

بررسی موانع توسعه شرکت‌های لجستیک طرف سوم (3PL) در ایران: عامل مهم غیر رقابتی بودن خدمات لجستیکی

غلامرضا نصیری^۱، الناز میانداوآبچی^۲

^۱ استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (grnasiri@alzahra.ac.ir; reza_nasiri@aut.ac.ir)

^۲ استادیار موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران، ایران (e.miandoabchi@itsr.ir)

* نویسنده مسوول: غلامرضا نصیری

چکیده

در این مطالعه سیر تکامل، دلایل پیدایش و نحوه کسب و کار شرکت‌های لجستیک طرف سوم بر اساس شاخص‌ها و پارامترهای مهم و تاثیرگذار به اختصار بررسی شده و رؤس عملیات اصلی این شرکت‌ها بر اساس مطالعه شرکت‌های موفق استخراج گردیده است. سپس وضعیت کنونی کشور (با تمرکز بر حمل و نقل جاده‌ای) و بازیگران فعال در حوزه لجستیک و حمل و نقل از جمله وضعیت شرکت‌های فعال، رانندگان و ناوگان حمل و نقل باری- جاده‌ای بررسی شده و در مورد دلایل عدم شکل‌گیری منسجم شرکت‌های لجستیکی بزرگ در ایران بحث شده است. در انتها مشکلات و چالش‌های مرتبط این صنعت با تمرکز بر حوزه جاده‌ای بر اساس نظر خبرگان صنعت جمع-بندی، دسته‌بندی و اولویت‌بندی گردیده است. با توجه به چالش‌های پیش‌روی حوزه حمل و نقل کشور، خلاءهای قانونی و عدم وجود هماهنگی مطلوب بین نهادهای دولتی ذیربط در حوزه لجستیک کشور بالاترین اولویت را کسب نمود و وضعیت تحویل رانندگان حمل و نقل کشور کمترین اولویت را از نظر پاسخ‌دهندگان داشته است.

کلمات کلیدی: مدیریت لجستیک، شرکت‌های لجستیک طرف سوم، چالش‌های صنعت حمل و نقل در ایران، هزینه‌های لجستیکی، حمل و نقل جاده‌ای، سیر تکامل شرکت‌های لجستیکی.

Investigating Barriers to Development of Third Party Logistics Companies (3PL) in Iran: An Important Factor of Non-Competitiveness Logistics Services

G. Reza Nasiri¹, Elnaz Miandoabchi²

¹ Industrial Engineering Department, Faculty of Engineering, Alzahra University, Tehran, Iran; grnasiri@alzahra.ac.ir; reza_nasiri@aut.ac.ir

² Logistics and Infrastructures Research Group, Institute for Trade Studies and Research, Tehran, Iran; e.miandoabchi@itsr.ir

* Corresponding author: G. Reza Nasiri

ABSTRACT

In this study, reviewed based on important and influential indicators, the evolution, reasons, and business environment of third-party logistics companies are reviewed. Moreover, main tasks and operations of these companies are extracted based on the study of leader companies. Therefore, the current situation of Iran (with a focus on road transport) and the important components in this field including logistics companies, drivers and the freight-road transport fleet are investigated. Then, the lack of coherent formation of large logistics companies in Iran has been discussed. Finally, according to industry experts' opinion, the industry's problems and challenges have been summarized, categorized, and prioritized. Due to the challenges facing the country's transportation sector, legal weakness and the lack of efficient coordination between the relevant government institutions in Iran's logistics sector achieve the highest priority and the education status of the drivers received the lowest priority in terms of the expert's point of view.

Keywords: Logistics Management, Third Party Logistics Companies, Barriers of Transportation in Iran, Logistics Costs, Road Transportation, Evolving of Logistics Companies.

۱- مقدمه

با جهانی شدن تجارت در سال‌های اخیر و کوتاه‌تر شدن دوره عمر محصولات، شرکت‌ها در تهیه منابع مورد نیاز خود و همچنین در فروش و توزیع محصولات خود به صورت گسترده‌تری عمل می‌نمایند [۱]. در زمان حاضر مشتریان تمایل دارند نیازمندی‌های خود را با قیمت مناسب‌تر، سرعت بیشتر و قابلیت اطمینان بالاتر دریافت کنند و اگر بینند در تحویل آنها بطور مرتب با تاخیر مواجه می‌شوند، به جستجوی سایر تامین‌کنندگان می‌پردازند. پس می‌توان گفت که در سال‌های اخیر طراحی و توسعه روش‌های مدیریت عملکرد شبکه تامین نسبت به گذشته اهمیت روزافزونی یافته است [۲ و ۳]. بدین دلیل موضوع رقابت بین زنجیره‌های تامین، موضوع بسیاری از تحقیقات اخیر بوده است [۴]. با توجه به این نوع رقابت، مفهوم مدیریت زنجیره تامین و مولفه‌های آن برای سازمان‌های متعدد، موضوعی حیاتی است تا بتوانند در اقتصاد جهانی امروزی رقابت کنند [۵]. زنجیره تامین همه فعالیت‌های مرتبط با مدیریت تامین، بازرگانی و منبع‌یابی، مدیریت ساخت و تولید، مدیریت فروش و توزیع و در نهایت مدیریت حمل و نقل و لجستیک را از نقاط اصلی مواد اولیه تا مراکز مصرف پوشش می‌دهد [۶]. اهداف و مزایای فلسفه زنجیره تامین را می‌توان در این موارد خلاصه نمود [۷ و ۸]: بهبود برند، جایگاه رقابتی اعضا و حصول مزیت رقابتی پایدار؛ مدیریت عدم قطعیت در کل زنجیره تامین؛ مدیریت موجودی‌ها با توجه به شرایط کسب و کار، حجم عملیات و فروش؛ انعطاف‌پذیری بیشتر و سطح سرویس بهتر به مشتریان؛ کاهش زمان تحویل و بهبود بهای تمام شده؛ اثربخشی و کارایی بالاتر در کل عملیات زنجیره تامین.

یکی از مهم‌ترین اقدامات در راستای تحقق اهداف فوق، برون‌سپاری عملیات و تمرکز بر فعالیت‌های ماموریتی و اصلی است [۹]. یکی از اولویت‌های برون‌سپاری، عملیات لجستیک و حمل و نقل است. با توجه به گستردگی مفهوم لجستیک، تعریف جامعی که مورد توافق همه ارکان فعال در این حوزه باشد، وجود ندارد. اما تعریفی که بیشتر در مطالعات، مورد استناد قرار می‌گیرد تعریف زیر است: لجستیک به آن بخش از فرآیندهای زنجیره تامین اطلاق می‌شود که ذخیره‌سازی و جریان اثربخش و کارای کالاها، خدمات و اطلاعات مربوط به آنها را در دو جهت رفت و برگشت، میان مبدا و محل مصرف، جهت پاسخ‌گویی به نیاز مشتریان را برنامه‌ریزی، راه‌اندازی و کنترل می‌کند [۱۰]. در یک دسته‌بندی کلی، هزینه‌های لجستیک شامل هزینه‌های حمل و نقل، نگهداری و مدیریت لجستیک می‌شود. با در نظر داشتن این تعریف و نیز در راستای برون‌سپاری، شرکت‌های لجستیکی طرف سوم را می‌توان شرکت‌هایی دانست که در حوزه لجستیک خبره بوده و قادرند کل خدمات و عملیات لجستیک را از مبدأ تا مقصد به نیابت از صاحبان کالا و طرفین معامله (فروشنده و خریدار) انجام دهند. براساس مطالعات صورت گرفته، متوسط سهم کل هزینه‌های لجستیکی از قیمت تمام‌شده محصولات (در کل شبکه تامین محصول) در ایران تا ۸۵ درصد بیش از متوسط جهانی است [۱۱]. این مساله قابل اغماض نبوده و در واقع مصرف‌کننده به ناچار باید هزینه ناکارآمدی لجستیک در ایران را بپردازد. یکی از مهم‌ترین راهکارهای کاهش این شکاف، توجه به عملکرد سایر کشورها در توسعه و بهره‌گیری از شرکت‌های توانمند لجستیکی است که به نظر می‌رسد عدم توسعه کافی این شرکت‌ها در ایران، یکی از مهم‌ترین حلقه‌های مفقوده بهبود بهره‌وری در حوزه تخصصی حمل و نقل و لجستیک است.

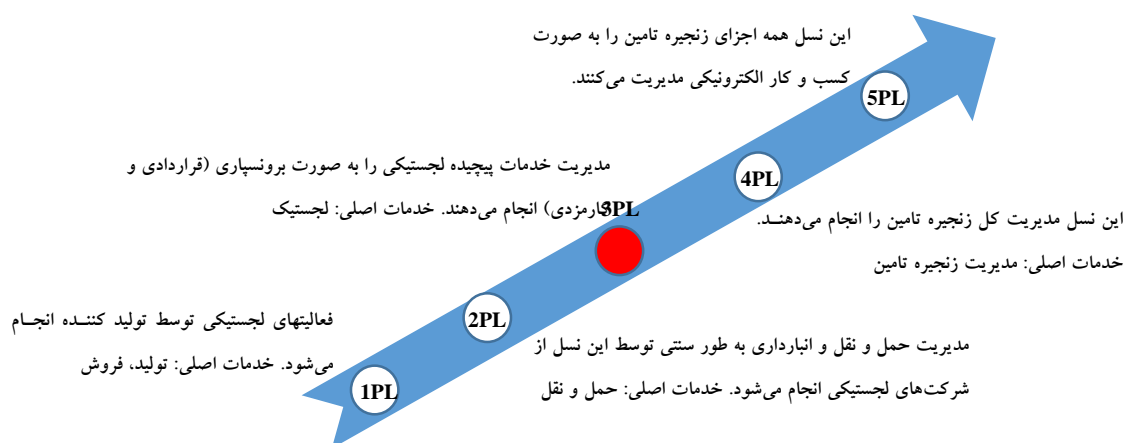
در ادامه، مرور ادبیات و سیر تکامل شرکت‌های حمل و نقل و لجستیک در بخش دوم ارائه گردیده است. کسب و کار شرکت‌های لجستیک طرف سوم، مشتریان، رؤس عملیات اصلی، حوزه فعالیت و ابزارهای مورد استفاده در بخش سوم مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت در بخش چهارم بر اساس جستجوی کتابخانه‌ای، مراجع رسمی ارائه آمار و اطلاعات، بررسی مستندات قابل اتکاء و نیز مصاحبه با خبرگان صنعت حمل و نقل و متولیان امر، چالش‌های صنعت حمل و نقل و لجستیک کشور و دلایل عدم توسعه این حوزه در ایران گردآوری و بر اساس اهمیت، اولویت‌بندی شده است. در بخش پنجم نیز جمع‌بندی و نتیجه‌گیری مطالب درج شده است.

۲- مرور ادبیات

۲-۱- سیر تکامل شرکت‌های لجستیک

موضوع طراحی و برنامه‌ریزی شبکه تامین و نقش مهمی که شرکت‌های لجستیکی طرف سوم در آن بازی می‌کنند، مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است [۱۲]. بعلاوه با توجه به تعریف ارائه شده از شرکت‌های لجستیک طرف سوم و از آنجا که این شرکت‌ها تامین خدمات تخصصی لجستیک را برای تولیدکنندگان و صاحبان کالا بر عهده دارند، لذا در ادبیات ارزیابی و انتخاب تامین‌کننده در زنجیره تامین نیز مطالعات متعددی در این خصوص انجام و شاخص‌های مخصوص آن گردآوری و پیشنهاد گردیده است [۱۰]. برخی محققان خدمات 3PL را عملیات چندگانه فعالیت‌های توزیعی می‌دانند که توسط شخص سوم غیر از فروشنده و خریدار، که صاحب کالا نیست

ارائه می‌شود [۱۳]. این عملیات، مجموعه اقداماتی است که طرفین نمی‌خواهند آنرا انجام داده یا نمی‌توانند آنرا بخوبی مدیریت کنند. سلیواریدیس و اسپرینگ، با مطالعه ادبیات تحقیق خدمات لجستیک طرف سوم، این تحقیقات را طبقه نموده و چارچوبی را برای تحقیقات آتی در این زمینه پیشنهاد داده‌اند [۱۴]. بررسی آنان نشان می‌دهد که بیشتر تحقیقات انجام شده در این زمینه ماهیت توصیفی داشته و توسعه مبانی نظری و تئوری جای تحقیقات بیشتر دارد. آنان با توجه به تغییرات سازمانی و پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، کارکرد شرکت‌های 3PL را دستخوش تغییرات مداوم دانسته که نیازمند برنامه‌ریزی دقیق‌تر است. محققان مدافع توسعه کسب و کار لجستیک طرف سوم بر بلندمدت بودن همکاری و ماهیت برد-برد روابط بین شرکت‌های بزرگ لجستیکی و مشتری دریافت خدمات، تاکید دارند [۱۵]. این شرکت‌ها در مقایسه با روش‌های سنتی، خدمات با کیفیت‌تر، سفارشی‌تر و متنوع‌تری را پوشش می‌دهند که علاوه بر کاهش هزینه‌ها، رضایت طرفین را در پی دارد. شکل (۱) تکامل شرکت‌های لجستیکی را در نشان می‌دهد که در پائین‌ترین سطح آن وظیفه انجام خدمات لجستیک بر عهده تولید کننده بوده و سپس با پیدایش شرکت‌های ارائه کننده خدمات حمل و نقل، در ابتدا این وظیفه برون‌سپاری گردید. در ادامه و با توجه به منافع حاصله، شرکت‌های نسل بعدی پدید آمدند که در بالاترین سطح قادرند کل مدیریت زنجیره تامین مبتنی بر تجارت الکترونیک را بر عهده گیرند. طبق مطالعات صورت گرفته، هر دو طرف، شامل ۹۱٪ از کاربران 3PL و ۹۷٪ از ارائه دهندگان خدمات 3PL، گزارش داده‌اند که روابط آنها موفق بوده است [۱۷].



شکل (۱). وظایف و خدمات اصلی نسل‌های مختلف شرکت‌های لجستیکی [۱۶]

۲-۲- بررسی شرکت‌های برتر لجستیکی جهان

براساس رتبه‌بندی موسسه معتبر آرمسترانگ (مؤسسه بین‌المللی مشاور خدمات لجستیکی)، پنجاه شرکت برتر خدمات لجستیکی بین‌المللی در سال ۲۰۱۸ درآمد خالصی بالغ بر ۳۱۳,۶۳۹ میلیون دلار داشته‌اند [۱۸]. در این رتبه‌بندی، براساس درآمد خالص شرکت‌های لجستیکی بین‌المللی، پنجاه شرکت برتر لجستیکی با قلمروی فعالیت بین‌المللی مشخص گردیده‌اند. بر این اساس، سه شرکت لجستیکی اول بیش از ۷۳ میلیارد دلار (۲۳,۴ درصد از کل) درآمد سالیانه داشته‌اند. میانگین عمر فعالیت شرکت‌های این لیست بیش از ۶۰ سال است که نشان‌دهنده طی مراحل مختلف سطوح بلوغ این حوزه است.

۳- نکاتی راجع به کارکرد شرکت‌های 3PL

۱-۳- مشتریان و فرآیندهای اصلی

همانگونه که اشاره گردید کارکرد اصلی 3PLها مبتنی بر حمل و توزیع فیزیکی کالا و خدمت است. از دلایل استقبال از شرکت‌های 3PL نیز به این موارد می‌توان اشاره نمود: در مقایسه با شرکت‌های تولیدی، در کار خود متخصص هستند؛ بر اساس نیاز مشتری سبد خدمات ارائه می‌دهند؛ رعایت اقتصاد مقیاس برای عملیات مختلف و کاهش قابل توجه هزینه‌ها؛ از روش‌های بروز استفاده می‌کنند. این شرکت‌ها اساساً به دو دسته دارای محور و مدیریت محور تقسیم می‌شوند. دسته اول شرکت‌هایی هستند که دارای تاسیسات، تسهیلات، ناوگان، تجهیزات و دارایی‌های مالکیتی لازم برای ارائه خدمات لجستیک هستند و دسته دوم بیشتر به ارائه خدمات مدیریتی، مشاوره و یا ارائه راهکار و تکنولوژی مورد نیاز شرکت‌های لجستیکی تمرکز دارند. رؤس اصلی فرآیندها و عملیات شرکت‌های 3PL در جدول (۱) جمع‌بندی گردیده است [۱۹].

جدول (۱). رئوس اصلی فرآیندها و عملیات

توضیحات	عملیات فرعی	عملیات اصلی
خدمات انبارداری شامل مدیریت و نگهداری کالا، بسته‌بندی و ... خدمات حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی، چند وجهی و ...) خدمات فورورداری (شامل کلیه خدمات انتقال کالا از یک کشور به کشور دیگر در قالب کارگزاری بصورت کارمزدی) خدمات گمرکی شامل: کلیه خدمات صادرات، واردات، ترانزیت، ترخیص، کابوتاژ، خدمات بندری و ... خدمات توزیع و پخش مویرگی و ...	انبارداری حمل و نقل فورورداری گمرکی سایر	عملیات مهندسی
پیکره‌بندی و طراحی شبکه‌های لجستیکی مدیریت، برنامه‌ریزی و زمانبندی ناوگان حمل و نقل و ... مدیریت کانال‌های توزیع مسیریابی ناوگان، خودروهای توزیع و ...	عملیات طراحی و برنامه‌ریزی	عملیات طراحی و برنامه‌ریزی
سیستم‌های انبارداری و کنترل موجودی (WMS) سیستم‌های ردیابی محموله و خودروهای حمل (RFID, GPS و ...) سایر سیستم‌های اطلاعاتی	سیستم‌های اطلاعاتی و زیر ساخت	فناوری اطلاعات و ارتباطات
ساخت و اجاره انواع انبار، یارد و ... برنامه‌ریزی تعمیرات و نگهداری تاسیسات، تسهیلات، ناوگان و تجهیزات	توسعه و پروژه‌ها نگهداری و تعمیرات	توسعه و پشتیبانی
کلیه عملیات فروش و بازاریابی خدمات قابل ارائه لجستیکی	فروش و بازاریابی	فروش و بازاریابی

مشتریان اصلی شرکت‌های 3PL نیز شامل صنایع و محصولات اساسی خانوار، دارو، مواد غذایی و اساسی خانوار، نفت، گاز و مشتقات آنها، خودرو و صنایع وابسته، شرکت‌های لوازم خانگی و الکترونیکی می‌باشد.

۳-۲- بررسی چند ابزار کارآمد لجستیکی

شرکت‌های لجستیکی در دنیا از روش‌های مختلفی جهت سهولت کسب و کار و کاهش هزینه‌ها بهره‌برداری می‌نمایند که به چند مورد به طور اختصار اشاره می‌گردد:

- ایجاد هاب لجستیکی (برای مسافر و بار)؛ هاب‌ها تسهیلات واسطی هستند که میان گره‌های تقاضا و تامین بوجود می‌آیند. در شبکه لجستیکی با وجود تسهیلات هاب، محموله‌ها و مسافران که از چندین مبدا به مقاصد متعدد باید ارسال شوند، در هاب شبکه جمع‌آوری شده و پس از طبقه‌بندی، به مقصد نهائی حمل می‌شوند. هاب‌های لجستیکی در ساده‌ترین حالت خود، در قالب مراکز توزیع توسط شرکت‌های لجستیکی و به عنوان پایانه‌هایی مختص خدمات‌رسانی به مشتریان خود ایجاد می‌شوند. در سطوح پیشرفته‌تر، این مراکز کارکرد عمومی‌تری داشته و توسط دولت و یا بخش خصوصی تاسیس می‌شوند. هاب‌های لجستیکی در این حالت، عناوین مختلفی نظیر شهر لجستیکی، پارک لجستیکی، دهکده لجستیکی، بندر خشک و ... به خود می‌گیرند. در هاب‌هایی چون شهر لجستیکی و پارک لجستیکی که عمدتاً کارکرد بین‌المللی دارند، خدمات مربوط به تشریفات گمرکی نیز ارائه می‌گردد [۲۰] و [۲۱]. به بیان دیگر، برای هاب دو سطح کلان و خرد قابل طرح است؛ در سطح اول هاب تجاری به کشوری اطلاق می‌شود که با دارا بودن شرایط و ویژگی‌های خاص، قابلیت تبدیل به یک هاب تجاری را در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی دارا باشد. در سطح خرد، مراکز لجستیکی به نقاطی گفته می‌شود که توان ایفای نقش هاب را در داخل کشور داشته باشند [۲۲]. از فروشگاه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی و فروشگاه زنجیره‌ای عمده فروشی بعنوان دو هاب لجستیکی درون شهری می‌توان نام برد [۲۰].
- بار انداز متقاطع؛ محوطه‌ای همراه با سکوی بارگیری و تخلیه کالا، بدون امکان ذخیره‌سازی. در شهرها و مناطقی که شبکه لجستیکی فاقد انبار است، می‌توان یک خودرو باری با ظرفیت بالاتر ارسال نمود و در بارانداز موقت، محموله خودروی سنگین را به چند خودروی سبک‌تر انتقال داد. این بارانداز به دو دلیل عمده مورد استفاده قرار می‌گیرد: انتقال بار از یک خودروی سنگین به چند خودروی سبک‌تر؛ پردازش و دسته‌بندی سفارشات مشتریان از چند خودروی مختلف به خودروهای سبک جهت توزیع به مشتری [۲۰].
- بکارگیری فناوری اطلاعات به منظور یکپارچه‌سازی فرآیندهای کسب و کار و سهولت در ارائه خدمات؛ شرکت‌های لجستیکی پیش‌رو در جهان، از سیستم‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات برای برنامه‌ریزی و مدیریت عملیات لجستیکی و

بویژه مدیریت تعامل با مشتریان بهره می‌گیرند. در واقع یکی از ویژگی‌های برجسته این سیستم‌ها، امکان دسترسی مشتریان به اطلاعات لحظه‌ای وضعیت محموله‌های در جریان حمل، موجودی انبار و حتی مدیریت سفارشات می‌باشد. با یکپارچه شدن این سیستم‌ها با سیستم‌های داخلی مشتریان، به طور قابل توجهی کارایی زنجیره تامین افزایش می‌یابد.

در بخش بعد وضعیت حوزه لجستیک ایران و چالش‌های اساسی آن مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۴- بررسی حوزه لجستیک در ایران و چالش‌های آن

این بخش در چند محور اساسی شامل رتبه ایران در شاخص کارایی لجستیک، مرور اسناد فرادست مرتبط، وضعیت شرکت‌های لجستیکی ایران و زیرساخت‌ها، ناوگان حمل و نقل و رانندگان باری جاده‌ای دسته‌بندی گردیده است.

۴-۱- رتبه ایران در شاخص کارایی لجستیک

شاخص کارایی لجستیک که هر دو سال توسط بانک جهانی در کشورهای مختلف ارزیابی و منتشر می‌گردد، دارای مولفه‌های مختلفی است و معیار مناسبی را برای کشورها به منظور تمرکز بر نقاط ضعف و قوت خود فراهم می‌آورد. بر اساس این گزارش، در سال ۲۰۱۸ آلمان رتبه اول را در بین ۱۶۰ کشور با کسب امتیاز ۴,۲۰ از ۵ بدست آورده است [۲۳]. ایران در این سال با کسب امتیاز ۲,۸۵ رتبه ۶۴ را کسب نموده که از سال‌های قبل بیشتر است (جدول ۲). قابل ذکر است که ایران در سال ۲۰۱۴ ارزیابی نشده و در گزارش بانک جهانی غایب است. جدول (۲) امتیاز و رتبه ایران را به تفکیک ۶ زیر شاخص اصلی مشخص می‌سازد که در هیچ‌یک، ایران رتبه‌ای بهتر از ۶۰ جهانی را کسب ننموده است و نشان از فرصت بهبود در همه ارکان دارد. در کشورهای منطقه، امارات متحده عربی، قطر و عمان سه کشور اول هستند و ایران در رتبه ۸ جای گرفته که با توجه به موقعیت جغرافیایی ممتاز در منطقه، علیرغم بهبود رتبه، هنوز از وضعیت مناسبی برخوردار نیست (جدول ۳).

جدول (۲). عملکرد ایران در شاخص‌های لجستیکی

ردیف	نام شاخص	عملکرد ۲۰۱۸		عملکرد ۲۰۱۶		عملکرد ۲۰۱۲		عملکرد ۲۰۱۰	
		رتبه از	امتیاز	رتبه از	امتیاز	رتبه از	امتیاز	رتبه از	امتیاز
۱	کارآمدی فرایند ترخیص گمرکی	۱۶۰	۲,۳۳	۱۱۰	۲,۱۹	۱۲۶	۲,۲۲	۱۵۵	۲,۲۲
۲	میزان تحویل بموقع محموله‌ها	۶۰	۲,۸۱	۱۱۶	۲,۶۶	۱۳۸	۳,۶۲	۸۵	۳,۶۲
۳	سهولت انجام حمل و نقل با قیمت رقابتی	۷۹	۲,۶۷	۸۸	۲,۴۹	۱۱۵	۲,۴۴	۱۲۱	۲,۴۴
۴	کیفیت زیرساخت‌های تجارت و حمل و نقل	۶۳	۲,۶۷	۷۲	۲,۴۲	۱۰۰	۲,۳۶	۸۶	۲,۳۶
۵	ظرفیت و کیفیت خدمات لجستیک	۶۲	۲,۶۷	۸۲	۲,۶۶	۸۷	۲,۶۵	۶۹	۲,۶۵
۶	امکان ردیابی محموله‌ها	۸۵	۲,۴۴	۱۱۱	۲,۴۹	۱۰۸	۲,۵	۱۱۰	۲,۵
	میانگین	۶۴	۲,۶۰	۹۶	۲,۴۹	۱۱۲	۲,۵۷	۱۰۳	۲,۵۷

جدول (۳). رتبه ایران در شاخص کارایی لجستیک در مقایسه با کشورهای منطقه

نام کشور	رتبه در دنیا (۱۶۰ کشور)	رتبه در منطقه (۱۹ کشور)	نام کشور	رتبه در دنیا (۱۶۰ کشور)	رتبه در منطقه (۱۹ کشور)
امارات	۱۱	۱	اردن	۸۴	۱۱
قطر	۳۰	۲	ارمنستان	۹۲	۱۲
عمان	۴۳	۳	ازبکستان	۹۹	۱۳
ترکیه	۴۷	۴	پاکستان	۱۲۲	۱۴
عربستان	۵۵	۵	ترکمنستان	۱۲۶	۱۵
بحرین	۵۹	۶	تاجیکستان	۱۳۴	۱۶
کویت	۶۳	۷	سوریه	۱۳۸	۱۷

۱۸	۱۴۷	عراق	۸	۶۴	ایران
۱۹	۱۶۰	افغانستان	۹	۷۱	قزاقستان
			۱۰	۷۵	روسیه

۲-۴- نگاهی به اسناد و برنامه‌های ملی و بخشی

بررسی اسناد فرادست و برنامه دولت‌ها در سال‌های اخیر، نشان می‌دهد که حوزه لجستیک، به عنوان یک بخش مستقل، تاکنون در این اسناد و برنامه‌ها تا حد زیادی مغفول مانده است. به طور سنتی، بخش‌هایی چون زیرساخت‌های حمل و نقل، زیرساخت‌های ذخیره‌سازی نظیر سیلوها و همچنین نظام توزیع کالا در این اسناد مورد توجه بوده‌اند.

واقعیت این است که حوزه لجستیک کشور در برگیرنده مولفه‌های متعدد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری بوده و از سوی دیگر حوزه‌ای بین بخشی است. نظام توزیع کالای کشور که مولفه‌های مشترک زیادی با حوزه لجستیک دارد، با مشکلات متعددی روبروست. از جمله این مشکلات می‌توان به جریان‌سازی و اثرگذاری نامطلوب گاه‌به‌گاه دلالت بر قیمت‌ها اشاره کرد. بطوریکه طبق آمارهای موجود، با چرخش برخی اقلام در دست واسطه‌ها، زمانی کالا به دست مصرف‌کننده می‌رسد که بیش از ۸۰ درصد به قیمت آن افزوده شده است [۲۴]. بعلاوه فقدان یک نظام منسجم تامین و توزیع، از آنجا که بستر بسیار مناسبی برای حضور و تداوم حیات واسطه‌گری در این عرصه بوده، مانع از آن شده که آمار دقیقی از میزان مصرف واقعی کالاها در دوره‌ها زمانی مشخصی وجود داشته باشد، تا بر اساس آن بتوان برای تولید و تامین برنامه‌ریزی نمود. موضوع نوین‌سازی و ساماندهی شبکه تامین و توزیع کالا در کشور، در اسناد فرادست و برنامه‌های بخشی مورد توجه قرار گرفته است. لذا نیاز است سند جامعی به منظور توسعه این حوزه تدوین گردد. توسعه حوزه لجستیک کشور، علاوه بر موارد فوق، نیازمند مجموعه‌ای از اقدامات توسعه‌ای در ابعاد گوناگون شامل سازوکارهای قانونی (در ارتباط با شکل‌گیری شرکت‌های لجستیکی و زیرساخت‌های لجستیکی نوین و ...)، زیرساخت‌های سخت‌افزاری (شبکه‌های حمل و نقل، بنادر، فرودگاه‌ها، همچنین هاب‌های لجستیکی دربردارنده انواع امکانات پیشرفته) و زیرساخت‌های نرم‌افزاری (خدمات لجستیکی، خدمات بیمه‌ای مدرن برای لجستیک، آموزش نیروی انسانی و ...) می‌باشد. در ادامه به جایگاه موضوع لجستیک در برخی از مهمترین اسناد ملی و بخشی پرداخته می‌شود.

- برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی: در قانون برنامه ششم توسعه، اشاره خاصی به مفاهیم نوین لجستیکی نشده است. اما در ماده ۲ این قانون، حمل‌ونقل (بویژه حمل‌ونقل ریلی و ترانزیت) به عنوان مسائل محوری برنامه لحاظ شده و دولت موظف شده طرح‌های مربوطه و مصوبات ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی را در حوزه‌های مشخص شده در بودجه سالانه کشور اعمال نماید.
- سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی: در این سند مشخصاً دو بند با عناوین "گسترش خدمات تجارت خارجی، ترانزیت و زیرساخت‌های مورد نیاز (در راستای حمایت هدفمند از صادرات کالا و خدمات)" و "شفاف و روان‌سازی نظام توزیع کالا و قیمت‌گذاری و روزآمدسازی شیوه‌های نظارت بر بازار" مشاهده می‌شود.
- برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت (ویرایش ۱۳۹۶): در این سند، برخی از مولفه‌های حوزه لجستیک نظیر توسعه انواع هاب‌های لجستیکی و شبکه‌های لجستیکی، نظام تامین و توزیع کالا مورد توجه قرار گرفته‌اند. موضوعات مرتبط با توسعه زیرساخت‌های لجستیکی (تامین و توزیع) در مفاد راهبردهای آمایش بخش و موضوع نظام توزیع کالا در راهبردهای توسعه بخش و موضوعات راهبردی گنجانده شده‌اند.
- سند آمایش مراکز لجستیک کشور: این سند که از سوی وزارت راه و شهرسازی در سال ۱۳۹۷ ابلاغ گردید، شامل مکان‌یابی پهناهای بهینه ایجاد مراکز لجستیکی در کشور است. در سند مزبور تعداد پنجاه و هشت پهنا برای احداث انواع مراکز لجستیکی تعیین شده است.

۳-۴- بررسی وضعیت خدمات لجستیکی در ایران

به طور کلی کسب و کارهای اصلی فعال در حوزه لجستیک در ایران به سه دسته عمده شرکت‌های توزیع و پخش، شرکت‌های فعال در حوزه حمل و نقل و کارگاه‌های خدمات انبارداری تقسیم می‌شود.

طبق آمار انجمن صنعت پخش ایران، بیش از ۷۰۰ شرکت پخش سراسری، منطقه‌ای و استانی در سطح کشور فعالیت می‌کنند که عمده حوزه فعالیت آنها محصولات مصرفی پرگردش است. بررسی صورت‌های مالی شرکت‌های توزیع و پخش پذیرفته شده در سازمان بورس و اوراق بهادار ایران حاکی از آن است که این شرکت‌ها عموماً فاقد سوددهی مناسب به نسبت سرمایه بوده هستند. دلیل آن را نیز می‌توان از چند زاویه به طور خلاصه بررسی نمود. اول، عدم بلوغ کافی این شرکت‌ها و عدم استفاده از روش‌ها و سیستم‌های نوین و بروز دنیا از یک طرف و از سوی دیگر ضعف زیر ساخت‌های کشور از نظر جاده، گمرک و تکنولوژی مدرن است که باعث می‌شود کیفیت خدمات به شدت

کاهش و در مقابل، بهای خدمات افزایش یابد. عدم توانائی در ایجاد تعادل در اقتصاد مقیاس و ظرفیت خالی استفاده نشده نیز دلیل دیگر بروز این وضعیت است.

دسته دوم شرکت‌های ثبت شده نیز مربوط به شرکت‌های حمل و نقل (اعم از متصدیان حمل و نقل و بارفرابران) است که در بخش‌های مختلف زیر نظر سازمان‌های مختلف وابسته به وزارت راه و شهرسازی فعالیت می‌نمایند. با توجه به اینکه در این مطالعه تمرکز بر شرکت‌های حمل و نقل جاده‌ای باری است لذا چالش‌های این بخش بیشتر مدنظر قرار گرفته است.

از نظر محدوده کسب و کار نیز شرکت‌های حمل و نقل به دو دسته داخلی و بین‌المللی تقسیم می‌شوند. در سال ۹۷ تعداد شرکت‌های باری داخلی در حوزه حمل و نقل جاده‌ای ۴,۳۱۹ شرکت بوده که مالکیت ۹۵ درصد آنها خصوصی، ۵ درصد تعاونی و نزدیک به صفر درصد (تنها ۱۷ شرکت) دولتی بوده است. همچنین ۸۶۷ شرکت حمل‌ونقل بین‌المللی باری مشغول به فعالیت بوده‌اند [۲۵]. بررسی شرکت‌های حمل و نقل باری نشان می‌دهد که کسب و کار این شرکت‌ها عمدتاً محدود به واسطه‌گری میان صاحبان بار و رانندگان وسائط نقلیه (که عموماً خود مالک هستند) شده و این مهم شرکت‌ها را از رشد و توسعه متناسب با نیاز بازار و رقابت با شرکت‌های حمل و نقل منطقه‌ای باز داشته است.

در نهایت سومین دسته از بازیگران حوزه لجستیک، کارگاه‌های خدمات انبارداری هستند که اقدام به اجاره فضای انبار و سردخانه به متقاضیان می‌کنند. براساس نتایج آخرین آمارگیری از کارگاه‌های خدمات انبارداری، در سال ۱۳۹۳، تعداد ۱,۲۸۵ کارگاه از این نوع در کل کشور وجود دارد که از این تعداد حدود ۴۹ درصد در زمینه انبارداری و ۵۱ درصد در زمینه سردخانه‌داری فعالیت می‌کنند [۲۶]. با توجه به عدم وجود سازوکارهای قانونی برای تاسیس و فعالیت شرکت‌های لجستیکی طرف سوم و بالاتر در کشور، عملاً چنین شرکت‌هایی در کشور شکل نگرفته‌اند.

۴-۳- بررسی وضعیت زیر ساخت‌های لجستیکی کشور

آمارهای منتشره توسط مرکز آمار ایران و سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای نشان می‌دهد که طی سال‌های ۹۲ تا ۹۷ توسعه زیرساخت‌های کشور از توازن لازم برخوردار نبوده است. به عبارتی با وجود رشد ۱۰,۱ درصدی طول خطوط اصلی ریلی طی دوره مورد بررسی، تراکم شبکه ریلی کشور (۰,۷ کیلومتر ریل در هر ۱۰۰ کیلومتر مربع مساحت) نسبت به شبکه جاده‌ای (۵,۴ کیلومتر جاده در هر ۱۰۰ کیلومتر مربع مساحت) بسیار پایین‌تر است. (جدول ۴).

جدول (۴). روند توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و دریائی طی سال‌های ۱۳۹۷-۱۳۹۲

حمل و نقل دریائی		راه‌آهن (کیلومتر)			حمل و نقل جاده‌ای (کیلومتر)		سال
ظرفیت اسمی بنادر (میلیون TEU)	ظرفیت کانتینری بنادر (میلیون تن)	خطوط صنعتی-تجاری	خطوط مانوری	خطوط اصلی	طول کل بزرگراه‌ها	طول آزادراه‌ها	
۴,۸	۱۹۰	۹۴۵	۱,۸۸۹	۱۰,۴۰۷	۱۴,۱۵۵	۲,۲۰۳	۱۳۹۲
۴,۹	۲۰۰	۹۷۲	۱,۸۶۹	۱۰,۳۷۶	۱۴,۴۸۸	۲,۴۰۱	۱۳۹۳
۴,۹	۲۰۹	۱,۰۱۶	۱,۸۷۳	۱۰,۴۵۹	۱۵,۴۶۲	۲,۴۰۱	۱۳۹۴
۵,۲	۲۱۷	۱,۰۲۴	۱,۹۳۹	۱۰,۴۷۵	۱۶,۶۲۷	۲,۴۰۱	۱۳۹۵
-	-	۱,۰۵۹	۱,۹۵۷	۱۱,۰۶۱	۱۶,۸۲۰	۲,۴۰۱	۱۳۹۶
-	-	-	-	۱۱,۴۶۱	۱۸,۱۲۲	۲,۴۵۱	۱۳۹۷
درصد							
۸,۳	۱۴,۲	۱۲,۱	۳,۶	۱۰,۱	۲۸	۱۱,۳	رشد طی دوره

ماخذ: [۲۵,۲۷,۲۸]

از سوی دیگر سهم بخش حمل و نقل و انبارداری در ایران بین ۵ تا ۶ درصد است که در مقایسه با اکثر اقتصادهای توسعه یافته و نیز بسیاری از اقتصادهای در حال توسعه به طور نسبی پائین است، در حالیکه طبق برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، توسعه این بخش باید به شرح جدول (۵) باشد [۲۷].

جدول (۵). متغیرهای اقتصادی بخش حمل و نقل و انبارداری (درصد)

متوسط رشد سالانه	متوسط رشد سالانه	متوسط رشد سالانه	متوسط رشد سالانه
بهره‌وری کل عوامل تولید	سرمایه‌گذاری	سالانه اشتغال	ارزش افزوده
۲,۱	۲۲,۶	۵,۰	۸,۳

۴-۴- بررسی وضعیت ناوگان حمل و نقل و رانندگان باری جاده‌ای

بررسی وضعیت ناوگان حمل و نقل باری و جاده‌ای در سال ۹۷ حاکی از آن است که متوسط عمر این ناوگان ۱۷,۵ سال است که تقریباً نیمی از آنها دارای عمری بیش از ۱۰ سال هستند. از لحاظ نوع مالکیت ناوگان نیز ۶,۸ درصد ملکی شرکت/موسسه، ۷۹ درصد ملکی راننده، ۶,۵ درصد ملکی شراکتی و ۷,۷ درصد ملکی شخص دیگر است [۲۵]. یکی از معضلات اساسی بخش حمل و نقل در کشور همواره کوچک مقیاس بودن فعالین این بخش است. به عبارت دیگر با توجه به تعداد زیاد شرکت‌ها از یک سو و محدودیت‌های موجود در قوانین بیمه و مالیاتی، که منجر به ترجیح خود مالکی بودن خودرو به صورت مالک-راننده می‌شود، از سوی دیگر، باعث ایجاد محدودیت در توسعه شرکت‌های حمل و نقل و تقلیل نقش آنها به واسطه‌گری می‌شود که توان رقابت با کشورهای منطقه را از آنان سلب می‌نماید. یکی از اساسی‌ترین بازیگران صنعت حمل و نقل جاده‌ای، رانندگان هستند. در حقیقت از آنجا که سهم عمده‌ای از وسایل نقلیه موجود کشور خود مالک هستند و راننده نقش اصلی را در این صنعت بازی می‌کند، لذا عملاً نمی‌توان به حمل و نقل نگاه بلندمدت و بین‌المللی داشت. به عبارت دیگر با توجه به اینکه هم اکنون صنعت حمل و نقل در سطح بین‌المللی شرایط رقابتی ندارد، لذا وجود پدیده خود مالکی و نبود شرکت‌های بزرگ در مقیاس‌های بین‌المللی باعث شده تا این صنعت قابلیت راهبردی و هدایتی نداشته و عملاً بسترهای موجود قادر به ایجاد شرکت در مقیاس رقابتی را نداشته باشد. در سال ۹۷ تعداد ۴۹۳,۸۳۲ راننده در ایران در بخش حمل و نقل بار جاده‌ای فعالیت داشته‌اند که ۴۱,۷ درصد آنها در بازه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال قرار دارند و ۷۲,۶ درصد دارای تحصیلات سیکل و پایین‌تر هستند [۲۵].

۴-۵- اولویت‌بندی چالش‌های اساسی شناسایی شده

پس از بررسی وضع موجود حوزه لجستیک و صنعت حمل و نقل و نیز مولفه‌های مهم آن‌ها، مجموعه‌ای از چالش‌ها در این بخش شناسایی شدند. در شناسایی و احصای این چالش‌ها، از یافته‌های یک پژوهش مرتبط نیز بهره گرفته شده است [۲۹]. در فاز بعدی، این چالش‌ها در قالب پرسشنامه و توسط افراد متخصص، بر اساس میزان اهمیت هر یک به صورت عددی بین ۰ تا ۱۰۰ وزن‌دهی شدند (عدد صفر به معنای حذف از اولویت بود). بر اساس پیشهادات ارائه شده چالش‌ها مورد بازنگری قرار گرفت و عناوین آنها با توجه به شباهت چالش‌ها در نه حوزه اساسی تصحیح و نهائی گردید. جداول (۶ و ۷)، عناوین و توضیحات مربوط به چالش‌های شناسایی شده و اولویت‌بندی آنها بر اساس میانگین‌گیری از وزن‌های تخصیص داده شده را نمایش می‌دهد. برای تحلیل بیشتر، انحراف معیار و ضریب تغییرات امتیازات نیز گزارش شده است.

جدول (۶). عناوین و توضیحات چالش‌های حوزه لجستیک و صنعت حمل و نقل در ایران (آمار سال ۹۷)

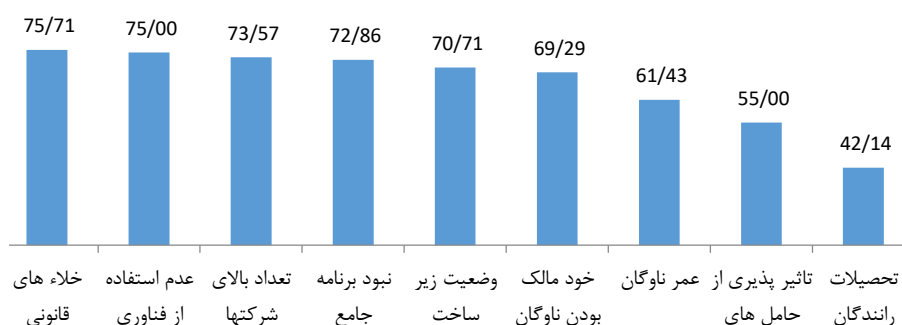
ردیف	نام چالش شناسایی شده	شرح
۱	وضعیت تحصیلات رانندگان	۷۳٪ رانندگان باری جاده‌ای دارای تحصیلات سیکل و کمتر هستند.
۲	خود مالک بودن وسایل نقلیه	۷۹٪ ناوگان باری جاده‌ای خود مالک هستند.
۳	تعدد بالای شرکت‌های حمل و نقل و کوچک مقیاس بودن فعالین	عمده فعالیت شرکت‌ها معطوف به واسطه‌گری بین راننده و صاحب کالا شده است، که تدوین استراتژی برای شرکت‌ها را غیر ممکن می‌نماید.
۴	وضعیت زیرساخت‌های حمل و نقل کشور	رشد اندک و توسعه نامتوازن زیرساخت‌ها؛ مشکل تامین مالی پروژه‌های مرتبط با حمل و نقل که تطویل اجرای پروژه‌های کلان حوزه حمل و نقل را در پی داشته است.
۵	عمر ناوگان حمل و نقل باری کشور	حدود ۶۰٪ ناوگان باری جاده‌ای دارای عمری بالاتر از ۱۰ سال هستند. عمر ناوگان ریلی، هوایی و دریایی به مراتب بالاتر است.
۶	عدم استفاده از فناوری‌های نو و دانش روز در صنعت حمل و نقل کشور	منظور سیستم‌ها و راهکارهای نوین این کسب و کار در کنار تکنولوژی ساخت ناوگان است. شرکت‌های حمل و نقل عموماً فقط از سیستم‌های صدور بارنامه استفاده می‌نمایند.
۷	نبود برنامه راهبردی جامع در حوزه لجستیک و حمل و نقل کشور	مطالعات طرح جامع حمل و نقل کشور با گذشت چندین سال به پایان نرسیده و مطالعات سند ملی لجستیک نیز با وجود تصویب انجام آن در شورایی عالی هماهنگی ترابری به انجام نرسیده است.
۸	خلاءهای قانونی و عدم وجود هماهنگی مطلوب بین نهادهای	عدم امکان ثبت شرکت با عنوان لجستیک طرف سوم، مشکل قیمت‌گذاری اثر

دولتی ذریب در حوزه لجستیک و حمل و نقل
تاثیرپذیری بخش حمل و نقل از قیمت‌گذاری حامل‌های انرژی و این مهم حساسیت قیمت در این حوزه را دو چندان می‌نماید.
سرایت به سایر بخش‌ها

جدول (۷). میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات امتیازات هر چالش

ردیف	نام چالش شناسائی شده	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات (%)	اولویت
۱	وضعیت تحویل‌راندگان	۴۲،۱۴	۱۶،۸۰	۳۹،۸۶	۹
۲	خود مالک بودن ناوگان	۶۹،۲۹	۲۴،۲۳	۳۴،۹۷	۶
۳	تعدد بالای شرکت‌های حمل و نقل و کوچک مقیاس بودن فعالین	۷۳،۵۷	۲۳،۲۲	۳۱،۵۶	۳
۴	وضعیت زیرساخت‌های حمل و نقل کشور	۷۰،۷۱	۱۶،۹۴	۲۳،۹۵	۵
۵	عمر ناوگان حمل و نقل باری کشور	۶۱،۴۳	۱۳،۴۵	۲۱،۹۰	۷
۶	عدم استفاده از فناوری‌های نوین و دانش روز در صنعت حمل و نقل کشور	۷۵،۰۰	۲۰،۶۲	۲۷،۴۹	۲
۷	نبود برنامه راهبردی جامع در حوزه لجستیک و صنعت حمل و نقل کشور	۷۲،۸۶	۳۳،۰۲	۴۵،۳۲	۴
۸	خلاءهای قانونی و عدم وجود هماهنگی مطلوب بین نهادهای دولتی ذریب در حوزه لجستیک و حمل و نقل	۷۵،۷۱	۳۱،۹۴	۴۲،۱۹	۱
۹	تاثیرپذیری بخش حمل و نقل از قیمت‌گذاری انرژی و سرایت به سایر بخش‌ها	۵۵،۰۰	۱۸،۰۳	۳۲،۷۸	۸

همانگونه که مشاهده می‌گردد از نظر پاسخ‌دهندگان، خلاءهای قانونی و عدم وجود هماهنگی مطلوب بین نهادهای دولتی ذریب در حوزه لجستیک کشور بالاترین امتیاز و وضعیت تحویل‌راندگان (بعنوان مهم‌ترین بازیگر فعلی صنعت حمل و نقل کشور) کمترین اولویت را داشته است. با توجه به ضریب تغییرات، عمر ناوگان باری کشور که در اولویت ۷ قرار گرفته، کمترین ضریب را داشته و پاسخ‌دهندگان از این نظر بیشترین توافق و همگرایی را در اولویت‌بندی داشته‌اند. عدم استفاده از فناوری‌های نوین و دانش روز در صنعت حمل و نقل کشور از نظر اولویت، جایگاه دوم و از نظر توافق پاسخ‌دهندگان نیز جایگاه سوم را دارد. در مقابل بیشترین اختلاف نظر در مورد برنامه راهبردی جامع در حوزه لجستیک بوده که بر اساس توصیه‌های ایشان، عدم وجود برنامه و نیز بعضاً عدم پابندی به آن و اجرای کامل برنامه از مهم‌ترین چالش‌های حوزه برنامه‌ریزی لجستیک کشور است. شکل (۲) چالش‌ها را به ترتیب اهمیت نشان می‌دهد.



شکل (۲). اولویت‌بندی چالش‌های حوزه لجستیک و حمل و نقل ایران

۵- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این مطالعه پس از بررسی روند رشد شرکت‌های لجستیکی و نسل‌های مختلف آن، کسب و کار و دلایل موفقیت شرکت‌های نسل سوم (شرکت‌های لجستیک طرف سوم) مورد بررسی قرار گرفت. خلاصه مزایای این شرکت‌ها، خبرگی در حوزه لجستیک است که معمولاً تولیدکنندگان کالا، مزیتی در این خصوص نداشته و ترجیح می‌دهند که بخشی یا کلیه خدمات مرتبط را برون‌سپاری نمایند. بعلاوه شرکت‌های لجستیک طرف سوم با ارائه سبد خدمات مورد نظر مشتری (انبارهای وسیع، تجهیزات متنوع و ناوگان با ظرفیت‌های مختلف و ...) ضمن ایجاد انعطاف بیشتر در مقایسه با شرایط عدم برون‌سپاری، قادرند خدمات خاص و بومی شده ارائه نمایند.

از فرصت‌های کسب و کار شرکت‌های لجستیک طرف سوم در ایران می‌توان به واردات محور بودن کشور، فاصله مبادی ورودی و گمرکات اصلی تا نقاط مصرف، تخصصی بودن لجستیک و علاقه به برون‌سپاری در شرکت‌ها و نیز به تعداد کم رقبا در داخل (با شرح وظایف گفته

شده در این تحقیق اشاره نمود. شکل‌گیری شرکت‌های لجستیکی پیشرفته و نوین را می‌توان یکی از مسائل محوری در راستای مدرن‌سازی و اصلاح نظام توزیع کالا و همچنین ارتقاء سطح لجستیک کشور دانست. علاوه بر این، چنین شرکت‌هایی در صورت توسعه مطلوب، قادر خواهند بود خدمات لجستیکی مطلوب برای صادرات کالا و حتی خدمات یکپارچه لجستیکی در سطوح بین‌المللی نظیر صادرات کالا، ترانزیت و در سطوح بالاتر، انجام سایر خدمات لجستیکی بین‌المللی نظیر توزیع کالاهای وارده به منطقه خاورمیانه و آسیای مرکزی را از طریق خاک ایران عهده‌دار باشند.

با توجه به عدم شکل‌گیری چنین شرکت‌هایی در ایران، پس از بررسی وضعیت صنعت حمل و نقل کشور و بازیگران اصلی این حوزه، نه چالش بعنوان اصلی‌ترین معضلات صنعت حمل و نقل کشور که بیشترین سهم را در عدم توسعه این بخش داشته، شناسایی و بر اساس نظر خبرگان این صنعت (متشکل از خبرگان دانشگاه، نهادها، متولیان و شرکت‌های اجرائی و تجاری) اولویت‌بندی گردید. با توجه به چالش‌های پیش‌روی حوزه حمل و نقل کشور، خلاءهای قانونی و عدم وجود هماهنگی مطلوب بین نهادهای دولتی ذریبط در حوزه لجستیک کشور بالاترین اولویت و وضعیت تحصيلان رانندگان حمل و نقل کشور کمترین اولویت را از نظر پاسخ‌دهندگان داشته است. بهره‌برداری از فناوری‌های نوین و دانش روز حوزه لجستیک، تعداد بالای شرکت‌های حمل و نقل (در حوزه جاده‌ای)، کوچک مقیاس بودن فعالیت آنها و وضعیت زیرساخت‌های کشور در حوزه لجستیک و صنعت حمل و نقل و نیز توسعه سریعتر این زیرساخت‌ها به منظور تبدیل شدن ایران به هاب منطقه نیز از دیگر ضرورت‌هایی است که نیازمند برنامه‌ریزی جدی‌تر است.

تشکر و سپاسگزاری

نویسندگان بدینوسیله از مساعدت همکاران موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، جناب آقای دکتر حسن ولی‌بیگی، مهندس مجتبی سلیمانی سده‌دهی و مهندس محمد عباسی؛ سازمان راهداری و خدمات جاده‌ای، جناب آقای مونسان؛ شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران، جناب آقای دکتر حجاززاده و گروه اقتصادی گلستان، جناب آقای حمید نوری در انجام این تحقیق تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- [۹] صفائی، عبدالستار، محمدپور لاریمی، احمد، افضل‌ی حاجی دلا، قاسم (۱۳۹۵). مطالعه موردی انتخاب مراکز پخش یک شرکت لجستیکی طرف سوم، فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت زنجیره تامین، ۱۸(۵۳)، ۴-۱۳.
- [۱۰] باقری نژاد، جواد، صادق عمل نیک، محسن (۱۳۹۱). ارائه مدلی جهت انتخاب مناسب‌ترین گزینه از شرکت‌های لجستیک طرف سوم در ایران، فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت زنجیره تامین، ۱۴(۳۶)، ۴-۱۹.
- [۱۱] فاطمی، امین و همکاران (۱۳۹۲). برنامه راهبردی صنعت، معدن و تجارت (سطح کلان)، وزارت صنعت، معدن و تجارت.
- [۱۵] امیر ابراهیم غلامی، محمدرضا اکبری جوکار، ۱۳۹۳. بررسی راه‌کارهای تبدیل بنگاه‌های لجستیکی سنتی به شرکت‌های لجستیکی طرف سوم (3PL) (مطالعه موردی: شرکت حمل و نقل بین‌المللی خلیج فارس)، مجله علمی- پژوهشی مهندسی صنایع و مدیریت شریف، دوره ۱-۳۰، شماره ۱/۱، ۹۱-۱۰۳.
- [۱۶] مجتبی سلیمانی، ۱۳۹۲، ماهنامه چهار راه، شماره ۱۰.
- [۲۰] غلامرضا نصیری، ۱۳۹۵. واژه‌ها و اصطلاحات زنجیره تامین و لجستیک (همراه با واژگان کلیدی برخی حوزه‌های مرتبط)، انتشارات آپلار، چاپ اول.
- [۲۱] الناز میان‌دوآبچی، ۱۳۸۸. ایجاد مراکز لجستیکی در حاشیه شهرهای بزرگ کشور، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- [۲۲] بررسی ضرورت ایجاد هاب و مراکز لجستیکی در ایران، ۱۳۹۶. معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- [۲۴] فرشته رفیعی، ۱۳۸۷. نظام توزیع کالا اصلاح می‌شود، سایت تحلیلی آفتاب.
- [۲۵] سالنامه آماری حمل و نقل جاده‌ای، ۱۳۹۷. دفتر فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای.
- [۲۶] چکیده یافته‌های طرح آمارگیری از کارگاه‌های خدمات انبارداری، ۱۳۹۴، مرکز آمار ایران.
- [۲۷] بررسی عملکرد وزارت راه و شهرسازی در دولت یازدهم، بخش حمل و نقل، ۱۳۹۶. معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی، دفتر مطالعات زیربنایی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- [۲۸] سالنامه آماری حمل‌ونقل ریلی کشور، ۱۳۹۶، دفتر فناوری ارتباطات و اطلاعات، شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران.
- [۲۹] موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۷، آسیب‌شناسی حمل‌ونقل جاده‌ای و دریایی در راستای توسعه صادرات و ارایه راهکارهای بهبود.

- [1] Merschmann, U., Thonemann, U.W. (2011). Supply chain flexibility, uncertainty and firm performance: An empirical analysis of German manufacturing firms, *International Journal of Production Economics*, 130(1): 43–53.
- [2] Chan, F.T.S., Qi, H.J. (2003). An innovative performance measurement method for supply chain management, *Supply Chain Management: An International Journal*, 8(3): 209-223.
- [3] Wichramatillake, C.D., Koh, S.C.L., Gunasekaran, A., Arunachalam, S. (2007). Measuring performance within the supply chain of a large scale project, *Supply Chain Management: An International Journal*, 12(1): 52-59.
- [4] Glock, C.H., Kim, T. (2015). The effect of forward integration on a single-vendor–multi-retailer supply chain under retailer competition, *International Journal of Production Economics*, 164: 179-192.
- [5] Tiku, S., Azarian, M., Pecht, M. (2007). Using a reliability capability maturity model to benchmark electronics companies, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(5): 547-563.
- [6] Simchi-Levi D, Kaminsky P, Simchi-Levi E. (2008). *Designing and managing the supply chain: concepts, strategies, and case studies*, Irwin: McGraw-Hill.
- [7] Nasiri, G.R. (2009). *Multi-echelon, Multi-Commodity supply chain designing in an uncertain environment*, Ph.D. Thesis, Amirkabir University of Technology, Tehran.
- [8] Kulkarni, S., Sharma, A. (2007). *Supply Chain Management*, Tata McGraw-Hill, New Delhi, India.
- [12] Karaoglan, I., Altıparmak, F. (2015). A memetic algorithm for the capacitated location-routing problem with mixed backhauls, *Computers & Operations Research*, 55: 200-216.
- [13] Yang, X. (2014). Status of Third Party Logistics – A Comprehensive Review, *Journal of Logistics Management*, 3(1): 17-20.
- [14] Selviaridis, K., Spring, M. (2007). Third party logistics: a literature review and research agenda, *The International Journal of Logistics Management*, 18(1): 125-150.
- [17] Langley, C.J., Capgemini Consulting (2017). *Third-Party Logistics Study. The State of Logistics Outsourcing Results and Findings of the 21st Annual Study, Results and Findings of the 21st Annual Study*.
- [18] Top 50 U.S. and Global Third-Party Logistics Providers, Armstrong & Associates, June, 2019.
- [19] Zhou, X., Xie, X. (2010). A Study on the Organization Structure of Third-party Logistics Enterprise Servicing for Managing Enterprise, *International Journal of Business and Management*, 5(1): 200-202.
- [23] Logistics Performance Index (LPI), Global Ranking 2018, World Bank.

Third Party Logistics (3PL)	شرکت‌های لجستیکی طرف سوم:
Asset Based	دارایی محور:
Management Based	مدیریت محور:
Fast Moving Consumer Goods (FMCG)	محصولات اساسی خانوار:
Chain stores	فروشگاه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی:
Cash & Carry Mall	فروشگاه زنجیره‌ای عمده فروشی:
Cross Docking	بار انداز متقاطع یا فرابارانداز:
Logistics Performance Index (LPI)	شاخص کارایی لجستیک: