

آغاز مرحله دوم اصلاح نظام توزیع کالا

حدود 3 سال از اعلام اجرای طرح تحول اقتصادی می‌گذرد؛ طرحی که 7 محور آن را اصلاح نظام یارانه‌ها، اصلاح نظام مالیاتی، گمرکی، بانکی، توزیع کالا و خدمات، ارزش‌گذاری پول ملی و اصلاح نظام بهره‌وری تشکیل می‌دهد.

جام جم آنلاین: حدود 3 سال از اعلام اجرای طرح تحول اقتصادی می‌گذرد؛ طرحی که 7 محور آن را اصلاح نظام یارانه‌ها، اصلاح نظام مالیاتی، گمرکی، بانکی، توزیع کالا و خدمات، ارزش‌گذاری پول ملی و اصلاح نظام بهره‌وری تشکیل می‌دهد.

از این 7 محور بحث هدفمندی یارانه‌ها برای مردم بیشتر نام آشناست زیرا این محور از طرح تحول اقتصادی حدودا از 10 ماه قبل در حال اجراست، اما بدون شک آثار مثبت حذف یارانه‌ها بدون اجرای همزمان 6 محور دیگر نمایان نخواهد شد و ممکن است پیامدهایی چون افزایش هزینه‌های تولید، کاهش عرضه محصولات و گرانی را دامن بزند، بنابراین توجه و سرعت عمل داشتن در اجرای 6 محور دیگر طرح تحول از ضروریات است. یکی از محورهای مهم طرح تحول اقتصادی که در صورت اجرای کامل می‌توان اثرات مثبت آن را در زندگی روزمره مردم مشاهده کرد، اصلاح نظام توزیع کالا و خدمات است.

در راستای اصلاح نظام توزیع وزارت بازرگانی در فاز نخست، بسته‌ای با 10 پروژه را تعریف کرد که عمدتا در راستای بهبود ساختارهای نظام توزیع بود. ایجاد اتحادیه‌های کشوری، ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی اصناف و بازرگانان، بهره‌گیری از کارت اصناف کشور، ساماندهی پخش کالا، ایجاد شبکه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی کالا، بهره‌گیری از نظام طبقه‌بندی و کدینگ ملی کالا، ساماندهی و ایجاد اعتماد برای سایت‌های فروش اینترنتی، توسعه خدمات بازرگانی برای محصولات کشاورزی، ایجاد پنجره واحد تسهیل صادرات و واردات کشور و تشکیل نهادهای غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، 10 پروژه عملیاتی است که در اصلاح نظام توزیع پیش‌بینی شد.

هر چند وزارت بازرگانی در تعامل با اصناف، اقداماتی را برای اجرای این 10 پروژه انجام داده ولی اثرات و نتایج کار هنوز برای مردم ملموس نیست و همچنان وجود کالاهای قاچاق در بازار، نوسانات قیمتی و مشکلات در عرضه برخی کالاها هنوز پابرجاست.

هنوز تشکلهای و اتحادیه‌های کشوری به معنی واقعی تقویت نشده‌اند. همچنین ناموفق بودن فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایجاد شده و محدودیت توسعه فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای، نبود پایگاه‌های مهم اطلاع‌رسانی، پراکندگی داده‌ها در ادارات کل استان‌ها و شهرستان‌ها در حوزه اصناف، به‌روز نبودن داده‌ها، عدم احساس ضرورت در تولیدکنندگان و واردکنندگان برای استفاده از شرکت‌های پخش دارای مجوز، عدم رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و... نشان می‌دهد برخی از 10 پروژه به اجرا درآمده در عمل نتوانسته به نتایج مورد انتظار دست پیدا کند.

محمود دودانگه معاون سابق برنامه‌ریزی وزیر بازرگانی بر این باور است که فاز نخست بسته اصلاح نظام توزیع که برای آن 10 پروژه تعریف شده است عمدتا در راستای بهبود ساختارهای نظام توزیع بود که تاکنون بخش قابل ملاحظه‌ای از این 10 پروژه نهایی شده است.

وی با اذعان به این‌که نمی‌توان انتظار داشت با اتمام فاز اول، تمامی اهداف و برنامه‌های این بسته محقق شود، اجرای مرحله دوم اصلاح نظام توزیع را لازم دانسته و به جام‌جم گفت: معتقدیم با 10 پروژه نمی‌توان نظام توزیع را اصلاح کرد لذا فاز دوم اصلاح نظام توزیع که طرح آمایش تجاری، یکی از پروژه‌های آن است آغاز شده تا براساس آن فاصله بین تولیدکننده و مصرف‌کننده به حداقل برسد و نظام توزیع به سیستمی کارآمد و منسجم تبدیل شده، همچنین کانال‌های توزیع بهبود یافته و فاصله میان تولیدکننده و بازارهای داخلی و خارجی کاهش یابد.

دودانگه با اشاره به این‌که باید از ظرفیت‌های ارکان بازار استفاده شود تا نیاز به مدیریت دولت برای تنظیم بازار نداشته باشیم، گفت: استفاده از ظرفیت‌های موجود می‌تواند در اصلاح نظام توزیع موثر باشد.

وی گفت: وزارت بازرگانی با طراحی زنجیره تولید و توزیع و معماری مجدد آن به دنبال حضور حداقلی دولت در بازار است و معتقدیم مشکل عمده نظام اصلاح توزیع، عدم یکپارچگی با نظام تولیدی کشور است.

دودانگه: فاز نخست بسته اصلاح نظام توزیع که برای آن 10 پروژه تعریف شده است، عمدتا در راستای بهبود ساختارهای نظام توزیع بود که تاکنون بخش قابل ملاحظه‌ای از این 10 پروژه نهایی شده است
دودانگه اضافه کرد: نظام توزیع باید به طور مستمر متناسب با فضای نوین داخلی و خارجی اصلاح شده و با توجه به شرایط جدید،

به روز شود. در واقع تحول در نظام توزیع يك رویکرد و سیاست مستمر است که همواره دنبال خواهد شد تا از پتانسیل‌های کشور در این حوزه استفاده بهینه صورت گرفته با رشد تولید و توسعه صادرات غیرنفتی به اهداف اقتصادی خود دست یابیم.

پیشرفت 80 تا 100 درصدی پروژه‌ها

مهدی غضنفری وزیر بازرگانی نیز در گفت‌وگویی با پایگاه اطلاع‌رسانی دولت در پاسخ به انتقادات صورت گرفته از عدم تحقق برنامه‌های اصلاح نظام توزیع گفت: 10 پروژه بهسازی نظام توزیع به منظور به حداقل رساندن فاصله بین تولیدکننده و مصرف‌کننده، تبدیل این نظام به سیستمی کارآمد و منسجم، بهبود کانال‌های توزیع و... از مدت‌ها پیش آغاز شده است و برخی از آنها 100 درصد و تعدادی دیگر هم بین 80 تا 90 درصد پیشرفت داشته‌اند.

غضنفری تصریح کرد: درباره این 10 پروژه تقریباً می‌توان گفت در مرحله پایانی هستند و ما به دنبال آن هستیم که مرحله جدیدی را در این زمینه شروع و پروژه جدیدی تعریف کنیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به این‌که فاز دوم بهسازی نظام توزیع کشور در دست انجام است، ابراز امیدواری کرد که این کار هر چه سریع‌تر به نتیجه برسد.

لزوم تقویت تشکلهای تولیدی و توزیعی

وجود اتحادیه‌های کشوری و تقویت آنها یکی از اقدامات مهم برای سازماندهی شبکه تامین و توزیع کالا محسوب می‌شود که در 10 پروژه اصلاح نظام توزیع به آن توجه شده است. به گفته رئیس مرکز امور اصناف و بازرگانان وزارت صنعت، معدن و تجارت تاکنون 26 اتحادیه کشوری فعالیت خود را آغاز کرده و 9 اتحادیه باقیمانده نیز تا پایان سال به بهره‌برداری خواهند رسید که با راه‌اندازی این تعداد اتحادیه، مجموع اتحادیه‌های کشوری به 35 مورد می‌رسد.

به گفته رادمرد، ایجاد اتحادیه‌ها از اولویتهای شورای اصناف است که براساس وضعیت تنظیم بازار و نیازسنجی‌های به عمل آمده اتحادیه‌های جدید در کشور ایجاد می‌شود.

نبود اتحادیه‌های قدرتمند کشوری اصناف از جمله خلأهایی بوده که در نظام توزیع کشور مشکل ایجاد کرده بود. این در حالی است که در بسیاری از کشورهای دنیا وجود اتحادیه‌های کشوری اصناف باعث شده امور مربوط به نظام توزیع از قبیل تنظیم بازار و سایر نظارت‌های کمی و کیفی به اصناف، محول شود و توان رقابتی آنها افزایش یابد، اما در ایران به دلیل فقدان اتحادیه‌های کشوری، تشکلهای صنفی همواره به صورت جزیره‌ای و بدون انسجام عمل کرده‌اند. حال قرار است تعداد اتحادیه‌های کشوری تا پایان سال به 35 اتحادیه برسد، اما هنوز اتحادیه‌های کشوری ایجاد شده نتوانستند به جایگاه اصلی خود برسند زیرا برای ایجاد يك رابطه ارگانیک بین اتحادیه‌ها باید پروژه‌های دیگری چون تقویت پایگاه اطلاع‌رسانی اصناف و بازرگانان مورد توجه قرار گیرد و اطلاعات کافی مربوط به طبقه‌بندی فعالیت‌های صنفی، جمع‌آوری شود و مشکل از هم گسیختگی داده‌های موجود در حوزه اصناف، پراکندگی داده‌ها در ادارات کل استان‌ها و شهرستان‌ها و به روز نبودن داده‌ها حل شود و با ایجاد يك پایگاه اطلاع‌رسانی قوی امکان برنامه‌ریزی در این حوزه را فراهم کرد. علاوه بر تقویت اطلاعات برای تنظیم بازار، ضروری است که تشکلهای تولیدی و توزیعی با هم هماهنگ شده و با فراهم شدن زیرساخت‌ها و امکانات برای تامین و ذخیره‌سازی کالا و راه‌اندازی شبکه منسجم و منظم توزیع از بروز هر گونه نابسامانی و نوسانات قیمتی در بازار جلوگیری کرد که به نظر می‌رسد بخشی از این برنامه‌ها در طرح آمایش تجاری که به گفته مسوولان وزارت بازرگانی یکی از پروژه‌های فاز دوم اصلاح نظام توزیع است، لحاظ شده است.

سیما رادمنش / گروه اقتصاد