

پنجره واحد گامی در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی برای نوین سازی شبکه توزیع کالا

زهرا آقاجانی، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

شاتا

یکی از راهکارهایی که به منظور نوین سازی شبکه های توزیع کالا در کشور با توجه به تاکید طرح تحول اقتصادی در این خصوص قابل پیگیری است؛ افزایش سهم فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای می باشد. در این میان فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای جهانی با حضور در کشورهای در حال توسعه نظیر هند، چین، کره جنوبی، امارات متحده عربی و ... نقش برجسته ای در نوین سازی شبکه توزیع این کشورها ایفا کرده اند.

در این میان از جمله موانع در گسترش حضور اینگونه بنگاه های اقتصادی در ایران، لزوم اخذ مجوزهای مربوطه از حوزه های مختلف حاکمیتی است که به نظر می رسد از طریق ایجاد یک پنجره واحد و پیوند مجازی میان حوزه های مختلف می توان فرآیندهای مربوط به حضور فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای جدید را کوتاه کرد. به طوریکه با ایجاد آن تمام فرآیندها و گام های مربوط به ایجاد این نوع فروشگاه ها فقط از طریق این پنجره مجازی صورت گیرد. در خصوص پنجره واحد باید گفت پنجره واحد امکانی است که به طرف های فعال در این زمینه اجازه می دهد که با یک بار مراجعه به سازمان یا نهاد مربوطه یا سایت اینترنتی در نظر گرفته شده برای این منظور و ارسال اطلاعات و اسناد استاندارد مربوط به فعالیت خود و تکمیل فرم های لازم و در مجموع ارائه اسناد و مدارک لازم از طریق یک نقطه ورودی یا تکمیل آن ها؛ تمامی الزامات قانونی مربوط به این گونه فعالیت ها را به طور متمرکز، در یک جا، با سرعت و دقت بیشتری انجام دهند. لازم به ذکر است اگر اطلاعات الکترونیکی باشند، عناصر منفرد داده تنها باید یک بار تسلیم شوند. به طوریکه این امر از طریق حذف و کاهش مدارک و اسناد غیر ضروری، طراحی مدارک مورد نیاز با در نظر گرفتن نیاز همه بخش ها و هماهنگی و مطابقت با استانداردهای بین المللی و تنظیم الکترونیکی اسناد یاد شده محقق می شود. باید توجه داشت که ایجاد پنجره واحد نیازمند بسترها و الزاماتی است که مهم ترین بستر و الزام اصلی در شکل گیری آن بهره مندی از فناوری اطلاعات می باشد. البته شایان ذکر است که این پنجره می تواند مجازی هم نباشد و در قالب بهره مندی از یک پنجره واحد در فضای غیرمجازی عمل کرده و همه فرآیندهای مرتبط با ایجاد یا گسترش یا حتی ادغام برخی فروشگاه ها با یکدیگر را نیز پوشش دهد.

در این ارتباط به نظر می رسد کوتاه شدن فرآیندهای مربوطه و شناخت گلوگاه های موجود بر سر راه تاسیس یا گسترش فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای می تواند موجبات افزایش رقبت در ایجاد این نوع

فروشگاه‌ها توسط بخش خصوصی را فراهم آورد. شایان ذکر است که به طور مثال بر اساس مطالعات انجام شده ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای با سرمایه‌گذاری خارجی دارای ۷ گام اساسی شامل موارد زیر می‌باشد:

۱. یافتن سرمایه‌گذار خارجی در زمینه تاسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای از طریق سایت بین‌المللی فرصت‌های سرمایه‌گذاری ایران و تکمیل فرم مربوطه یا از طریق سایر روش‌های ممکن؛

۲. انعقاد قرارداد مشارکت با سرمایه‌گذار خارجی در این زمینه؛

۳. دریافت مجوزهای مربوط به تاسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای شامل گرفتن مجوز از وزارت صنعت، معدن و تجارت با توجه به ارتباط موضوع با شبکه توزیع کالا (متولی ساماندهی شبکه توزیع) و سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور (ساماندهی مکان‌یابی اصناف) و همچنین گرفتن سایر مجوزهای لازم از سایر سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط شامل سازمان حفاظت محیط زیست و غیره؛

۴. دریافت و تکمیل فرم مخصوص درخواست سرمایه‌گذاری خارجی توسط سرمایه‌گذار خارجی مشروط بر مشخص بودن دقیق شخص یا اشخاص حقیقی یا حقوقی سرمایه‌گذاری کننده خارجی از طریق داندود از سایت سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران یا گرفتن دستی آن از این سازمان؛

۵. ضمیمه نمودن مدارک مورد نیاز جهت ارایه به سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران شامل رزومه، قرارداد زمین یا موافقت‌نامه آن جهت تدارک مکان فروشگاه و تصویر گذرنامه شخص یا اشخاص حقوقی سرمایه‌گذار خارجی و سپس ارسال آن‌ها به این سازمان طی نامه درخواست توسط سرمایه‌گذار خارجی جهت گرفتن مجوز از این سازمان برای دریافت برخی از تسهیلات از قبیل پوشش ریسک‌های سیاسی، گرفتن پروانه اقامت در ایران، صدور پروانه کار برای متخصصین و مهندسیین و غیره در صورت علاقمند بودن سرمایه‌گذار خارجی برای دریافت این تسهیلات (غیرالزامی و اختیاری)؛

۶. صدور و ابلاغ مجوز سرمایه‌گذاری خارجی توسط سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران حداکثر ظرف ۴۵ روز کاری.

۷. احصاء و ثبت آورده سرمایه‌گذاری خارجی در سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران

این در حالی است که هریک از گام‌های یاد شده خود به گام‌های کوچک‌تری که دارای مراحل دیگری نیز می‌باشد، قابل تقسیم‌بندی است که بسیار وقت‌گیر و هزینه‌بر نیز هستند. بی‌گمان با ایجاد یک پنجره واحد در وزارت صنعت، معدن و تجارت و تعامل و همکاری با نهادهای مربوطه دیگر این موضوع قابل تحقق و پیگیری بوده و هزینه‌های آن را کاهش می‌دهد.

در نهایت می‌توان گفت که امروزه با گسترش فناوری اطلاعات، کاربردهای تجاری ایجاد پنجره واحد در زمینه‌های تخصصی مختلف نیز گسترش یافته است. به طوریکه به نظر می‌رسد همچنانکه ایجاد پنجره واحد تجاری در زمینه مدیریت واردات و کاهش هزینه‌های مربوطه می‌تواند نقش مهمی در کاهش قیمت تمام شده کالاهای وارداتی ایجاد کند، ایجاد این پنجره برای کاهش فرآیندهای مربوط به نهادهای توزیعی مثل فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره ای نیز می‌تواند کار ساز باشد. علاوه بر این می‌توان گفت که همچنان که ایجاد پنجره واحد تجاری می‌تواند نقش موثری در تسهیل تجارت خارجی داشته باشد جهت انجام امور مربوط به فرآیندهای فروشگاه‌های زنجیره ای نیز می‌تواند نقش مهمی در کوتاه کردن فرآیندهای پیچیده اداری و بدنبال آن ایجاد انگیزه برای جذب بیشتر سرمایه‌گذاری اعم از داخلی یا خارجی به بخش خدمات توزیع و افزایش سهم فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره ای در شبکه توزیع کالا باشد.