



شفافیت در مجلس حداقلی به بالاترین قله‌های خود رسید!

تصویب «محدودسازی فضای مجازی» دور از چشم مردم

صفحه ۲

ورود ارتش سرخ به اوکراین شرقی

روسیه استقلال جمهوری‌های دونتسک و لوهانسک را به رسمیت شناخت

صفحه ۱۱

شتری که بر در فرمانداری رفسنجان خوابیدا

دستور وزیر کشور برای برکناری فرماندار توهین‌کننده به خبرنگار

سرپرست فرمانداری رفسنجان که به یک خبرنگار توهین کرده بود برکنار شد! شنیدن این خبر در زاین شاید طبیعی باشد ولی در ایران؟...

به گزارش ایسنا، دوشنبه دوم اسفند بود که فیلم کوتاهی در شبکه‌های اجتماعی دست به دست شد. در این فیلم علی‌اکبر پورمحمدی سرپرست فرمانداری رفسنجان، خبرنگاری را که در حال پرسیدن سوالی از او بود، با توهین، تهدید می‌کرد.

خبرنگار: «حرف‌هایی مطرح شده که روز اولی که شما وارد فرمانداری شدید به خاطر شتری که برای شما کشندتد شما در قضیه اب دارید اجازه می‌دهید که از کف روانه‌خانه برود. چون آن آدم معروف این کار را انجام داده.»

صفحه ۲

سخنگوی قوه قضائیه:

فایل صوتی فرمانده سابق سپاه چیز جدیدی نبود

صفحه ۲

محدودیت‌های سفرهای نوروزی اعلام شد

امکان سفر واکسن زده‌هایی که بیمار نیستند

صفحه ۴

در گفت‌وگو با رئیس انجمن صنعت پخش ایران بررسی شد

یک آبادی و صد کدخدا

در دنیا صنعت پخش با ماهیتی که امروز در ایران وجود دارد دیده نمی‌شود و در نتیجه بزرگترین شرکت‌های پخش در دنیا زیرمجموعه تولیدکنندگان بزرگ آن کشورها نیستند، اما شرکت‌های بزرگ پخش توانسته‌اند در ایران رشد کنند و در نتیجه شیوه‌های سنتی موجود نتوانست حرکت جدیدی را در حوزه پخش پایه‌گذاری کند. به عنوان یک نمونه باید به تغییراتی که سازمان حمایت به تازگی در مورد ساختار قیمت‌گذاری کالا در پیش گرفته توجه کرد. هر چند به اعتقاد من برداشتن قیمت از روی کالا مانند هر جای دیگر دنیا کاری کاملا منطقی است و کالا باید در مکان‌های فروش قیمت‌گذاری شوند، اما به دلیل محدودیت‌های ساختاری موجود به نظر می‌رسد این ایده مناسب به شکل درستی انجام نشده و این سیاست در این دوره رکود بزرگی بر صنایع مختلف حاکم می‌کند، کما این که در حال حاضر نیز برخی تولیدکنندگان تولید خود را کاهش داده و فروشگاه‌های زنجیره‌ای از پذیرش شرکت‌های پخش و تولیدکنندگان جدید خودداری می‌کنند. با تمام این اوصاف صنعت پخش با تلاش فعالان این صنعت همچنان با تمام این نوسانات توانسته جلوی نابسامانی‌های قیمت را در سراسر کشور بگیرد و از طرفی کالا را در دسترس مصرف‌کنندگان قرار دهد و حداکثر توان خود را در تنظیم بازار به کار بگیرد.

به نظر شما توجیه دولت از اجرای برخی قوانین چیست؟
تحقیقی که در وزارت صمت و سازمان مدیریت انجام شده نشان می‌دهد در هیچ جای دنیا ساختار نظارتی دولتی مانند ایران نیست و تنها یک نهاد، متولی کل زنجیره عرضه در کل حوزه‌هاست، اما در ایران زنجیره نظارتی را برحسب حوزه‌های تخصصی تفکیک کرده‌اند؛ بطوری که وزارت جهاد، وزارت صمت، بهداشت و... هر یک زنجیره توزیع خود را تحت نظارت قرار می‌دهند که این اولین چالش است. توزیع، صنعتی است که در کل ساختار اقتصاد حضور دارد و نمی‌توان این زنجیره را تفکیک کرد. این موضوع باعث شده هر نهاد براساس تفکری که دارد دستورالعملی را تدوین کند که به دلیل ضعف قانونی، نداشتن آگاهی و نبود هماهنگی نهادهای مختلف معمولاً با مشکلات زیادی روبرو است. مساله دیگر این که به هر حال طبق نامه واحد حقوقی دفتر ریاست محترم جمهور، تاکید شده که تمام نهادهای قانونی و نظارتی باید از تشکل‌های مربوطه نظر تخصصی بگیرند؛ در غیر این صورت هر قانون و تصمیمی که اخذ شود خلاف قانون است و به همین دلیل و براساس همین هم طی مکاتباتی مراتب عدم رعایت دستورالعمل مربوطه را به اطلاع ریاست محترم جمهوری رسانده‌ایم که امید است مورد بررسی و اقدام موثر قرار گیرد.

به عقیده شما تصمیمی که برای درج قیمت تولیدکننده توسط دولت گرفته شده چه اثراتی به همراه دارد؟

در کشور ما ایده‌ای وجود دارد که معتقد است اگر در فرآیند زنجیره توزیع کالا، آخرین حلقه ۳۰ درصد تخفیف می‌دهد، حتماً منافع سازارد در این زنجیره وجود دارد؛ درحالی که به این نکته دقت نمی‌شود که فروشگاه‌های زنجیره‌ای در حال حاضر ۱۰ تا ۱۲ درصد سهم فروش از کالا‌های غیردربویی را در اختیار دارند و ممکن است در فرآیندی در زمان‌های کوتاه مدت و یا میان مدت این امر توسط برخی از تولیدکنندگان فقط به منظور سهم فروش در لاین زنجیره‌ای صورت پذیرفته باشد بنابراین گاهی دولت در تصمیم‌های خود دچار این خطاهای محاسباتی می‌شود. این در حالی است که دولت باید کنترل را از مکان‌های عرضه آغاز کند و فرآیند کنترل را

حدی برطرف شد و امروز به یک ضریب ۸۰ تا ۹۰ درصدی رسیده، اما به هر حال مشکلات زیادی را برای صنعت به وجود آورد. مشکل دیگر چالش‌های ناشی از ارز به‌خصوص در دوره بحران کرونا بود که باعث شد شرکت‌های عمده پخش با مشکلات تأمین کالا روبرو شوند. شرکت‌های تولیدی نتوانستند به صورت متناوب کالا را عرضه کنند و به دلیل شرایط روانی ناشی از کمبود کالا و تغییرات قیمت‌های متناوب، سطح عرضه با نوسانات زیادی روبرو شد که به عملکرد شرکت‌های پخش نیز ضربات زیادی وارد کرد. همچنین کنترل‌های سرخساخته باعث می‌شد هر روز مدیران عامل شرکت‌های پخش با حضور یک ناظر جدید از یک نهاد جدید روبرو باشند که به دلیل دانش پایین، کنترل‌ها و نظارت‌ها نیز در سطوح مناسبی صورت نمی‌پذیرفت و درخواست‌هایی از طرف آنان صورت می‌گرفت که اصولاً دارای منطق و اصول عقلانی نبوده است. در این فرآیند با همه این مشکلات، موضوع بعدی ایجاد قوانین موازی توسط نهادهای مختلف از قبیل وزارت بهداشت و وزارت صمت، شهرداری و پلیس راهمایی و رانندگی بود که وارد این صنعت شده و درخواست‌های متعددی از این صنعت دارند؛ به عنوان مثال اجبار وزارت بهداشت به شرکت‌های غیردربویی برای ثبت اطلاعات خود در سامانه تی‌تک و یا دریافت پروانه توزیع از وزارت بهداشت و نظایر آن، همگی باعث حمله‌های زیادی از سوی سازمان‌های غیرمربط شد که باعث شد مشکلات این صنعت چند برابر افزایش یابند. با این حال از راه‌های مختلف از قبیل کمیته مقررات‌زایی و اتاق‌های بازرگانی و... تلاش کردیم تا برخی از این مشکلات را برطرف کنیم که البته موفقیت‌هایی نیز کسب شد، اما انرژی و زمانی که این موضوع از بازگیران صنعت گرفت به شدت بالا بود که باعث ضرر و زیان آنها شده است. موضوع دیگر این که این صنعت به دلیل شرایط سخت اقتصادی به تدریج در حال از دست دادن بازرگان جوان و متوسط یا بازرگانی است که از چابکی مناسبی برخوردار نبوده‌اند. در حال حاضر تمام شرکت‌های پخش یا مالکان بزرگی دارند و یا به هولدینگ‌های مختلف تولیدی وابستگی دارند، بنابراین افرادی که با نیت سودآوری وارد این صنعت می‌شوند به دلایل مختلف اعم از کمبود سرمایه و نقدینگی، مشکلات تأمین کالا و مسائل مختلف در حوزه حمل و نقل و نظایر آن قادر نخواهند بود به نحو مطلوبی با بگیرند که این امر به توقف فعالیت بسیاری از آنها منتهی شده است و تنها بازرگان وابسته در این صنعت باقی مانده‌اند و در نتیجه تفکرات جدید نیز به صنعت پخش تزیق نشده است. آخرین گلوگاه ایجاد شده برای صنعت نیز قانون جدید درج قیمت درب کارخانه بر روی محصولات است که متولیان عزیز بدون توجه به چرخه اجرایی جاری، فرآیندهای متعارف، زمان اجرای طرح و متاسفانه همانند سایر موارد بدون اخذ نظر کارشناسی از بازرگان این زنجیره عرضه اقدام به صدور و اجرای بخشنامه مربوطه کرده‌اند که نه تنها صنعت پخش را درگیر کرده بلکه کلیه عوامل زنجیره عرضه از تولید، شرکت‌های پخش، عمده‌فروشان، خرده‌فروشان، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مصرف‌کننده نهایی را با مشکل، ابهام و سردرگمی مواجه کرده است و بر کسی پوشیده نیست که در صورت عدم اصلاح این فرآیند در این ماه‌های حساس سال حتماً عرضه محصولات اصلی و کلا سبد FMCG با مشکل روبرو خواهد شد.

آیا آن چه در ایران با عنوان پخش شاهد هستیم در دنیا نیز بر همین منوال است؟



صنعت پخش مانند بسیاری از صنایع کشور با همه مشکلات موجود و پیش‌رو در سال جاری علاوه بر حفظ خود حتی توانسته تخصصی‌تر از گذشته عمل کند؛ با این حال به عقیده فعالان این صنعت آن چه ضروری است، ایجاد انسجام و تعیین یک متولی مشخص و قوانین دقیق و درست و چارچوب‌های نظام‌مند برای این صنعت است. برخلاف بسیاری از صنایع دیگر، دولت‌مردان هنوز بخش خصوصی فعال در این حوزه را به عنوان اهرم فکری و مشاوره‌ای در تصمیمات خود نپذیرفته و از این پتانسیل که شامل دانش، امکانات و مزیت‌ها و ایده‌های زیادی است استفاده نکرده و فعالان این صنعت را به عنوان بازوی خود تلقی نکرده است، به همین دلیل هنوز در تصمیمات مختلفی که برای صنعت پخش و توزیع اتخاذ می‌کنند از نظرات تخصصی این گروه استفاده مناسبی نداشته‌اند. در این گفت‌وگو در تلاش هستیم به بررسی چالش‌ها و مسائلی بپردازیم که صنعت پخش با آنها روبرو هستند. بر این اساس با سهراب کارگر، رئیس انجمن ملی شرکت‌های صنعت پخش ایران به گفت‌وگو نشست‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

سال ۱۴۰۰ با همه فراز و فرودهایی که داشت در ماه‌های انتهایی خود قرار دارد. مشکلات متعددی برای صنایع در این سال وجود داشت که بررسی‌ها نشان می‌دهند صنعت پخش نیز از این آسیب‌ها مستثنی نبوده است. تحلیل خود را از وقایع و پیش‌آمدهایی که این صنعت در سال جاری متحمل شد بیان فرمایید.

صنعت پخش نیز مانند سایر صنایع کشور در سال ۱۴۰۰ با توجه به شعار سال، انتظار حمایت و یاری از دولت داشت، اما در عمل فرآیندهای اجرایی به سمت و سوی دیگری حرکت کرد و بیشتر به جای مقررات‌زایی، مقررات‌زایی را شاهد بودیم. زمانی که سطح عرضه در اقتصاد در اثر چالش‌های اقتصادی کاهش می‌یابد، اولین اتفاقی که می‌افتد تنگ‌تر شدن حلقه‌های نظارتی و کنترلی نهادهای و دوایر دستگاه‌های دولتی است که باعث ایجاد چرخه‌های نظارتی و کنترلی معیوب می‌گردد. در سال ۱۴۰۰ گام اول اقدامات نظارتی برای بسیاری از کالاها از طریق رصد کالا از طریق سامانه جامع تجارت اتفاق افتاد که با فراز و نشیب‌های زیادی روبرو بود که به دلیل تکمیل فرآیندهای آن در حین کار باعث بروز مشکل و ضربه به بازرگان حوزه تجارت شده است. بحث قانون جدید چک که با دستچابگی زیاد در ابتدای سال مطرح شد، در شرایطی که هنوز زیرساخت‌های آن فراهم نشده بود، مشکلات زیادی را به‌خصوص برای صنعت پخش به وجود آورد. چالش‌های این تصمیم با اهتمام انجمن و مذاکراتی که با بانک مرکزی صورت گرفت، تا

چارچوب منطقی را ایجاد کنند و مدیران حتی ادامه‌دهنده، ایده‌های خوب دوره قبل نیستند و در نتیجه به دلیل نبود تمرکز در رابطه با زنجیره عرضه، جامعیت لازم برای این زنجیره شکل نگرفته است. این نقایص باعث شده تا یکپارچگی در حوزه صنعت پخش از بین برود و این در حالی است که باید این سیاست‌ها بتوانند باعث نظام‌مندی صنعت و حرکت به سمت تکنولوژی محور شدن و ایجاد انسجام در زنجیره شوند.

باتوجه به دورنمای اقتصادی کشور، آینده صنعت پخش را چگونه پیش‌بینی می‌کنید؟

برخی موضوعات در فرآیندها ممکن است دیرتر اتفاق افتد اما در نهایت محقق می‌شود. صنعت پخش نیز باید مانند سایر بخش‌ها اول از پوسته کنونی خودش عبور کند و از عرضه‌کننده جدا شده و به تدریج دوایر فروش شرکت‌های پخش در ساختارهای تولید جذب و شرکت‌های پخش فعلی به سمت شرکت‌های (شرکت‌های تجاری طرف سوم) حرکت کنند و در نتیجه شرکت‌های بزرگ به تدریج به سمت ادغام در حوزه پخش حرکت نمایند تا کالا را با قیمت مناسب و کیفیت پخش مناسب در اختیار مصرف‌کننده قرار دهند؛ به عبارتی رقابت باید در آینده تنها بر مبنای رضایتمندی مصرف‌کننده نهایی صورت بگیرد نه بر مبنای فروش محض. امروزه کالا‌های مختلف با برند مناسبی در کشور وجود دارند که به دلیل نبود سرمایه ایجاد یک ساختار زنجیره توزیع مناسب، به درستی توزیع نمی‌شوند؛ از سوی دیگر اگر این گونه شرکت‌ها به درستی توزیع نمی‌شوند، از سوی دیگر اگر این گونه شرکت‌ها بخواهند به عنوان مثال فقط مباردت به ایجاد ۱۰ شعبه در سطح کشور کنند، می‌بایست حداقل مبلغی بالغ بر ۹۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری کنند. بدیهی است این میزان سرمایه‌گذاری برای این گونه صنایع، در عمل غیر ممکن است. به این ترتیب باید سیستم پخش به سمت روش‌های نوین و روز دنیا حرکت کند تا به این ترتیب نخست هزینه‌های توزیع کاهش یابد و سپس شرایط کیفی توزیع نیز از منظر نحسوه پخش بهبود یابد، در نهایت با روش‌های نوین موضوع ترافیک و مشکلات ناشی از آن برطرف می‌شوند و هزینه زنجیره عرضه کاهش می‌یابد. این روش‌ها در مرحله بعد باعث تغییر سیستم خرده فروشی در کشور شده و با تقویت ساختار فروشگاه‌های زنجیره‌ای و قدرتمند شدن تأمین‌کنندگان به منظور جذب مرکزی متعدد خود این فروشگاه‌ها کالا را در آینده از عرضه‌کننده دریافت و وارد انبار کرده و با ایجاد زنجیره‌های تأمین برای این فروشگاه‌ها در آینده، موضوع توزیع برای این فروشگاه‌ها نیز تغییر ماهیت خواهد یافت. در این بین یکی از پروژه‌هایی که در سال قبل با وزارت صمت پیش بردیم موضوع تأسیس شرکت‌های لجستیک چندجانبه بود که با تحقیقات مناسبی که شد ارزیابی کردیم که اگر شرکتی تنها با ۱۰ درصد از رقم توزیع کالای غیرانجمادی در کشور – که در حدود ۵۰۰ هزار کانتنر در روز خواهد بود – راه‌اندازی شود، سال ۹۹ رقمی معادل ۶۴۰۰ میلیارد تومان خواهد بود. در آن زمان به دولت اعلام کردیم که در صورت حمایت و رفع محدودیت‌های مربوط به تسهیلات و شرایط رقابتی تأمین‌کنندگان به منظور جذب سرمایه اولیه مورد نیاز، این طرح در سال سوم، سرمایه‌گذاری اولیه را باز خواهدگرداند. نکته قابل توجه آن است که حتی شرکت‌های بزرگ توان پرداخت این رقم را ندارند و باید به صورت مشارکتی در این پروژه حضور یابند و دولت برای برون‌رفت از بن‌بست‌ها و اجرای این طرح مهم باید به کمک و مساعدت مسئولان نیز در اجرای آن حداقل ۸ وزارت‌خانه دخالت دارند و باید تأییدیه بدهند، بنابراین باید همه این وزارت‌خانه‌ها انسجام و هماهنگی لازم را داشته باشند. در غیر این صورت هلدینگ‌ها به دلیل ساختارهای درآمدی و هزینه‌های خود این اقدام را نمی‌توانند عملی کنند، اما اگر دولت حمایت کند، در آینده شرکت‌های مختلف نیز وارد گود می‌شوند و در نتیجه به تدریج سرمایه‌گذار خارجی نیز وارد حوزه خواهد شد و این موضوع آغازگر مسیری جدید در حوزه توزیع است که منافع بسیار زیادی را برای زنجیره پخش و توزیع به همراه خواهد داشت.

حاکمیت حق مردم است

مردم سالاری

چهارشنبه ۴ اسفند ۱۴۰۰- ۲۱ رجب ۱۴۴۳- ۲۳ فوریه ۲۰۲۲- سال بیست ویکم- شماره ۵۶۲۲- ۱۲ صفحه- ۵۰۰۰ تومان