

مراکز توزیع شهری و نقش آنها در بهبود شبکه توزیع کالا

الناز میان‌دوآبچی، پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

جهان اقتصاد

مدتهاست که مراکز توزیع به عنوان عناصر مهمی در کانال‌های توزیع، توسط شرکت‌های فعال در این زمینه مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. این مراکز مکان‌هایی هستند برای دریافت کالا از مبادی، انبارش و سپس توزیع آنها در مقاصد مربوطه. با توجه به ساختار سنتی نظام لجستیک و توزیع در کشور، مراکز توزیع عمدتاً متعلق به شرکت‌های پخش یا تولیدکنندگانی هستند که از این طریق اقدام به انبارش و توزیع کالای خود در مناطق مختلف می‌کنند. هدف از ایجاد چنین مراکزی در واقع بهینه‌سازی و افزایش کارایی عملیات لجستیک، اعم از حمل‌ونقل، انبارش و توزیع است.

نوع پیشرفته‌تری از این مراکز که سالهاست در کشورهای مختلف جهان مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند، مراکز توزیع شهری هستند. در مقابل مراکز توزیع سنتی که متعلق به یک شرکت هستند، این مراکز معمولاً با شراکت و همکاری چندین شرکت فعال در خدمات حمل‌ونقل و توزیع کالا اداره می‌شوند. مراکز توزیع شهری معمولاً در حاشیه شهرها و در مکانی با دسترسی منابع به شبکه‌های جاده‌ای ای‌احداث می‌شوند. این مراکز نقاطی برای دریافت، ذخیره‌سازی، مرتب‌سازی، تفکیک یا ادغام و بالاخره ارسال کالاها بین شهرها و سایر نقاط هستند. کالاهای ورودی معمولاً از مسافت‌های طولانی و توسط وسایل نقلیه با ظرفیت بالا به سمت شهرها حمل شده و سپس توسط وسایل نقلیه کوچکتر در مقاصد مربوطه توزیع می‌شوند. بالعکس کالاهای خروجی توسط شرکت‌های فعال در این مراکز از سطح شهر جمع‌آوری شده و سپس به مقاصد مربوطه در سایر نقاط کشور حمل می‌شوند.

همکاری مشترک شرکت‌های مستقر در این مراکز، هم‌افزایی در بکارگیری بهتر منابع، افزایش کارایی

عملیات و ایجاد اثر اقتصاد مقیاس و سرشکن شدن هزینه‌ها که نهایتاً منجر به کاهش قیمت تمام‌شده محصولات (قیمتی که محصول به دست مصرف‌کننده می‌رسد) را در پی دارد. اما مراکز توزیع شهری، هدفی فراتر از تنها برآورده‌سازی منافع چندین شرکت را دارند. ساماندهی عملیات توزیع مویرگی در شهرها، کاهش ترافیک و آلودگی هوای ناشی از سفرهای متعدد وسایل نقلیه برای تحویل کالا در سطح شهر، ایجاد اشتغال و در نهایت رشد منطقه‌ای از دیگر اهداف مهم فعالیت این مراکزند. تجربه‌های موفق ایجاد این مراکز در کشورهای مختلف، نشان از کارایی مثبت و نتایج مطلوب عملکرد آنها دارد. بعنوان مثال ژاپن و چندین کشور اروپایی از دهه ۷۰ میلادی به راه‌اندازی این مراکز در مجاورت شهرهای بزرگ و پرجمعیت اقدام نموده‌اند. در کشور ژاپن چنین مراکزی با ابتکار گروهی چین شرکت‌هایی راه‌اندازی شده‌اند. در مقابل در اروپا این مراکز با حمایت و سرمایه‌گذاری مشترک دولت‌ها و بخش خصوصی ایجاد شده‌اند.

با تفصیل یاد شده، به نظر می‌رسد که ایجاد مراکز توزیع شهری در مجاورت شهرهای بزرگ و پرجمعیت کشور، می‌تواند در سامان دادن به امر توزیع کالا در این شهرها مثمرتر باشد. به عنوان مثال خواروبار که فعالیت توزیع روزانه آنها بطور مرتب و با حجم زیاد در سطح شهرها صورت می‌گیرد، از جمله کالایی هستند که ایجاد چنین مراکزی منجر به بهبود و بسامان شدن عملیات توزیع آنها خواهد شد. در شرایطی که معضل آلودگی هوا گریبانگیر بسیاری از شهرهای بزرگ کشور است، این مراکز می‌توانند به کاهش آلودگی هوای بواسطه تحویل‌های کاراتر کالاها در سطح شهرها یا به عبارت دیگر کاهش تعداد سفرها برای تحویل کالاها منجر شوند. از سوی دیگر اغلب شهرهای بزرگ کشور در اثر رفت‌وآمد و توقف‌های مکرر وسایل نقلیه باری به منظور تخلیه و بارگیری دارای مشکلات ترافیکی هستند که ایجاد این مراکز می‌تواند سهم عمده‌ای در کاهش ترافیک ناشی از فعالیت وسایل

نقلیه باری و صرفه‌جویی در مصرف سوخت داشته باشد. بنابراین شرکت‌های حمل‌ونقل و پخش علاوه بر انتفاع از فعالیت در این مراکز، تصویر مطلوبی را از خود به عنوان بنگاه‌هایی خلاق و مسئولیت‌پذیر از نظر اجتماعی ایجاد خواهند کرد.

مشارکت شرکت‌های حمل‌ونقل و پخش و نیز حمایت دولت، دو عامل کلیدی در تحقق راه‌اندازی و فعالیت مراکز توزیع شهری در کشور هستند. در واقع ایجاد این مراکز نیازمند تعامل دو جانبه بخش دولتی و خصوصی است.

با توجه به عدم وجود چنین تجربه‌ای در کشور، از یک سو نیاز است حمایت‌های قانونی و سرمایه‌گذاری از سوی دولت صورت گیرد و از سوی دیگر بخش خصوصی انگیزش و مساعدت لازم را در ایجاد این مراکز دارا باشد. با توجه به اینکه «اصلاح نظام توزیع» یکی از محورهای هفتگانه طرح تحول اقتصادی کشور می‌باشد، حمایت از شکل‌گیری چنین مراکز توزیعی در حاشیه کلان‌شهرها خواهد توانست منجر به بهبود نظام توزیع کشور گردد.