

فصل چهارم

تحلیل اقتصاد در حمل و نقل

در مقدمه لازم است ضرورت نیاز به حمل و نقل بررسی شود و اینکه به منظور استفاده از امکانات در نقاط مختلف دنیا لازم است محصولات مختلف به مکان‌های متفاوت حمل شود تا همگان بتوانند از این امکانات استفاده کنند. همچنین اثر این جابه‌جایی بر قیمت تمام شده کالا مورد بحث قرار گیرد. بهتر است برای آشنایی هنرجویان با مبحث لجستیک و حمل و نقل ابتدا با سؤالاتی در مورد میزان آشنایی هنرجویان با حمل و نقل و نقش آن در جامعه و تأثیر آن بر قیمت تمام شده کالا پرسیده و در کلاس بحث شود تا ذهن آنها با موضوع آشنا شود و ضرورت یادگیری مطالب پیشرو برایشان روشن شود.

به طور خلاصه لجستیک به معنای تمام فعالیت‌های مربوط به حمل و نقل کالا از جایی به جای دیگر است که در ادامه با جزئیات به آن پرداخته می‌شود.

فعالیت‌های لجستیک

بهتر است در این قسمت به تعریف کلمه لجستیک (زنجیره تأمین) و تاریخچه آن پرداخته شود. این کلمه ریشه یونانی داشته ولی امروزه با همین نام و یا به نام زنجیره تأمین^۱ در ایران به کار می‌رود.

زنجیره تأمین به معنای تمام فعالیت‌هایی است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم منجر به برآورده کردن نیاز مشتری باشد؛ شامل تولیدکنندگان، تهیه‌کنندگان، حمل‌کنندگان، عمده فروش‌ها و خرده فروش‌ها. برای هر کارخانه، زنجیره تأمین شامل تمام عملیاتی است که نیاز مشتری را برآورده می‌کند از جمله تولید محصول، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، مدیریت پخش، توزیع، امور مالی و خدمت‌رسانی به مشتری.

منفعت به‌دست آمده برای زنجیره تأمین عبارت است از اختلاف بین قیمت محصول تولید شده و هزینه‌ای که زنجیره تأمین خرج می‌کند تا این محصول به‌دست مشتری برسد.

توصیه می‌شود پس از تعریف لجستیک و اهداف آن، مثال‌هایی از شرکت‌های لجستیکی در ایران و وظایف آنها به طور خلاصه برای هنرجویان آورده شود. مثل شرکت‌های فعال در حوزه کالاهای دیجیتال که درخواست‌ها را به صورت اینترنتی دریافت کرده و اقلام مورد نیاز مردم را از تولیدکننده یا شرکت فروشنده دریافت کرده در محل انبار خود نگهداری می‌کند و با استفاده از سرویس‌های حمل در مقصد به دست مشتریان می‌رساند.

۱- Supply chain

سهم حمل و نقل در فعالیت های لجستیکی

در این بخش لازم است اهمیت حمل و نقل در زنجیره تأمین مشخص شود. همان طور که در کتاب گفته شده است بخش اصلی این زنجیره، حمل و نقل می باشد و بدون آن محصول مورد نیاز به مقصد نخواهد رسید. بهتر است انواع روش های حمل و نقل کالا از قبیل تک یا چند شیوه ای تشریح شوند. روش های تک شیوه ای مانند حمل و نقل یک کالا از مبدأ تولید به مقصد توسط یک شیوه حمل و نقلی از قبیل ریل یا کامیون یا هر وسیله نقلیه دیگر است. در موارد دیگر چند شیوه حمل و نقلی مانند کامیون، ریل، کشتی یا هوایی با هم در انتقال کالا از نقطه تولید به مقصد نقش دارند که به حمل و نقل چند شیوه ای معروف است.

لزوم استفاده از شرکت های لجستیکی

ممکن است عده ای به این موضوع فکر کنند که چه نیازی به شرکت لجستیکی وجود دارد در صورتی که هر شرکت فروشنده و یا هر کارخانه تولید کننده خودش محصول خود را به مقصد بفرستد؟! باید به این نکته توجه شود که علاوه بر رساندن محصولات به دست مشتریان، وظیفه اطلاع رسانی نیز به عهده شرکت های لجستیکی می باشد لذا مشتریان با سهولت بیشتری می توانند با محصولات مختلف و مشخصات آنها آشنا شده و انتخاب کنند. همچنین از آنجا که شرکت های لجستیکی به طور عمده انجام فعالیت های حمل و نقل به کل کشور را برعهده دارند، می توانند با هماهنگی بین شرکت های مختلف با هزینه کمتری عملیات انتقال را انجام دهند. برای مثال در صورتی که سه شرکت مختلف تولید کننده بخواهند تعدادی از محصولات خود را به شهر اصفهان برسانند یک شرکت لجستیکی با هماهنگی بین آنها محصولات را با هم تحویل گرفته و با یک بار رفتن به اصفهان محصولات را به مقصد می رساند؛ در حالی که در صورت نبود شرکت لجستیکی، هر کارخانه مجبور بود محصول خود را جداگانه بفرستد. در این حالت استفاده از یک شرکت لجستیکی می تواند هزینه حمل و نقل را کاهش دهد. همچنین شرکت های لجستیکی انبار مخصوص خود را دارند که وظیفه باراندازی و بارگیری محصول و انبار محصول را به عهده دارند. از آنجا که بین باراندازی یک شیوه حمل و نقلی و بارگیری توسط شیوه دیگر حمل و نقلی ممکن است زمانی وجود داشته باشد و یا نیاز به بررسی هویت کالا در محل وجود داشته باشد نیاز به انبار می باشد که شرکت لجستیک انبار را تهیه کرده از این رو شرایط حمل و نقل چند شیوه ای مهیا می شود. تصور کنید شرکتی نیاز داشته باشد محصول کشاورزی خود را به مقصد برساند. اگر برای حمل و نقل اقتصادی نیاز به استفاده از چند شیوه حمل و نقل باشد مثلاً حمل از محل برداشت

با کامیون به بندر و حمل با کشتی به بندر مقصد و در انتها حمل با کامیون به محل مقصد برای مصرف، در این حالات حتماً نیاز به انبار برای امکان استفاده از توان حمل و نقل چند شیوه‌ای احساس می‌شود.

پاسخ فعالیت
کلاسی



به نظر شما در شرایطی که مهران از تصمیم خرید خود منصرف شد مقصر کیست؟

پاسخ: نبود شرایط مناسب خرید و دریافت برای مهران باعث شد او از خرید خود منصرف شود.

در این ماجرا چه کسانی متضرر شدند؟

پاسخ: شرکت فروشنده که نتوانست محصول خود را بفروشد و مهران که به دوچرخه‌ای که می‌خواست نرسید.

به نظر شما آیا بهتر نبود شرکت تولیدکننده دوچرخه گزینه دیگری جهت ارسال دوچرخه پیشنهاد می‌نمود؟

پاسخ: در صورتی که گزینه بهتری جهت ارسال دوچرخه ارائه شده بود مهران می‌توانست دوچرخه مورد نظر خود را خریداری کند. برای مثال اگر شرکت لجستیکی با شرکت‌های دیگر فروشنده نیز در ارتباط بوده فروشنده‌ای نزدیک‌تر به مقصد وجود داشت هزینه حمل و زمان آن کاهش یافته و قابل خرید می‌شد. و یا اگر این شرکت لجستیکی گسترده‌تر بود باعث می‌شد بتواند خدمات حمل و نقل را با قیمت مناسب‌تر ارائه دهد تا قابل استفاده باشد.

– اهمیت مسائل لجستیکی

بهتر است برای درک بهتر مطلب تدریس این قسمت با یک مثال و سؤال‌هایی در این زمینه شروع شود. می‌توان ادامه همان مثال دوچرخه مهران را آورده و این موضوع بحث شود که اگر شرکت لجستیکی وظیفه حمل را بر عهده گیرد و با قیمت ارزان‌تر محصول را به مقصد برساند بهتر است و یا اگر تولیدکننده بخواهد با هزینه خود این پست را انجام دهد؟ کدام برای تولیدکننده و مصرف‌کننده به صرفه‌تر است؟

در این قسمت اهمیت وجود یک شرکت لجستیکی با خدمات مناسب مورد بحث قرار می‌گیرد. یک شرکت لجستیکی (که به آن شرکت طرف سوم نیز گفته می‌شود) زیرا تولیدکننده و یا مصرف‌کننده نیستند و تنها محصولات دیگر شرکت‌ها را جمع‌آوری، انبار و به دست مصرف‌کننده می‌رسانند. برای تولیدکننده‌ها بسیار باصرفه‌تر است که برای ارسال کالای خود به مقصد با این‌گونه شرکت‌ها همکاری

نمایند، زیرا این کار باعث کاهش هزینه‌های آنها می‌شود و یک شرکت طرف سوم می‌تواند با هزینه کمتر همان ارسال به مقصد را برایشان انجام دهد. مزایای کار با شرکت‌های طرف سوم با جزئیات در ادامه نام برده شده است.

پاسخ فعالیت
کلاسی



سؤال: برای فهم بهتر نقش و اهمیت کلیدی شرکت‌های لجستیکی طرف سوم یا به اختصار (3PL)ها در توسعه یک کشور، با تحقیق در اینترنت هزینه و عملکرد زمانی این نوع از شرکت‌ها در بسته‌بندی، ارسال به بندر جهت بارگیری و صادرات به دیگر کشورها را در ایران و چین بررسی و مقایسه کنید.

پاسخ: برای جست‌وجو در اینترنت از کلید واژه‌های زیر استفاده کنید: هزینه‌های یک شرکت لجستیکی

- هزینه‌ها شامل هزینه مجموعه خدمات حمل، تخلیه و بارگیری و ترخیص کالا در ایران و کشور مقصد می‌باشد که صاحب کالا بدون نیاز به هرگونه اقدامی کالای خود را درب انبار در ایران تحویل داده و در انبار مورد نظر خود در کشور مقصد تحویل می‌گیرد. یکی از خدمات مرتبط با فرآیند لجستیک تشریفات گمرکی در مبدأ و مقصد می‌باشد. لازم است شرکت لجستیکی با ایجاد دفاتر کاری در مرزهای مشترک ایران و کشور مقصد، مرز مشترک دو کشور، مبادی هوایی و بنادر کشور مقصد، علاوه بر انجام کلیه فرآیند گمرک صادراتی برای کالاهای صادراتی از ایران، کلیه عملیات ترخیص واردات کالا در کشور مقصد را نیز پوشش دهد. با توجه به اینکه هرگونه صادرات کالا نیازمند ارائه اسناد می‌باشد از این رو بهتر است به منظور راحتی شرکت لجستیکی با توجه به تجارب خود کلیه مستندات و گواهی لازم جهت صادرات کالا از ایران و واردات کالا به کشور مقصد را ارائه نماید. همچنین با در نظر گرفتن انبارهایی در کشور مقصد قابلیت انبارش کالاهای مختلف را در شرایط مختلف دارا باشد.

- نحوه انتخاب شرکت طرف سوم مناسب

با توجه به هدف و محصول مورد نیاز و مبدأ و مقصد مورد نظر، شرکت طرف سوم را می‌توان انتخاب کرد. ممکن است این انتخاب توسط شرکت فروشنده قبلاً صورت گرفته باشد و خریدار تنها با پرداخت و بدون اینکه بخواهد شرکت طرف سوم را انتخاب کند به محصول مورد نیاز خود برسد. در این حالت از دید شرکت فروشنده مشخصات و خدمات شرکت طرف سوم اهمیت پیدا می‌کند و او باید بهترین را انتخاب کند.



سؤال: با رفتن به سایت یکی از شرکت‌های موفق در عرصه تجارت الکترونیک در ایران که از شرکت‌های ۳PL معتبر به‌عنوان همکار لجستیکی برای ارسال محموله‌های خریداری شده به‌دست مشتریاناش استفاده می‌کند، تخمین بزنید به‌ازای هر فروش به شما چه میزان عاید شرکت شده و چه مقدار سهم شرکت لجستیکی طرف سوم خواهد بود؟

پاسخ: برای مثال بسیاری از شرکت‌ها با شرکت معتبر داخلی فعال در عرصه پخش کالاهای دیجیتال در ارتباط هستند، برای خرید کالایی مثل رایانه قابل حمل، با قیمت ۴,۰۰۰,۰۰۰ تومان حدود ۱۰۰,۰۰۰ تومان سهم این شرکت خواهد شد. سود شرکت فروشنده نیز بستگی به این دارد که این کالا را به چه قیمتی وارد کرده و یا به چه قیمتی تولید کرده است و با چند درصد سود آن را می‌فروشد که در این مورد خاص حدود ۲۰ درصد تخمین زده می‌شود.

همچنین ببینید وزن و سائز محصولات چه تأثیری بر قیمت‌های شرکت طرف سوم خواهند گذاشت؟

پاسخ: در صورت بازدید از سایت شرکت‌های لجستیکی مشخص است که وزن و اندازه محصولات برای ارسال در قیمت حمل تأثیرگذار است. برای مثال در یک شرکت طرف سوم داخلی حداقل هزینه ارسال در سال ۱۳۹۷ برای ارسال زمینی محموله‌های ۰ تا ۲ کیلوگرم مبلغ ۱۹۱,۸۴۰ ریال می‌باشد.

می‌توانید وزن‌های دیگر را امتحان کنید و ببینید چقدر تأثیر دارد. سیاست این شرکت برای کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل کالا از انبار به دست مشتری چه بوده است؟

پاسخ: این شرکت‌ها با استفاده از امکانات گسترده خود در اغلب شهرها امکان دریافت محموله از درب منزل یا محل کار و ارسال آن به مقصد در کوتاه‌ترین مدت با امکانات زمینی - هوایی و سریع را فراهم نموده‌اند. همچنین جهت ایجاد ایمنی و سهولت در جبران خسارات احتمالی حین حمل این شرکت‌ها نسبت به عقد قرارداد با شرکت‌های بیمه‌ای و صدور بیمه‌نامه هم‌زمان با صدور برنامه اقدام نموده‌اند و در صورت بروز حادثه برای محموله، نسبت به پیگیری خسارت اقدام خواهند نمود. این شرکت‌ها با ایجاد شبکه وسیعی از شعب خود در سراسر ایران و با استفاده از مدرن‌ترین تجهیزات ارتباطی و به‌کارگیری افراد مجرب سعی بر امانتداری در مراحل خدمت‌دهی به مردم نموده‌اند که راز موفقیت آنها در این حوزه است. در این راستا می‌توانید از دانش‌آموزان بخواهید نمونه‌های دیگر در کلاس مطرح کنند.



با جست‌وجو در اینترنت و بحث آزاد در کلاس به سؤالات زیر پاسخ دهید:
آیا می‌توانید شرکت‌های معروف لجستیکی دیگری را در دنیا معرفی کنید؟
پاسخ:

- شرکت آمازون در سال ۱۹۹۵ میلادی به‌عنوان فروشگاه آنلاین کتاب آغاز به کار کرده است و در حال حاضر اقدام به فروش محصولات نو و دست دوم نموده است درآمد این شرکت در سال ۲۰۱۶ میلادی بالغ بر ۱۳۷ میلیارد دلار بوده است.

- شرکت بین‌المللی رایبسنون (C.H. Robinson Worldwide) با ۱۴۰۰۰ کارمند.

به نظر شما راز موفقیت آنها چه بوده است؟

پاسخ:

- خدمات عالی و با ضمانت در طی سال‌های متمادی که باعث شده شرکت‌های مختلفی کالای خود را به آنان سپرده و از ارسال محصولات خود به‌صورت سالم و با کیفیت به مقصد اطمینان داشته باشند.

اگر شما بخواهید چنین شرکت پرسودی را تأسیس کنید چالش‌های پیش روی شما چه خواهد بود؟

چالش‌ها:

- تغییر مکرر قوانین

- مفقود شدن یا ناقص شدن اجناس و جریمه‌های مرتبط با این موضوع

- تأخیرات پیش‌آمده به دلیل مشکلات مختلف شامل، قوانین دست و پاگیر، حوادث غیر مترقبه و ...

- شرکت‌های پیشرو و بازار به شدت رقابتی

- بیمه‌های دریایی

فرصت‌ها:

- سود بسیار بالا

- استفاده از ظرفیت تجارت الکترونیک و IT

- گسترش روز افزون جهانی شدن و ایجاد فرصت‌های جدید در حوزه صادرات و واردات

- فعالیت حوزه صنعت پخش بسیار گسترده و پیچیده است و مستقیماً با اقلام و کالاهای سلامت محور سر و کار دارد که تأثیر مستقیمی بر سلامت تغذیه جامعه دارد. در حال حاضر ۱۰۰ درصد داروی کشور و ۷۰ درصد مواد غذایی، آرایشی و بهداشتی، شوینده‌ها و... توسط شرکت‌های پخش در سرتاسر ایران توزیع می‌شود. در شرایطی که از یک سو تولیدکنندگان در تکاپوی تأمین نقدینگی و سودآوری برای بقا و رشد کسب‌وکار خود هستند

و از سوی دیگر مصرف‌کنندگان با چالش حفظ قدرت خرید دست و پنجه نرم می‌کنند، ارتقای کارایی صنعت پخش به‌عنوان حلقه واسط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده که سهم مهمی از قیمت تمام شده را به خود اختصاص می‌دهد، اهمیت بسزایی دارد. به عبارت دیگر، کاهش هزینه‌های مبادله در صنعت پخش می‌تواند کاهش قیمت تمام شده، افزایش حاشیه سود برای تولیدکننده و کاهش قیمت خرید برای مصرف‌کننده را به ارمغان آورد؛ به‌خصوص در شرایط فعلی که رکود بر بسیاری از صنایع کشور سایه انداخته است. این در حالی است که در حال حاضر، سهم صنعت پخش از قیمت تمام‌شده محصولات گاهی به مرز ۵۰ درصد می‌رسد. ارتقای کارایی عملیاتی صنعت پخش منوط به عوامل مختلفی است که اهم آنها عبارت است از: استفاده از فناوری روز برای مدیریت تأمین، لجستیک و حمل‌ونقل، بازطراحی فرایندها و سیستم‌های عملیاتی، آموزش نیروی انسانی و توانمندسازی آنان به فناوری‌های روز و بهره‌برداری مناسب از منابع مالی و اقتصادی. توجه به این عوامل می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری و در نتیجه کاهش هزینه مبادله شود. ضعف آمار و نبود اطلاعات کافی از فعالیت‌های مربوط به هر یک از حلقه‌های مختلف زنجیره ارزش از تولید به مصرف موجب می‌شود تحلیل بهره‌وری در صنعت پخش و توزیع نیز به سختی انجام گیرد. با این حال، آنچه در شبکه توزیع کالا در یک کشور دارای اهمیت است، انتقال کالاها با صرف کمترین هزینه و زمان، همراه با رعایت استانداردهای لازم برای حفظ سلامت کالاها و در نهایت رعایت بیشتر حقوق مصرف‌کنندگان است. شبکه توزیع کالا در ایران با مشکلات و چالش‌های متنوع و متعددی روبه‌رو است. تعدد بیش از اندازه واحدهای صنفی در سطح خرده‌فروشی سنتی، تعدد واحدهای صنفی فاقد پروانه کسب، سهم برجسته بخش غیر سازمان‌یافته نسبت به سازمان‌یافته شبکه توزیع و فروش، عدم بهره‌مندی از ابزارها و روش‌های نوین توزیع کالا و عدم رغبت کافی بخش خصوصی و خارجی به سرمایه‌گذاری در شبکه توزیع مدرن از مهم‌ترین چالش‌های صنعت پخش در ایران است.

- از سوی دیگر، در دنیای امروز یکی از استراتژی‌های اثربخش توسعه صنایع، شبکه‌سازی و ایجاد همکاری‌های استراتژیک است. در چنین فضایی، همکاری بین تولیدکنندگان، شرکت‌های پخش و خرده‌فروشی‌ها می‌تواند مزیت رقابتی ارزشمندی را برای هر سه ضلع این مثلث پدید آورد. این همکاری می‌تواند هم در سطح منابع و هم در سطح فرایندها صورت پذیرد. به‌عنوان مثال در صورتی که نظام تولیدکننده، نظام تأمین و توزیع شرکت پخش، و نظام سفارش‌گذاری و مدیریت موجودی خرده‌فروشی‌ها در قالب همکاری استراتژیک به صورت یکپارچه مدیریت شود، هم‌افزایی بین منابع و فرایندهای آنها به حداکثر خواهد رسید. اجرای چنین نظام یکپارچه‌ای خود مستلزم عواملی است که پیشتر برای

ارتقای کارایی عملیاتی صنعت پخش بیان شد، بخصوص استفاده از فناوری روز، بازطراحی فرایندها و آموزش نیروی انسانی. از این رو به نظر می‌رسد بازسازی بدنه فرسوده نظام توزیع کشور نه تنها برای افزایش کارایی این نظام ضروری است، بلکه یکی از الزامات شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک، به‌عنوان یکی از استراتژی‌های مؤثر برای رشد کسب و کارها در آینده این صنعت است.

- نمونه موفق‌تری از تحولات در صنایع که هم موجب افزایش بهره‌وری شده و هم همکاری استراتژیک بین تولیدکنندگان، شرکت‌های پخش و خرده‌فروشی‌ها را در پی داشته است، در خرده‌فروشی‌های بزرگ آنلاین قابل مشاهده است. جایی که شرکت خرده‌فروشی به اتکای یکپارچگی بین سیستم فروش، ارسال کالا و مدیریت موجودی خود، تقاضای مشتریان را به سرعت و با کمترین هزینه پاسخ می‌دهد. از طرف دیگر، اتصال بین نظام‌های فوق و نظام‌های عملیاتی شرکت‌های پخش و تولیدکنندگان، از یکسو امکان سفارش‌گذاری و تأمین به موقع کالا را برای خرده‌فروشی فراهم می‌کند و از سوی دیگر تقاضای مؤثر منجر به فروش را برای شرکت‌های پخش و تولیدکنندگان تضمین می‌کند. علاوه بر این، تولیدکنندگان و شرکت‌های پخش امکان دریافت اطلاعات دقیق از ویژگی‌های فروش خود شامل زمان، محل و مقدار فروش خود را به‌دست می‌آورند.

- این نمونه از همکاری استراتژیک که البته به واسطه برخورداری از فناوری روز امکان‌پذیر می‌گردد همزمان قیمت تمام شده فروش را کاهش داده و کیفیت فروش را افزایش می‌دهد. به‌گونه‌ای که رابطه‌ای برد - برد بین همه ذی‌نفعان این تراکنش شکل می‌گیرد. با این وصف باید امیدوار بود شرایط حاکم بر اقتصاد کشور که همه ذی‌نفعان از مشتریان گرفته تا صاحبان کسب و کار را نسبت به هزینه به شدت حساس کرده است، فرصتی باشد برای بازسازی صنایع کشور بخصوص صنعت پخش و توزیع. این بازسازی ممکن نخواهد بود، مگر با تغییر قواعد حاکم بر صنایع، توسعه همکاری‌های تجاری و دگرگون کردن مدل کسب و کار آنها به اتکای فناوری روز.

پاسخ فعالیت
کلاسی



با استفاده از اینترنت به سایت یکی از شرکت‌های لجستیکی در ایران بروید و هزینه حمل موارد مختلف را به‌دست آورید.

پاسخ: به علت تغییر قیمت‌ها، قیمت ثابتی برای حمل مواد وجود ندارد و هر زمان براساس قوانین آن دوره قیمت‌گذاری صورت می‌گیرد. البته در هر دوره زمانی مواد مختلف با توجه به وزن و حجمشان قیمت متفاوتی دارند همچنین اگر در دسته مواد خطرناک قرار بگیرند نیز الزامات خاص خود در حمل را تحمیل می‌کنند که باعث افزایش قیمت می‌شوند. به‌علاوه بعضی از کالاها جزء کالاهای حساس می‌باشند که در این مورد نیز قیمت

حمل متفاوتی دارند. با جست‌وجوی کلمه «شرکت لجستیکی» می‌توان به خدمات و نحوه قیمت‌گذاری برخی شرکت‌ها دسترسی پیدا کرد.

مفاهیم اقتصادی مرتبط با حمل‌ونقل

مطالب لازم در این زمینه به‌طور کامل در کتاب آورده شده است. بهتر است برای هر قسمت مثال کوتاهی هنگام تدریس آورده شود.

با توجه به مطالب فوق، هزینه مالیات هر مورد از کالاهای زیر را با توجه به قیمت هر کدام به‌دست آورید:

۱- اگر محموله مورد نظر حمل مواد سوختی به ارزش ۲۰ میلیون تومان باشد و شرکت سوخت حق‌الزحمه راننده را یک میلیون تومان در نظر بگیرد: **پاسخ:** طبق اصل ۱۳۸ قانون اساسی پیرامون برقراری معافیت از عوارض و مالیات برای آن بخش از درآمدهای شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی مربوط به حمل کالاهای صادراتی و نیز ماده ۳۳ قانون برنامه چهارم توسعه، اگر محموله صادراتی باشد، معاف از پرداخت عوارض و مالیات است. اگر درآمد حاصل از حمل‌ونقل داخلی یا حمل‌ونقل کالاهای وارداتی باشد مشمول عوارض و مالیات است.

طبق دستورالعمل نحوه تنظیم و صدور بارنامه مورخ ۸۱/۷/۹ از طرف سازمان حمل‌ونقل و پایانه‌های کشور، مقرر شد هنگامی که قراردادی بین شرکت حمل‌ونقلی و مالک کالا برای حمل‌ونقل منعقد می‌گردد، شرکت حمل‌ونقل مبلغ کرایه حمل‌ونقل که قاعدتاً براساس تن کیلومتر حساب می‌شود را به همراه حق پایانه که مثلاً ۳٪ است را از صاحب کالا دریافت می‌کند. که این مبلغ مبنای پرداخت مالیات قرار می‌گیرد. در ماده ۱۰۴ پیشین سازمان امور مالیاتی کشور، مبنای پرداخت مالیات ۵٪ بوده که در قانون جدید این مقدار حذف شده است و لذا در این حالت مالیات پرداختی صفر است.

توضیح بیشتر: در مورد بارنامه، شرکت حمل‌ونقل موظف است از مبلغی که به عنوان کرایه حمل‌ونقل گرفته است مثلاً ۴٪ را به عنوان کمیسیون خود بردارد، ۴٪ را به عنوان بیمه کم کند و بقیه را به راننده به‌عنوان دستمزد حمل کالا تحویل دهد.

مثال درج شده در بخشنامه مذکور را در بخش زیر مشاهده کنید:

۲- به‌عنوان مثال نحوه تکمیل اطلاعات مربوط به کرایه و سایر عوارض با کرایه فرضی ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال و کمیسیون ۲٪ به شرح زیر می‌باشد:
مبلغ کرایه حمل: ۱/۰۰۰/۰۰۰/ مبلغ پیش‌کرایه: ۲۰۰/۰۰۰/ باقیمانده

پاسخ فعالیت
کلاسی



کرایه (پس کرایه) / ۸۰۰/۰۰۰/۰

کمیسیون دریافتی: / ۲۰/۰۰۰/۰ حق بیمه: / ۲۰/۰۰۰/۰ حق پایانه: / ۳۰/۰۰۰/۰

۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال

۳۰,۰۰۰ + ریال حق پایانه

۱,۰۳۰,۰۰۰

مبلغ کل پرداختی توسط صاحب کالا

در سؤال فوق که مبلغ دریافتی راننده یک میلیون تومان بوده است داریم:

۴٪ مبلغ کرایه دریافتی راننده به عنوان کمیسیون شرکت + ۴٪ مبلغ کرایه

دریافتی راننده به عنوان حق بیمه + مبلغ کرایه (دریافتی راننده) = مبلغ

کرایه حمل و نقل درج شده در قرارداد فی مابین شرکت و کارفرما

= مبلغ کرایه حمل و نقل درج شده در قرارداد فی مابین شرکت و کارفرما

تومان $A = 40,000 + 40,000 + 1,000,000 = 1,080,000$

$B = A +$ سهم پایانه $= 1,080,000 + \dots$

(A) مبلغ کرایه حمل و نقل درج شده در قرارداد = مبلغ دریافتی از کارفرما (B)

فی مابین شرکت و کارفرما + سهم پایانه

تومان $= 1,112,000 = 1,080,000 + 3\%$

کرایه

پس درآمد شرکت حمل و نقلی فقط ۴۰,۰۰۰ تومان بوده که بعد از کسر

هزینه‌های عملیاتی شرکت سود خالص حساب می‌شود. بعد از محاسبه سود

خالص ۲۵ درصد آن به عنوان مالیات عملکرد به دارایی پرداخت می‌شود.

از مبلغ خالص دریافتی راننده (۱,۰۰۰,۰۰۰ تومان) نیز می‌بایست ۹٪ آن

یعنی ۹۰,۰۰۰ تومان از طرف شرکت حمل و نقلی کسر شود و به حساب

مالیات بر ارزش افزوده ریخته شود.

۳- اگر بسته پستی به ارزش یک میلیون ریال به هزینه پستی ۱۹۶۱۶۰

ریال توسط یک شرکت حمل و نقلی به مقصد برده شود:

پاسخ: به محموله‌های پستی فقط مالیات بر ارزش افزوده تعلق می‌گیرد که از

فرستنده کالا اخذ می‌شود که در داخل هزینه پستی (۱۹۶۱۶۰ ریال) نهفته است.

البته شرکت پست با قراردادی که با شرکت حمل و نقلی منعقد می‌کند این

بسته‌ها را جابه‌جا می‌کند که به مبلغ قرارداد شده با شرکت حمل و نقلی

طبق قسمت اول سؤال مالیات تعلق می‌گیرد.

هزینه پستی شامل: هزینه حمل و نقل که شرکت حمل و نقلی دریافت می‌کند

+ کمیسیون پست + بیمه + مالیات بر ارزش افزوده + خدمات دیگر

۴- اگر یک محموله طی قراردادی فی مابین شرکت و راننده به ارزش ده میلیون ریال به مقصد حمل شود:
پاسخ: طبق ماده ۱۰۴ پیشین سازمان امور مالیاتی کشور، منای پرداخت مالیات ۵٪ بوده که در قانون جدید این مقدار حذف شده است و لذا در این حالت مالیات پرداختی صفر است.

پاسخ فعالیت
 کلاسی



در دو حالت زیر مبلغ حق بیمه را محاسبه کنید؟
 ۱- شرکت حمل و نقل باری را با بارنامه به ارزش ۱۰ میلیون ریال منتقل می‌کند:

پاسخ: با توجه به حق بیمه پیمان‌های شهری و بین‌شهری که در کتاب بدان اشاره شده است حق بیمه متعلق به بارنامه ۵٪ مبلغ مندرج در بارنامه است. از این رو اگر مبلغ مندرج در بارنامه ۱۰ میلیون ریال باشد مبلغ بیمه آن ۵۰۰,۰۰۰ ریال محاسبه می‌گردد.

۲- شرکت حمل و نقل باری را با انعقاد قرارداد بین کارفرما و خود به ارزش ۱۰ میلیون ریال منتقل می‌کند:

پاسخ: با توجه به حق قانون بیمه پیمان‌های شهری و بین‌شهری که در کتاب بدان اشاره شده است حق بیمه ارائه خدمات مکانیزه حمل و نقل در قالب قرارداد ۷٪ مبلغ قرارداد به همراه $\frac{۷}{۹}$ درصد مبلغ کل قرارداد به عنوان بیمه بیکاری و در مجموع ۷,۷۷۷,۷۷۸ درصد از مبلغ مندرج در قرارداد است. از این رو:

$$\text{ریال } ۷۰۰,۰۰۰ = ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ \times \frac{۷}{۱۰۰} = \text{حق بیمه } ۷ \text{ درصد}$$

$$\text{ریال } ۷۷,۷۷۷ = ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ \times \frac{۷}{۹ \times ۱۰۰} = \text{حق بیمه بیکاری } \frac{۷}{۹} \text{ درصد}$$

$$\text{ریال } ۷۷۷,۷۷۷ = \text{کل حق بیمه}$$

تعیین درآمدها در حمل و نقل

با جست‌وجو در اینترنت و منابع اطلاعاتی معتبر، دیگر روش‌های مختلف قیمت‌گذاری بر حمل و نقل کالا را بررسی کنید. این روش‌ها بر چه اساسی پایه‌ریزی شده‌اند.

پاسخ: عموماً روش‌ها بر دو نوع تن کیلومتری یا توافقی تعیین می‌شوند و مبلغ توافق تابع عرضه و تقاضا، موقعیت جغرافیایی محل تحویل، شرایط اقتصادی جامعه، پر یا نیمه پر بودن وسیله نقلیه در حالت حمل خرده بار،

پاسخ فعالیت
 کلاسی



وزن و حجم محموله، سرعت تحویل و زمان انتظار در فرایند حمل و نقل، تعداد راننده مورد نیاز در طول سفر، کیفیت مسیرهای عبوری، عوارض بین راهی و ... است.

تأثیر حمل و نقل بر قیمت تمام شده کالا

پاسخ فعالیت
کلاسی



با بحث آزاد در کلاس خود پیرامون جانمایی‌های اشتباه در زنجیره تولید محصولات مختلف که در استان یا شهر خود تولید می‌شوند اضافه هزینه حمل و نقل را حساب کنید.

– برای مثال یکی از موارد جانمایی اشتباه در شمال کشور است که کارخانه تولید آب میوه در ارومیه می‌باشد در حالی که محصولاتی مثل پرتقال در شهرهای شمالی کشور کاشته شده و برداشت می‌شوند و برای رسیدن به کارخانه لازم است مسافت بسیاری را طی کنند و همین امر موجب خراب شدن بسیاری از میوه‌ها قبل از رسیدن به مقصد می‌شود و همچنین هزینه تمام شده تولید آب میوه را افزایش می‌دهد.

با توجه به اینکه کاهش هزینه حمل تا چه اندازه می‌تواند به کاهش هزینه تمام شده کمک کند راه حل شما برای حل مشکل چیست؟

– لازم است قبل از راه‌اندازی کارخانه در هر شهر، محصولات موجود و امکانات و مواد اولیه موجود در آن شهر مورد بررسی قرار گرفته و هر کارخانه در صورتی مجوز کار در شهر را پیدا کند که میزان حمل مواد اولیه به آن حداقل باشد و یا اگر میزان مصرف محصول تولیدی کارخانه در شهری به اندازه‌ای زیاد است که حمل مواد اولیه به آنجا توجیه می‌شود کارخانه محل مصرف زیاد احداث شود.

نحوه ارزشیابی پایانی

پیشنهاد می‌شود ارزشیابی به دو بخش تشریحی و حل مسئله تفکیک شود و براساس جدول ارزشیابی انجام گیرد.

در بخش تشریحی مفاهیم مدنظر باشد مانند مفهوم لجستیک، مفهوم زنجیره تأمین، تعریف شرکت لجستیکی چالش‌ها و فرصت‌ها، تعریف شرکت‌های طرف سوم و ...

در بخش مسئله نیز می‌توان نحوه محاسبه مالیات شامل مالیات تکلیفی، عملکرد و ارزش افزوده آزمون شود و یا میزان بیمه حمل و نقل کالا مورد پرسش قرار گیرد.

نحوه ارزشیابی پودمان

ارزشیابی در این درس براساس شایستگی است. برای هر پودمان یک نمره مستمر (از ۵ نمره) و یک نمره شایستگی پودمان (نمرات ۱، ۲ یا ۳) با توجه به استانداردهای عملکرد جدول ذیل برای هر هنرجو ثبت می‌گردد.

جدول ارزشیابی پودمان (تحلیل اقتصاد در حمل و نقل)

نمره	استاندارد (شاخص‌ها، داوری، نمره‌دهی)	نتایج	استاندارد عملکرد (کیفیت)	تکالیف عملکردی (شایستگی‌ها)	عنوان پودمان فصل
۳	۱- تعیین هزینه‌های عملیاتی پروژه به صورت دقیق ۲- محاسبه هزینه‌های پیش‌بینی نشده پروژه و اعمال آن در هزینه‌های تمام شده، ۳- توجه به هزینه‌های اداری و ستادی ۴- برآورد و محاسبه تقریبی میزان درآمد از پروژه	بالاتر از حد انتظار	تعیین، برآورد و محاسبه هزینه‌های عملیاتی پروژه حمل با استفاده از نرم‌افزار و براساس دستورالعمل‌ها و ضوابط مالی	تعیین هزینه‌های عملیاتی و درآمدها	تحلیل اقتصاد در حمل و نقل
۲	۱- تعیین هزینه‌های عملیاتی پروژه با حداقل مغایرت ۲- محاسبه سایر هزینه‌های احتمالی و پیش‌بینی نشده ۳- برآورد و محاسبه نسبی میزان درآمد از پروژه	در حد انتظار (کسب شایستگی)	مورد تأیید وزارت امور اقتصادی و دارایی	تحلیل اثرات اقتصادی	
۱	۱- تعیین هزینه‌های عملیاتی پروژه با حداقل مغایرت	پایین‌تر از حد انتظار (عدم احراز شایستگی)			
				نمره مستمر از ۵	
				نمره شایستگی پودمان منحصرأ شامل نمرات ۲، ۱ یا ۳ است	
				نمره پودمان از ۲۰	