالیت‌های لجستیکی است که نشانگر سطح کارایی این فعالیت‌ها در سطح ملی بوده و دولت‌ها همواره در پی کاهش آن هستند. کاهش هزینه‌های لجستیک ملی در ابتدایی‌ترین سطح در برگیرنده تلاش‌های بنگاه‌ها برای

پشتیبانی به مشتریان و حتی مدیریت کالاهای برگشتی را معده بگیرند. برای اینکه شرکت‌های لجستیک طرف سوم بتوانند چنین خدمات دارای ارزش افزوده‌ای را به مشتریان خود ارائه دهند، بایستی قابلیت‌های تکنولوژیک خود را ارتقاء دهند، مدیریت روابط بلندمدت خود را بهبود داده و درک عمیقی از قابلیت‌هایی که مزیت رقابتی برای مشتریانانشان ایجاد می‌کند، داشته باشند.

با توجه به موارد فوق، می‌توان از توسعه شرکت‌های لجستیک طرف سوم در کشورمان بعنوان یکی از ضرورت‌ها نام برد که می‌تواند تاثیر بسزایی در افزایش کارایی کسب‌وکارها از طریق کاهش هزینه‌های لجستیک و افزایش سطح خدمت‌دهی به مشتریان و مصرف‌کنندگان و نیز اصلاح نظام توزیع کشور داشته باشد. با توجه به رویکرد صادرات‌گرای در پیش گرفته شده در بخش صنعت، معدن و تجارت کشورمان، صادرکنندگان و تولیدکنندگان باید با تمرکز بر اصلاح فرایندهای تولیدی، کیفیت محصولات تولیدی خود را بالا برده و با برون‌سپاری فعالیت‌های لجستیک خود به شرکت‌های لجستیکی طرف سوم، نگرانی از بابت امور لجستیک (حمل‌ونقل، انبارداری و تشریفات قانونی آنها) نداشته باشند. بدین ترتیب می‌توان همزمان بهبودهایی را در فرایندهای تولیدی و لجستیکی صورت داده و با کاهش هزینه‌ها در این دو حوزه، مسیر حرکت به سوی تولید صادرات‌محور را با شتاب بیشتری طی نمود.

