

تاریخ: ۹۲/۴/۱۲      سریال PDN: ۱۲۷۱۵۸      تدوین گر: زهرا آقاجانی  
تیر پیشنهادی: تدوین نقشه راه شبکه توزیع کالا و خدمات در ایران

### تدوین نقشه راه شبکه توزیع کالا و خدمات در ایران

سخنرانی پژوهشی "تدوین نقشه راه ساماندهی شبکه توزیع کالا در ایران (با تاکید بر فروشگاه‌های زنجیره‌ای" ۱۲ تیر ماه سال جاری با حضور پژوهشگران موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی و سایر علاقه‌مندان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی زهرا آقاجانی مجری این طرح شبکه توزیع کالا را آخرین مرحله از انتقال کالا از تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان عنوان کرد و گفت: این مرحله در ایران توسط فروشگاه‌های زنجیره‌ای یا واحدهای صنفی صورت می‌گیرد.

وی افزود: آنچه که در شبکه توزیع کالا اهمیت دارد انتقال کالاها با صرف کم‌ترین هزینه و زمان ممکن، همراه با رعایت استانداردهای لازم برای حفظ سلامت کالاها و رعایت بیشتر حقوق مصرف‌کنندگان می‌باشد.

وی با بیان اینکه در ایران شبکه توزیع کالا با مشکلات متعددی روبرو است اظهار کرد: امروزه در شبکه توزیع کالا و خدمات در کشور، فعالان این بخش برای کسب سود بیشتر و از همه مهم‌تر ادامه فعالیت خود در بازار، ناچار به کاهش قیمت تمام شده کالا، کاهش هزینه‌های مبادله، استفاده از ابزارها و روش‌های نوین توزیع کالا از جمله بهره‌مندی از سیستم‌های نوین مدیریتی، ارتباط بیشتر با تامین‌کنندگان و مشتریان، توجه به افزایش کیفیت نیروی کار، آموزش متصدیان فروش، نصب صندوق‌های مکانیزه فروش، نصب نرم‌افزارهای پیشرفته فروش، برندسازی و ... هستند و دولت نیز چاره‌ای جز ساماندهی شبکه توزیع کالا با گسترش نهادهای زنجیره‌ای را ندارد.

وی بر تدوین نقشه راه شبکه توزیع کالا و خدمات، تبیین وضعیت موجود شبکه توزیع کالا و شناسایی و معرفی مشکلات شبکه توزیع کالا در ایران تاکید کرد.

آقاجانی یکی از عمده‌ترین مشکلات شبکه توزیع کالا در کشور را سنتی بودن این شبکه و عدم سرمایه‌گذاری کافی برای مدرن شدن آن عنوان کرد و افزود: این بخش از یک سو در سرمایه‌گذاری‌های

دولتی مورد اقبال چندانی قرار نگرفته و از سوی دیگر بخش خصوصی نیز تمایل چندانی به سرمایه‌گذاری در جهت مدرن شدن شبکه توزیع کالا از خود نشان نداده و علیرغم گشایش‌های صورت گرفته در سال‌های گذشته، هنوز شرایط کاملاً مناسبی برای سرمایه‌گذاری خارجی فراهم نشده است.

وی بر تجهیز هر چه بیشتر شبکه توزیع کالای کشور به فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ، توسعه و تقویت شبکه خرده‌فروشی‌های زنجیره‌ای (فروشگاه‌های مبتنی بر مدل تجاری فرانچایز)، توجه به فاکتورهای محیطی، رفع موانع اطلاعاتی و انجام مطالعات تکمیلی به منظور توسعه شبکه‌های توزیع در کشور تاکید کرد.

مجری این طرح، چالش‌های اساسی شبکه توزیع کالا در ایران را عدم برخورداری از صرفه‌های ناشی از مقیاس، عدم ارتباط مناسب و پویا با زنجیره‌های قبلی و بعدی خود، بالابودن هزینه‌های شبکه توزیع کالا، بالا بودن هزینه‌های مبادله محصول، پایین بودن بهره‌وری نیروی انسانی شاغل، عدم توجه کافی به استفاده از ابزارها و روش‌های نوین توزیع کالا، سهم برجسته بخش سنتی و غیر سازمان یافته نسبت به بخش سازمان یافته در شبکه توزیع، عدم مکان‌یابی بهینه فروشگاه‌های زنجیره‌ای و در نهایت فقدان نظام آماری مطلوب عنوان کرد.

آقاجانی اظهار کرد: برای توسعه شبکه‌های توزیع در کشور باید تعامل و ارتباط پویا بین اجزای شبکه توزیع کالا ایجاد و به برنامه‌های کاهش قیمت تمام شده کالا توجه جدی شود.

وی، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی شاغل در این زمینه از طریق جذب نیروهای متخصص و چندین مهارت، استفاده از ابزارها و روش‌های نوین توزیع کالا، ارتقا‌گردش مالی سهم بخش سازمان یافته در شبکه توزیع کالا از طریق افزایش تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای، مکان‌یابی بهینه فروشگاه‌های زنجیره‌ای در کشور و مطابقت آن با الگوهای صحیح برنامه‌ریزی شهری و طرح آمایش سرزمین و ایجاد نظام آماری دقیق و به روز و در عین حال جامع در شبکه توزیع کالا با تعامل هر چه بیشتر وزارت صنعت؛ معدن و تجارت با مرکز آمار ایران به عنوان متولی تهیه آمار کشور را در ساماندهی شبکه‌های توزیع در کشور موثر دانست.

وی با اشاره به نقش مهم مراکز بزرگ تجاری در ایجاد پیوند مناسب بین اجزای شبکه توزیع کالا گفت: مراکز تجاری از جمله نمادهای شبکه توزیع مدرن و کارا در جهان محسوب می‌شوند و متأسفانه کشور ما تاکنون از وجود آن‌ها کمتر بهره برده است، احداث و توسعه مراکز بزرگ تجاری با بهره‌مندی از سرمایه‌های داخلی یا خارجی مورد توجه می‌باشد.

مجری این طرح تصریح کرد: با توجه به اینکه یکی از راه‌های رسیدن به وضعیت مطلوب در شبکه توزیع کالا اخذ کمک‌های فنی و اعتباری و حضور سرمایه‌گذاران خارجی بوده و در این ارتباط شرکت مالی بین‌المللی

(IFC) به عنوان یکی از شرکت‌های زیر مجموعه بانک جهانی در این زمینه فعال می‌باشد به طوریکه تاکنون در این زمینه فعالیت‌های قابل توجهی را از طریق ارائه کمک‌های فنی و اعتباری به بسیاری از کشورهای در حال توسعه جهت نوین‌سازی شبکه توزیع آن‌ها انجام داده است؛ ضرورت توجه به برقراری ارتباط با این شرکت با توجه به عدم بهره‌مندی ایران از کمک‌های فکری و مالی این شرکت ضروری می‌باشد.

وی خاطرنشان کرد: از دیگر محورهایی که لازم است در تدوین وضعیت مطلوب شبکه توزیع مورد توجه قرار گیرد. توجه بیش از پیش به گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای در کشور است.

آقاجانی گفت: ایجاد اینگونه فروشگاه‌ها سبب ارتقای کیفیت کالا و خدمات عرضه شده در شبکه توزیع کالا از طریق انتقال فناوری و فنون مدیریتی می‌شود، خواهد شد.

بنابراین در راستای گسترش بنگاه‌های فرانچایز در کشور از یک طرف بنگاه‌های داخلی موفق در هر رشته شغلی به ویژه در حوزه مواد غذایی را ترغیب به ایجاد فرانچایز نمود و از سوی دیگر فرانچایزهای بین‌المللی را راغب به اعطای فرانچایز به فروشگاه‌های زنجیره‌ای داخلی نمود. در این ارتباط تعامل اتاق‌های بازرگانی ایران با کشورهای هدف ضروری است.

تایید رییس موسسه: <input type="checkbox"/>	تایید حوزه ریاست: <input type="checkbox"/>	تایید مدیر ذیربط: <input type="checkbox"/>	تایید تهیه کننده: <input type="checkbox"/>
---	---	---	---