

نظرة عامة عن النقل في سلاسل التوريد

في سلسلة التوريد. ولديهم تلك القوة لأنهم يسيطرون على سوق معين. ولذلك لا يوجد خيار أمام الموردين إلا أن يقوموا بالبيع لتلك الشركات. ففي المملكة المتحدة على سبيل المثال. فإن مبيعات تيسكو (Tesco) من البقالة تشكل ٣٠٪ في المملكة المتحدة. ونتيجة لذلك. فإنه لا يمكن لموردي المواد الغذائية تجنب البيع لتيسكو.

تمكّن تلك القوة الشركات القيادية من وضع متطلبات ترضع الموردين وشركات النقل والعَمّال تحت الضغط.

وقد تشمل تلك المطالب:

- طلب جَار بيع التجزئة الكبار من الموردين بيع البضائع بأسعار أقل.
- طلب المصنعين من الموردين التجاوب السريع مع تغير مستويات البيع بحيث تتوفر البضائع في الوقت المناسب.

لسلاسل التوريد المختلفة شركات قيادية مختلفة. في السلاسل التي يحركها المصنعون. فإن عدد قليل من مصنعي المرحلة التمهيديّة هم من يسيطرون. فعلى سبيل المثال. فإن المصنعين مثل إرباص وبوينغ هم من يهيمنون على سلاسل توريد الطيران. في سلاسل التوريد التي تحرك من قبل المشترين. فإن جَار التجزئة الكبار يمارسون القوة على سلسلة التوريد. فعلى سبيل المثال. فإن شركات بيع التجزئة الكبيرة مثل وولمارت تهيمن على سلاسل توريد البقالة في الولايات المتحدة. وفي كلتا الحالتين. فإن لشركات اللوجستيات قوة أقل من قوة الشركات القيادية ضمن سلسلة التوريد.

ماذا يعني ذلك لعمّال النقل ولنقاباتهم؟

يتوجب على عمّال النقل النظر ألى أبعد من صاحب العمل ومعرفة أين تكمن القوة في سلسلة التوريد. وبسبب القوة التي تمارسها على سلسلة التوريد الكاملة. فإن الشركات القيادية هي فعلياً صاحبة العمل لكل العمّال في سلسلة ما. لذلك السبب يقوم الـITF بتطوير إستراتيجيات عبر سلاسل التوريد من أجل إستهداف الشركات القيادية كي ترفع من معاييرها عبر سلاسل التوريد. من أجل تحسين ظروف عمّال النقل عبر سلاسل التوريد. فلا بد من تصميم الإستراتيجيات وفقاً لنوع سلسلة التوريد (تحرك من قبل المصنعين- أو من قبل المشترين) ومعرفة من هي الشركات القيادية.

دور النقل في سلاسل التوريد

سلسلة التوريد هي عملية متسلسلة ومنظمة يمر بها المنتج في بداية كونه مادة خامة إلى أن يصل إلى المستهلك. لكل منتج سلسلة توريد خاصة به. ولكن لسلاسل التوريد ثلاثة مراحل رئيسية:

- التمهيديّة- تجهيز وتصنيع المنتج.
- المرحلة المتوسطة- نقل المنتج من موقع أو منظمة إلى آخر.
- مرحلة التلقّي- بيع وتوزيع المنتج إلى المستهلك.

لذلك. يعتبر النقل- نقل المواد والعناصر والمنتجات عبر الطرق والسكك والجو بين الشركات والمواقع المختلفة- هاماً كي تقوم سلاسل التوريد بدورها بشكل فعّال.

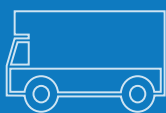
فعلى سبيل المثال. فإن المواد المصنّعة (مثل أجهزة الهواتف النقالة) تبنى من عناصر مختلفة. لكل عنصر سلسلة توريد خاصة به ويتطلب أكثر من مزود. وبالتالي. فإن تلك العناصر تحتوي على مواد/أجزاء مختلفة. ولكل منها سلسلة توريد خاصة به. وعلى ذلك النحو. فقد تحتوي سلسلة توريد لمنتج مصنع مراحل عديدة ومختلفة. أو حلقات: يقوم صاحب العلامة التجارية/الشركة المصنّعة بتوريد العناصر/المواد من الشركات الموجودة ضمن الحلقة ١. والتي بدورها تقوم بتوريد العناصر/المواد من الشركات الموجودة ضمن الحلقة ٢. وعلى ذلك النهج. يلعب النقل دوراً رئيسياً في ربط الحلقات المختلفة لسلسلة التوريد بحيث يعملن ككل بشكل متجانس. بحيث تصل العناصر والأجزاء والمنتجات إلى المكان المحدد تماماً وفي الوقت المناسب تماماً.

هذه الإدارة الإستراتيجية لنقل البضائع عبر كل سلسلة التوريد تعرف باللوجستيات. عادةً ما يتم توفير وظائف اللوجستيات الرئيسية. مثل نقل البضائع عن طريق الطرق أو الجو أو البحر. من الداخل عن طريق المصنّعين وجَار بيع التجزئة والذين يشكلون حلقات سلسلة التوريد المختلفة. ومع ذلك وفي بعض الأحيان. يتم منح وظائف النقل لمقاولين متخصصين بتوفير الخدمات اللوجستية مثل DHL أو UPS. وتعتمد معظم الشركات إلى إستخدام الطريقتين: توفير النقل عن طريقها وعن طريق شركات الخدمات اللوجستية.

أهمية الشركات القيادية في سلاسل التوريد

الشركات القيادية هي مثل شركات التصنيع وبيع التجزئة الكبيرة. والتي تمارس قوة ملحوظة على كل الشركات الأخرى

مشاريع التنظيم في سلسلة التوريد واللوجستيات



SCALOP

