



## دیدگاه

شماره: ۹۴۶	موضوع: توسعه خدمات بازرگانی به عنوان پشتیبان تولید و تجارت، نیازمند نگاه یکپارچه سیاستگذاری
تاریخ: ۱۴۰۰/۰۷/۱۱	

### تهیه و تنظیم: الناز میاندوآبچی، زهرا آقاجانی

#### توضیح اجمالی:

زنجیره‌های تامین به منظور تداوم عرضه کالا یا خدمات، دستیابی به کارایی و رشد مطلوب و سودآوری اعضا نیازمند خدمات بازرگانی پشتیبان هستند. خدمات بازرگانی<sup>۱</sup> شامل طیف وسیعی از انواع خدماتی است که بواسطه آنها، برقراری کارآمد جریان‌های کالایی، اطلاعاتی و مالی از تولیدکننده تا مصرف‌کننده میسر شده و در کنار آن توانمندی‌ها و قابلیت‌های بازیگران برای ایفای نقش در زنجیره تقویت می‌شود. در خصوص خدمات بازرگانی تعریف واحد و مورد اجماعی در ادبیات جهانی وجود ندارد. اما پیش از بررسی مولفه‌ها و ابعاد این مفهوم، لازم است موضوع کلی‌تر خدمات مورد توجه قرار گیرد. به طور کلی هر نوع خدمتی را می‌توان تراکنشی تعریف کرد که در آن هیچ کالای فیزیکی بین فروشنده و خریدار مبادله نمی‌شود. معمولاً خدمات به سه دسته تقسیم می‌شود: (۱) خدمات کسب‌وکار<sup>۲</sup> به معنای خدمات مورد نیاز سازمان‌ها و کسب‌وکارها برای تداوم فعالیتشان؛ (۲) خدمات اجتماعی<sup>۳</sup> به معنای خدماتی که با پشتیبانی دولت به عموم مردم ارائه می‌شود و (۳) خدمات شخصی<sup>۴</sup> که بر حسب نیاز اشخاص و منازل آنها ارائه می‌شود. مفهوم خدمات بازرگانی، ارتباط بسیار نزدیکی با خدمات کسب‌وکار دارد. این مفهوم در منابع مختلف گاه معادل خدمات کسب‌وکار، گاه زیرمجموعه آن و گاه وسیع‌تر ولی دارای همپوشانی با آن در نظر گرفته می‌شود. برخی تعاریف موجود برای خدمات بازرگانی به شرح زیر قابل بیان هستند:

منبع	تعریف خدمات بازرگانی	تفسیر تعریف
قوانین ایالت ویرجینیای آمریکا	ارائه خدمات به مشتریان درگیر در فروش کالا یا خدمت، موسسات آموزشی، واحدهای قضایی و آژانس‌های دولتی	خدمات بازرگانی، زیرمجموعه‌ای از خدمات کسب‌وکار لحاظ شده است.
سازمان تجارت جهانی	شامل سه گروه فعالیت‌های حمل‌ونقل (حمل‌ونقل کالا و مسافر، اجاره وسایل نقلیه و خدمات پشتیبان و جانبی مربوطه)، سفر (کلیه خدمات اقامت، غذا و آشامیدنی، سرگرمی و حمل‌ونقل و ... برای مسافران) و سایر خدمات بازرگانی (ارتباطات، ساختمان، بیمه، مالی، رایانه و خدمات اطلاعات و انواع خدمات حرفه‌ای و فنی مورد نیاز کسب‌وکارها)	خدمات بازرگانی با خدمات کسب‌وکار و خدمات شخصی که به افراد ارائه می‌شود همپوشانی دارد.
گزارش‌های تحلیل بازار جهانی خدمات بازرگانی منتشر شده توسط موسسات بین‌المللی تحقیقات بازار	خدماتی که توسط نهادها (اعم از سازمان‌ها، افراد یا کسب‌وکارها) به منظور پشتیبانی عملیات روزانه دیگر کسب‌وکارها و سازمان‌ها ارائه می‌شود. شامل خدمات مدیریتی، خدمات پشتیبانی ساختمان و تسهیلات، خدمات استخدام، خدمات پشتیبان کسب‌وکار، خدمات هماهنگی سفر و اقامت، خدمات مدیریت ضایعات و پاکسازی، خدمات امنیتی، خدمات ساختمانی و دیگر خدمات پشتیبان تعریف می‌شود.	خدمات بازرگانی تقریباً معادل تعریف خدمات کسب‌وکار در نظر گرفته می‌شود. هر چند در این طبقه‌بندی خدمات کسب‌وکار خود به عنوان زیرمجموعه‌ای از خدمات بازرگانی تعریف شده است.

بر اساس اشتراکات تعاریف مطروحه و انطباق تقریبی آنها با نظام طبقه‌بندی ISIC ویرایش ۴، می‌توان مصادیق عمده خدمات بازرگانی را به شرح زیر طبقه‌بندی نمود:

۱. **خدمات لجستیک** (اعم از حمل‌ونقل، انبارداری، خدمات جابجایی محموله و پشتیبانی حمل‌ونقل، انواع خدمات مرتبط با لجستیک، خدمات پست و پیک و ...)
۲. **خدمات اطلاعات و ارتباطات** (خدمات مخابرات، برنامه‌نویسی، مشاوره و دیگر امور رایانه، انتشار نرم‌افزار، پردازش و میزبانی داده‌ها، درگاه‌های وب و ...)
۳. **خدمات مالی و بیمه و خدمات جانبی مرتبط**



## دیدگاه

۴. خدمات حرفه‌ای، علمی و فنی (اعم از حسابداری و حقوقی، مشاوره مدیریت، تبلیغات و بازاریابی، خدمات معماری، مهندسی و تحلیل و آزمایش فنی و ...)
۵. خدمات اداری و پشتیبان (اعم از خدمات اجاره، استخدام، امنیت، خدمات رسانی به ساختمان‌ها و فضای سبز و سایر خدمات پشتیبان کسب و کار و ...)

### نکات کلیدی:

- توجه به ماهیت خاص بخش خدمات بازرگانی: خدمات بازرگانی دربرگیرنده طیف وسیع و متنوعی از انواع کسب و کارهاست که در حوزه تولی‌گری نهادهای متفاوت قرار می‌گیرند. از سوی دیگر باید توجه داشت که در بسیاری از موارد، خدمات ارائه شده توسط فعالین خدمات بازرگانی، صرفاً محدود به کسب و کارها نمی‌شود. این امر نشان از پیچیدگی ماهیت این بخش دارد که باید بدان توجه داشت.
- اهمیت اتخاذ رویکرد یکپارچه در سیاستگذاری خدمات بازرگانی: با توجه به تعدد و پراکندگی نهادهای متولی خدمات بازرگانی مورد نیاز کسب و کارها، سیاستگذاری هماهنگ این حوزه تاکنون مغفول واقع شده است. لذا پیشنهاد می‌شود رویکرد یکپارچه‌ای در این خصوص اتخاذ گردد تا بدین ترتیب توسعه و ارتقای این خدمات به صورت نظام‌مند و بر اساس نیازمندی‌های حلقه‌های مختلف زنجیره‌های تامین در دستور کار قرار گیرد.
- لزوم تعریف یک چارچوب مورد اجماع در خصوص قلمرو خدمات بازرگانی: یکی از مهمترین نیازهای سیاستگذاری یکپارچه خدمات بازرگانی، وجود چارچوبی مشخص برای قلمرو انواع کسب و کارهای مشمول این حوزه است که مورد اجماع تمامی نهادهای متولی باشد. این چارچوب می‌تواند مبنای تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های بعدی برای این حوزه قرار بگیرد.