

## Outsourcing – sposób na problem

Współczesny rynek to permanentna walka o przetrwanie. Jakże na czasie jest dziś sformułowanie o tym, że „konkurencja nie śpi”. Być może to trywialne sformułowanie, ale czy wszyscy przedsiębiorcy o tym pamiętają? Obserwując rynek z pozycji tylko i wyłącznie konsumenta dojdź można do wniosku, że tak; że firmy konkurują między sobą bardzo silnie. Widać to po ilości reklam, które „wciskają się” do naszych domów w każdy możliwy sposób. Jesteśmy nimi bombardowani nie tylko przez telewizję, radio, prasę czy internet. Mniej lub bardziej udane formy możemy znaleźć także w skrzynce na listy (często dołączone do korespondencji w tej samej kopercie) lub po prostu rozrzucone po korytarzu. Nie wspominam już nawet o tym co dzieje się na zewnątrz; na przystankach, słupach, *billboardach*. Bardzo silną rywalizację zauważyć można także w sklepach.

Ostatnio podczas zakupów w jednym z hipermarketów chciałem nabyć zgrzewkę Coca-Coli. Jakież było moje zdziwienie, gdy na półkach znalazłem tylko Pepsi. Nie wnioskuję, ale jako konsument, który bardzo nie lubi być ograniczany w możliwości dokonywania wyboru (na dodatek niełojalny), zakupu nie dokonałem. Następnym razem odwiedzę inny hipermarket. Przegrała nie tylko Pepsi, ale i cała sieć.

Wydawać by się mogło, wygrana, przyniosła porażkę. Czasy Forda T, który był dostępny we wszystkich kolorach, pod warunkiem, że był to czarny, odeszły w przeszłość. I zapewne nie jestem odosobnionym przypadkiem w takim myśleniu.

Ale nie takiej formy konkurowania będzie dotyczył ten tekst. Okazuje się bowiem, że do bycia konkurencyjnym przyczynia się nie tylko sprzedaż i marketing, ale także (a może przede wszystkim) skupianie się na działaniach związanych bezpośrednio z prowadzoną działalnością. Ideą *outsourcingu* (ang. zbitka wyrazowy utworzony od: outside resources using), bo o nim mowa, jest zlecenie na zewnątrz wszystkiego tego, czego przedsiębiorstwo nie potrafi lub, lepiej, nie musi wykonywać samodzielnie. Na zachodzie, gdzie idea wykorzystywania zasobów zewnętrznych rozpowszechniona jest na skalę masową, wykorzystuje się ją od lat. Nasi rodzimi przedsiębiorcy w większości przypadków zachowują się tak, jakby nie wierzyli, że to prawda; że w ten sposób można obniżyć koszty a jednocześnie być bardziej efektywnym, elastycznym i w efekcie konkurencyjnym. Wolą mieć nad wszystkim bezpośrednią kontrolę – zrobić wszystko własnymi siłami a nie być uzależnionym w jakikolwiek sposób od innych.

Ale ta sytuacja powoli się zmienia. W tych zmianach przodują oczywiście krajowe oddziały międzynarodowych koncernów, dla których kontakt z outsourcingiem nie jest niczym nowym.

Dobrym przykładem jest McDonald's, dla którego całą obsługę logistyczną wykonuje międzynarodowa firma Logpol (pod taką nazwą występuje tylko w Polsce). Zarządzający tą siecią restauracji masowych uznali bowiem już dawno, że nie jest dobrym rozwiązaniem utrzymywanie własnych magazynów oraz transportu. I rzeczywiście McDonald's nie posiada ani jednego magazynu, a wszystkie samochody dostawcze z jego logo, jakie możemy oglądać na ulicach, nie są jego własnością. Taki układ jest korzystny dla obu stron do tego stopnia, że jedynym klientem firmy Logpol jest właśnie McDonald's!

Oczywiście nie jest to odosobniony przykład, bowiem firm logistycznych jest w Polsce wiele. Prym wiodą wielkie firmy zachodnie, ale jest też sporo rodzimych. Największe z nich przedstawia poniższa tabela. Jak z niej wynika rodzaje usług, jakie oferują poszczególne firmy znacznie odbiegają od tradycyjnego pojmowania logistyki, która kojarzy się wyłącznie z transportem i magazynowaniem. Wyraźnie więc widać, w jakim kierunku to podąża. Można z tego wnioskować, że znaczenie tego typu firm będzie się zwiększać.

## Rodzaje Usług

### Firma Logistyczna

	spedycyjno-transportowe	magazynowanie	cross-docking	dystrybucja	konfekcjonowanie	obsługa zaopatrzenia	tworzenie zestawów promocyjnych	e-commerce	doradztwo logistyczne	wystawianie faktur w imieniu klienta	optymalizacja potoków ładunkowych	zarządzanie przewoźnikami	just-in-time	celne
<b>Trade Trans</b>	tak	tak			tak				tak				tak	tak
<b>Zakład Transportu Energetyki Radom</b>	tak													
<b>Pekaes Multi-Spedytor</b>	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak		tak	tak	tak	tak	tak	tak
<b>Metraco</b>	tak	tak		tak	tak				tak				tak	tak
<b>Spedpol</b>	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak		tak		tak	tak
<b>Raben Logistics</b>	tak	tak	tak	tak	tak	tak			tak	tak	tak	tak	tak	
<b>Stolica Messenger Service</b>	tak	tak		tak	tak		tak		tak			tak	tak	tak
<b>FM Logistic</b>	tak	tak	tak	tak	tak		tak		tak	tak	tak	tak	tak	tak
<b>C. Hartwig</b>	tak	tak		tak	tak				tak			tak		tak
<b>Polkurier</b>	tak			tak										tak

Źródło: Businessman Magazine Nr 6/2000

Oczywiście usługi logistyczne, to tylko jedna z wielu, praktycznie nieograniczonych możliwości, jakie daje outsourcing. Weźmy np. firmę Xerox. Już w rozszerzeniu jej nazwy odnajdujemy „The document company”. Wiadomo więc, że jeśli chodzi o kompleksowe zarządzanie dokumentami (choćby archiwizowanie), powierzyć tę kwestię można właśnie Xeroxowi.

Jedna z norweskich firm – Stabburet (obecnie Kotlin Sp. z o.o.) swojego czasu do produkcji rozprawianej w całej Polsce pizzy, wykorzystywała część linii produkcyjnych wraz z pracownikami, jednego z dużych zakładów przetwórczych. Tak samo działa Coca-Cola, która korzysta przy produkcji 2-litrowych soków Cappy z linii zakładów przetwórczych w Łowiczu.

Niektórzy z największych producentów samochodów już dziś zastanawiają się, czy w przyszłości nie zająć się tylko i wyłącznie zarządzaniem marką, natomiast wszystkie pozostałe czynności zlecić na zewnątrz.

Obecnie do najpopularniej wykorzystywanych usług outsourcingowych oprócz wyżej wymienionych, zalicza się:

- ✓ usługi księgowe,
- ✓ zewnętrzny pion personalny (głównie listy płac i obsługa kadrowa),
- ✓ sprzątanie i pielęgnacja terenów zieleni,
- ✓ obsługa informatyczna firm,
- ✓ usługi ochrony osób i mienia.

Dość szybki i rodzimi przedsiębiorcy będą musieli zmienić styl działania, aby sprostać wymaganiom nieustannie zmieniającego się rynku. Obecnie wielu z nich ogranicza się tylko i

wyłącznie do outsourcingu zasobów ludzkich, co również jest dobrym pomysłem, niemniej jednak eliminującym w zasadzie tylko obciążenia z tytułu ZUS.

Przyszłość – jak pokazują międzynarodowe doświadczenia – należy więc do wykorzystywania zasobów zewnętrznych. Gdzie leży granica, przekonamy się być może już niedługo.

*„Home & Market” nr 8/00*