

به نام خدا

کورییر تبلور عینی لجستیک

نویسنده

سید امیر عباس تهامی نژاد



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۳۹۸

سرشناسه	: تهامی نژاد، سیدامیرعباس، ۱۳۴۵-
عنوان و نام پدیدآور	: کوریور تبلور عینی لجستیک / نویسنده سیدامیرعباس تهامی نژاد؛ ویراستار علمی مجید نیک مهر
مشخصات نشر	: تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۳ص. مصور، جدول.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۸۷-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فینبا
موضوع	: خدمات پستی اکسپرس
موضوع	: Express service
شناسه افزوده	: نیک مهر، مجید، ۱۳۴۸ -، ویراستار
شناسه افزوده	: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگره	: HE۵۸۸۱
رده بندی دیویی	: ۳۸۳/۱۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۹۴۱۲۷۵



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

کوریور؛ تبلور عینی لجستیک

نویسنده: سید امیرعباس تهامی نژاد

ویراستار علمی: مجید نیک مهر

ویراستار: ندا صابری

صفحه آرایی: سیده سمانه حسن زاده

طراح جلد: حامد یعقوبی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۸

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۳۰,۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۸۷-۷

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

« کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴

توزیع و پخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱ / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸ - ۰۲۱

واحد سفارش چاپ کتاب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱

واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲ - ۰۲۱ / digital.cppc.ir

WWW.CPPC.ir / WWW.1CPPC.ir

فروشگاه های اینترنتی



پیش‌گفتار

این کتاب در حقیقت برگرفته شده از نکات تخصصی طرح شده در یک رساله تحصیلی است که با تشویق استاد راهنمای مربوطه (جناب آقای دکتر محمد رضا صدقیانی فر) با توسعه و نیز اضافه نمودن برخی موضوعات، مورد بازنگری و به‌روزرسانی قرار گرفته و در قالب این نوشتار تقدیم حضور خوانندگان گرامی می‌گردد.

به‌عنوان شخصی که خود سال‌ها در زمینه فعالیت‌های لجستیک و کوریر در داخل و خارج از ایران مشغول به فعالیت بوده کم‌تر با منابع مطالعاتی کاربردی در مقوله "کوریر" روبه‌رو گردیده‌ام. جدا از منابع گوناگون موجود به زبان‌های مختلف، معدود منابع داخلی، عمدتاً یا بسیار تخصصی و یا متاسفانه کم‌تر به‌روزرسانی شده و لذا آن کاربردهای لازم را در جذب مخاطبین خود ندارند.

در تالیف این کتاب سعی گردیده تا ضمن حفظ رسالت موضوعی تا حد امکان از گفتارهای صرفاً تخصصی دوری جسته و مطالب برای طیف وسیعی از مخاطبان عام و نیز اشخاصی به‌دور از تخصص لازم، قابل درک و تجزیه و تحلیل باشد.

شکی نیست که علی‌رغم تلاش در ساده نویسی و بیان موضوعات روز صنعت لجستیک این نوشته با کاستی‌های زیادی روبه‌روست که امید است با همکاری و راهنمایی خوانندگان و دست‌اندرکاران این صنعت قادر به اصلاح و به‌روزرسانی این نوشته در آینده نزدیک گردیم.

بر خود لازم می‌دانم که از محضر استاد گرامی جناب آقای دکتر صدقیانی فر که علاوه بر تشویق و راهنمایی؛ به جهت اینکه دانش ژرف خود را در حوزه اقتصاد و لجستیک، با بنده به اشتراک گذاشتند قدردانی ویژه نمایم.

فهرست مطالب

پیش‌گفتار.....	۵
مقدمه به قلم دکتر محمد رضا صدقیانی فر.....	۱۱
مقدمه.....	۱۵
از منظر شناخت عمومی.....	۱۷
از منظر کسب و کار.....	۱۷
از منظر دولتی.....	۱۸
از منظر صنفی.....	۱۸
از منظر علمی.....	۱۸
فصل اول: لجستیک نوش داروی دنیای جدید اقتصادی.....	۱۹
۱- ترابری.....	۲۳
انتخاب حمل‌کننده براساس شناخت عمومی.....	۲۵
انتخاب حمل‌کننده براساس روش حمل.....	۲۶
انتخاب حمل‌کننده براساس شناخت عمومی.....	۲۶
انتخاب حمل‌کننده براساس ماهیت کالا.....	۲۷
انبارداری.....	۲۸
بسته‌بندی.....	۲۹
تخلیه و بارگیری.....	۳۰
فصل دوم: تاریخچه.....	۳۵
پیشینه و شکل‌گیری.....	۳۵
تاریخچه عملی فعالیت‌های کوریری.....	۳۹
تاریخچه‌ای مختصر از شکل‌گیری فعالیت‌های کوریری در ایران.....	۴۴
کوریر ایرانی.....	۴۵

۴۷	فصل سوم: معرفی و تشریح
۴۷	تفاوت سرویس های پستی و کوریری
۵۲	مهم ترین شرکت های فعال در حوزه کوریری
۵۹	فصل چهارم: کوریر در دنیای امروز
۵۹	تعامل با تجارت الکترونیک - تهدید یا یک فرصت طلایی؟
۶۱	برخورد شرکت OCS ژاپن با (FacsimileFax)
۶۳	ظهور اینترنت
۶۶	۱- بهره گیری از فن آوری الکترونیک در ارائه سرویس های نوین و بهتر
۶۷	سیستم فوق پیشرفته بندر جهانی UPS World Port
۷۲	۲- افزایش مخاطبان و بازاریابی اینترنتی
۷۳	۳- ایجاد سیستم های Tacking داخلی
۷۴	۴- ایجاد سیستم های Tacking برای مخاطبان
۷۴	۵- نزدیکی شبکه فعالیت
۷۵	چالش انتقال اسناد به واسطه ظهور اینترنت
۷۶	استراتژی همکاری متقابل
۷۸	استراتژی توسعه بازار
۸۰	استراتژی خلق بازار
۸۳	استراتژی توسعه دامنه فعالیت
۸۶	استراتژی تحول فعالیت
۹۰	آمازون در نقش کوریر
۹۳	فصل پنجم: آینده و کوریر
۹۳	چشم انداز سرویس های کوریری
۹۴	تحويل پهبادی (Drone Delivery)
۹۴	تسخیر Niche Market ها
۹۶	کاهش هزینه های سربار
۹۷	سرعت و دقت در تحويل
۹۷	سرویس سبز
۹۸	چگونگی کارکرد
۹۹	ورود DHL به رقابت پهبادی
۹۹	آمازون در عرصه رقابت پهبادی
۱۰۱	فصل ششم: کوریر در ایران
۱۰۱	شکل گیری ناقص کوریرها در ایران
۱۰۵	۱- از منظر فعالیت اقتصادی
۱۰۶	۲- از منظر صنفی
۱۰۷	۳- از منظر دولتی و مقررات
۱۰۸	۴- از منظر عوامل کلان
۱۱۰	چرا اسنپ کوریری به راه نیافتد؟ آیا نیاز وجود نداشت، نیاز تعریف نشد و یا ماهیت نیاز متفاوت بود؟
۱۱۱	ضعف مفهومی

۱۱۱	ضعف صنفی
۱۱۱	موانع قانونی
۱۱۲	موانع سرمایه‌گذاری
۱۱۲	فعالیت بین‌المللی
۱۱۴	پدیده‌ای بنام پیک موتوری
۱۱۴	محدوده فعالیت
۱۱۴	تاکید بر جنبه ترابری شهری
۱۱۵	عدم تاکید بر جنبه‌های لجستیک
۱۱۵	تفاوت از منظر حمل یک پارچه
۱۱۵	تفاوت اسنادی
۱۱۶	تفاوت در سیستم‌های ردیابی
۱۱۶	تفاوت در کدینگ
۱۱۷	عدم وجود سیستم‌های گمرکی و اظهار
۱۱۷	تفاوت در تعرفه و نحوه محاسبه
۱۱۷	تفاوت در محدودیت‌های قبول یا رد بسته‌ها
۱۱۸	نوع بسته‌بندی
۱۱۸	تفاوت در شبکه فعالیت
۱۱۹	تفاوت در حوزه سرویس‌های تخصصی
۱۱۹	تفاوت در بیمه‌های مسئولیت
۱۲۱	فصل هفتم: امکان‌سنجی در تأسیس یک کوریر بومی
۱۲۱	نمونه‌ای پیشنهادی کاربردی و اجرایی برای یک فعالیت کوریر با منشاء بومی
۱۲۱	الزامات رسمی / حقوقی
۱۲۲	الزامات سرمایه‌ای
۱۲۳	الزامات عملیاتی
۱۲۳	الزامات شبکه‌ای
۱۲۴	الزامات نیروی انسانی
۱۲۷	پیشنهاد تأسیس
۱۳۲	کلام آخر
۱۳۳	فصل هشتم: زبان کوریر
۱۳۳	(اصطلاحات رایج و یا به‌کار گرفته شده در این نوشتار)
۱۳۴	کلید واژه‌ها
۱۶۹	منابع و مآخذ
۱۷۳	ادای احترام

مقدمه به قلم دکتر محمد رضا صدقیانی فر

زندگی با حرکت آغاز می‌شود و این حرکت به عنوان عنصری بی‌بدیل در تمام زمان‌ها ادوار زیستی نفوذ کرده و تمامی اشکال و ابعاد آن را در بر می‌گیرد. این فعالیت چنان در تاروپود حیات مادی تنیده شده است که به تدریج به مفهومی فلسفی تبدیل گشته و در سیراندیشه؛ جوهر حرکت نقشی غیرقابل انکار ایفا می‌کند. زمانی که در ابعاد و طبقات این حرکت تفکر می‌کنیم با بینش‌هایی عمیق و جالب توجه روبه‌رو می‌شویم که در نقطه‌ای به نام آرمان‌گرایی مشترک‌اند..

این نقطه اشتراک در زیست-اندیشه و انسان‌گرایی، تعالی؛ در زیست مادی - فردی، پیشرفت؛ و در زیست ماشینی و تجاری فرد و سازمان نیز بنا به ماهیت مکانیکی و ملموس خود، پیشرفت و توسعه نام دارد. علم حرکت در دنیای تجارت و کسب و کار- به تاسی از زیست-رزم -، لجستیک و امروزه با مفهومی نوگراتر، زنجیره تامین نام گرفته است؛ و البته این، نامی است علی‌الاطلاق که بسیار جای بحث دارد ولی صحبت بر سر آن است که سازمان‌ها با موضوع حرکت و لجستیک چگونه برخورد کرده و می‌کنند؟

در اقتصاد رشدگرای جهان در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی که صنعت به قله‌های اوج ابداع و تولید نزدیک می‌شد، علم لجستیک به کمک شرکت‌ها آمد تا سیستم‌های توزیع ملی و بین‌المللی را شکل دهند و بر امواج تقاضا غلبه نمایند؛ شرکت‌های بزرگ مقیاس پخش و توزیع دریایی، هوایی و زمینی را پدید آیند، مفاهیم نگهداری و بازتوزیع و برگشت را قالب بندی و تئوریزه نمایند و دنیا را از ثمرات این حرکت‌های علمی بهره‌مند نمایند.

با فرارسیدن دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی و ورود به هزاره جدید، دنیای اقتصاد و تجارت دگرگونی‌هایی بنیادی

را تجربه کرد و مفاهیم جدیدی در ارتباط با مشتریان و مارکتینگ، فروش و ارزش، پدید آمد که ظاهراً علم حرکت و لجستیک را زیرسایه خود پنهان کرد و سازمان‌ها در انتظار کم‌تر سخنی از آن به میان می‌آوردند، گرچه معلوم گشت که این عدم اظهار عام مهارت‌ها و فعالیت‌های لجستیکی توسط مدیران عالی سازمان‌های بزرگ، نه به خاطر کم‌اهمیتی آن، بلکه به خاطر نگهداری آن به عنوان امری رقابتی و سری از اسرار سازمان بود. مفاهیم جدید با دورنمایی جذاب و ساده‌انگار، زودتر از زیرساخت‌های حرکتی، به کشور ما رسید و اقتصاد نوپای نت - بستر و کوچک مقیاس تولیدی ما را دربر گرفت و امروزه نقص دانش لجستیک و تامین در سازمان‌های ایرانی، از عظیم‌ترین آنان که تحت حمایت دولت، زیستی ناکارآمد دارند تا کوچک‌ترین تجمعات سازمانی اتم - اندازه که استارت‌آپ می‌نامیم‌شان، به روشنی مشاهده می‌گردد.

باید دانست که لجستیک، بیش و پیش از احداث زیرساخت‌های سنگین و پروسه‌های، یا داشتن چندین کامیون، یک نوع "تفکر" است. لازم نیست تمامی سازمان‌ها و شرکت‌ها سیستم توزیع، مدیر پخش و ترابری یا شرکت پخش داشته باشند و ضرر هم بدهند!؛ بلکه این نوع تفکر باعث می‌شود تا مدیران کسب و کار درک کنند که حرکت در درون سازمان‌های آن‌ها و چارچوب اقتدار آن‌ها چگونه عمل می‌کند. ارتباطات، پذیرش و ارائه ایده‌ها، توزیع و اشتراک هویت‌ها و محصولات و خدمات ناملموس، گردش کار درون و میان سازمان‌ها، نگهداری و چینش‌های زیباگرایانه و ... همه جزئی از مقوله حرکت و لجستیک است و جالب توجه است که امروزه سازمان‌های بزرگ، سرمایه‌گذاری‌هایی در لجستیک اطلاعات می‌نمایند.

در نگاه از وجهی دیگر، حمل و ارسال برون‌سازمانی در مراتب و طبقات خود، بسته به ماهیت جغرافیای سازمان و بازار، شکل ویژه‌ای به خود می‌گیرد که یکی از این اشکال، لجستیک خرد یا کوریر، در میان - بازارها یا جغرافیای شهری است؛ امری که عمده فروشان و خرده‌فروشان شهری و شهرها را به یکدیگر و نقطه مصرف نهایی متصل می‌نماید.

دقت، سرعت، امانت و نظم کاری، بنیان‌های کوریرند و مفاهیم سودآوری و توسعه سبد محصول قابل حمل نیز بر این چهارستون استوار شده و بنایی رفیع می‌سازند؛ چنان که آمازون و فدکس و eBay و ... که شهره آفاقند را ساخته‌اند و در کشور خود نیز مثال‌هایی - هرچند نه فراوان - از این دست داریم.

کوریر در ایران سابقه‌ای بس دراز دارد و همان‌طور که نویسنده محترم - که به تفصیل و با هوشمندی از تاریخ گذشته آغاز کرده است - به ما نشان می‌دهد، درمی‌یابیم که بنیان‌گذاران با درایت این سرزمین، چگونه قلمروهای پهناور خود را با کسب و نشر و حرکت دادن اطلاعات و خدمات، حفظ و گسترش می‌داده‌اند.

نویسنده دانشمند این کتاب، در زمره افرادی است که با سابقه‌ای بس طولانی در تجارت و حمل و ارسال، نه فقط به‌کارش به‌عنوان شغل، که به مثابه رویکردی از تفکر و یک تابلوی زیبا از حرکت و بالندگی نگریسته است.

عمق دانش لجستیک و رعایت چهارستون اصلی کوریر، از ایشان مدرسی بین‌المللی در عرصه کوریر و حمل و نقل ساخته است و گستره مهارت‌شان در تشریح این مقوله عیان در جامعه، ولی فراموش شده، بسی یاری‌گر و ایده‌بخش است.

امید است تفکر لجستیک، حمل و نقل و زنجیره پیوند دهنده عناصر حرکتی سازمان‌ها، در ایران امروز، دوباره جای خود را پیدا کند و این کتاب، در نوع خود گام اولی باشد برای نشر ایده‌های نو در بنیان‌گذاری کسب و کارها و بنیان‌گذاران جوان جوایب پیشرفت؛ همان‌گونه که در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ خورشیدی با کمک به کارآفرینان استثنایی مانند برخورداری‌ها، ایروانی‌ها، خسروشاهی‌ها، خیامی‌ها، ارجمندی‌ها و ... موجب پدیدارشدن چهره‌ای نوین از ایران و اقتصاد ایران شد.

یادشان بخیر.

محمد رضا صدقیانی فر، بهار ۱۳۹۸