

# ظهور کسب و کارهای الکترونیکی نوپا در صنعت حمل و نقل



روزبه افشاری  
r-afshari@rmtto.ir

است. این شرکت در ۲۰۰۹ در آمریکا تاسیس شد و ارزش کنونی آن بالغ بر ۵۱ میلیارد دلار است که از ارزش شرکت‌های جنرال موتورز و فورد نیز پیشی گرفته است. Uber از طریق یک اپلیکیشن موبایل به افراد کمک می‌کند تنها با یک کلیک، تاکسی و راننده‌ای را به خدمت بگیرند. این سرویس باعث کاهش ۵۰ درصد هزینه استفاده از تاکسی و کاهش چشمگیر تردد خالی تاکسی‌ها در خیابان‌ها شده است.

صنعت حمل و نقل با نفوذ همزمان چند فناوری (تلفن هوشمند، GPS و اینترنت) و بلوغ واسطه‌های الکترونیکی، دستخوش انقلاب و دگرگونی شده است. اهمیت این نفوذ باعث ایجاد شاخه‌ای در این صنعت برای جذب خریداران از طریق اینترنت شده است. استفاده از این نفوذ و همکاری تکنولوژیکی توسط چند شرکت در دنیا اجرایی شده و از موفق‌ترین آنان شرکت Uber است که صنعت تاکسیرانی را متحول کرده



شرکت دیگر Uship است که بر حمل بارهای مشتریان با بار بزرگ‌تر از یک بسته پستی تمرکز دارد و سرویس حمل کالای کارآمدتر و مقرون به صرفه‌تری را ارائه می‌دهد. یوشیپ کامیون و یا اتبار ندارد بلکه یک بازارگاه آنلاین است که مشتریان بارهای خود را در آن ثبت می‌کنند و شرکت‌های حمل و نقلی که ظرفیت خالی دارند یا کامیونی که سفر مشابه دارد، پیشنهاد قیمت می‌دهند. شرکت‌های حمل و نقل از پر شدن ظرفیت حمل خود بهره برده و مشتریان نیز از کاهش ۵۰ تا ۶۰ درصدی هزینه حمل ناشی از فرآیند رقابت سود می‌برند. در این میان Uship نیز از کارمزد معاملات موفق انجام شده درآمد کسب می‌کند.

راننده یا کامیون‌دار و صاحب کالا آغاز می‌کند. مشتری می‌تواند نرخ و اطلاعات FMCSA کامیون‌ران را ببیند و پس از دستیابی به توافق هر ۲ به اطلاعات یکدیگر و محموله دسترسی خواهند داشت. شرکت‌های حمل و نقلی که به این بازارگاه ملحق شده‌اند از مزیت دسترسی به بیش از ۱۵۰ هزار راننده کامیون‌دار که در سامانه عضویت دارند بهره می‌برند، ضمن اینکه به موقعیت تایید شده استقرار کامیون‌ها نیز دسترسی فوری دارند.

**تفاهمنامه همکاری یا سازمان‌های مرتبط**  
بازارگاه Truckerpath اخیراً اعلام کرده که به منظور پشتیبانی بهتر از صنعت حمل و نقل

کامیون‌های کلاس ۸ آمریکا) رسید. در حال حاضر این برنامه بیش از یک میلیون بار دانلود شده و در هر ماه ۳۰۰ کارگزار بیش از ۸۰۰ هزار محموله را برای حمل در سامانه ثبت می‌کنند.

تحقیقات انجام شده از جامعه کاربران نرم‌افزار بازارگاه Truckerpath نشان می‌دهد که رانندگان با استفاده از نرم‌افزار برنامه‌ریزی سفر می‌توانند در هر سفر حدود ۵۱ دقیقه (معادل ۶۰۰ دلار در ماه) صرفه‌جویی کنند.

در این بازارگاه هنگامی که یک راننده یا کامیون‌دار برای یک محموله پیشنهاد حمل می‌دهد، این پیشنهاد فرآیندی (مذاکره) را بین

شرکت دیگر بازارگاه حمل و نقل آنلاین Truckerpath است که بر حمل‌کنندگان تمرکز دارد و ۳ دسته مخاطب اصلی دارد: حمل‌کنندگان، کارگزاران و رانندگان. این شرکت در اوایل ۲۰۱۳ نرم‌افزار موبایل برنامه‌ریزی سفر و موقعیت‌یاب منابع (مانند پارکینگ) را برای رانندگان کامیون منتشر کرد و در ۲۰۱۵ نیز نرم‌افزار Truckloads و بازارگاه آنلاین تخصصی برای اتصال بهتر بار به حمل‌کننده را عرضه کرد. در ماه مارس ۲۰۱۵ نرم‌افزار این شرکت توسط ۱۰۰ هزار نفر مورد استفاده قرار گرفت و در اوت همان سال تعداد کاربران آن به ۴۵۰ هزار نفر (۲۵ درصد کل

یک میلیارد تومان در روز دست یابد و به طور مستقیم برای هزار و ۲۰۰ نفر شغل ایجاد کند (معادل ۱۵ درصد تعهدات دولت در زمینه اشتغال‌زایی در ۱۳۹۴). ارزش این شرکت در سال گذشته بیش از ۹۰ میلیون دلار برآورد شده است.

بر اساس برآوردها ۴۰ میلیون کاربر تلفن هوشمند در کشور وجود دارد و ۲۰ میلیون نفر نیز از اینترنت تلفن همراه خود استفاده می‌کنند. ۴۲۲ هزار کامیون فعال در کشور وجود دارد که بیش از ۹۰ درصد آنها خود مالک هستند. حجم جابه‌جایی داخلی کالا در سال به ۳۸۵ میلیون تن می‌رسد که با ۲۷ میلیون سفر حمل (بارنامه) انجام می‌پذیرد. ۶ میلیون تن کالا از مرزهای کشور با ۲۸۶ هزار سفر عبور می‌کند، ۱،۴ میلیون تن واردات با ۷۰ هزار سفر و ۶،۶ میلیون تن صادرات با ۱۳ هزار سفر انجام می‌شود. بر اساس برآوردها صنعت حمل و نقل جاده‌ای بار در ایران یک صنعت ۲۰۰ هزار میلیارد ریالی (حدود یک‌چهارم درآمد نفت در ۱۳۹۴) است.

بیش از ۷۵ درصد حمل و نقل بار در کشور توسط کامیون‌ها انجام می‌شود و سهم بازار ترانزیت بار می‌تواند ۳ هزار میلیارد ریال باشد. از لحاظ منطقه‌ای و موقعیت جغرافیایی نیز ایران مستعد ارائه سرویس به کشورهای منطقه است و در کشور مازاد ظرفیت حمل وجود دارد. یک تحقیق در ۱۳۸۹ نشان داد با احتساب کاهش ۱۵ درصد تردد خالی ناوگان، صرفه‌جویی سالانه حاصل از ایجاد بازار الکترونیکی بار برابر با ۱۵۰ میلیارد تومان خواهد بود.

بنابراین فرصت راه‌اندازی کسب و کارهای آنلاین بازارگاه حمل و نقل بار در ایران نیز وجود دارد. بازارگاه‌های الکترونیکی نه به طور ناگهانی بلکه به تدریج به وضعیت فعلی بازار تاثیر می‌گذارند و عملکرد عوامل اصلی تشکیل‌دهنده بازار حمل و نقل بار را تحت تاثیر قرار می‌دهند. عمده‌ترین دلایل وجود تقاضا برای این نوع کسب و کارهای نوپا در ایران عبارتند از:

- ۱- نیاز به بهره‌وری در صنعت حمل و نقل جاده‌ای
- ۲- نیاز به شفافیت در امور جابه‌جایی کالا
- ۳- نیاز به دسترسی سریع‌تر به ظرفیت حمل
- ۴- نیاز به گسترش بازار فعالیت در کشورهای همسایه
- ۵- نیاز به انجام کارآمدتر امور از جمله حذف روش‌های سنتی (تماس‌های تلفنی متعدد و رد و بدل ایمیلی و فیزیکی اسناد و فاکتورها) در فرآیند جابه‌جایی کالا. ♦

صاحبان کالا برای دهه‌ها از روش‌های سنتی اعلان بار و کارگزاری استفاده می‌کرده‌اند.

مدیرعامل شرکت Convoy معتقد است با اینکه اوبر صنعت تاکسیرانی را فتح کرده اما صنعت حمل و نقل بار به طور شگفت‌آوری در برابر تغییرات مقاوم است. البته با این وجود او اعتقاد دارد در حال حاضر فرصت بسیار خوبی در صنعت حمل و نقل کالا فراهم شده و راه نفوذ به این صنعت وجود دارد. او می‌گوید: «هدف ما تغییر صنعت است. همان‌طور که آمازون انتظارات مشتریان را در تحویل محصولات هنگام خرید اینترنتی تغییر داد، ما نیز به منظور موفقیت به دنبال تغییر سطح انتظارات صاحبان کالا هستیم و هدف ما تامین ظرفیت حمل به محض درخواست است، زیرا قبلاً چنین امری مقدور نبوده است.» ۲ موسس مشهور ایرانی شرکت Ebay و Future Shop نیز در این شرکت سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

### ظهور بازارگاه حمل و نقل در خاورمیانه

در کشورهای همسایه نیز اخیراً بازارگاه Loadme در دبی راه اندازی شده و خود را نخستین بازارگاه حمل و نقل خاورمیانه معرفی کرده است. Loadme از ردیابی GPS و نرم‌افزار موبایل برای اتصال صاحب کالا به کامیون‌های موجود در محدوده استفاده می‌کند. این شرکت اعتقاد دارد می‌تواند سالانه باعث کاهش ۱۰ درصدی ترافیک در جاده‌های امارات و کاهش انتشار ۸ میلیون تن گاز دی‌اکسیدکربن شود. مدیرعامل این شرکت می‌گوید: «کسب‌وکارهای مبتنی بر اشتراک منابع در بازارهای جهانی جواب خود را پس داده‌اند مانند Uship در آمریکا و Teleroute و Timcom در اروپا، زیرا باعث صرفه‌جویی میلیون‌ها دلار در ماه در صنعت لجستیک می‌شوند.» این شرکت در حال برنامه‌ریزی برای افزایش گستره فعالیت خود در بازار شورای همکاری خلیج فارس و اردن است.

### فرصت راه اندازی بازارگاه الکترونیکی در صنعت حمل و نقل ایران

در ایران باوجود فضای بی‌اعتمادی به کسب و کارهای اینترنتی، شاهد ظهور و موفقیت چند وبگاه موفق هستیم از جمله فروشگاه اینترنتی digikala که تنها با ارائه خدمات باکیفیت و جلب اعتماد کاربران خود و توانایی جذب سرمایه‌گذار (صندوق سرمایه‌گذاری سرآوپارس) توانسته با پاسخگویی به ۳ هزار درخواست خرید اینترنتی، به فروش بیش از

امریکا با ۴ سازمان مرتبط تفاهم‌نامه همکاری امضا کرده که به ترتیب زیر هستند:

- ۱- انجمن رانندگان مستقل و خود مالک
- ۲- انجمن حمل و نقل بار
- ۳- انجمن ملی شرکت‌های حمل و نقل خردبار
- ۴- انجمن واسطه‌های حمل و نقل

### اوبر کامیون‌ها

شرکت دیگر Convoy است که خود را «اوبر کامیون‌ها» معرفی کرده است. تمرکز این شرکت بر اتصال آنلاین صاحب‌کالا به حمل‌کننده بار (متناسب با دستمزد، ظرفیت حمل مورد نیاز، مسافت و...) است. این بازارگاه به حمل‌کنندگان از پیش تعیین شده بر اساس یک لیست قیمت، فرصت رد یا قبول یک پیشنهاد حمل بار را می‌دهد. این امر فرآیند چانه‌زنی که در کسب و کار حمل و نقل رایج است را حذف می‌کند.

### بازار آنلاین حمل و نقل محلی

بازارگاه Cargomatic نیز بر بازار حمل و نقل محلی تمرکز دارد. نرم‌افزار موبایل این بازارگاه به صاحب کالا این امکان را می‌دهد تا لیست بارهای خود را در آن ثبت کرده و اطلاعات آن به تلفن هوشمند رانندگان کامیون‌ها یا طرف مقابل ارسال کند. وقتی یک راننده کامیون، حمل باری را قبول کند، صاحب کالا می‌تواند بار خود را به صورت آنلاین ردیابی کند. از مارس ۲۰۱۶ بیش از ۴ میلیون پالت در بیش از یک میلیون مایل توسط این شرکت جابه‌جا شده است.

### کلید موفقیت بازارگاه الکترونیکی حمل و نقل

موسس بازارگاه Truckerpath می‌گوید: «هنگام تاسیس شرکت به این نتیجه رسیدم که ایجاد یک بازار آنلاین بسیار مشکل است زیرا معماهای بسیار زیادی از نوع مرغ یا تخم مرغ وجود داشت. از همین رو تصمیم گرفتم به منظور دستیابی به موفقیت روی ایده‌هایی که به راننده‌ها کمک می‌کنند متمرکز شوم و اولین ایده، ارائه اطلاعات و موقعیت پارکینگ‌ها به رانندگان خسته بود.»

به اعتقاد مدیرعامل Cargomatic کلید رشد یک بازارگاه آنلاین موفق، آگاهی از تخصیص بهینه نیروی انسانی به بخش‌های مختلف در مراحل مختلف رشد بازارگاه است. او اخیراً نیروی انسانی بخش داخلی فروش و اپراتوری بازارگاه را تعدیل کرده تا روی قانع کردن صاحبان کالا به استفاده از روش جدید اعلان بار تمرکز کند، زیرا