



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری  
سال دهم / شماره سی‌وهشتم / تابستان ۱۴۰۰

## طراحی مدل توسعه متوازن صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت راهبردی سرمایه‌ها

پرویز تورانی قزوینی

دانشجوی دوره دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد امارات  
Info@hbtc.biz

اصغر مشبکی

استاد گروه مدیریت، دانشگاه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت و مدرس، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)  
moshabak@modares.ac.ir

حمیدرضا سعیدنیا

دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
Dr.saeednia1@gmail.com

علی بدیع زاده

استادیار گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.  
Abadizadeh@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۱/۲۶ تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۱/۲۹

### چکیده

از دیرباز تاکنون، توسعه سرمایه، افزایش رشد اقتصادی، توسعه میزان ارتباطات و مبادلات اقتصادی و در یک تعریف عام، تولید ثروت برای کشورها، از اهمیت فراوانی برخوردار بوده است. علی‌رغم اهمیت بالای تأثیر صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا در توسعه اقتصاد کشور، داده‌های آماری حکایت از توسعه پایین این صنعت متناسب با ظرفیت‌های موجود و موقعیت ژئواستراتژیک سرزمینی ایران دارد، از این رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر «طراحی مدلی توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت راهبردی سرمایه‌ها» بوده است. این پژوهش دارای ماهیتی اکتشافی - کاربردی؛ با پارادایم تفسیری-ساختاری؛ رویکرد آمیخته با روش‌های کیفی داده بنیاد و روش کمی معادلات ساختاری است منبع گردآوری داده‌ها در این پژوهش در فاز کیفی مقالات، اسناد بالادستی، مصاحبه‌ها و در فاز کمی پرسشنامه و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در فاز کیفی داده بنیاد/ نظام‌مند با بهره‌مندی از نرم‌افزار مکس کیو دا و در فاز کمی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش نخبگان و خبرگان حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای کالا بودند که با روش گلوله برفی شناسایی و انتخاب و تا اشباع نظری این فرآیند ادامه داشته است. بر اساس یافته‌های این پژوهش ابعاد الگوی مذکور

عبارتند از: دانش و پژوهش؛ ارتقاء الگوهای رفتاری؛ بهبود فرآیندهای فضای کسب و کار؛ هوشمند سازی فرآیندها؛ استفاده از فناوری و تجهیزات روز؛ توسعه زیرساخت‌ها.

**واژه‌های کلیدی:** طراحی مدل - توسعه صنعت - حمل‌ونقل جاده‌ای کالا - مدیریت سرمایه - هوشمند سازی.

### ۱- مقدمه

انسان در فرآیند زندگی اجتماعی خود در طول تاریخ با نیازهای متعددی رو به رو بوده است و پاسخ به این نیازها موجب تغییر و تحول در زندگی اجتماعی بشر و اختراعات و نوآوری‌های فراوانی در این زمینه شده است. یکی از نیازهای اولیه انسانی که با توسعه اقتصادی و اجتماعی دامنه گسترده‌تری پیدا کرده و امروز خود یکی از مظاهر تمدن به شمار می‌آید، مسئله حمل‌ونقل است. بخش حمل‌ونقل از بخش‌های زیربنایی هر جامعه است که علاوه بر تحت تأثیر قرار دادن فرآیند توسعه، خود نیز در جریان توسعه دچار تحول می‌شود. (لانگ و اسدی، ۱۳۹۴: ۷) امروزه توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها وابسته به توانمندی آن‌ها در به‌کارگیری فناوری‌های نوین، ساماندهی و سازماندهی شبکه‌های ارتباطی در مقیاس منطقه‌ای، ملی، جهانی است. در این بین رشد اقتصادی و بهبود شرایط زیستی افراد مستلزم وجود شبکه‌های ارتباطی منسجم و کارای حمل‌ونقلی است که بتواند بین مراکز استخراج منابع طبیعی و مراکز تولید کالا و توزیع آن در بازار مصرف‌کننده تعادل ایجاد نماید. (حلاجیان، ۱۳۹۶: ۱۳۹) بنابراین یکی از نیازهای مهم برای جوامع توسعه‌یافته صنعتی و در حال توسعه، ایجاد دستگاه‌های حمل‌ونقل کامل، منظم و گسترده است. میزان صنعتی شدن جوامع در افزایش سوددهی اقتصادی بسیار مؤثر است. صنایع اولیه نیازهای قابل‌ملاحظه‌ای برای حمل‌ونقل کالا دارند. توزیع صنایع مختلف در نواحی تولید، نشان‌دهنده نیازها وسیع برای جابجایی افراد و انتقال کالا می‌باشند. (اچ پل، ۱۳۹۲)

پیدایش انواع وسایل نقلیه، به‌کارگیری فناوری‌های مختلف و احداث شبکه‌های ارتباطی از گذشته‌های دور تاکنون به موازات تغییر و تحولات اجتماعی و اقتصادی جوامع انسانی رخ داده است. محیط طبیعی، رشد فن‌آوری و سیاست‌گذاری دولت‌ها و حکومت‌ها در زمینه حمل‌ونقل از فاکتورهای عمده و تأثیرگذار بر روند شکل‌گیری اشکال مختلف حمل‌ونقل بوده است. در حال حاضر برای حمل کالا و مسافر پنج روش مهم وجود دارند که عبارتند از: حمل‌ونقل جاده‌ای، حمل‌ونقل ریلی، حمل‌ونقل هوایی، حمل‌ونقل آبی، خطوط لوله. (اچ پل، ۱۳۹۲)

در بین روش‌های حمل‌ونقل، حمل‌ونقل جاده‌ای پرکاربردترین، سیستم حمل‌ونقل در جهان است و آمار آن نسبت به موقعیت جغرافیای کشورها در کره زمین متفاوت است اما معمولاً حدود ۸۵ تا ۹۰ درصد کل حمل‌ونقل‌ها را به خود اختصاص داده است. (بنکس، ۱۳۹۳)

جمهوری اسلامی ایران؛ از جمله کشورهایی است که به لحاظ قرار گرفتن در موقعیت جغرافیایی بسیار مناسب از مزایای ترانزیتی خوبی بهره‌مند بوده و با گسترش شبکه حمل‌ونقل و ارتباط مطمئن و کارآمد می‌تواند از این مزایای در راستای افزایش درآمدهای ارزی و ارتقای موقعیت استراتژیک خود در منطقه به نحو مطلوب

استفاده کند. در جنوب ایران خلیج فارس و دریای عمان با سواحل راهبردی مکران قرار دارد که کشورهای عمده تولیدکننده نفت جهان را در خود جای داده است. این منطقه به‌عنوان گلوگاه انرژی جهان محسوب می‌شود. در شمال ایران نیز دریای خزر قرار دارد که بهترین پل ارتباطی میان کشورهای ایران، روسیه، قزاقستان، ترکمنستان و آذربایجان است و می‌تواند نقش مهمی در تجارت میان این کشورها ایفا کند. از سوی دیگر ایران از غرب و شرق با کشورهای عراق، ترکیه، پاکستان و افغانستان همسایه است. به عبارتی می‌توان گفت ارتباط ایران با ۱۵ کشور جهان از طریق مرزهای آبی و خاکی برقرار می‌شود و درعین حال نیز ایران به‌نوبه خود می‌تواند به‌عنوان پل ارتباطی میان این کشورها (با یکدیگر و سایر مناطق جهان) ایفای نقش نماید. از طرف دیگر این کشورها جمعیت بزرگی را در خود جای داده و از درآمدهای زیادی نیز برخوردارند که این عامل نیز به‌نوبه خود علاوه بر در اختیار داشتن منابع و ثروت‌های ملی خدادادی می‌تواند به‌عنوان عامل توسعه ترانزیت و تجارت در منطقه مؤثر باشد. ارتباط کشورهای آسیای مرکزی با خلیج فارس و همچنین برقراری رابطه تجاری بین شرق آسیا با کشورهای اروپایی از طریق ایران بسیار مقرون به‌صرفه است به‌نحوی که بسیاری از این کشورها به دنبال آن هستند تا چنین روابطی را از طریق ایران برقرار کنند.

با این وجود بسیاری از صاحب‌نظران علم اقتصاد و متصدیان بخش دولتی و خصوصی مرتبط با صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا بر این اعتقادند که در ایران علی‌رغم اهمیت بالای تأثیر این صنعت در توسعه اقتصاد کشور و همچنین ظرفیت فوق‌العاده این صنعت به‌تناسب موقعیت ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیکی سرزمینی ایران، در ایجاد و گسترش کریدورهای شمالی - جنوبی و شرقی - غربی ترانزیتی و شبکه‌های متعدد درون کشوری، چندان توجهی به آن نشده است و همچنان این بخش از اقتصاد کشور به شکل کاملاً سنتی یا نیمه مدرن مدیریت و سازماندهی می‌شود؛ بدون تردید تحول در صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا<sup>۱</sup> در کشور همچون بسیاری از امور نیازمند جذب سرمایه‌های کلان و مدیریت صحیح این سرمایه‌گذاری‌ها در جهت توسعه متوازن بخش‌های مختلف مرتبط با این صنعت است. بسیاری از خیرگان و دست‌اندرکاران این حوزه معتقدند لازم توسعه هدفمند هر صنعتی نیازمند الگوی مدیریت سرمایه است؛ بنابراین الگوی مدیریت سرمایه یک نوع برنامه‌ریزی راهبردی توسعه متوازن صنعت محسوب می‌گردد (آقا محمدی و طاهری، ۱۳۹۸: ۱۵۳) ارزش یک شرکت، تابع سودآوری سرمایه‌گذاری‌های آن شرکت است؛ لذا مدیران با هدف حداکثر نمودن ثروت سهامداران، باید با شناخت عوامل مؤثر بر سطح سرمایه‌گذاری، بین انتظارات سهامداران و فرصت‌های سرمایه‌گذاری مطلوب شرکت، تعامل برقرار نمایند تا هم فرصت‌های سودآور سرمایه‌گذاری را از دست ندهند و هم رضایت سهامداران را جلب کنند (فزاری، ۲۰۰۰). عوامل زیادی بر سرمایه‌گذاری اثر می‌گذارند اما تأثیر آن‌ها در همه زمان‌ها و مکان‌ها یکسان نیست (استرلی و لوین، ۳، ۲۰۰۱).

اهمیت سرمایه‌گذاری برای رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی به‌اندازه‌ای است که آن را یکی از اهرم‌های قوی برای رسیدن به توسعه کرده است؛ اما باید به یادداشت که به همان میزان که توجه به این امر می‌تواند باعث شود اقتصاد رشد یابد و شکوفا شود، توجه نکردن به جذب سرمایه یا تخصیص نامتوازن سرمایه‌های جذب‌شده می‌تواند موجب افت اقتصادی و یا توسعه نامتوازن پیش آید؛ بنابراین باید گفت که رشد اقتصادی و

افزایش رفاه عمومی، در بلندمدت، بدون توجه به سرمایه‌گذاری و مدیریت صحیح و متوازن آن ممکن نیست. از این رو مطالعه‌ی دقیق تجزیه و تحلیل سرمایه‌گذاری و عوامل مهم در محیط فعالیت سرمایه‌گذاران می‌تواند از یک‌طرف موجب شود حجم نقدینگی‌های سرگردان و تورم کاهش یافته، اشتغال افزایش یابد و از طرف دیگر، باعث شود مدیریت بهتر شده، ثروت سرمایه‌گذاران افزون گردد و بخش‌های مختلف و مرتبط صنعت متناسب با هم رشد یابد. (جعفری، ۱۳۸۷).

بر این اساس دغدغه و مسئله کلان این پژوهش شناسایی ابعاد یا مقوله‌های کلیدی مؤثر بر توسعه متوازن صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا است که می‌بایست در مدیریت سرمایه‌های جذب‌شده یا برنامه‌های جذب سرمایه‌های جدید، به‌دقت مورد توجه قرار گرفته شوند لذا هدف اصلی این پژوهش شناسایی و طراحی ابعاد و مؤلفه‌های راهبردی مؤثر بر توسعه متوازن صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا به‌منظور مدیریت راهبردی سرمایه‌های بالفعل و بالقوه است.

## ۲- مبانی نظری

### حمل‌ونقل

«حمل‌ونقل» انتقال اشخاص و کالاها از نقطه‌ای به نقطه دیگر است. صنعتی که به تجهیز ملزومات حمل و انتقال اشخاص و کالاها می‌پردازد بخش مهمی از اقتصاد ملی را تشکیل می‌دهد که به صنعت حمل‌ونقل شهرت یافته است. این صنعت سه بخش اساسی دارد: ۱- تجهیزات ساختاری که مشتمل است بر شبکه‌های حمل‌ونقل (مانند جاده‌ها، خطوط راه‌آهن و...) و پایانه‌ها (مانند بندرها، فرودگاه‌ها) ۲- وسایل حمل‌ونقل مانند کامیون‌ها، هواپیماها ۳- عملکرد یعنی ضوابطی که وسایل حمل‌ونقل بر اساس آن در شبکه‌های حمل‌ونقل حرکت می‌کنند؛ مانند ضوابط قانونی و آیین‌نامه‌ها حمل‌ونقل. حمل‌ونقل جاده‌ای، شهری، ریلی، دریایی، زمینی و هوایی انواع ساده حمل‌ونقل هستند. چنانچه حمل‌ونقل توسط ترکیبی از انواع مذکور صورت گیرد، حمل‌ونقل چند کیفیتی<sup>۴</sup> یا مرکب نامیده می‌شود. حمل‌ونقل مرکب گاه توسط شخص واحد صورت می‌گیرد که تجهیزات مختلف حمل‌ونقل را در اختیار دارد و گاه توسط چند شخص یا موسسه که با یکدیگر تلفیق شده‌اند. در مواردی نیز واسطه‌ها مانند فورواردرها<sup>۵</sup> یا شیپینگ اجنت<sup>۶</sup> عامل حمل‌ونقل مرکب‌اند. در عرف تجاری اصطلاح حمل سراسری<sup>۷</sup> معرف یک شیوه مستقل حمل‌ونقل نیست بلکه ناظر بر مواردی است که حمل‌ونقل، اعم از آنکه ساده یا مرکب باشد، توسط بیش از یک شرکت یا موسسه حمل‌ونقل صورت می‌گیرد. (محبی، ۱۳۹۲)

حمل‌ونقل جاده‌ای، یکی از قدیمی‌ترین راه‌های جایجایی کالا و حمل بار می‌باشد که از نظر قیمت و سرعت، جهت حمل بسیاری از کالاها، بسیار مناسب است. زیرساخت ساختمان، حرفه ترابری جاده‌ای را، می‌توان به راه‌ها و بارگیرها تقسیم و قسمت کرد به‌عنوان مثال، برای نام بردن چند نمونه، از سرویس‌های شرکت حمل‌ونقل جاده‌ای می‌توان به کامیون یخچالی و محموله‌های حجیم، ترانزیت کالا و ارسال کالا به‌صورت درب تا درب را نام برد. بخش حمل‌ونقل جاده‌ای، با آمار سالیانه ۶۰۰ میلیون تن جایجایی کالاها و ۱۰ میلیون تن ترانزیت کالاها، نقش مهمی را در حمل‌ونقل داخلی و بین‌المللی دارد. نکته‌ای که دارای اهمیت می‌باشد این است که بخش

دولتی، هیچ دخالتی در امور اقتصادی و سرمایه‌گذاری این عرصه نداشته است و نقش آن به سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و نظارت‌های کلان، محدود می‌باشد. سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای، عهده‌دار وظایف دولت در این زمینه می‌باشد. (پور خلیقی، ۱۳۹۵) مهم‌ترین مزیت حمل و نقل جاده‌ای کالا در مقایسه با سایر روش‌ها مانند حمل و نقل ریلی، دریایی و هوایی عبارتند از: هزینه کمتر برای ایجاد جاده، مناسب برای فواصل کوتاه و انعطاف‌پذیر، دسترسی آسان، احتمال آسیب کمتر در حمل و نقل، صرفه‌جویی در هزینه بسته‌بندی، سرعت انتقال، مکمل دیگر روش‌های ترابری. همچنین معایب این روش نیز شامل: طبیعت فصلی کشور، نامناسب برای فاصله‌های طولانی، تحت تأثیر عوامل متعدد قرار گرفتن، بدون چهارچوب تعریف‌شده، ایمنی، آسیب به محیط‌زیست، می‌شود. (خوشخو، ۱۳۹۶)

### سرمایه‌گذاری

سرمایه‌گذاری، فعالیتی در قالب به‌کارگیری وجوهی است که بتواند یک جریان سودآور آتی ایجاد نماید. طبق این تعریف، هریک از موارد تعهد وجوه دارایی‌های مالی<sup>۸</sup>، دارایی‌های جنسی<sup>۹</sup> و فعالیت‌های تولیدی<sup>۱۰</sup> معنای سرمایه‌گذاری پیدا می‌کند. دارایی‌های مالی، شامل سپرده‌های بانکی، خرید اوراق قرضه ملی و اوراق قرضه شرکت‌ها، خرید سهام و ... است. دارایی‌های جنسی، شامل فلزات قیمتی، زمین، ساختمان و هر نوع کالای بادوام دیگری است که به‌منظور کسب سود، خریداری شده باشند. در قالب تعریف رسمی، هر سه دسته فعالیت‌های مذکور، جنبه سرمایه‌گذاری دارند، اما در تعبیر کاربردی تنها تعهد وجوه در فعالیت‌های تولیدی، جنبه «مخارج سرمایه‌ای» (اصطلاح معادل سرمایه‌گذاری) دارد (خورشیدی، ۱۳۹۵). سرمایه‌گذاری دولتی معمولاً مستقل از انگیزه کسب سود و درآمد صورت می‌گیرد؛ و حال سرمایه‌گذاری خصوصی تحت انگیزه کسب سود قرار دارد و نسبت به شرایط کلان، نا اطمینانی و بی‌ثباتی سیاست‌ها بسیار حساس است و در این شرایط جهت جبران کاهش سرمایه‌گذاری خصوصی، ممکن است سرمایه‌گذاری دولتی افزایش یابد.

بیان فرآیند سرمایه‌گذاری در یک حالت منسجم، مستلزم تجزیه و تحلیل ماهیت اصلی تصمیمات سرمایه‌گذاری است. در این حالت فعالیت‌های مربوط به فرآیند تصمیم‌گیری تجزیه‌شده و عوامل مهم در محیط فعالیت سرمایه‌گذاری که بر روی تصمیم‌گیری آن‌ها تأثیر می‌گذارد مورد بررسی قرار می‌گیرد. (جعفری، ۱۳۸۷). تحلیل رفتار سرمایه‌گذاری در ادبیات مالی مدت‌ها بر اساس نظریات کلاسیک مانند نظریه مطلوبیت اقتصادی و نظریه رقابت<sup>۱۱</sup> تفسیر می‌شد. بر اساس اصول بنیادین نظریه مطلوبیت که توسط مورگنسترن<sup>۱۲</sup> (۱۹۴۷) توسعه داده شد، یک سرمایه‌گذار: کاملاً عقلانی تصمیم خواهد گرفت؛ قادر به حل مسائل پیچیده خواهد بود؛ ریسک‌گریز است؛ همواره درصد آن است که ثروت خود را حداکثر نماید (ناگی و ابن بنگر<sup>۱۳</sup>، ۱۹۹۴). عوامل زیادی در تصمیمات سرمایه‌گذاری یک شرکت تأثیرگذار است. این عوامل با تأثیر بر انتخاب پروژه‌های سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، می‌توانند بر هزینه سرمایه، سودآوری، منفعت مورد انتظار سهامداران، ارزش سهام شرکت در آینده اثر بگذارند. اهمیت این بررسی در ارزیابی قیمت سهام و پروژه‌های سرمایه‌گذاری است (جعفری، ۱۳۸۷). مدیران شرکت‌ها، با شناخت عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری و با به‌کارگیری آن‌ها در رسیدن به سطح سرمایه‌گذاری بهینه، می‌توانند نهایت بازدهی را ایجاد کنند (وردی<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۶). لذا شناخت عوامل مهم و تأثیرگذار بر سطح سرمایه‌گذاری‌ها، در

ارزیابی، شناسایی و تعیین سطح بهینه سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، بسیار حائز اهمیت است (تهرانی و حصار زاده، ۱۳۸۸).

### مدیریت راهبردی سرمایه‌ها

سازمان باید با در نظر گرفتن نوعی رابطه سلسله مراتبی بین برنامه استراتژیک و برنامه‌های عملیاتی، بودجه عملیاتی خود را تدوین کند (فرو، ۲۰۰۵). با توجه به نوع و هدف برنامه‌ریزی، برنامه استراتژیک شامل مشخص کردن فعالیت‌ها، وظایف و همچنین بودجه مورد نیاز برای اجرا خواهد بود. از زمانی که اجرای استراتژی به تخصیص منابع مالی نیاز پیدا کرد، بودجه‌ریزی با برنامه استراتژیک سازمان مرتبط شد و به دنبال آن، مسئولیت‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در زمین فلسفه وجودی سازمان و اهداف بلندمدت و کوتاه-مدت آن، داده‌هایی با قابلیت کمی شدن برای ارائه اطلاعات معنادار در خصوص پیامدهای برنامه و همچنین ارزیابی میزان پیشرفت سازمان به سمت هدف‌های مشخص بر مبنای عملکرد را بر عهده گرفت (بینیتو، ۲۰۱۳).

برنامه‌های عملیاتی، برنامه‌هایی هستند که اجرای برنامه استراتژیک را تشریح می‌کنند (کنان و همکاران، ۲۰۱۳) و شامل تصمیم‌گیری کوتاه‌مدت برای استفاده بهینه از منابع طی دوره زمانی خاص با در نظر گرفتن شرایط و تغییرات محیطی هستند (آیسیلندیس، ساماراس و امیلان، ۲۰۰۸). در حالی که مدیریت عملکرد، میان برنامه استراتژیک، توسعه استراتژی، تعیین اهداف و کنترل، رابطه اصلی ایجاد می‌کند، به نحوی که نسبت به پیگیری اهداف استراتژیک اطمینان حاصل شود (کاپلان و نورتن، ۲۰۰۱) بودجه‌ریزی بر مبنای عملکرد، با توسعه معیارهای عملکردی مستخرج از بیانیه مأموریت، اهداف مرتبط و برنامه استراتژیک سازمان، آغاز می‌شود. هنگامی که معیارها تنظیم شدند، فرایند به سمت مدیریت عملکرد حرکت می‌کند که شامل استفاده از داده‌های عملکرد در تصمیم‌گیری به‌ویژه در محدوده‌های کارکردهای اصلی می‌شود (کوتاس، ۲۰۰۴). هنگامی فرایند کامل می‌شود که مدیران ارشد و برنامه‌ریزان سازمان، از اطلاعات استخراج‌شده برای تصمیم‌گیری در مورد برنامه‌ریزی، سازماندهی، کارمند، توسعه، ارزیابی و تدوین بودجه استفاده کنند (ریونبرک، ۲۰۰۴) بر همین مبنای مدیریت سرمایه‌های جذب‌شده در واقع نوعی مدیریت راهبردی است سرمایه-های مادی و معنوی سازمان است متناسب با اهداف کلان و راهبردی حوزه مربوطه که منجر به توسعه متوازن ابعاد مختلف سازمان گردد.

اولین مطالعات تجربی در زمینه رفتار سرمایه‌گذاران حقیقی در بازار سرمایه به دهه ۷۰ برمی‌گردد. یکی از اولین مطالعات پیمایشی در زمینه رفتار سرمایه‌گذار حقیقی توسط وارتون<sup>۱۵</sup> انجام گرفت. وی در مطالعات خود تأثیر متغیرهای جمعیتی<sup>۱۶</sup> را بر سرمایه‌گذاری و فرایند ترکیب پرتفوی مورد بررسی قرار داد. کان و لولن<sup>۱۷</sup> (۱۹۷۵) شواهد تجربی کاهش ریسک‌گریزی اشخاص در هنگام افزایش ثروت آنها را در بورس‌های معتبر جهان ارائه نمودند. همچنین رایلی و چو<sup>۱۸</sup> (۱۹۹۲) دریافتند که بین ریسک‌گریزی افراد و سن، درآمد، ثروت و تحصیلات افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد. با افزایش درآمد، ثروت و تحصیلات افراد، درجه ریسک‌پذیری آنها نیز افزایش خواهد یافت. ولی بین سن افراد و ریسک‌پذیری رابطه عکس وجود دارد. مطالعات لبرون و همکاران<sup>۱۹</sup>

(۱۹۹۲) ثابت نمود که درجه ریسک‌پذیری افراد تابعی از عوامل درونی شخص است و به ملاحظات بیرونی بازار ارتباطی ندارد.

### ۳- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف در دسته تحقیقات کاربردی- توسعه‌ای قرار دارد و به لحاظ استراتژی (راهبرد)، یک پژوهش آمیخته می‌باشد که ماهیتاً در زمره پژوهش‌های اکتشافی دومرحله‌ای کیفی- کمی قرار دارد؛ به این صورت که در مرحله اول با استفاده از روش کیفی (در اینجا داده بنیاد یا گزندتئوری)؛ ابعاد، مؤلفه‌های مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها شناسایی و سپس برای تأیید مدل، پرسشنامه‌ای طراحی تا نظرات جامعه آماری پژوهش مجدداً گردآوری و با استفاده از یک شیوه کمی، (در اینجا روش الگوسازی ساختاری تفسیری (با استفاده از نرم‌افزار لیزرل)) سنجش و ارزیابی گردیده است.

برای گردآوری اطلاعات در این پژوهش از هر دو روش اسنادی و میدانی استفاده شد و ابزار آن نیز در بخش اسنادی (کتابخانه‌ای) فیش‌برداری و در بخش میدانی مصاحبه و پرسشنامه می‌باشد جامعه آماری این پژوهش شامل نخبگان حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای است که حداقل یکی از شرایط زیر دارا هستند:

حداقل ده سال سابقه مدیریت کلان (سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر) در بخش‌ها یا سازمان‌های دولتی مرتبط با فعالیت حمل و نقل جاده‌ای کالا؛ حداقل پانزده سال سابقه مدیریت کلان در بخش خصوصی (شرکت‌های بزرگ و شناخته‌شده) مرتبط با فعالیت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا؛ دارای حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد در یکی از رشته‌های مرتبط با حمل‌ونقل جاده‌ای همراه با بیست سال فعالیت مرتبط با این حوزه در هر سطحی.

نظر به اینکه، این پژوهش در بخش اول از روش کیفی داده بنیاد انجام شد و گردآوری داده‌ها تا اشباع نظری ادامه داشت لذا محقق تا رسیدن به اشباع نظری از تمام خبرگانی که حداقل دارای یکی از ویژگی‌های مورد نظر جامعه خبرگی بودند ادامه داد، به‌طور کلی نمونه‌گیری در این نوع پژوهش‌ها صورت نمی‌پذیرد. روش دستیابی به این افراد نیز به استفاده از روش گلوله برفی بود به این شکل که محقق ابتدا بر اساس تجربه و دانش خود نفر اول را انتخاب نمود و در انتهای مصاحبه از وی درخواست می‌نمود خبره یا خبرگان دیگری که دارای ویژگی‌های یاد شده باشند و می‌توانند محقق را در این زمینه یاری نمایند معرفی کند این فرآیند تا اشباع نظری پژوهش ادامه داشت.

در گام نخست این پژوهش به‌منظور تحلیل کیفی داده‌های حاصل از هر دو بخش اسنادی و میدانی، از نرم‌افزار مکس کیو دا<sup>۲۰</sup> استفاده شد به این صورت که ابتدا فیش‌های گردآوری‌شده از اسناد کتابخانه‌ای تایپ و وارد نرم‌افزار یاد شده گردید؛ سپس به روش داده بنیاد اعمال کدگذاری یا نشانه‌گذاری باز و سپس کدگذاری محوری روی آن‌ها انجام شد این فرآیند در عمق‌بخشی به نگاه پژوهشگر کمک زیادی نمود در ادامه پژوهشگر به مرحله مصاحبه عمیق ورود پیدا کرد و داده‌های هر مصاحبه را به‌صورت جداگانه وارد نرم‌افزار مذکور نمود و عمل کدگذاری باز و سپس کدگذاری محوری روی آن‌ها صورت پذیرفت و این عمل تا آخرین مصاحبه ادامه یافت هر چند در مراحل نیز رفت‌وبرگشت‌های برای اطمینان از صحت انجام کار و مسیر تحلیل انجام شد. این

عمل به اعتمادپذیری نتایج و صحت تحلیل‌ها کمک کرد. در مرحله بعد محقق اقدام به کدگذاری انتخابی یا همان روایت داستان برگرفته از روابط طبقه‌ها و مفاهیم و نشانه‌های به دست آمده نمود که همان مرحله نظریه-پردازی روش محسوب می‌گردد محقق تلاش کرد که این روابط را در قالب شکلی فرآیندی به‌عنوان مدل تحقیق ارائه و نظر خبرگان را نیز در مورد آن اخذ نماید. در بخش دوم محقق برای کمی‌سازی نتایج بخش کیفی یا همان الگوی حاصل از گراند تئوری را در قالب یک پرسشنامه محقق ساخته طراحی نمود سپس این پرسشنامه در اختیار جامعه خبرگی قرار گرفت آنگاه داده‌های به دست آمده به کمک نرم‌افزار لیزرل مورد تحلیل کمی قرار گرفت.

به‌طور کلی این پژوهش با اتکا بر روش کیفی اکتشافی انجام گردیده و در راستای دستیابی به داده‌های مورد نیاز و گردآوری داده‌ها و به‌منظور شناسایی شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد عوامل راهبردی در صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا و در نهایت طراحی الگوی مربوطه، از روش مصاحبه، تحلیل اسناد و مطالعات پیشین استفاده شد. از این‌رو با استفاده از روش تئوری داده بنیاد که روشی برای یافتن روابط پنهان بین داده‌ها و خلق تئوری می‌باشد برای گردآوری و تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

#### ۴- یافته‌های پژوهش

برای دستیابی به اهداف پژوهش و بر اساس رویکرد کیفی، مقالات، سخنرانی‌های همایش‌های مرتبط با صنعت حمل‌ونقل مورد تحلیل قرار گرفت. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل داده بنیاد استفاده شده است. واحد تحلیل در این مطالعه؛ جملات، عبارات و یا واژه‌هایی می‌باشد که اشاره به عوامل راهبردی مؤثر بر توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها داشته است. متون به‌دقت مطالعه و به هر جمله و یا عباراتی که اشاره به موارد فوق داشته است، کد داده شده است (کدگذاری باز). عمل کدگذاری به‌صورت جداگانه برای تحلیل مصاحبه‌ها، مقالات و نیز اسناد انجام گرفت. سپس کدهای استخراجی در نرم‌افزار maxqda11 در کنار هم قرار داده شدند. در ادامه، عمل کدگذاری دوباره انجام گرفت. به موارد مشترک هر کدام یک کد و به موارد مختص هر کدگذاری نیز کدهای جداگانه اختصاص داده شد تا مقوله‌ها تشکیل گردیدند تا عوامل راهبردی یا الگو و مفهوم کلی تبیین گردید.

#### گام اول: کدگذاری باز

همان‌طور که در جداول زیر مشاهده می‌شود تلاش بر این بوده تا نکات کلیدی و مواردی را که در مقالات، اسناد و سخنرانی‌ها تکیه بیشتری بر آن‌ها شده استخراج گردد. در این مرحله متن تمامی سخنرانی‌ها، اسناد و مقالات وارد نرم‌افزار شد و به تمامی نکات کلیدی، عنوانی داده شد که در مجموع تعداد ۱۰۲ کد اولیه شناسایی گردید.



جدول شماره (۱): نمونه کدگذاری اولیه

سند	کد اولیه	متن منتخب
مصاحبه ششم	تدوین چشم‌انداز، مأموریت و اهداف	طراحی استراتژی‌های برند منطبق بر استراتژی‌های کسب و کار
مصاحبه ششم	تحقیقات بازار	تحقیقات بازار برای شناخت صحیح مخاطب
مصاحبه ششم	اطلاعات مشتریان	حال باید تیم برندینگ بسنجند که چه ورودی‌ها و چه فرآیندهایی لازم است تا خروجی‌های یاد شده را به دست آوریم؛ بنابراین به ورودی‌ها و فرآیندهایی نیاز داریم تا ما را به خروجی‌های موردنظر برسانند. ورودی‌های یک پروژه‌ی برندینگ معمولاً شامل اطلاعات بازار، کشف ویژگی‌های مخاطب هدف (نتایج تحقیقات بازار) و اهداف صاحب برند است.
مصاحبه ششم	اطلاعات رقبا	حال باید تیم برندینگ بسنجند که چه ورودی‌ها و چه فرآیندهایی لازم است تا خروجی‌های یاد شده را به دست آوریم؛ بنابراین به ورودی‌ها و فرآیندهایی نیاز داریم تا ما را به خروجی‌های موردنظر برسانند. ورودی‌های یک پروژه‌ی برندینگ معمولاً شامل اطلاعات بازار، کشف ویژگی‌های مخاطب هدف (نتایج تحقیقات بازار) و اهداف صاحب برند است.
مصاحبه ششم	اطلاعات بازارها	حال باید تیم برندینگ بسنجند که چه ورودی‌ها و چه فرآیندهایی لازم است تا خروجی‌های یاد شده را به دست آوریم؛ بنابراین به ورودی‌ها و فرآیندهایی نیاز داریم تا ما را به خروجی‌های موردنظر برسانند. ورودی‌های یک پروژه‌ی برندینگ معمولاً شامل اطلاعات بازار، کشف ویژگی‌های مخاطب هدف (نتایج تحقیقات بازار) و اهداف صاحب برند است.
مصاحبه ششم	فرهنگ‌سازی در خصوص برند	خوشبختانه امروزه تعداد کارشناسان و متخصصان برند سازی در کشور بسیار زیاد شده است. البته اگر بخواهیم این دوستان را دسته‌بندی کنیم، بر اساس سطح دانش و تجربه‌ی آن‌ها می‌توان این افراد را در سطوح مختلفی ارزیابی کرد. به هر شکل وجود منابع علمی، سمینارها، آموزشگاه‌ها و کتاب‌های مرجع موجود باعث شده تا سطح آگاهی عمومی از برند و برند سازی ارتقا یابد و در نتیجه‌ی همین پیشرفت، نیازهای فعلی مخاطبان در زمینه‌ی برند و برندینگ تغییر کند.

جدول شماره (۲): نمونه کدهای مستخرجه از مرحله کدگذاری باز

کدهای اولیه		
ایمینی کم	سامانه‌های درون خودرویی و کمک	کارکنان و فعالان حوزه حمل‌ونقل
جهانی شدن	ارتباطات بین خودرویی	ایجاد هویت
رقابت شدید بین‌المللی	برنامه‌های کاربردی موبایل	تنوع و تعدد شرکت‌ها
افزایش و گسترش خدمات و محصولات	مدل‌سازی و شبیه‌سازی	اقتصاد بزرگ و رو به رشد
پیچیدگی فرآیند	ارتقاء الگوهای رفتاری	منابع انسانی جوان و علاقه‌مند
فشار قیمتی بالا	آموزش عمومی مردم	موقعیت استراتژیک جغرافیایی
اهمیت زمان برای بشر امروز	آموزش متصدیان صنعت حمل‌ونقل	قرار گرفتن در مسیر جاده ابریشم
ایجاد تمایز	بهبود فضای کسب و کار	همسویی با طرح‌های بین‌المللی
کاهش ریسک	هوشمند سازی	اشتراکات فرهنگی با کشورهای همسایه
کاهش پیچیدگی	مدیریت ترافیک	ظرفیت‌های منطقه‌ای فراوان
جبران فشار قیمت	مدیریت سرعت	ظرفیت‌های بین‌المللی
ارائه ارزش اضافی	مدیریت حوادث	هوشمند سازی
لزوم استانداردسازی خدمات	مدیریت ناوگان	کنترل از راه دور
ارتقاء ایمینی	یکپارچگی در کاربرد سامانه‌ها	تبلیغات و اطلاع‌رسانی
جذب سرمایه‌های خرد	مدیریت واحد	چالش‌های اقتصادی موجود
استانداردسازی خدمات	مدیریت بهره‌برداری و نگهداری	تحریم و کارشکنی‌های
تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری	اطلاع‌رسانی پیش از سفر و حین	کارشکنی‌های برخی از همسایگان
حرکت به سمت حمل و نقل عمومی	اطلاعات برای رانندگان و مسافری	مدیریت سنتی و ناکارآمد
توجه به شأن مسافر	توسعه همکاری‌ها	زیرساخت ناکافی
تعدد ناوگان شخصی	توسعه فرهنگ	منابع انسانی آموزش ندیده

### گام دوم) کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی مقولات

در مرحله بعد، کدهای اولیه (به علت تعداد فراوان آن‌ها) به شکل سلسله مراتبی به کدهای ثانویه تبدیل می‌شوند. چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی می‌شود. در جداول زیر نتایج کدگذاری باز بر اساس کد ثانویه، کدهای مفهومی و مقولات ارائه شده است.

جدول شماره (۳): نمونه کدگذاری ثانویه

شناسه کد	کد اولیه	کد مرجع	فراوانی
1	ارتقاء ایمنی	بهبود فضای کسب و کار	۴
2	تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری	بهبود فضای کسب و کار	۱
3	توجه به شأن مشتری	ارتقاء الگوهای رفتاری	۱
4	شبکه‌سازی و ایجاد زنجیره در میان شرکت‌ها	هوشمند سازی	۱
5	تجمیع امکانات و اعتبار شرکت‌ها	توسعه زیرساخت‌ها	۱
6	اصلاح ساختار فعالیت شرکت‌ها	بهبود فضای کسب و کار	۱
7	اصلاح قوانین و مقررات مرتبط	بهبود فضای کسب و کار	۴
8	ایجاد فضای رقابتی سالم	بهبود فضای کسب و کار	۱
9	زیرساخت ارتباطی	توسعه زیرساخت‌ها	۲
10	تأمین انرژی برق	توسعه زیرساخت‌ها	۱
11	زیرساخت عمرانی جاده	توسعه زیرساخت‌ها	۱
12	پیاده‌سازی استانداردها	بهبود فضای کسب و کار	۱
13	سامانه‌های انتشار اطلاعات	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	۱
14	سامانه‌های ثبت تخلف	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	۱
15	هواشناسی جاده‌ای	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	۱
16	پرداخت الکترونیک	هوشمند سازی	۱
17	سامانه‌های درون خودروبی و کمک	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	۱
18	ارتباطات بین خودروبی	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	۱
19	برنامه‌های کاربردی موبایل	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	۱
20	آموزش عمومی مشتری‌ها و جامعه	ارتقاء الگوهای رفتاری	۱
21	آموزش متصدیان صنعت حمل و نقل	ارتقاء الگوهای رفتاری	۱
22	مدیریت ترافیک	هوشمند سازی	۱
23	مدیریت سرعت	هوشمند سازی	۱
24	مدیریت واحد	بهبود فضای کسب و کار	۲
25	مدیریت بهره‌برداری و نگهداری	بهبود فضای کسب و کار	۲
26	اطلاع‌رسانی پیش از سفر و حین	هوشمند سازی	۱
27	اطلاعات برای رانندگان و مشتری‌ها	هوشمند سازی	۱
28	کاهش دخالت دولت	بهبود فضای کسب و کار	۲
29	حرکت از راننده محوری به شرکت محوری	بهبود فضای کسب و کار	۱
30	تحلیل محیط	تحقیق و پژوهش	۱
31	توجه به مسئولیت اجتماعی	ارتقاء الگوهای رفتاری	۳
32	توجه به محیط‌زیست	ارتقاء الگوهای رفتاری	۱

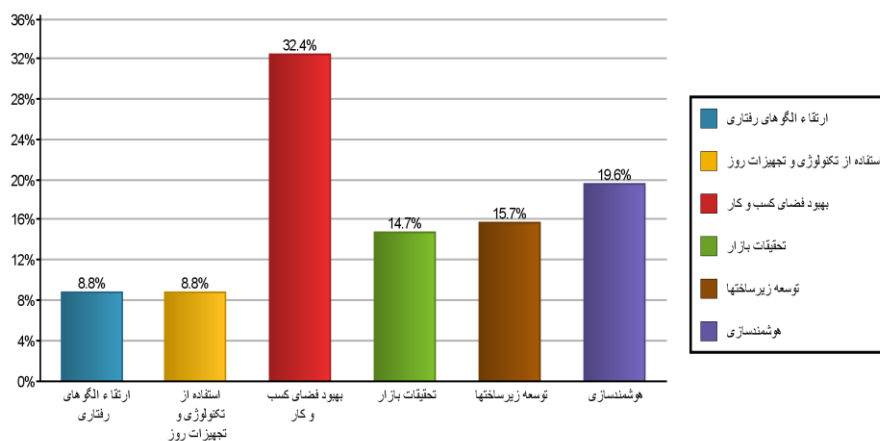
## شکل‌دهی به طبقه

در مرحله اول تحلیل (کدگذاری باز) با استخراج کدهای اولیه، تعداد ۷۹ کد شناسایی گردید. پس از کدگذاری باز؛ با الهام از مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش، کدهای استخراجی با توجه به نزدیکی و شباهت‌ها در نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی maxquad11 در مقوله‌های مختلفی دسته‌بندی شدند (کدگذاری محوری). تعیین و نام‌گذاری مقوله‌ها نیز بر اساس اصطلاحات فنی و تخصصی موجود در مقالات و پیشینه تحقیق انجام گرفته است. بعد از استخراج و دسته‌بندی کدها، شاخص مربوط به هر کد نیز تعیین گردید. در نهایت این ۷۹ کد استخراجی در قالب ۶ مقوله (بعد) دسته‌بندی شدن که فراوانی آن‌ها در جدول شماره ۴ مشاهده می‌گردد.

جدول ۴: آمار فراوانی ابعاد (مقوله‌های) مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها

راهبردها	فراوانی	درصد
ارتقاء الگوهای رفتاری	9	8.82
استفاده از فناوری و تجهیزات روز	9	8.82
بهبود فضای کسب و کار	33	32.35
توسعه تحقیق و پژوهش (تحقیقات بازار)	15	14.71
توسعه زیرساخت‌ها	16	15.69
هوشمندسازی	20	19.61
کل	102	100.00

## راهبردها

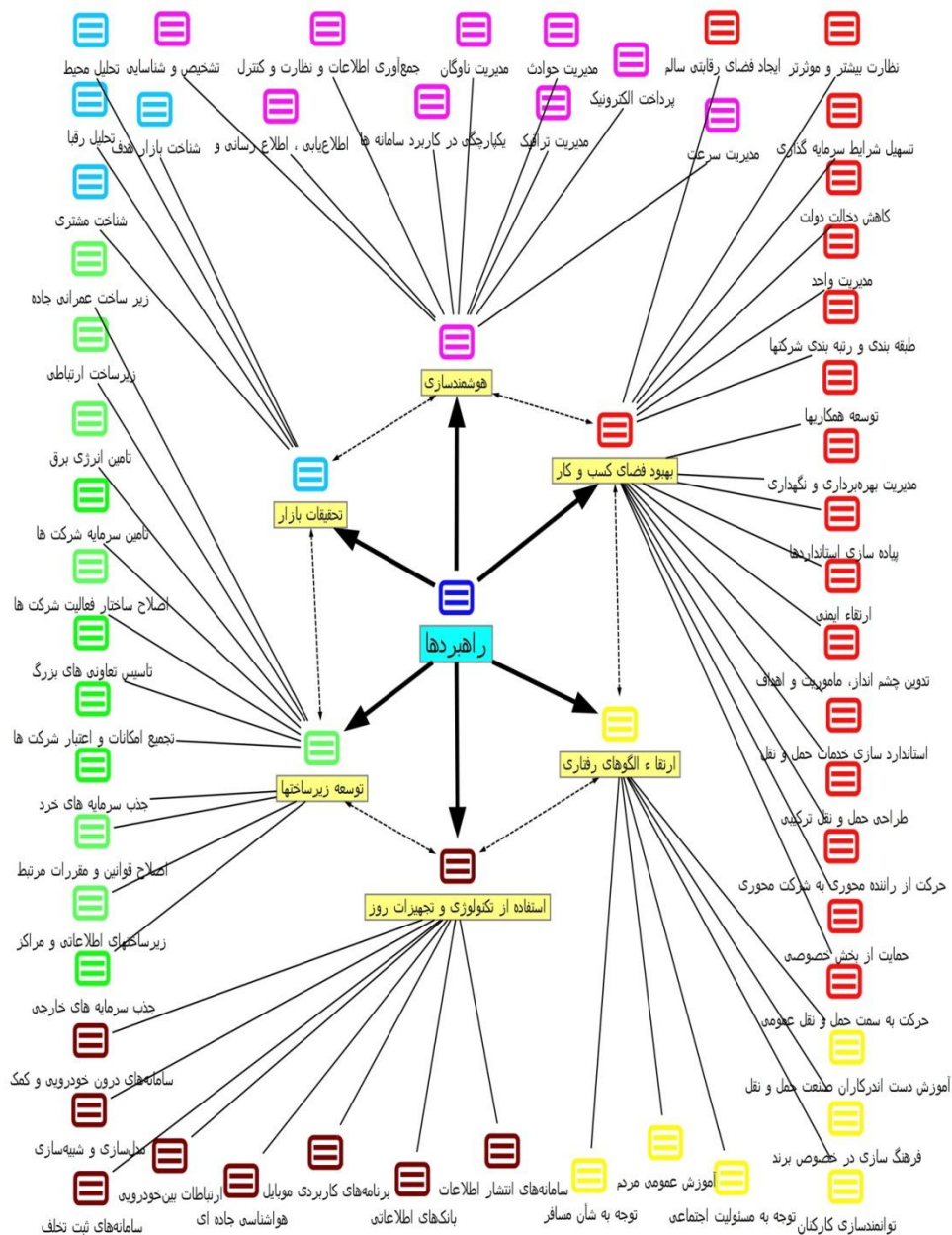


نمودار شماره (۱) فراوانی کدهای مربوط راهبردهای حمل‌ونقل جاده‌ای

جدول شماره (۵): کدهای محوری، گروه‌های فرعی و گروه‌های کلی راهبردها

مدل	ابعاد (مقوله‌ها)	مؤلفه‌ها (مفاهیم)
مدل توسعه صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها	بهبود فرآیندهای فضای کسب و کار	استانداردسازی خدمات حمل و نقل
		طراحی حمل و نقل ترکیبی
		ارتقاء ایمنی
		حرکت به سمت شرکت محوری (به جای راننده محوری)
		تدوین چشم‌انداز، مأموریت و اهداف
		پیاده‌سازی استانداردها
		کاهش دخالت دولت
		مدیریت بهره‌برداری و نگهداری
		مدیریت واحد
		توسعه همکاری‌ها
		طبقه‌بندی و رتبه‌بندی شرکت‌ها
		ایجاد فضای رقابتی سالم
		حمایت از بخش خصوصی
		نظارت بیشتر و مؤثرتر
		تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری
	حرکت به سمت حمل و نقل عمومی	
	انجام تحقیقات بازار (توسعه تحقیق و پژوهش)	تحلیل رقبا
		شناخت بازار هدف
		خودارزیابی مستمر
		شناخت مشتری
		دستیابی به نیاز مشتری
		فعال کردن اهرم گواهی اقتصادی
	هوشمند سازی	تحلیل محیط
		پرداخت الکترونیک
		جمع‌آوری اطلاعات، نظارت و کنترل
		تشخیص و شناسایی
		اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی
		یکپارچگی در کاربرد سامانه‌ها
		مدیریت ناوگان
	مدیریت حوادث	
مدیریت سرعت		

	ارتقاء الگوهای رفتاری	مدیریت ترافیک
		توانمندسازی کارکنان
		توجه به مسئولیت اجتماعی
		فرهنگ‌سازی در خصوص برند
		توجه به شأن مشتری
		آموزش متصدیان صنعت حمل‌ونقل
		آموزش عمومی مردم
	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	سامانه‌های انتشار اطلاعات
		سامانه‌های ثبت تخلفات
		هواشناسی جاده‌ای
		بانک‌های اطلاعاتی
		سامانه‌های درون خودرویی و کمک‌راننده
		ارتباطات بین خودرویی
		برنامه کاربردی موبایل
	توسعه زیرساخت‌ها	مدل‌سازی و شبیه‌سازی
		جذب سرمایه‌های خارجی
		جذب سرمایه‌های خرد
		تجمیع امکانات و اعتبارات شرکت‌ها
		تأمین سرمایه شرکت‌ها
		تأسیس تعاونی‌های بزرگ
		اصلاح ساختار فعالیت شرکت‌ها
اصلاح قوانین و مقررات مرتبط		
توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی		
تأمین انرژی		
گسترش زیرساخت‌های عمرانی و جاده‌ها		
توسعه زیرساخت‌های ارتباطی		



نمودار شماره (۲) ابعاد (مقوله‌ها) و مؤلفه‌ها (مفاهیم) مدل توسعه صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها

### نرمال بودن داده‌ها

از جمله پیش‌شرط‌های به‌کارگیری تحلیل داده‌ها آن است که داده‌های آماری دارای توزیع نرمال باشند. برای آزمون نرمال بودن از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود که یک نوع آزمون نا پارامتریک می‌باشد. در صورتی که مقدار آماره ارائه شده توسط این آزمون بیشتر از ۵٪ باشد، فرض صفر آماری مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیر مورد بررسی با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود.

جدول شماره (۶): آزمون نرمال بودن کلموگروف-اسمیرنوف

نتیجه فرضیه	سطح معناداری	آماره z	متغیرهای پژوهش
نرمال است	۰/۱۵	۱/۵۶۸	راهبردها

در این آزمون هرگاه سطح معناداری (sig) از ۰۰۵ کمتر باشد فرضیه  $H_0$  رد شده و ادعای نرمال بودن توزیع داده‌ها را نمی‌توان پذیرفت. چون مقدار سطح معناداری در تمامی متغیرها از مقدار خطای ۰/۰۵ بزرگ‌تر است، پس فرض صفر را نتیجه می‌گیریم یعنی متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال هستند.

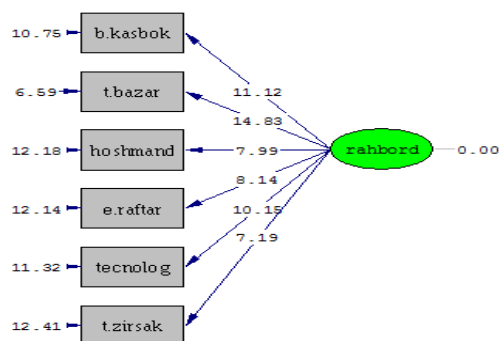
### تحلیل عاملی

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون مدل لازم است از تناسب مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل کنیم، لذا در ادامه مدل‌های اندازه‌گیری این متغیرها به ترتیب آورده می‌شود که این کار توسط مدل معادلات ساختاری انجام می‌گیرد؛ لازم به ذکر است که مدل اندازه‌گیری روابط بین متغیرهای مکنون و مشهود را تعریف می‌کند (سرمد و دیگران، ۱۳۸۴: ۲۷۷) معمولاً در فضای تصویری متغیرهای مکنون به‌وسیله دایره و متغیرهای مشهود (ابعاد هر مفهوم) به‌وسیله مستطیل نمایش داده می‌شوند.

تناسب مدل اندازه‌گیری راهبردها توسط مدل معادلات ساختاری انجام می‌گیرد؛ شکل شماره ۱ خروجی نرم‌افزار لیزرل در این خصوص را نشان می‌دهد.

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل متوجه می‌شویم که مدل اندازه‌گیری مدل مناسبی برای مدل می‌باشد؛ چون که مقدار کای دو آن به درجه آزادی کوچک‌تر از ۵ مقدار RMSEA آن کم بوده و مقدار شاخص‌های برازش همگی بالای ۹۰ درصد و بار عاملی تمام سؤالات بزرگ‌تر از ۵ می‌باشد بنابراین از تمام سؤالات در آزمون فرضیات استفاده می‌شود.





شکل شماره (۱) تحلیل عاملی تأییدی ابعاد مدل توسعه صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها

جدول شماره (۷) ضرایب مسیر و t-Value ابعاد مدل توسعه صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها

عنوان مدل	ابعاد	ضریب مسیر	t-Value
مدل توسعه صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها	بهبود فضای کسب و کار	۰/۴۱	۶/۵۷
	انجام تحقیقات بازار	۰/۴۷	۷/۷۴
	هوشمند سازی	۰/۷۱	۷/۸۷
	ارتقاء الگوهای رفتاری	۰/۸۶	۷/۸۰
	استفاده از فناوری و تجهیزات روز	۰/۷۹	۸/۸۷
	توسعه زیرساخت‌ها	۰/۹۳	۷/۸۷

بنابراین با توجه به یافته‌های تحقیق و بر طبق الگوی به دست آمده در فاز کیفی تحقیق، می‌توان فرضیه‌ی مؤثر بودن عوامل راهبردی احصاء شده را بر حمل و نقل جاده‌ای کالا مفروض دانست که یافته‌های کمی حاکی از تأیید آن و در نتیجه تأیید الگو عوامل راهبردی مؤثر بر حمل و نقل جاده‌ای کالا می‌باشد.

جدول شماره (۸) فرضیه‌ی تحقیق در فاز کمی و تأیید مدل توسعه صنعت حمل و نقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	t-Value	نتیجه	
فرضیه	ابعاد	مؤلفه‌ها	۰/۲۲	۷/۱۹	تأیید

## ۵- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های این تحقیق تشریح ابعاد و مؤلفه‌های مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا، مبتنی بر مدیریت راهبردی سرمایه‌های بالقوه و بالفعل این صنعت به شرح زیر است:

### • بهبود فضای کسب‌وکار

یکی از ابعاد اصلی در مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا، بهبود فرآیندهای فضای کسب‌وکار می‌باشد. محیط مساعد کسب‌وکار به‌عنوان یکی از عوامل اصلی و مؤثر بر رشد اقتصادی و خدمات حمل‌ونقل به شمار می‌رود. محیط کسب‌وکار در قالب مولفه‌های مختلفی نظیر مقررات زدایی و کیفیت مقررات گذاری، افزایش رقابت‌پذیری، تضمین حقوق مالکیت، تضمین امنیت سرمایه‌گذاری، دولت الکترونیک و ایجاد پنجره واحد، مبارزه با فساد اداری و افزایش شفافیت، فرایند تصویب و تدوین و تنقیح قوانین اقتصادی و شاخص‌های بین‌المللی ارزیابی کسب‌وکار بررسی می‌شود.

بهبود فضای کسب‌وکار و تدوین چشم‌انداز، مأموریت و اهداف، پیاده‌سازی استانداردها و استانداردسازی خدمات حمل‌ونقل، طراحی حمل‌ونقل ترکیبی، ارتقاء ایمنی، حرکت به سمت شرکت محوری (به‌جای راننده محوری)، کاهش دخالت دولت، مدیریت بهره‌برداری و نگهداری، مدیریت واحد، توسعه همکاری‌ها، طبقه‌بندی و رتبه‌بندی شرکت‌ها، ایجاد فضای رقابتی سالم، حمایت از بخش خصوصی، نظارت بیشتر و مؤثرتر، تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری و حرکت به سمت حمل‌ونقل سیستماتیک از جمله راه‌کارهای بهبود فضای کسب‌وکار در صنعت حمل‌ونقل می‌باشد که می‌بایست در مدیریت سرمایه‌های بالفعل و بالقوه مورد توجه ویژه قرار گیرند.

### • انجام تحقیقات بازار

یکی دیگر از ابعاد اصلی در مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا، انجام تحقیقات بازار یا توجه به حوزه تحقیق و پژوهش در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای می‌باشد که شامل مؤلفه‌های: تحلیل رقبا، شناخت بازار هدف، خوارزیمی مستمر، شناخت مشتری، دستیابی به نیاز مشتری، فعال کردن اهرم گواهی اقتصادی و تحلیل محیط، رصد فناوری‌ها می‌باشد که می‌بایست در مدیریت سرمایه‌های بالفعل و بالقوه مورد توجه ویژه قرار گیرند.

### • هوشمند سازی

هوشمند سازی فرآیندهای مرتبط با صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای یکی دیگر از ابعاد مهم مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا مبتنی بر مدیریت سرمایه‌ها می‌باشد که شامل مؤلفه‌های: پرداخت الکترونیک، جمع‌آوری اطلاعات، نظارت و کنترل، تشخیص و شناسایی، اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی، یکپارچگی در کاربرد سامانه‌ها، مدیریت ناوگان، مدیریت حوادث، مدیریت سرعت و مدیریت ترافیک می‌باشد که می‌بایست در مدیریت سرمایه‌های بالفعل و بالقوه مورد توجه ویژه قرار گیرند.

#### • ارتقاء الگوهای رفتاری

یکی دیگر از ابعاد اصلی در مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا، فرهنگ‌سازی و ارتقاء الگوهای رفتاری می‌باشد که شامل مؤلفه‌های: توانمندسازی کارکنان، توجه به مسئولیت اجتماعی، فرهنگ‌سازی در خصوص برند، توجه به شأن مشتری، آموزش متصدیان صنعت حمل‌ونقل و آموزش عمومی مردم می‌باشد که می‌بایست در مدیریت سرمایه‌های بالفعل و بالقوه مورد توجه ویژه قرار گیرند.

#### • استفاده از فناوری و تجهیزات روز

یکی دیگر از ابعاد اصلی در مدل توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا، استفاده از فناوری و تجهیزات به‌روز در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای می‌باشد که این بعد شامل مؤلفه‌های: سامانه‌های انتشار اطلاعات، سامانه‌های ثبت تخلفات، هواشناسی جاده‌ای، بانک‌های اطلاعاتی، سامانه‌های درون خودروبی و کمک‌راننده، ارتباطات بین خودروبی، برنامه کاربردی موبایل و مدل‌سازی و شبیه‌سازی می‌باشد که می‌بایست در مدیریت سرمایه‌های بالفعل و بالقوه مورد توجه ویژه قرار گیرند.

#### • توسعه زیرساخت‌ها

توسعه زیرساخت‌های حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای یکی دیگر از ابعاد اصلی مدل توسعه حمل‌ونقل جاده‌ای کالا می‌باشد که در بر گیرنده مؤلفه‌های: جذب سرمایه‌های خارجی، جذب سرمایه‌های خرد، تجمع امکانات و اعتبارات شرکت‌ها، تأمین سرمایه شرکت‌ها، تأسیس تعاونی‌های بزرگ، اصلاح ساختار فعالیت شرکت‌ها، اصلاح قوانین و مقررات مرتبط، توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی، تأمین انرژی، گسترش زیرساخت‌های عمرانی و جاده‌ها و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی می‌باشد که می‌بایست در مدیریت سرمایه‌های بالفعل و بالقوه مورد توجه ویژه قرار گیرند.

آنچه از تفسیر، نتایج پژوهش حاضر می‌توان استنباط کرد آن است که توسعه متوازن صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا، نیازمند مدیریت راهبردی سرمایه‌ها بر پایه اهداف کلان صنعت و زمینه‌ها و بسترهای موجود در کشور برای رسیدن به وضعیت مطلوب مورد انتظار می‌باشد و چنانچه این سرمایه‌ها متوازن با وزن هر یک از ابعاد یادشده تخصیص نیابد نمی‌توان انتظار توسعه‌ای همه‌جانبه از این صنعت را داشت بنابراین هم در تخصیص سرمایه‌های موجود باید این توازن برنامه‌ها مورد توجه قرار گیرد و هم برنامه‌ریزی لازم برای جذب سرمایه‌های جدید برای توسعه همه‌ی این ابعاد به عمل آید به‌عبارت‌دیگر از مجموع نتایج این تحقیق می‌توان گفت که توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا تنها در سایه مدیریت راهبردی و متوازن سرمایه‌های بالقوه و بالفعل این حوزه امکان‌پذیر است لذا پیشنهادهای زیر به‌منظور کاربردی شدن نتایج ارائه می‌گردد:

(۱) با توجه به اینکه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا به‌عنوان پیشران رشد و فراهم‌کننده زیرساخت توسعه کشور می‌باشد، وزارت مسکن و راه و شهرسازی می‌بایست مدیریت سرمایه‌های موجود و جذب سرمایه‌های جدید را از طرق مختلف در اولویت برنامه‌های راهبردی خود و سایر دستگاه‌های متولی کشور قرار

- دهد؛ بنابراین تأمین منابع بودجه‌ای از طریق مجلس و دولت برای توسعه زیرساخت‌های بخش حمل‌ونقل جاده‌ای از بدیهی‌ترین در اولویت خود قرار گیرد.
- ۲) قوه مجریه با هماهنگی قوه مقننه، به‌منظور استفاده بهینه از سرمایه‌های بالقوه و بالفعل، از طریق تدوین، بازنگری، حذف یا تعدیل قوانین و مقررات زائد، نسبت به مناسب‌سازی فضای کسب‌وکار در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای کالا - به‌عنوان یکی از پیشران‌های اصلی توسعه اقتصادی کشور - مرتبط با توسعه صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای کالا، اقدام نماید.
- ۳) وزارت مسکن و راه و شهرسازی در برنامه‌های سالیانه اعتبار لازم را برای حوزه تحقیق و پژوهش لحاظ نماید و بر ضرورت جذب سرمایه‌های مادی و معنوی کشور در حوزه تحقیق و پژوهش تأکید نموده و بسترهای لازم را فراهم آورد. لذا می‌بایست تحقیقات بازار (تحلیل محیط، تحلیل رقبا، شناخت بازار هدف، خودارزیابی مستمر، شناخت مشتری، دستیابی به نیاز مشتری، فعال کردن اهرم گواهی اقتصادی و ...) در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای به‌صورت مستمر انجام و نتیجه در اختیار فعالان حوزه مربوطه و سرمایه‌گذاران داخلی (بخش خصوصی، تعاونی و ...) سرمایه‌گذاران خارجی قرار داده شود.
- ۴) وزارت مسکن و راه و شهرسازی، با اصلاح فرایندها و استفاده از فناوری‌های روز و سامانه‌های مختلف (سامانه‌های انتشار اطلاعات، سامانه‌های ثبت تخلفات، هواشناسی جاده‌ای، بانک‌های اطلاعاتی، سامانه‌های درون خودرویی و کمک‌راننده، ارتباطات بین خودرویی، برنامه کاربردی موبایل و مدل‌سازی و شبیه‌سازی) هوشمند سازی شده (پرداخت الکترونیک، جمع‌آوری اطلاعات، نظارت و کنترل، تشخیص و شناسایی، اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی، یکپارچگی در کاربرد سامانه‌ها، مدیریت ناوگان، مدیریت حوادث، مدیریت سرعت و مدیریت ترافیک) تا امکان برنامه‌ریزی، مدیریت و نظارت بر آن تسهیل گردد. از فناوری و تجهیزات در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای می‌باشد که شامل؛ می‌باشد.
- ۵) وزارت مسکن و راه و شهرسازی، سرمایه‌های لازم را برای آموزش عمومی مردم و فرهنگ‌سازی و توانمندسازی کارکنان شاغل و الگوهای رفتاری کلیه ذی‌نفعان این صنعت اختصاص داده و نسبت به جذب سرمایه‌های جدید در این حوزه اقدام نمایند.
- ۶) متصدیان امور با برگزاری سمینارها و همایش‌های تخصصی، دانش لازم در این حوزه در اختیار کلیه ذی‌نفعان (مدیران بخش دولتی، بخش خصوصی، حوزه قانون‌گذاری، صاحبان شرکت‌ها، مالکین خودرو، مشتریان این صنعت و ...) قرار گیرد.
- ۷) نمایندگان این صنعت در بخش دولتی و خصوصی نمایشگاه‌هایی برای معرفی ظرفیت‌های این صنعت برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی تشکیل و یا در نمایشگاه متشکله داخل و خارج در این حوزه حضور مستمر داشته باشند و همواره در مدیریت سرمایه‌ها اعتبار لازم را برای این بخش در نظر گیرند.
- ۸) وزارت مسکن و راه و شهرسازی نسبت به مدیریت سرمایه‌های بالقوه و بالفعل جهت توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای کالا (با جذب سرمایه‌های خارجی، جذب سرمایه‌های خرد، جمع‌آوری امکانات و اعتبارات شرکت‌ها، تأمین سرمایه شرکت‌ها، تأسیس تعاونی‌های بزرگ، اصلاح ساختار فعالیت

شرکت‌ها، اصلاح قوانین و مقررات مرتبط، توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی، تأمین انرژی، گسترش زیرساخت‌های عمرانی و جاده‌ها و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی) و ارتقاء زیر بخش‌های مرتبط با آن اقدام لازم را به عمل آورد تا امکان فعالیت و رقابت در این حوزه با کشورهای منطقه و رقیب مهیا گردد. (۹) دولت در واگذاری طرح‌های عمرانی به پیمانکاران، اصل رقابت و کارایی را در نظر بگیرد تا از تمام ظرفیت‌های بخش‌های مختلف خصوصی، تعاونی و دولتی استفاده گردد.

(۱۰) به منظور ترغیب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت حمل و نقل جاده‌ای، دولت و مجلس سیاست‌های تشویقی و حمایتی در نظر بگیرد و تضمینی برای برگشت سرمایه ارائه گردد تا ریسک سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حمل و نقل کاهش یابد.

(۱۱) با توجه به سرمایه‌بر بودن زیرساخت‌های حمل و نقل عمومی، با طراحی سازوکار قراردادهای مشارکت عمومی - خصوصی (PPP) در کنار سایر روش‌های سرمایه‌گذاری، امکان مشارکت بخش خصوصی در این بخش فراهم و از ضعف‌های مدیریتی بخش دولتی کاسته شود.

(۱۲) با هموار نمودن ورود سرمایه‌گذاران خارجی و بازنگری در قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری خارجی، شرایطی جذاب و مناسب برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل فراهم آید تا از پتانسیل سرمایه‌گذاری خارجی هم در بخش حمل و نقل جاده‌ای استفاده گردد.

#### فهرست منابع

- \* انواع روش‌های حمل و نقل و جایابی کالا <https://postbar.ir/>
- \* پورخلیقی هیر، حمید، ۱۳۹۵، مسئولیت متصدی حمل و نقل جاده‌ای کالا در حقوق ایران با مطالعه تطبیقی در کنوانسیون قرارداد حمل و نقل بین‌المللی کالا از طریق جاده (سی ام آر) مصوب ۱۹۵۶ ژنو، کنگره بین‌المللی جامع حقوق ایران، برگزاری به صورت سمینار، موسسه نمودار توسعه داتیس، [https://www.civilica.com/Paper-LAWI02-LAWI02\\_130.html](https://www.civilica.com/Paper-LAWI02-LAWI02_130.html)
- \* پورخلیقی هیر، حمید، ۱۳۹۵، مسئولیت متصدی حمل و نقل جاده‌ای کالا در حقوق ایران با مطالعه تطبیقی در کنوانسیون قرارداد حمل و نقل بین‌المللی کالا از طریق جاده (سی ام آر) مصوب ۱۹۵۶ ژنو، کنگره بین‌المللی جامع حقوق ایران، برگزاری به صورت سمینار، موسسه نمودار توسعه داتیس، [https://www.civilica.com/Paper-LAWI02-LAWI02\\_130.html](https://www.civilica.com/Paper-LAWI02-LAWI02_130.html)
- \* تهرانی، رضا. و حصارزاده، رضا. (۱۳۸۸). تأثیر جریان‌های نقدی و محدودیت‌های تأمین مالی بر بیش سرمایه‌گذاری و کم سرمایه‌گذاری، تحقیقات حسابداری، شماره سوم، ص ۵۰-۶۶.
- \* جعفری، سعید. (۱۳۸۶). بررسی تأثیر متغیرهای غیرمالی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران در بهابازار اوراق بهادار تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل، بابل.
- \* حمداللهی، مهرداد (۱۳۸۸) حمل و نقل جاده‌ای کالا و نقش آن در اقتصاد کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

- \* خواجه زاده، امیر (۱۳۹۴)، مسئولیت و عدم مسئولیت متصدی حمل‌ونقل جاده‌ای کالا در حقوق تجارت ایران و کنوانسیون C.M.R، فصلنامه فقه و تمدن ایران، شماره ۱۱ تابستان ۱۳۹۵، ص ۱۲۳-۱۰۰
- \* خورشیدی، غلامحسین. (۱۳۹۵). ملاحظات اجرایی در تجزیه و تحلیل طرح‌های سرمایه‌گذاری، تحقیقات مالی، سال سوم، شماره ۹ و ۱۰، ص ۲۶-۴۰.
- \* خوشخو، سوسن (۱۳۹۶) حمل‌ونقل جاده‌ای و نقش آن در اقتصاد، ماهنامه تخصصی سازمان راهداری وزارت راه و شهرسازی، تهران، شماره ۲۳، ص ۴۸ و ۴۹
- \* خوشخو، سوسن (۱۳۹۶) حمل‌ونقل جاده‌ای و نقش آن در اقتصاد، ماهنامه تخصصی سازمان راهداری وزارت راه و شهرسازی، تهران، شماره ۲۳، ص ۴۸ و ۴۹
- \* سازمان حمل‌ونقل و پایانه‌های کشور (۱۳۷۷) مجموعه گزارش‌های تدوین برنامه حمل‌ونقل جاده‌ای شماره ۵. تهران.
- \* سازمان حمل‌ونقل و پایانه‌های کشور (۱۳۸۰) حمل‌ونقل در یک نگاه. تهران.
- \* سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای (۱۳۸۸) سالنامه آماری، انتشارات کارا.
- \* صفار زاده، محمود (۱۳۸۷) جایگاه حمل‌ونقل زمینی در اقتصاد کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- \* محبی، محمد، ۱۳۹۲، اهمیت حمل کالا جاده‌ای در توسعه اقتصادی حمل‌ونقل پایدار نمونه موردی استان قزوین، همایش ملی معماری، شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت از معماری بومی تا شهر پایدار، مشهد، موسسه آموزش عالی خاوران، [https://www.civilica.com/Paper-APSD01-APSD01\\_028.html](https://www.civilica.com/Paper-APSD01-APSD01_028.html)
- \* محبی، محمد، ۱۳۹۲، اهمیت حمل کالا جاده‌ای در توسعه اقتصادی حمل‌ونقل پایدار نمونه موردی استان قزوین، همایش ملی معماری، شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت از معماری بومی تا شهر پایدار، مشهد، موسسه آموزش عالی خاوران، [https://www.civilica.com/Paper-APSD01-APSD01\\_028.html](https://www.civilica.com/Paper-APSD01-APSD01_028.html)
- \* مشبکی اصفهانی، اصغر؛ صادقیانی، فرشاد؛ صادقیانی، ایوب. (۱۳۹۴). ارزش ویژه برند با رویکردی به بازار ایران. انتشارات بازاریابی. تهران.
- \* وحدتی فرد، جواد (۱۳۹۶) بررسی عوامل ارتقاء کارایی صنعت حمل‌ونقل جاده‌ای - داخلی کالا. پایان‌نامه فوق‌لیسانس مدیریت دولتی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان).
- \* Ashworth, G. J., & Kavaratzis, M. (2018). The Roles of Branding in Public Administration and Place Management: Possibilities and Pitfalls. In *The Palgrave Handbook of Public Administration and Management in Europe* Palgrave Macmillan, London (pp. 425-439).
- \* Astrachan, C. B., Botero, I., Astrachan, J. H., & Prügl, R. (2018). Branding the family firm: A review, integrative framework proposal, and research agenda. *Journal of Family Business Strategy*.
- \* Frow, N., Marginson, D. & Ogden, S. (2005). Encouraging strategic behaviour while maintaining management control: multifunctional project teams, budgets, and the negotiation of shared accountabilities in contemporary enterprises. *Management Accounting Research*, 16(3), 269-292.
- \* <http://tehran.rmto.ir/Pages/ResultAndTasks.aspx>
- \* <http://www.hamkala.com/fa/haml-jaddei>

- \* <http://www.iran-transportation.com/>
- \* <https://badpa.ir/blog>
- \* [https://www.aftabir.com/articles/view/economy\\_marketing\\_business/transportation](https://www.aftabir.com/articles/view/economy_marketing_business/transportation)
- \* Indurkar, D. (2017). U.S. Patent No. 9,603,009. Washington, DC: U.S. Patent and rademark Office.
- \* Ipsilandis, P. G., Samaras, G. & Mplanas, N. (2008). A multicriteria satisfaction analysis approach in the assessment of operational programmes. *International Journal of Project Management*, 26(6), 601-611.
- \* Kaplan, R. & Norton, D. (1996). Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System. *Harvard business review*, 75-85
- \* Kaplan, R. & Norton, D. (2001). *The Strategy Focused Organization – How Balanced Scorecard Companies Thrive in The New Business Environment*. Boston: Harvard Business School Press.
- \* Merrilees, B. (2017). Experience-centric branding: challenges and advancing a new mantra for corporate brand governance. *Journal of Brand Management*, 24(1), 1- 13.
- \* Nagy, R and Obenberger, R. W. (1994). Factors influencing investor behavior, *Financial Analysts Journal*, 50, pp. 63- 68.
- \* Schroeder, J. E. (2017). Corporate branding in perspective: a typology. *European Journal of Marketing*, 51(9/10), 1522-1529.
- \* Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 3: 58-62.

## یادداشت‌ها

<sup>1</sup> - حمل و نقل جاده‌ای به آن دسته از حمل و نقل زمینی گفته می‌شود که از طریق راه‌آهن صورت نگیرد.

- <sup>2</sup> - Fazzari
- <sup>3</sup> - Easterly & Levine
- <sup>4</sup> Combined/Multimodal Transport
- <sup>5</sup> Forwarding Agent
- <sup>6</sup> Shipping Agent
- <sup>7</sup> Throught Transport
- <sup>8</sup> - Financial Assets
- <sup>9</sup> - Physical Assets
- <sup>10</sup> - Productive Activities
- <sup>11</sup> - Competing Theory
- <sup>12</sup> - Neumann and Morgenstern
- <sup>13</sup> - Nagy and Obenbenger
- <sup>14</sup> - Verdi
- <sup>15</sup> - Wharton
- <sup>16</sup> - Demographic variable
- <sup>17</sup> - Cohn and Lewellen
- <sup>18</sup> - Riley and Chow
- <sup>19</sup> - LeBaron *et al.*
- <sup>20</sup> . maxquda