

دیدگاه

شماره: ۷۸۶	موضوع: تشکیل بنگاه های پشتیبان؛ راهکاری قانونی جهت توانمندسازی مالی شبکه های خرده فروشی در ایران
تاریخ: ۱۳۹۵/۱۲/۰۲	
توضیح اجمالی: یکی از چالش های عمومی واحدهای خواربارفروشی (که ۸۰ درصد این واحدها با آن مواجهند) مشکل تامین مالی است. دلیل نقش دیرینه واحدهای خواربارفروشی در تامین محصولات مورد نیاز مصرف کنندگان و همچنین اهمیت نقش آنها در اشتغالزایی، ضرورت انجام اقدامات لازم از سوی دولت جهت توانمندسازی این واحدها (به ویژه توانمندسازی مالی) ضروری است. یکی از راهکارهای رفع مشکل تامین مالی آنها، یکپارچه سازی خواربارفروشی ها است. از میان شبکه های شکل گرفته در حوزه خواربارفروشی می توان به فروشگاه های زنجیره ای یاران دریان اشاره کرد که بالغ بر ۱۴۹ عضو دارد. به طور قطع، توانمندسازی انفرادی این واحدها با توجه به محدودیت هایی همچون تعدد واحدها، کوچک بودن آنها، پراکندگی زیاد، تجربه محور و سنتی بودن آنها و مواردی از این دست به آسانی میسر نمی باشد. به بیان دیگر، از آنجایی که در اکثر کشورها، دریافت اعتبارات از سیستم بانکی در قالب شبکه سازی (به دلیل اعتبار صاحب برند) آسانتر از اقدام انفرادی در این زمینه می باشد، گسترش شبکه سازی می تواند به توانمندسازی مالی واحدهای اقتصادی در ایران کمک نماید. راهکار قانونی جهت حمایت از شبکه سازی در حوزه خواربارفروشی چیست؟ در پاسخ باید گفت در اسناد بالادستی از جمله ماده ۸۰ برنامه پنجم توسعه و آیین نامه اجرایی آن بسترهای قانونی لازم جهت رفع موانع و تشویق و حمایت از شبکه ها مورد توجه قرار گرفته است. منابع مالی برای اجرای این مهم در قالب ردیف های بودجه سنواتی یا دارایی های سرمایه ای دستگاه های اجرایی، اعتبارات و تسهیلات اشتغالزایی صندوق هایی از قبیل مهر رضا (تغییر یافته به صندوق کارآفرینی امید)، توسعه ملی و صندوق های اشتغال دستگاه های اجرایی و بانک ها و موسسات مالی و اعتباری دارای مجوز از بانک مرکزی و همچنین کمک های مردمی، سازمان های مردم نهاد و سازمان های بین المللی تعیین شده است. مهمترین مصادیق نوع حمایت در آئین نامه مزبور شامل: اولویت در استفاده از امکانات سازمان ها و نهادهای آموزشی دستگاه های اجرایی مربوطه و دریافت تخفیف های هزینه ای، اولویت دریافت تسهیلات (از صندوق و بانک ها)، بهره مندی از یارانه سود و کارمزد تسهیلات بانکی (ترجیحی)، اولویت استفاده از تضمین های صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون و صندوق سرمایه گذاری صنایع کوچک، اولویت و تخفیف در استفاده از بازار محلی شهرداری ها جهت عرضه محصولات، حمایت های ویژه تعاونی ها، تخفیف هزینه حضور در نمایشگاه های تخصصی، تخفیف حق پخش تبلیغات در رسانه های ارتباط جمعی و اولویت پرداخت جواز صادراتی است. بدین ترتیب با توجه به ماهیت فعالیت خواربارفروشی در ایران، توانمندسازی این واحدها از طریق تشکیل بنگاه پشتیبان امکان پذیر است. شایان ذکر است مطابق با تعاریف انجام شده در خصوص بنگاه وابسته و پشتیبان در آیین نامه مزبور، توانمندسازی خواربارفروش ها در ابعاد مختلف مد نظر قرار گرفته و صاحب برند در حوزه اصناف توزیعی می تواند در قالب بنگاه پشتیبان مطرح شود. افزون بر اینها، در ارتباط با رشته فعالیت های قابل قبول جهت شکل گیری بنگاه پشتیبان باید گفت تا تاریخ ۱۳۹۵/۸/۱۸ معادل ۳۰۵ رشته فعالیت صنعتی و صنفی مورد قبول قرار گرفته است و ۵ دستگاه اجرایی که وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز جزو آن ها می باشد، در این حوزه فعالند. شایان ذکر است نحوه شکل گیری بنگاه پشتیبان از سه گام اصلی تشکیل می شود. الف. مراجعه بنگاه پشتیبان به صندوق کارآفرینی امید و ارائه طرح توجیهی و مستندات پشتیبان (خود اظهاری)؛ ب. انجام فرآیند ثبت نام در صورت کامل بودن مدارک و اخذ کد رهگیری و ج. دریافت نتیجه پس از بررسی مدارک. البته گام های فرعی دیگری نیز در این مسیر می بایست مورد توجه واقع شود. گفتنی است تا ۱۳۹۵/۷/۱۸ تنها ۱۶۳۰ بنگاه پشتیبان (در ارتباط با بنگاه های پشتیبان شکل گرفته با محوریت محصولات غذایی می توان به شکل گیری تعداد محدودی از آنها در حوزه تولید و بسته بندی نان سنتی، سبزی و میوه اشاره نمود) شکل گرفته است که دلیل آن وجود برخی مشکلات شامل: تقبل ریسک و لزوم پاسخگویی مسئولیت ضمانت وام همه اعضای وابسته، ابهامات توزیع وام به اعضا و اخذ کارمزد از آنان، عدم طراحی سازوکارهای لازم برای طرفین جهت ضمانت اصل و فرع وام (منجر به افزایش قیمت وام)، و بالاخره مبلغ نه چندان بالای وام برای هر عضو (بدلیل کارمزد ۴ درصد) و تامین هزینه های نظارتی می باشد.	
نکات کلیدی: الف- راهکار محوری: کمک مالی به خواربارفروشی ها از کانال تزریق منابع به بنگاه پشتیبان (از طریق تقبل ریسک و... که در بالا بدان اشاره شد)؛ ب- محل تامین اعتبارات: تزریق منابع مالی از محل اعتبارات و تسهیلات بانک ها و صندوق های در نظر گرفته شده در آئین نامه مزبور؛ ج- الزامات تحقق: انعقاد تفاهم نامه مشترک مابین وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال- دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی) و از همه مهم تر صندوق کارآفرینی امید (حامی مالی کسب و کارهای کوچک) با هدف حمایت و توانمندسازی مالی و حرفه ای خواربارفروشان شبکه سازی شده در ایران. دلیل تاکید ویژه بر صندوق کارآفرینی امید آن است که طرح های توجیهی جهت پذیرش صاحب برند در قالب بنگاه پشتیبان، بدلیل داشتن بار مالی برای این صندوق می باید از کانال صندوق مزبور مورد بررسی و تایید قرار گیرد. در این راستا انجام برنامه ریزی های مشترک میان متولی بخش توزیع کالا در وزارت صنعت، معدن و تجارت (مرکز اصناف و بازرگانان ایران) و سایر نهادهای حرفه ای مرتبط با اصناف توزیعی (اتاق های اصناف ایران و شهرستان)، تشکل حرفه ای مربوط (اتحادیه کشوری فروشگاه های زنجیره ای) و نیز دست اندرکاران مربوطه در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (به عنوان متولی اشتغالزایی) و همچنین انجام هماهنگی و تعاملات لازم با صندوق کارآفرینی امید (به منظور طرح دقیق تر موضوع و طراحی سازوکارهای لازم) ضروری است.	