



مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

## سند تحول نظام توزیع کالا در ایران (خلاصه مدیریتی)

آنچه خواهید خوانند ...

- بخش توزیع
- ساختار بخش توزیع ایران برحسب مقیاس فعالیت واحدهای توزیعی
- ساختار بخش توزیع ایران برحسب درجه سازمان یافتگی واحدهای توزیعی
- ساختار بخش توزیع ایران برحسب گروه های مخارج
- ساختار بخش توزیع ایران برحسب سهم تجارت الکترونیکی
- ساختار بازار توزیعی برحسب درجه تمرکز رقابت
- صدور مجوزهای توزیعی
- نظام سیاست گذاری و نظارت بر بازار
- نظام قیمت گذاری کالاها
- ممانعت از تشمت قیمت کالا
- زیرساخت های سخت افزاری عمومی
- زیرساخت های سخت افزاری تخصصی
- زیرساخت های نرم
- مسائل استراتژیک بخش توزیع ایران

## خلاصه مدیریتی

۱. بخش توزیع یکی از مهمترین بخش‌های اقتصادی است که نه تنها به لحاظ کارکرد اقتصادی و تاثیر بر سایر بخش‌های اقتصادی، بلکه به واسطه سهم بالا از تولید ناخالص داخلی نیز از جایگاه استراتژیک برخوردار است. اهمیت این بخش طی دهه ۱۳۹۰ بیشتر شده است؛ چراکه طی این دوره سهم خدمات توزیعی از تولید ناخالص داخلی در حالی از ۱۹٫۱ به ۲۰٫۹ درصد افزایش یافته است که متوسط رشد سالانه ارزش افزوده آن به شدت کاهش یافته است. معنای دیگر این امر، افزایش فشار هزینه خدمات توزیعی بر سایر بخش‌هاست. در این ارتباط مقایسه آمار رشد ارزش افزوده و رشد قیمت نیز به خوبی مبین شکاف عمیق میان این دو متغیر است.

۲. بخش توزیع نه تنها به لحاظ «اقتصادی»، بلکه به لحاظ «اجتماعی» نیز بخش استراتژیک است. در حال حاضر حدود یک چهارم شاغلین کل کشور (۲۳٫۱ درصد طی دهه ۱۳۹۰) را شاغلین بخش توزیعی تشکیل می‌دهد. این امر بدان معناست که بخش توزیع از ظرفیت بالایی در تأمین اهداف اجتماعی (اشتغال‌زایی) برخوردار است و در صورت مواجهه با چالش، به سرعت نمود آن در رابطه با نیروی انسانی شاغل ظاهر می‌گردد. این مساله زمانی از اهمیت بالاتر برخوردار می‌شود که واقعیات زیر مورد نظر قرار گیرد:

- روند کاهش بهره‌وری نیروی کار شاغل در بخش توزیع
- سهم بالای نیروی انسانی غیرمتخصص در بخش توزیع
- سهم بالای واحدهای خویش فرما. با توجه به سهم بالای شاغلین خرد و واحدهای خویش فرما بیش از پیش حائز اهمیت می‌گردد. چرا که سهم بزرگی از واحدهای فعال در بخش توزیعی کشور به سبب مقیاس کوچک و برخورداری از قدرت چانه‌زنی پایین در بازار، هزینه عملکرد بالایی داشته و در برابر شوک‌های اقتصادی بسیار آسیب‌پذیر می‌باشند. ضمن اینکه به سبب ماهیت کوچک و غیرمنسجم



این واحدها، نه تنها امکان ساماندهی واحدهای مذکور طی برنامه‌های دستجمعی و آموزش نیروی کار شاغل و ارتقای بهره‌وری در آن‌ها پائین است، بلکه به سبب ماهیت پراکنده این واحدها، شفافیت اطلاعات حوزه توزیع نیز کاهش می‌یابد.

۳. در تبیین تحولات ساختار توزیعی کشور طی یک دهه گذشته از برش‌های مختلفی می‌توان استفاده کرد که تجمیع نتایج حاصل از این برش‌ها در کنار یکدیگر می‌تواند تصویر شفافی را از این تغییرات ارائه دهد:

### ۳-۱. ساختار بخش توزیع ایران برحسب مقیاس فعالیت واحدهای توزیعی: بخش توزیع ایران در

حال حاضر مشابه بسیاری از ساختارهای توزیعی نوظهور، مواجه با یک ساختار دوقطبی است. در یک سمت آن بی‌شمار واحدهای خرد مستقل مشغول فعالیت هستند که بار عمده مبادلات توزیعی برعهده آنهاست (به طور متوسط سهم ۹۴٫۲ درصدی از خریدهای خواروبارفروشی و ۸۴ درصد از کل خریدهای خرده‌فروشی در کشور طی دوره ۹۸-۱۳۹۰). در سوی دیگر نیز واحدهای بزرگ و زنجیره‌ای فعال هستند که با سرعت در حال رشد و سهم‌گیری از بخش خرد مستقل می‌باشند. در واقع، ساختار بخش خرده‌فروشی ایران با مشکل «کمبود واحدهای متوسط مقیاس» مواجه می‌باشد؛ هرچند که طی سال‌های اخیر و با ورود فروشگاه‌های همواره تخفیف، اندکی رشد سهم در این بخش اتفاق افتاده است. افزایش سهم واحدهای متوسط زنجیره‌ای از آن‌روی اهمیت دارد که ۱- در برخی کشورها همچون هندوستان از ظرفیت این واحدها (تحت فرانتچایز) به‌عنوان مجرای مهم توزیع کالاهای اساسی استفاده می‌شود. ضمن اینکه حتی اگر بنا بر استفاده از ظرفیت این واحدها در امر تنظیم بازار نباشد، به واسطه ماهیت زنجیره‌ای این واحدها، استفاده از ظرفیت آنها در «ثبات بخشی به بازار کالاها» از منظر حفظ همگنی قیمتی (ممانعت از تشنگی قیمت کالاها) و ارتقای استاندارد کالاهای عرضه شده بسیار بالاست. به علاوه، در بسیاری از تجربیات موفق جهانی (همچون مالزی، ترکیه و آلمان)، به منظور نظام بخشی به واحدهای توزیعی و افزایش شفافیت در شبکه توزیع، همچنین حرکت از بخش سنتی به مدرن، از توسعه فروشگاه‌های کوچک و زنجیره‌ای استفاده شده است.

### ۳-۲. ساختار بخش توزیع ایران برحسب درجه سازمان یافتگی واحدهای توزیعی: طی سال اخیر

جریان ورود واحدهای مدرن (اعم از واحدهای فروشگاه‌های و پخش) به بخش توزیع چشمگیر بوده است. این امر هنگامی به عنوان یک امر کاملاً مثبت تلقی می‌شود که جملگی این واحدها به صورت سازمان یافته فعالیت کنند. این در حالی است که در سال‌های اخیر مجرای سازمان نیافته از فعالیت بازیگران مدرن در اقتصاد در حال ظهور است. به طور نمونه برخی شرکت‌های پخش (استانی) فاقد مجوز می‌باشند. به عنوان نمونه دیگر، کمتر از یک پنجم وبسایت‌های تجارت الکترونیکی برخوردار از



اینماد هستند که باعث می‌شود ساختار توزیعی کشور با یک مجرای غیررسمی جدید مواجه شود که روزه‌روز در حال گسترش است، بلکه با سلب اعتماد مشتریان به مجموعه واحدهای توزیعی آنلاین، فرصت گسترش این مجرای کم‌هزینه و کارآمد را نیز محدود می‌نماید. در بخش تقاضا نیز با وجود نفوذ قابل توجه بخش مدرن و سازمان‌یافته، تنها ۸٫۳۳ درصد از ارزش خریدهای خواروبار صورت گرفته توسط این بخش صورت می‌گیرد. این امر هزینه‌های کنترل و نظارت بر بازار را افزایش می‌دهد.

### ۳-۳. ساختار بخش توزیع ایران برحسب گروه‌های مخارج: به‌لحاظ «اجزای تشکیل‌دهنده

خرده‌فروشی در کشور»، دو گروه خریدهای «خواروبارفروشی» و «غیرخواروبارفروشی» را می‌توان تصویر کرد. در ایران این رقم برحسب «سهم تعداد واحدهای خرده‌فروشی» حدود ۳۵ درصد است، اما هنگامی که بحث به ارزش سبد خریدهای مصرف‌کنندگان و «سهم از کل خریدهای خرده‌فروشی» وارد می‌شود، آمار عملکرد در محدود ۶۰-۵۸ درصد متغیر است. این امر مبین مقیاس بزرگتر واحدهای توزیع خواروبار در مقایسه با واحدهای توزیع‌کننده سایر کالاهاست. این بخش از بازار با سرعتی بیشتر از سایر کانال‌های خرده‌فروشی تحت تأثیر مدرنیزاسیون و ورود واحدهای مدرن بزرگ مقیاس بوده است و دلیل آن ورود سرمایه‌گذاران داخلی و چندملیتی بیشتر از سایر کانال‌های خرده‌فروشی بوده است. یکی از دلایل پایین‌تر بودن سرمایه‌گذاری در گروه‌های غیرغذایی، تهدید ناشی از خرده‌فروشی اینترنتی و کانال‌های فروش مستقیم بوده است که در ایران به‌طور گسترده برای این گروه کالاها مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته، این ویژگی‌های مثبت مانع آن نمی‌شود که بحث سازماندهی واحدها در بخش آنلاین نادیده گرفته شود. در واقع، اینکه کمتر از یک پنجم وبسایت‌های تجارت الکترونیکی برخوردار از اینماد هستند نه تنها باعث می‌شود ساختار توزیعی کشور با یک مجرای غیررسمی جدید مواجه شود که روزه‌روز در حال گسترش است، بلکه با سلب اعتماد مشتریان به مجموعه واحدهای توزیعی آنلاین، فرصت گسترش این مجرای کم‌هزینه و کارآمد را نیز محدود می‌نماید.

### ۳-۴. ساختار بخش توزیع ایران برحسب سهم تجارت الکترونیکی: تجارت الکترونیکی در ایران بر

اساس گزارشات مرکز توسعه تجارت الکترونیک با سرعت در حال رشد و سهم‌گیری از تولید ناخالص داخلی است. در این ارتباط آمار سال ۱۳۹۷ مبین سهم ۱۰٫۴ درصدی مبلغ اسمی کل معاملات تجارت الکترونیکی به تولید ناخالص داخلی است. گرچه کمتر از ۵٫۵ درصد از خریدهای خرده‌فروشی بازاری در ایران به صورت غیرفیزیکی انجام می‌شود، طی سال‌های اخیر رشد خریدهای آنلاین و بازاریابی شبکه‌ای شتاب قابل توجهی گرفته است و انتظار می‌رود آثار خود را به ویژه در بخش غیرخواروبارفروشی که نفوذ پائین‌تری از ابزارها و روش‌های مدرن را طی یک دهه اخیر تجربه کرده بود، نشان دهد. پیامد مثبت



دیگر این امر آن است که واحدهای سنتی که درصدد مقابله با آثار منفی گسترش خرده‌فروشی‌های بزرگ و زنجیره‌ای هستند، انگیزه خواهند داشت تا با شبکه شدن ذیل واحدهای آنلاین و یا راه‌اندازی فروش آنلاین در داخل مجموعه خود، زمینه‌ای برای افزایش سهم مدرن توزیعی را ایجاد نمایند.

### ۳-۵. ساختار بازار توزیعی برحسب درجه تمرکز رقابت.

به لحاظ شدت رقابت حاکم بر بخش خرده‌فروشی کشور، آمار مربوط به سهم ۴ شرکت توزیعی از کل بازار کمتر از ۲ درصد است. این امر مبین وضعیت کاملاً رقابتی در کل بخش خرده‌فروشی است. البته، با عنایت به اینکه مدیریت‌های به هم پیوسته در بخش مدرن از طریق هم‌پیوندی واحدهای خرده‌فروشی و عمده‌فروشی مدرن با مجتمع‌های صنعتی در حال گسترش می‌باشد، نوعی ساختار انحصاری در بخش مدرن توزیعی کشور در حال گسترش است که می‌تواند زمینه اعمال قدرت بازاری را پدید آورد.

۴. در رابطه با حوزه سازماندهی و مدیریت شبکه توزیع، بررسی‌های مربوط به وضعیت حاکم برحسب مراجع صدور مجوزهای توزیعی، نظام سیاست‌گذاری و نظارت بر بازار (مشمول بر مراجع متولی امر) و همچنین نظام قیمت‌گذاری حاکم بر بازار کالاها به شرح زیر قرار دارد:

#### ۴-۱. صدور مجوزهای توزیعی: اشکالات ناظر بر صدور مجوزهای توزیعی عبارتند از:

- تعدد مراجع صدور مجوز برحسب رویه‌های فرآیندی و گروه‌های کالایی که خود می‌تواند منشای تزاخم و توازی در امور صدور مجوزها باشد. این تقسیم کار در کشورهای مورد بررسی عمدتاً برحسب رویه‌های فرآیندی شکل گرفته است. این امر در شرایطی که حدود ورود وزارتخانه‌های بخشی در زمینه گروه‌های کالایی زیرمجموعه دارای تزاخم باشد، منشای بزور مشکلات بزرگتر است.
  - وجود ابهام در مرجع مشخص برای صدور مجوز توزیعی برخی عوامل توزیعی (مانند کش‌اندکری‌ها یا شرکت‌های لجستیکی طرف سوم به بالا) که زمینه ورود این عوامل توزیعی را محدود می‌کند.
  - اشکالات ناشی از ورود مراجع غیردولتی در امور حاکمیتی صدور مجوز فعالیت واحدهای توزیعی
- مجموعه موارد فوق منجر به «سخت‌تر شدن محیط کسب‌وکار بازیگران حوزه توزیعی» شده و «تمایل برای فعالیت غیرسازمان‌یافته» را افزایش می‌دهد.

#### ۴-۲. نظام سیاست‌گذاری و نظارت بر بازار: نظام سیاست‌گذاری و نظارت بر بازار در ایران یک نظام

مواجه با «دوگانگی» است. چرا که در آن از یک سو تلاش شده است تا با مسئول ساختن هیاتی مرکب از دستگاه‌های تخصصی و نمایندگان تشکل‌های فراگیر در امور سیاست‌گذاری بازار (تحت عنوان ستاد تنظیم بازار) و بهره‌مندی از مشارکت تشکل‌های غیردولتی در امور سیاست‌گذاری شبیه شرایط «تنظیم بازار کم‌هزینه» عمل شود. از سوی دیگر در امور اجرایی نظارت بر بازار، با تمرکز وظایف



و پاسخگویی یک وزارتخانه نسبت به تغییرات بازار و در عین حال واگذاری امور بازرسی بازار به تشکل‌های غیردولتی (امور اجرایی نظارت بر بازار)، مشابه «تنظیم بازار مشارکتی» عمل شده است.<sup>۱</sup> بدیهی است پیاده‌سازی همزمان دو نظام مبتنی بر «تمرکز» و «عدم تمرکز»، منجر به پاسخگویی ضعیف دستگاه‌هایی می‌شود که در امر سیاست‌گذاری بازار دخیل بوده‌اند، اما در خصوص تحولات قیمتی آن مسئولیت نظارت ندارند. لذا، با تمرکز امور نظارت بر بازار در یک دستگاه (حتی با وجود مشارکت‌گیری از تشکل‌های حرفه‌ای)، تثبیت شرایط بازار سخت‌تر می‌شود.

**۳-۴. نظام قیمت‌گذاری کالاها:** در رابطه آسیب‌های وارده به شبکه توزیع از مجرای نظام قیمت‌گذاری حاکم در اقتصاد می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

الف. بخش بزرگی از کالاها و خدمات در کشور حتی کالاهای بورسی مشمول قیمت‌گذاری هستند. این مساله انگیزه فعالیت در گروه غیرسازمان یافته را در میان عوامل توزیعی افزایش می‌دهد. ضمن اینکه تامین کالاهای واسطه‌ای در واحدهای تولیدی را نیز با اشکال مواجه می‌کند.

ب. در شرایطی که امکان تعیین قیمت از طریق واحدهای تولیدی و بازرگانی پیش‌بینی شده است (کالاهای صنفی اولویت سوم) و سایر کالاها و خدمات موضوع ابلاغیه وزارت صنعت، معدن و تجارت شماره ۶۰/۱۵۱۷۸۰ مورخ ۱۳۹۷/۶/۱۰، التزام به ضوابط قیمت‌گذاری سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان (مصوبه هیات تعیین و تثبیت قیمت‌ها) به‌عنوان قید در برابر این واحدها قرار داده شده است. این در حالی است که در ضوابط قیمت‌گذاری سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان (مصوبه هیات تعیین و تثبیت قیمت‌ها؛ ۱۳۸۹)، اشکالات متعددی وجود دارد که اهم آنها عبارتند از:

- ضعف جایگاه مولفه «بهره‌وری» به واسطه اتکای ضوابط قیمت‌گذاری مذکور به روش «هزینه-افزوده» در تعیین قیمت تمام شده کالاها
- ابهام در رویکرد اتخاذ شده به منظور افزایش «انگیزه بهینه‌سازی» در واحدها. این امر به واسطه وجود انواعی از اشکالات در به شرح موارد زیر:
- ارجاع مبنای «محاسبه نرخ مواد اولیه» در صورت عدم وجود مستندات به سایر واحدهای تولیدی. در این حالت ممکن است گروهی برخوردار از امکان تدارک ارزان‌تر، نرخ مواد اولیه را به صرفه‌تر ببینند که نرخ آنها بر مبنای سایر سازمان‌ها محاسبه گردد، باید محاسبه بر حسب کمترین نرخ محاسبه شده صورت گیرد.

۱. در حوزه بازرسی و نظارت بر تخلفات صنفی در واحدهای توزیعی اتحادیه‌ها برخوردار از قدرت اجرایی هستند و به‌عنوان ضابط اجرای احکام (ابطال پروانه کسب، دستور توقف فعالیت و ...) ایفای نقش می‌کنند. بدیهی است با توجه به ذی‌نفع بودن اتحادیه از درآمد حق عضویت اعضا، نمی‌توان انتظار داشت که نتایج نظارت‌های صورت گرفته بر اعضا به صورت کامل مبین تخلفات واحدها باشد.



- از یک سو، سنجه مربوط به مصرف مواد اولیه در واحدها عملکرد سایر واحدها قرار داده است (جزء ۲ الف ذیل فصل مواد اولیه مصرفی)، و از سوی دیگر در رابطه با ضایعات، مبنای به صورت مقایسه با عملکرد سه سال قبل قرار دارد (تبصره ۱ ذیل فصل مواد اولیه مصرفی). این در حالی است که در خصوص قیمت خرید مواد اولیه مبنای نرخ مواد اولیه در سایر واحدهای تولیدی (جزء ۲ بند الف ذیل فصل مواد اولیه مصرفی) بوده است و نهایتاً به منظور محاسبه ارزش تولید، از چندین مبنای به صورت ۷۰ درصد ظرفیت اسمی یا فروش واقعی و یا عملکرد ۴ سال گذشته هر کدام که بیشتر باشد، استفاده کرده است. با این توصیف، دستورالعملی که مبنای تعیین قیمت کالاهای غیرمشمول قیمت‌گذاری است انگیزه‌ای برای بهینه‌سازی در بخش تولید باقی نمی‌گذارد.

**۴-۴. ممانعت از تشتت قیمت کالا:** در حال حاضر، به منظور ممانعت از تشتت قیمت کالاها در بازار، تنها طرح چاپ قیمت توسط تولیدکنندگان در جریان است. این در حالی است که چاپ قیمت مقطوع برای مصرف‌کننده در هیچ‌یک از کشورهای مورد بررسی مشاهده نشده است.

۵. عملکرد زیرساخت‌های پشتیبان حوزه توزیع: در رابطه با عملکرد زیرساخت‌های پشتیبان شبکه توزیع، موارد بر حسب زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری به شرح زیر قرار دارد:

#### ۵-۱. زیرساخت‌های سخت‌افزاری عمومی: در بخش زیرساخت‌های سخت‌افزاری عمومی پشتیبان

توزیع (شامل زیرساخت‌های حمل‌ونقل و جابجایی کالا) اگرچه ظرفیت‌سازی‌های گسترده‌ای صورت گرفته است، همچنان به سبب بهره‌وری پائین، دسترسی نامتوازن مراکز استانی به زیرساخت‌های مذکور و از همه مهمتر کمبود واگن‌های برخوردار از استانداردهای لازم جهت حمل کالا، سهم بار ریلی از شبکه بسیار کم (در بهترین شرایط معادل ۹٫۱ درصد از کل حمل بار کشور) است و نتیجتاً امکان صرفه‌جویی هزینه‌ای پائین می‌باشد. یکی از روش‌های مناسب در راستای جبران این کاستی و افزایش سهم حمل ریلی در شبکه، افزایش سهم حمل ترکیبی در شبکه است. البته، این امر به سبب فرسودگی و ضعف استاندارد واگن‌های موجود در شبکه به سهولت امکان‌پذیر نیست. مگر آنکه با گسترش کانتینری‌سازی (containerization) حداکثر بهره‌مندی از ظرفیت واگن‌های مسطح و لبه‌کوتاه موجود در حمل بارهای ریل پسند به عمل آید. در حال حاضر امکان حمل کانتینر با ۱۰۰۰ دستگاه واگن مسطح و ناوگان ۳۵۰۰ دستگاهی واگن‌های لبه‌کوتاه کشور فراهم است. ضمن اینکه استفاده از کانتینر (حتی کانتینرهای مستعمل) روی واگن، می‌تواند کاستی‌های موجود در خصوص واگن مورد نیاز حمل بارهای ریل پسند را نیز مرتفع کند. ابزار مهم دیگر در راستای کاهش هزینه‌های توزیعی توسعه مراکز لجستیکی با کارکرد بین‌المللی و ملی است. وزارت راه و شهرسازی در سال ۱۳۹۷ اقدام به



تدوین سند آمایش مراکز لجستیک کشور نموده است، اما همچنان این مراکز راه اندازی نشده است.<sup>۱</sup>

**۲-۵. زیرساخت‌های سخت‌افزاری تخصصی:** زیرساخت‌های سخت‌افزاری تخصصی پشتیبان توزیع به طور عمده عبارت از زیرساخت‌های عرضه (بورس کالایی، شهرک‌های صنفی، ...)، مراکز ذخیره‌سازی کالا، همچنین مراکز لجستیک شهری می‌باشند. در تمامی این حوزه‌ها با وجود ایفای نقش حمایت‌کنندگی از سوی دولت، همچنان نقایص عملکردی وجود دارد. مهمترین این نقایص در خصوص بورس کالایی به اشکالات ناظر بر فرآیند کشف قیمت واقعی کالاها و نقایص توأم با مدیریت ریسک و محافظت از نوسانات آتی قیمت بازمی‌گردد. بخشی از این مساله متأثر از ضعف بورس در نظارت بر حجم عرضه و تقاضا است و بخش دیگر آن در نتیجه تأثیرپذیری تعیین قیمت پایه کالاها از نوسانات قیمت ارز می‌باشد. در خصوص شهرک‌های صنفی و مراکز لجستیک با کارکرد منطقه‌ای به عنوان زیرساخت سخت‌افزاری تخصصی توزیع، که گسترش آن یکی از نیازهای بلاشک بخش توزیع ایران به شمار می‌رود، اقداماتی صورت گرفته است. اما همچنان نیاز به اقدامات هماهنگ‌کننده، تسهیل‌کننده و تأمین‌کننده دولت در راستای توسعه این واحدها وجود دارد.

**۳-۵. زیرساخت‌های نرم:** در بخش زیرساخت‌های نرم دو گروه زیرساخت به صورت: ۱- سیستم‌های مبتنی بر فناوری و فناوری اطلاعات؛ ۲- زیرساخت‌های حقوقی متصور می‌باشد.

الف. سیستم‌های مبتنی بر فناوری و فناوری اطلاعات در ۵ گروه به صورت موارد زیر قرار دارد که در خصوص هر یک از گروه‌ها اقداماتی از سوی دولت به انجام رسیده است:

- گروه اول از انواع زیرساخت‌های نرم به صورت سامانه جامع تجارت ایران (مشمول بر ۱۱ زیرسیستم)، فاز اول سامانه مدیریت توزیع کالا (صدور الکترونیکی مجوزهای پخش کالایی)، سامانه پنجره واحد گمرکی و سامانه مدیریت مرکزی حمل‌ونقل درون شهری و حومه‌ای<sup>۲</sup> است که تأثیر آن بر بهبود محیط کسب‌وکار فعالان حوزه توزیع و بازرگانی کشور وارد می‌شود. البته، در این ارتباط، همچنان نقایص ناظر بر پنجره واحد برای سایر عوامل مختلف توزیعی وجود دارد.
- گروه دوم از زیرساخت‌های نرم‌افزاری پشتیبان توزیع عبارت از سامانه رصد زنجیره تجاری (طرح افق)، فاز دوم سامانه مدیریت توزیع کالا و سامانه جامع انبار ظرفیت مناسبی برای ایجاد شفافیت و یکپارچگی در مرحله بین تولیدکننده و توزیع‌کنندگان محسوب می‌شود. سامانه‌های مذکور طی

۱. مهم‌ترین اقدام در حال انجام در این زمینه، انعقاد قرارداد توسعه بخشی از ایستگاه آپرین تهران برای ایجاد پایانه حمل ترکیبی است که از سال ۱۳۹۵ شروع شد.  
۲. از طریق این سامانه خدماتی چون درخواست صدور پروانه فعالیت ناوگان، اشتغال رانندگان، بهره‌برداری شرکت‌های حمل‌ونقل درون شهری، نوسازی ناوگان و تخصیص سهمیه لاستیک خودرو به فعالین حمل‌ونقل بار و مسافر درون شهری ارایه می‌شود.





- سال‌های اخیر و به ویژه با الزامات قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز در مرحله تکمیل و توسعه قرار دارد.
- گروه سوم از زیرساخت‌های نرم‌افزاری عبارت از سامانه مدیریت یکپارچه بازرسی، سامانه رصد قیمت کالا و خدمات، سامانه جامع گارانتی، سیستم شناسایی کالا و خدمات GS۱ است که از طریق شرایط رهگیری کالاها در شبکه و کاهش هزینه‌های نظارت بر بازار کالاها فراهم می‌آید.
- گروه چهارم از زیرساخت‌های نرم‌افزاری پشتیبان توزیع به بهبود مدیریت لجستیک منتهی می‌شود. در زمینه این بخش زیرساختی همچون سامانه بارنامه برخط، سامانه صدور سند حمل بار درون شهری (باربرگ) به منظور صدور بارنامه الکترونیک برای حمل بار در شهرها، سامانه راهنما بین‌المللی الکترونیکی ایران، سامانه مدیریت شرکت‌های حمل‌ونقلی و کمیسیون‌ها، سیستم رهگیری کامیون‌های حمل‌ونقل بین‌المللی و کامیون‌های ترانزیت، سیستم جامع سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای، اگرچه پیشرفت‌های صورت گرفته قابل توجه بوده است، همچنان فرآیند بهینه‌سازی و مدیریت کارآمد امور توزیع و لجستیک با نقص همراه است. لذا، وجود این زیرساخت‌ها رافع نیاز به برخورداری از شرکت‌های لجستیکی و مراکز لجستیکی نمی‌باشد.

**۶. مسائل استراتژیک بخش توزیع ایران** با ترکیب نتایج بررسی وضعیت موجود و آسیب‌شناسی صورت گرفته از اجزای مختلف توزیع و با استناد به روش برایشون<sup>۱</sup> در استخراج مسائل استراتژیک و عوامل تاثیرگذار بر آن استخراج شده است. این مسائل مبین اشکالات عملکردی بخش توزیع در مسیر تامین سه حوزه هدف در کشور است: ۱- اهداف اقتصادی؛ ۲- اهداف اجتماعی و ۳- اهداف تنظیمی. اجزای زیرمجموعه هر یک از این سه حوزه هدف، به عنوان مهمترین مسائل چالش برانگیز از منظر عملکرد بخش توزیع کشور و ضرورت‌های بازانديشی سیاستی در آن به شرح زیر مورد توافق خبرگان قرار گرفته است:

الف. مسائل استراتژیک از منظر اهداف اقتصادی: (۱) کاهش مداوم توان خلق ارزش افزوده در بخش توزیع کشور؛ (۲) افزایش فشار هزینه‌های خدمات توزیعی بر سایر بخش‌های اقتصادی

ب. مسائل استراتژیک از منظر اهداف اجتماعی: (۱) تضييع حقوق مصرف‌کنندگان؛ (۲) کاهش سهم بخش توزیع از ایجاد اشتغال رسمی؛ (۳) افزایش هزینه‌های جنبی خدمات توزیع در کشور

ج. مسائل استراتژیک از منظر اهداف تنظیمی: (۱) هزینه بالای سیاست‌های مدیریت بازار بر بدنه اقتصاد؛ (۲) هزینه بالای اقدامات نظارتی و بازرسی در شبکه توزیع

1. Bryson



به تناسب مسائل استراتژیک احصا شده، ۱۸ رکن سیاستی ذیل ۶ بسته سیاستی به صورت شکل زیر احصا گردید:

بسته سیاستی ۱- افزایش بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس و تجمع در شبکه توزیع

رکن ۱: گسترش عمده‌فروشی‌های زنجیره‌ای

رکن ۲: سازماندهی بخش خرد صنفی در قالب شبکه و ساختارهای جمعی

رکن ۳: افزایش یکپارچگی در امور لجستیک

بسته سیاستی ۲- ارتقای سهم بهره‌وری از رشد ارزش افزوده توزیع

رکن ۴: ارتقای استانداردهای توزیعی در واحدهای فعال

رکن ۵: توسعه کاربرد ابزارها و روش‌های نوین در بخش توزیع

رکن ۶: ارتقای جایگاه تحقیق و توسعه در بخش توزیع و لجستیک

بسته سیاستی ۳- تقویت جایگاه خدمات متصل به توزیع

رکن ۷: توسعه کانون‌های یکپارچه‌سازی زنجیره تامین و توزیع کشاورزی

رکن ۸: تقویت حلقه‌های ارزش در زنجیره خدمات توزیعی

رکن ۹: ارتقای انگیزه نوآوری در واحدهای توزیعی

بسته سیاستی ۴- تقویت همکاری میان واحدهای سنتی و مدرن توزیعی

رکن ۱۰: تقویت زیرساخت‌های همکاری بخش سنتی و مدرن

رکن ۱۱: توانمندسازی واحدهای توزیعی سنتی

رکن ۱۲: بخش‌بندی تقاضای مقابل واحدهای سنتی و مدرن

بسته سیاستی ۵- شفاف‌سازی فضای بازاری توزیع

رکن ۱۳: سازماندهی سازوکارهای بازاری

رکن ۱۴: شفاف‌سازی فضای اطلاعات کالاها و بازیگران توزیعی

رکن ۱۵: بازمهندسی نظام صدور مجوزهای حوزه توزیع

بسته سیاستی ۶- ارتقای کارآمدی شیوه‌های نظارت بر بازار

رکن ۱۶: افزایش اتکا بر الگوی خودتنظیمی در بازار

رکن ۱۷: تقویت جایگاه انجمن‌های مصرف‌کننده در امور نظارت بر بازار

رکن ۱۸: افزایش اثرات تحذیری ارتکاب جرم در بازار

