

عمده‌ترین دلایل عدم شکل‌گیری فضای رقابتی در حوزه فعالیت اصناف

داود چراغی، کارشناس اقتصادی

مهر

اصناف در ایران در برگیرنده طیف وسیعی از فعالیتهای تولیدی، ذخیره‌سازی، حمل‌ونقل، فرآوری، بسته‌بندی، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کالاها و خدمات هستند که تقریباً در تمام مراحل فرآیند چرخه اقتصاد کشور، از تولید (واردات) تا عرضه کالاها و خدمات، نقش و جایگاه مهمی دارند. ویژگی مشترک اصناف در ایران مربوط به فعالیت آنها در شهرها و همچنین در اختیار داشتن زنجیره نهایی چرخه اقتصاد کشور یا نظام توزیع کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان حتی در واحدهای صنفی تولیدی است. لازم بذکر است در هر کشوری، ایجاد، گسترش، شکل‌ظاهری و در کل ساختار و عملکرد واحدهای صنفی، تحت تأثیر سیاست‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و تدوین و بازنگری قوانین و مقررات مختلف مربوط به ایجاد و فعالیت این گونه واحدها و همچنین ایجاد و فعالیت نهادها و سازمان‌های متولی دولت‌های ملی و محلی (شهرداری‌ها) در انجام وظایف حاکمیتی است. برای این اساس ساختار و عملکرد اصناف در کشورهای مختلف تحت تأثیر عوامل زیادی است که مهمترین آنها مربوط به اتخاذ سیاست‌های مناسب کلان اقتصادی و تدوین قوانین و مقررات و دستورالعمل‌ها توسط دولت‌ها، هم برای رعایت حداقل استانداردهای بهداشتی و هم رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و همچنین ایجاد نهادهایی برای کنترل، نظارت و بازرسی بازار تولید، تجارت و عرضه کالاها و خدمات توسط دولت‌ها است. اما در ایران در سالهای اخیر ساختار و عملکرد بنگاه‌های صنفی با فضای رقابتی فاصله زیادی دارد. چراکه مصرف‌کنندگان در خرید کالاها و خدمات اولاً بالاترین قیمت را پرداخت و ثانیاً کالاها و خدماتی را با پایین‌ترین کیفیت دریافت می‌دارند.

حال با توجه به موارد فوق، مهمترین شاخص‌های عدم گسترش فضای رقابتی در ساختار و عملکرد اصناف و اثرات فعالیت واحدهای صنفی بر بخش‌های مختلف اقتصاد ایران در شرایط عدم توسعه فضای رقابتی از یک طرف و همچنین بررسی علل عمده عدم شکل‌گیری و گسترش رقابت اصناف در ایران از طرف دیگر می‌باشد. بر این اساس، مهمترین شاخص‌ها و ویژگی‌های عملکردی اصناف که نشان از فضای غیررقابتی در فضای فعالیت آن است بشرح ذیل، اشاره می‌شود.

عمده‌ترین دلایل عدم شکل‌گیری فضای رقابتی در نظام توزیع کالا و خدمات ایران:

- ۱- عرضه کالاها و خدمات به قیمت‌های متفاوت در مناطق مختلف شهری
 - ۲- افزایش سهم ارزش افزوده بخش بازرگانی داخلی (خرده‌فروشی و عمده‌فروشی)، حدود دو برابر این سهم در کشورهای توسعه یافته
 - ۳- افزایش بیشتر نرخ رشد شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری نسبت به نرخ رشد شاخص قیمت تولیدکنندگان
 - ۴- عدم تدوین و ابلاغ قوانین و مقررات کارآ و مطلوب برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان حتی نسبت به کشورهای در حال توسعه
 - ۵- روند نارضایتی از خدمات پس از فروش کالاها، استرداد و تعویض کالاها و... مواردی این چنین
 - ۶- عدم قدرت بازدارندگی مجازات در نظر گرفته شده برای جرایم تخلفات صنفی (کمترین مجازات در تخلفات مختلف مربوط به تولید و عرضه کالاها و خدمات در نظر گرفته شده است).
 - ۷- روند رشد گسترده واردات غیر قانونی و عدم برخورد قاطع با عرضه‌کنندگان کالاهای قاچاق در عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کشور
 - ۸- رشد بی‌رویه بنگاه‌های صنفی کوچک و فعالیت واحدهای صنفی بدون پروانه کسب
 - ۹- سهم ۹۵ درصدی واحدهای صنفی سنتی در مقابل سهم کمتر از ۵ درصد بنگاه‌های نوین بازرگانی از جمله فروشگاه زنجیره‌ای استاندارد
 - ۱۰- بطور متوسط، مساحت اختصاصی و تعداد شاغلین خرده‌فروشی برای هر هزار نفر مصرف‌کننده در ایران حدود نصف این دو شاخص در کشورهای توسعه یافته و حتی کمتر از بسیاری از کشورهای در حال توسعه می‌باشد. چراکه واحدهای صنفی خرده‌فروشی در ایران عموماً در بنگاه‌های خرده-فروشی کوچک و در مساحت کمتر از بیست مترمربع و همچنین چندان بدنبال استفاده از ابزار و روش‌های جدید فعالیت نمی‌باشند.
- لازم بذکر است دولت برای اصلاح ساختار و عملکرد اصناف و سوق‌دهی آنان به سمت یک ساختار کارآ و مطلوب در یک فضای مناسب رقابتی، باید ابتدا عوامل شکل‌دهنده وضعیت فعلی اصناف در ایران، شناسایی شود. سپس با توجه به این عوامل، اقدام به سیاست‌گذاری در جهت حرکت به سمت نظام مطلوب می‌شود. در این جهت اولاً باید جهت‌گیری سیاست‌های کلان اقتصادی کشور برای

شکل‌گیری فضای رقابتی در همه کسب و کارهای کوچک و بزرگ باشد. ثانیاً باید قوانین، مقررات و دستورالعمل‌های لازم برای مشخص شدن حدود فعالیت افراد حقیقی و حقوقی در چارچوب قوانین جهت رعایت حداقل استانداردها در شکل‌گیری ساختار بنگاه‌های صنفی و عملکرد آنان برای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان مشخص گردد. همچنین باید نهادهایی برای کنترل، نظارت و بازرسی فعالان تولید و عرضه کالاها و خدمات شکل گیرد تا در صورت عدم توجه به قوانین و مقررات با متخلفین برخورد لازم انجام گیرد. قابل ذکر است که این گونه قوانین باید با توجه به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و نگهداری و توزیع کالاها در شرایط استاندارد و حفظ سلامت کالاها تدوین شوند. همچنین باید جرایم و مجازات‌های صنفی نیز مورد بازنگری قرار گیرد، چرا که در حال حاضر مجازات‌های صنفی ایران متناسب با جرایم صنفی نمی‌باشد. در کل دولت باید طوری سیاست‌گذاری نماید که سود و درآمد بنگاه‌هایی که قوانین، مقررات، دستورالعمل‌ها و ضوابط فضای رقابتی را رعایت می‌نمایند، افزایش و در مقابل هزینه‌های واحدهای صنفی که به این اصول توجه ندارند، بشدت افزایش، بطوریکه سود آنها کاهش یابد. در این شرایط واحدهای صنفی برای کسب درآمد و سود بیشتر باید همه اصول و قوانین و مقررات فضای رقابتی یعنی رقابت با بنگاه‌های دیگر برای تولید و عرضه کالاها و خدمات با بالاترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت، همراه با رعایت همه استانداردهای لازم و علی‌الخصوص رعایت قوانین مرتبط با حقوق مصرف‌کنندگان را رعایت نمایند. در مقابل باید سود و درآمد بنگاه‌هایی که اقدام به اجحاف به مصرف‌کنندگان در قیمت و کیفیت کالاها و خدمات و یا عدم رعایت استانداردها می‌نمایند، بشدت کاهش یابد، تا این بنگاه‌ها قادر به ادامه فعالیت نباشند. البته اگر نهادهای متولی کنترل، نظارت و بازرسی تولید و عرضه کالاها و خدمات جلو فعالیت این بنگاه‌ها را نگرفته باشند.