تکنولوژی توزیع صنعتی که در ایران فراموش شده است و (جای فروشگاههای زنجیره ای در بورس کشور خالی است)

رهبر، علی

نگاهی کوتاه به تاریخ تولید و بازرگانی، نشان میدهد که شکل‏گیری اقتصاد بین المللی حول سه محور انجام پذیرفته‏ است.

محور اول،تولید و ساخت کالا است، در کتب کلاسیک اقتصاد همه‏جا نحوه‏ شکل‏گیری طبقه تولیدکننده یا صنعتگر ذکر شده است.این طبقه از فعالیت‏های‏ اقتصادی،در فراز و نشیب‏های تاریخی،از کارگاههای کوچک و حتی خانوادگی،به‏ کارخانجات و شرکتهای بزرگ تولید تغییر شکل داده و امروزه شرکتهای فراملیتی‏ عظیم صاحب نام در صنایع هوائی و حمل‏ و نقل زمینی،دریائی و تولید کالا را همه‏ می‏شناسند.این سازمانهای عظیم‏ صاحب ده‏ها کارخانه و رشته فعالیتهای‏ تولیدی در اقصی نقاط عالم هستند و در زنجیره مراکز تولیدی خود انواع‏ محصولات صنعتی و خدمات را تولید می‏کنند.

در دنیای امروز مفاهیم عمده تکنولوژی‏ و صنعت از فعالیت‏های تولیدی این‏ موسسات کوچک و بزرگ استنباط می‏شود. لذا به محض صحبت از تکنولوژی،یک‏ تولید کارخانه‏ای یا فیزیکی به ذهن اغلب‏ افراد متبادر می‏گردد.

محور دوم،فعالیت‏های توزیع است که‏ قرنهای متمادی است به عنوان امر تجارت یا بازرگانی در تاریخ تمدن بشری‏ قابل پی‏جوئی است.عمل مبادله کالا به‏ صورت حرفه‏ای که به آن بازرگانی اطلاق‏ می‏گردد سابقه‏ای چندین هزار ساله دارد. در این فراگرد،انواع اجناس تولیدی اعم از کالای صنعتی یا مصنوعات و کالاهای‏ غیرصنعتی مانند تولیدات کشاورزی به‏ بازارها حمل شده و بدست مصرف‏ کنندگان می‏رسد.اگر در قدیم الایام این امر از طریق سفرهای بسیار پرخطر زمینی‏ و دریائی و طی ماهها و سالها و به‏صورت‏ کاروان‏های بازرگانی انجام می‏شد.اینک‏ کالا در شبکه‏های بسیار وسیع و منظم زمینی، دریائی و هوائی با بهره‏جوئی از مدرن‏ترین‏ شیوه‏های ارتباطات ماهواره‏ای‏ و سیستم‏های بسیار پیشرفته حمل‏ و نقل،بیمه و بازرسی به اقصی نقاط عالم‏ حمل شده و از طریق شبکه‏های محلی‏ توزیع و به فوریت بدست مصرف‏کنندگان‏ می‏رسد.

بازارهای سنتی و تک واحدهائی‏ بصورت حجره‏ها و مغازه‏ها،آخرین پایگاه‏ توزیع کالا را در قدیم و در سطح گسترده‏ای‏ در شرایط حاضر تشکیل می‏دهند.

محور سوم که در رابطه با تولید و توزیع‏ نقش بسیار حساسی را بازی می‏کرد، خدمات صرافان بود.

این طبقه از افراد با توجه به خوشنامی‏ و اعتماد مردم یک ناحیه و بویژه بعلت‏ خطرات خاصی که حمل و نقل پول‏ و مسکوک در بین مراکز بازرگانی و تولیدی‏ داشت،با ایجاد پایگاههای خاصی از طرفی پول اضافی افراد غیربازرگانان‏ و معمولی را بعنوان سپرده و پس‏انداز دریافت مینمودند و از طرفی با فراهم‏ نمودن پولهای کلان از این طریق آنرا در قالب منابع بزرگ مالی بصورت وام‏های‏ مدت‏دار یا اقساطی در اختیار بازرگانان‏ و تولیدکنندگان قرار می‏دادند.در این میان‏ با دریافت بهره از بهره‏بردار این منابع، یا وامخواه و پرداخت بخشی از آن به‏ سپرده‏گذار رابطه اقتصادی مطمئنی‏ را ایجاد می‏کردند و هزینه و فایده خود را نیز از ما به التفاوت سود پرداختی‏ و دریافتی بدست می‏آورد.این صرافان‏ با ایجاد دفاتر و شعبات در شهرها و حتی‏ کشورهای مختلف و ایجاد ارتباط با دوایر حکومتی محلی و اخذ تضمین‏ و اعتبارات محلی،عملا نیازی به‏ جابجائی پول و اعتبار نداشتند.منتهای‏ توسعه و شکوفائی سیستم صرافی‏ و تخصصی‏های پولی و مالی مربوطه‏ ایجاد شبکه‏های عظیم بانکی کنونی‏ است که در ابعاد مختلف تخصص‏ها و مهارت‏ها،هم‏اکنون در کشورها نیز شناخته شده است.

رشد و تکامل سه محور ملازم فوق‏ در کشورهای پیشرفته جهان همزمان‏ و بصورت متوازن اتفاق افتاده است.به‏ نحوی که اگر به آمار شرکت‏های عظیم‏ دنیا که حجم سرمایه،گردش سرمایه، درآمد،سوددهی،نیروی انسانی و معاملات‏ آنها در سطح بالای تجارت بین المللی‏ قرار دارد نگاه کنیم،خواهیم یافت که نه‏ تنها در این لیست به نام و مشخصات‏ شرکتهای بزرگی چون فولکس،زیمنس‏ و IBM بر می‏خوریم،بلکه بانکهای بزرگ‏ بین المللی نیز در کنار آنها قرار گرفته‏اند و جالب‏تر اینکه در کنار این تحول‏های‏ صنعتی،شرکت‏های بازرگانی و توزیع‏ بین المللی یا منطقه‏ای نیز خودنمائی‏ می‏کنند.چیزی که در کشور ما به هیچوجه‏ دیده نمی‏شود.

تکامل روند تولید،توزیع‏ و بانکداری

یکی از بزرگترین پیشرفتهای قرون‏ اخیر در زمینه فعالیت سه‏گانه مثلث‏ تولید،توزیع و بانکداری،ایجاد و توسعه‏ سیستم شرکتهای سهامی عام و ایجاد بازارهای معاملات سهام و اوراق‏ بهادار و بورس اوراق بهادار است.شیوه‏های‏ قدیم که برمبنای مشارکت‏های‏ فردی،خانوادگی و یا محدود و بصورت‏ شرکتهایی با مسئولیت محدود متداول‏ شده بود،قدرت و توان انباشت سرمایه‏ در حجم‏های وسیع را ندارد.از طرفی‏ شیوه‏های مدیریت در شرکتهای فوق‏ عمدتا برمبنای توانهای مدیریتی محدود صاحبان سهام استوار است.محدودیت‏ مدیریت برمبنای تخصص و توانهای‏ صاحبان اصلی سرمایه زمانی‏ بیشتر خودنمائی می‏کند که حوادثی نظیر از کارافتادگی و یا مرگ‏ومیر،پای ورثه را وارد میدان مدیریت نماید.چه بسا شرکتهای‏ بسیار بزرگ و اسم و رسم‏داری که صاحبان‏ پرقدرتی آنها را اداره می‏کرده‏اند و پس‏ از مرگ و از کارافتادگی صاحبان آنها،شرکت‏ از طریق وارث ناآگاه و بی‏کفایت دچار افول‏ و از هم پاشیدگی گردیدهاست.وجود چنین‏ روندی دو رویداد و پیامد جدید یا کشف‏ تازه را در زمینه اداره چنین موسسات‏ اقتصادی بوجود آورد.

اول ظهور و ایجاد طبقه مدیران‏ و مدیریت حرفه‏ای،دوم ایجاد زمینه‏ و تفکر فروش عام سهام به تعداد بسیار زیاد و صاحبان سرمایه جزو و یا حتی‏ سرمایه‏گذاران حرفه‏ای.رویداد اخیر گامی‏ بسیار بزرگ در جهت رشد و تکامل‏ سرمایه‏گذاری و ظهور تحولهای عظیمی‏ در شبکه‏های اقتصادی جهان بود.از طرفی‏ به محض موفقیت و اداره سودآور یک‏ شرکت،هجوم و استقبال سرمایه‏گذاران‏ برای خرید سهام آنها و مشارکت‏ در سود حاصل از فعالیت این‏ شرکتها،امکانات مالی جدید را برای‏ شرکتها بوجود آورد که بجای اخذ وام و ایجاد تعهدات قطعی برای پرداخت بهره و اصل‏ در سررسید وام در هر حالت‏ سود یا زیان،شرکتها قادر شدند از منابع‏ مالی عظیم شرطی استفاده کنند که‏ اولا اصل پول دریافتی بعنوان سرمایه‏ و مشارکت بصورت نامحدود وارد شرکت‏ گردد و ثانیا مشروط به برداشت سود،به‏ نسبت سرمایه بین سهامداران توزیع شود و بهمین طریق زیانهای احتمالی نیز از محل اصل پول و ارزش سهم تامین‏ شود.مدیریت حرفه‏ای نیز تداوم سالم‏ و دائمی فعالیت یک شرکت را در طولانی‏ مدت تضمین می‏کند زیرا اولا شرکتها قادرند مدیران لایق،کارآمد و کسانی‏که‏ لیاقت‏های حرفه‏ای خود را به اثبات‏ رسانده‏اند را پرداخت دستمزدهای مناسب‏ جذب کنند،ثانیا از موقعیت‏های جدید و بهتر با تعویض مدیریت و استخدام‏های‏ جدید استفاده نمایند و بالاخره در صورت‏ اسقاط قابلیت‏های مدیران به هر دلیل‏ امکان جایگزین‏کردن مدیریت‏های‏ معادل یا بهتر و در نتیجه تضمین تداوم‏ فعالیت‏های یک شرکت بوجود آمد. بدینگونه است که اگر زمانی شرکت فورد بدست برادران فورد تاسیس و بنیان‏ گذاشته شد و سالهای سال خانواده فورد سهامداران اصلی و مدیران اصلی شرکت‏ بودند،امروزه شرکت فورد بصورت یک‏ شرکت فراملیتی با شعبات و کارخانجات‏ متعدد در اقصی نقاط عالم یک شبکه‏ تولیدی دارای هزاران سهامدار در سرتاسر جهان درآمده است و هرچند سال تحت‏ مدیریت گروهی مدیر حرفه‏ای لایق‏ در سطوح عالی مدیریتی اداره می‏شود که‏ لزوما از خانواده قدیمی فورد نیستند.

بدینگونه تفکیک سرمایه از مدیریت‏ پدیده جدیدی است که در شیوه‏های تازه‏ نظام اقتصادی جهان ایجاد شده است‏ و سرمایه‏گذار با برخورداری‏ از مکانیسم‏های خاص مدیریت سرمایه‏ بر نحوه مدیریت تولید(اعم از کالا یا خدمات)اعمال حاکمیت می‏کند و سالانه‏ از بهره مستقیم حاصل از فعالیت‏های‏ شرکت و افزایش ارزش سهام در بازار بورس استفاده می‏کند که در مجموع‏ برای سرمایه‏گذاران ایجاد زمینه‏های‏ رضایت‏بخش و محرک جلب و جذب‏ سرمایه در فعالیت‏های اقتصادی فراهم‏ می‏شود.

روند تکاثر سرمایه و در نتیجه ایجاد قدرت‏های اقتصادی متمرکز و بزرگ‏ در سه رشته فعالیت‏های محور اقتصاد یعنی تولید-توزیع-بانکداری اثرات‏ مثبت زیرا را بر جای گذاشته است.

در زمینه تولید

-ایجاد شرکتهای تولیدی با حجم‏ سرمایه بسیار زیاد و قدرت تولید و سرمایه‏گذاری بسیار بالا.

-ایجاد توان تحقیق،طراحی‏ و سرمایه‏گذاری‏های سنگین در زمینه‏های اختراع و اکتشافات و نوآوری.

-امکان طراحی و ساخت تجهیزات‏ و ماشین‏آلات تولیدی و صنعتی پیشرفته‏ و مناسب برای تولیدات انبوه.

-بکارگیری آخرین شیوه‏های مدیریت‏ و کنترل مرغوبیت و تولید انبوه.

-تولید به شیوه انبوه با کیفیت‏ بالا و هزینه‏های تولید پائین.

-امکان سرمایه‏گذاری وسیع در آموزش‏ و تربیت نیروی انسانی ماهر.

-در اختیارگرفتن بهترین مدیران‏ اجرائی برای اداره ستادها،کارخانجات، شعبات و مراکز فعالیت.

-امکانات وسیع بازاریابی و تبلیغات‏ و توسعه خدمات و سرویسهای بعد از فروش‏ و تامین یدکی و تضمین مرغوبیت.

-توان مالی کافی برای خرید تکنولوژیهای جدید و بهره‏برداری از آن‏ برای تولید محصولات تازه و مورد نیاز بازارهای مصرف.

-امکان استفاده از خدمات و کالاهای‏ واسطه‏ای و مواد اولیه مرغوب و طبق‏ مشخصات موردنظر و طراحی بعلت خرید انبوه و ایفای رل بزرگترین مشتری‏ها.

در زمینه بانکداری

-امکان ایجاد شعبات و تاسیسات‏ متعدد و فراگیر در مراکز و بازارهای حوزه‏ فعالیت و در اختیار قرار دادن بهترین‏ و مطمئن‏ترین خدمات و سرویس‏ها.

-دسترسی به اعتبار و اعتماد عمومی‏ بیشتر و در نتیجه جلب مشتری‏های بیشتر و گردش پول فراوان‏تر.

-دسترسی به انبوه بیشتری از سرمایه‏ با هزینه‏های بانکی کمتر و امکان رقابت‏ در زمینه‏های بانکداری

-ایجاد اعتماد و اطمینان بالا در مشتریان و برخورداری از حجم بسیار بالای مشتری و فروش.

-امکان ایجاد زمینه آموزش بالا برای‏ پرسنل و کارکنان در رابطه با برخورد مناسب و جلب رضایت مشتری.

-امکان کاهش ضایعات و ارائه کالا با مشخصات معلوم و یکنواخت،تامین‏ منابع مالی با شرایط بهتر برای مشتری‏ و واگذاری اعتبارات بالاتر به مشتریان.

-ایجاد زمینه‏های بالای قدرت مالی‏ و کاهش آسیب‏پذیری سیستم مالی‏ در مقابل اتفاقات غیرمترقبه در بازار پول‏ و سرمایه.

-داشتن توان و اعتبار بالاتر در بازارهای‏ پولی و مالی بین المللی و امکان جذب‏ سرمایه‏های بیشتر از بازارهای پول‏ و سرمایه و بکاربردن آن در درون شبکه‏ بانکی.

در زمینه توزیع

-امکان دسترسی به تاسیسات‏ و شبکه‏های وسیع توزیع و ایجاد فروشگاههای زنجیره‏ای بزرگ و کامل.

-امکان دسترسی به بهترین‏ بازارهای تولید و اعمال استانداردهای‏ مرغوبیت به تولیدکنندگان کالا بعلت‏ خریدهای انبوه و ارائه بهترین کالاها.

-امکان خرید و انبار کردن کالا در شرایط مناسب بازار و بهره‏برداری از فرصتهای‏ مناسب.

-امکان ارائه بهترین سرویس‏ها و خدمات برای مشتریان و عرضه یک‏ جای همه کالاهای مصرفی‏ و مورد نیاز مشتریان.

-امکانات خرید از دورترین بازارهای‏ و توزیع آن به ارزانترین قیمت‏ و مناسب‏ترین شرایط و بهره‏برداری از حد اقل سود برای ایجاد حد اکثر سرعت‏ در گردش سرمایه.

-ایجاد اعتماد و اطمینان‏ بالا در مشتریان و برخورداری از حجم‏ بسیار بالای مشتری و فروش.

-امکان ایجاد زمینه‏های آموزشی بالا برای‏ پرسنل و کارکنان در رابطه با برخورد خوب‏ و جلب رضایت مشتری.

-امکان کاهش ضایعات و ارائه کالا با مشخصات معلوم و یکنواخت.

نتیجه اینکه روند کار،توسعه و فعالیت‏ مثلث تولید،توزیع و بانکداری با رشد و توسعه‏ای هماهنگ در دنیای امروز در حال گسترش و تکامل است.

نگاهی به آمار بین المللی فعالیت‏های‏ این شرکتها نشان می‏دهد که شرکتهای‏ بزرگ توزیع،کالا،همدوش با صنعت‏ بانکداری و بیمه و شرکتهای صنعتی بزرگ‏ در بازارهای بورس جهانی حضور دارند. در آمار 500 شرکت بزرگ اروپائی‏ شرکتهائی نظیر Kaufhof,Horton Karatadt,Mards@Spencet, Sears در کنار شرکتهای عظیمی چون‏ لوفت هانزا و بنز و فولکس قرار دارند.

نقش فروشگاههای‏ زنجیره‏ای در صحنه‏های‏ اقتصادی

همانگونه که ذکر شد فروشگاههای‏ زنجیره‏ای معروفی در کشورهای‏ اروپائی،آمریکائی و سایر کشورهای‏ پیشرفته صنعتی با داشتن صدها فروشگاه‏ بزرگ یا Deparoment Store قسمت‏ عمده خریداران شهری را بخود جلب‏ می‏کنند.این فروشگاهها که‏ عمدتا بصورت شرکتهای سهامی عام‏ سهام خود را در بازارهای بورس جهانی‏ عرضه می‏نمایند،با داشتن مدیریت‏های‏ بسیار فعال و تخصصی و حرفه‏ای موفق به‏ ارائه استانداردهای مرغوبیت ویژه شده‏اند و مجموعه‏هائی متنوع از انواع مایحتاج‏ و وسائل و ابزارهای مورد نیاز خانواده‏ها را با قیمت بسیار مناسب عرضه‏ می‏نمایند بنحوی که حد اکثر رضایت‏ مصرف‏کنندگان خود را تامین می‏کنند.

در کشورهای صنعتی جهان از آنجا که‏ نرخ تورم بسیار محدود و قابل پیش‏بینی‏ است شرکتهای بزرگ سعی دارند که‏ سود خود را با به گردش درآوردن سریع‏ سرمایه تامین کنند.یعنی اگر شرکت‏ عظیمی بتواند با حد اقل سود،سرمایه خود را در زمانی کوتاه برگشت نماید و دوباره‏ سیکل فروش را تکرار کند،در یکدوره‏ مالی قادر خواهد بود بدفعات زیاد سودبری‏ خود را تکرار کرده و در مجموع سود کلانی‏ نصیب صاحبان سهام نماید.به همین‏ دلیل است که شرکتهای پخش بزرگی‏ نظیر Aldi در آلمان قادرند،اولا به علت‏ حجم وسیع و انبوه خرید خود بهترین‏ محصول را به ارزانترین قیمت خریداری‏ کنند و از طرفی به سود اندک قناعت‏ نمایند.لذا خریدار قادر است اجناس‏ مرغوب را با قیمتهای ارزان نسبت به‏ مغازه‏های تک‏واحدی بدست آورد.از اینرو در صورت دسترسی به چنین‏ فروشگاههائی قطعا ترجیح می‏دهد که‏ مایحتاج خود را از این فروشگاهها تهیه‏ کند.

وجود چنین فروشگاههای زنجیره‏ای، علاوه بر تامین سودهای‏ بسیار بالا و مناسب برای صاحبان سهام‏ و تامین کالای ارزان برای خریداران،عامل‏ بسیار مهمی در ایجاد تعادل بازار و کنترل‏ و کاهش روند تورم در جامعه هستند.

تاریخچه و روند تشکیل‏ فروشگاههای بزرگ‏ و زنجیره‏ای در ایران

قبل از انقلاب اسلامی ایران،یعنی‏ در سالهای دهه چهل و پنجاه علاوه‏ بر اینکه تعدادی بانک غیردولتی در ایران‏ ایجاد گردید،برای اولین بار یک فروشگاه‏ بزرگ به سبک اروپائی بنام فروشگاه‏ فردوسی با مباشرت دولت بوجود آمد که‏ شکل و ماهیت Department Store داشت.در بخش خصوصی هم فروشگاه‏ جنرال مد ایجاد گردید.سپس فروشگاه‏ بزرگ ایران و فروشگاههای زنجیره‏ای‏ کورش در سطح تهران ایجاد شدند که‏ تماما با الگوی فروشگاههای بزرگ‏ کشورهای اروپائی بودند.در شهرستانهای‏ بزرگ ایران فروشگاههائی در این حجم‏ و سطح کم‏سابقه است.

بین فروشگاههای یاد شده گروه‏ فروشگاههای زنجیره‏ای کورش بصورت‏ فروشگاههای موفق در تدارک شعبات‏ متعدد در تهران و شهرستانها بود که بعلت‏ وقوع انقلاب،تا مدتها فعالیتهای آن‏ متوقف گردید.

در سالهای بعد از انقلاب فروشگاه‏ فردوسی به فروشگاه شهر و روستا و فروشگاههای باقیمانده از زنجیره کورش‏ به فروشگاههای قدس بدل‏ گردید.فروشگاه بزرگ ایران هم تعطیل‏ شد.

اداره فروشگاههای باقیمانده از طریق‏ مدیران دولتی و وابسته به نهادها،عملا ماهیت و روش اصلی این نوع‏ از فروشگاهها را که ملازم با پویائی‏ و تخصص بسیار بالای مدیریتی‏ است،متغیر ساخت.این فروشگاهها که با سالها فعالیت توانسته بودند رضایت‏ و اعتماد مشتریان خود را از طریق ارائه‏ جنس ارزان و مرغوب جلب کنند تبدیل به‏ راسته بازارهائی شدند که دوره‏گردان‏ و کسبه جزء برحسب فراخور غرفه‏ای‏ را تصاحب کردند که انواع کالاهای گاه‏ وارده و بنجل را به قیمت بالا ارائه‏ می‏دهند.این فروشگاهها شکل‏ تغییریافته پاساژها و راسته بازارهائی‏ نظیر کوچه بران و مهران هستند که‏ غرفه‏های آن بصورت اجاره و مشارکت‏ با برداشت از درصدی از فروش و عرضه‏ برخی کالاهای کوپنی اداره‏ می‏شوند.بعبارت دیگر مدیریت در این‏ فروشگاهها صرفا ماموریت انتظامی‏ و تنظیم قراردادهای اجاره را بر عهده دارند. چند فروشگاه زنجیره‏ای تخصصی‏ تعاونی مانند فروشگاههای ارتش و اتکا که به‏صورتی محدودتر و با مدیریت ارتش‏ و برای دادن خدمات تعاونی توزیع به‏ نیروهای نظامی ایجاد شده بود نیز به‏ تدریج از این الگو سهل و آسان پیروی‏ کردند و در شرایط حاضر بصورت غرفه‏ داری اداره می‏شوند و بعضا بازارهای میوه‏ بصورت غرفه‏هائی با اجاره موقت‏ و اجاره‏داران متفرقه در جوار این‏ فروشگاهها ایجاد شده است.قطعا این‏ نوع از فروشگاهها و نحوه مدیریت نشان‏ دهنده ضعف مدیریت دولتی در اداره چنین‏ موسساتی است که منجر به تغییر الگو و ماهیت آن شده است.

نقش مالیات و نحوه‏ محاسبه و اخذ مالیات در جلوگیری از رشد صنایع‏ توزیع و تولیدی

الگوی ساده اخذ مالیات در کشور ایران،مالیات مستقیم و تصاعدی است که‏ برمبنای درآمد و اغلب با توجه به فروش‏ اخذ می‏شود.در این شیوه از مالیات‏گیری‏ تنها حجم سود خالص قطعی یا فرضی‏ ملاک قرار می‏گیرد.بدینصورت تناسب‏ بین سود و حجم سرمایه به هیچوجه ملاک‏ نیست بلکه صرفا حجم سود بدون توجه‏ به حجم سرمایه معیار قطعی دریافت‏ مالیات است.به نحوی که عملا تفاوتی‏ بین یک شخصیت حقیقی و حقوقی‏ وجود ندارد.یعنی اگر میلیاردها ریال‏ سرمایه فقط یک درصد سود عاید نماید ممکن است تا نود درصد آن بعنوان مالیات‏ اخذ شود.بدینصورت اگر سرمایه کوچکی‏ در قالب یک مغازه فعالیت کند در پایان‏ سال بعلت عدم ارائه دفاتر و حساب و کتاب‏ مالیات مختصری خواهد پرداخت. در حالیکه اگر زیر یک سقف و تحت عنوان‏ یک فروشگاه یکصد غرفه به اندازه همان‏ فروشگاه کوچک فعالیت نمایند،در پایان‏ سال قسمتی از درآمد آن مشمول تا نود درصد مالیات خواهد گردید.چنین است‏ که ایجاد فروشگاه بزرگ و بنحو اولی‏ فروشگاههای زنجیره‏ای با شرایط مالیاتی‏ موجود به هیچوجه مقرون به صرفه‏ نیست.بهمین علت هستند کسانی که‏ در نقاط مختلف شهر صاحب ده‏ها واحد کسب و صنفی پراکنده با مالکیت‏های یک‏ نفره یا مالکیت‏های صوری فرزندان‏ و بستگان هستند ولی حاضر نیستند مجموعه فعالیتها و سرمایه و مالکیت‏ خود را زیر یک سقف و در یک فروشگاه‏ بزرگ ارائه نمایند.بهمین دلیل مشارکت‏ و ایجاد فروشگاه‏های زنجیره‏ای بصورت‏ جدید آن در کشور ما بعلت وجود شیوه‏ ناقص مالیاتی،سودده و امکان‏پذیر نیست.

البته همین شیوه برخورد با صنعت هم‏ در رابطه با مالیات اعمال می‏شود. مثلا هزینه مالیاتی برای نقل و انتقال‏ یک واحد ساختمانی به‏صورت قطعی‏ در زمان معامله و برمبنای جداول منطقه‏ای‏ که به مراتب کمتر از قیمت روز است انجام‏ می‏شود.برای نقل و انتقال یک اتومبیل‏ هم جداول خاصی وجود دارد.به نحوی که‏ در معاملات دست چندم مالیات‏ بنحو چشمگیری کاهش پیدا می‏کند. اما اگر درصد ناچیزی از سهام یک شرکت‏ تولیدی مورد معامله قرار گیرد،حد اقل ده‏ درصد قیمت دفتری و یا سرمایه ثبت شده‏ به عنوان مالیات نقل و انتقال اخذ می‏شود. تازه برای ارزیابی و تعیین قیمت‏ روز هر سهم احتیاج به کارشناسی ممیز و توافق بر روی مالیات است که علاوه‏ بر وقت‏گیر بودن بسیار پرخرج و پرهزینه‏ است و می‏تواند به درصدهای بالاتر از بیست درصد قیمت واقعی روز و سهم نیز منجر شود.

آیا وجود چنین رویه‏هائی در سیستم‏ اخذ مالیات کشور منجر به ایجاد انگیزه‏ کافی در جهت سوق دادن سرمایه‏های‏ نقدی جامعه به فعالیت‏های تولیدی‏ و توزیعی سالم و درست می‏گردد؟

سیستم بانکداری نیز بر همگان‏ مشخص است که بصورت یکپارچه‏ در اختیار و انحصار بخش دولتی است. بنابراین در عمل جز بصورت ناقص الگوی‏ توسعه اقصادی کشورهای صنعتی‏ در بخش خصوصی رشد نکرده است. در بخش بانکداری بخش خصوصی‏ نقشی ندارد و باید پیرو سیاستهای دولت‏ و مدیریت دولتی باشد و بالاخره در بخش‏ توزیع نیز امکان فعالیت گسترده در سطح‏ شرکتهای سهامی عام و فروشگاههای‏ زنجیره‏ای در بخش خصوصی وجود ندارد و تنها بخش خصوصی قادر به فعالیت‏ در مقیاس کوچک و واحدهای تک‏نفره‏ و فروشگاههای کوچک است که طبعا الگوی مناسب برای تنظیم بازار نیست.

فعالیت‏های جدید در ایجاد فروشگاههای‏ زنجیره‏ای

اقدام اخیر دولت و عده‏ای از موسسات‏ وابسته به دولت در ایجاد فروشگاههای‏ زنجیره‏ای تحت قانون خاص و فروش‏ سهام آن به مردم بصورت سهامی عام‏ و همچنین اقدامات شهرداری تهران‏ در ایجاد فروشگاههای زنجیره‏ای،گرچه‏ سرآغاز جدیدی برای دنبال‏گیری از تفکر موسسات بزرگ توزیع است،قطعا در این‏ آغاز قابل ارزیابی نیست.گرچه ایجاد مشارکت مردم بصورت خرید سهام‏ با سود تضمین شده بنحوی حالت‏ سهامداری عام را دنبال می‏کند ولی وجود چند مشکل اساسی می‏تواند تردیدهای‏ نه چندان بیجا و بی‏راه را در ذهن بیافریند. قطعا دولت باید برای رفع آن و موفقیت‏ کامل در این زمینه اقدام نماید.

1-آماده نبودن فضای مالی و اقتصادی، بدین معنی که در شرایط کنونی تفکر مالیاتی هماهنگ با فعالیت‏های بزرگ‏ اقتصادی در کشور وجود ندارد.این شیوه‏ و تفکر مالیاتی که فعالیت‏های بزرگ‏ سرمایه بویژه در نوع سهام عام‏ را از سوددهی می‏اندازد و بیش از 54 درصد سود حاصل را سهم وزارت اقتصاد و دارائی‏ مینماید باید بنفع نسبت سود به نسبت‏ سرمایه تغییر داد و برای سرمایه درصد مناسب سود را در نظر گرفت.دوم اینکه‏ در شرایط کنونی که فعالیت خدمات بعنوان‏ یک بخش تورم‏زا در اقتصاد کشور فعالیت‏ دارد،جمع‏آوری و تزریق حجم عظیمی‏ نقدینگی در بخش خدمات بصورت‏ ضربتی،دارای نتایج تردیدآمیزی خواهد بود.

2-وجود سهام ممتازه با حقوق ویژه‏ در رابطه با مدیریت عملا دخالت صاحبان‏ سرمایه غیرموسس را حد اقل برای 5 سال‏ آتی در امر مدیریت این سازمان نوبنیاد غیرممکن می‏نماید.در این صورت‏ ماهیت این فعالیت را از حالت یک حرکت‏ مشارکتی عام بصورت یک حرکت‏ سرمایه‏گذاری تضمین شده در یک‏ فعالیت دولتی با سوددهی و مانور محدود خلاصه نموده است و تنها بعنوان یک‏ مکانیسم مناسب برای جمع‏آوری‏ نقدینگی عمل می‏کند و بهمین مناسبت‏ بعنوان یک عامل افزایش هزینه‏های‏ بانکی برای سایر شاخصه‏های اقتصادی‏ از جمله کشاورزی و صنعت ظاهر می‏گردد.

3-این حرکت مغایر با سیاست‏ خصوصی‏سازی و واگذاری اعمال تصدی‏ به بخش مردمی تلقی می‏شود.بویژه‏ اینکه حد اقل تا پنج سال آینده صاحبان‏ اکثریت سهام باید تابع مدیریت‏ و تصمیم‏گیری دارندگان اقلیت سهام‏ باشند و در امر مدیریت سرمایه هیچ نقش‏ سازنده‏ای نخواهند داشت.

یادآوری این نکته ضروری است که‏ در شرایط حاضر که ده‏ها فروشگاه‏ زنجیره‏ای دولتی و وابسته به دولت مثل‏ اتکا،فروشگاههای شهر و روستا، فروشگاههای قدس،فروشگاه ملا صدرا و امثالهم نتوانسته‏اند در چارچوب مفهوم‏ جهانی فروشگاههای زنجیره‏ای فعالیت‏ نمایند تردید در اینکه سرنوشت‏ فروشگاههای زنجیره‏ای جدید نیز دور از سرنوشت آنها نباشد بنظر جایز می‏رسد. مضافا اینکه آنان که تا این لحظه مسئول‏ اداره چنین شرکتی شده‏اند نه قبلا سابقه‏ مدیریت چنین سازمانی را حتی در مقیاس‏ کوچک داشته‏اند و نه بعنوان تاجر و بازرگان‏ حرفه‏ای در اقتصاد کشور شناخته شده‏ هستند.بدیهی است که داشتن سوابق‏ بوروکراتیک دولتی و حتی تعهد و خوشنامی گرچه برای تصدی چنین‏ سمت‏هائی بسیار باارزش و اساسی است‏ اما کافی به مقصود نخواهد بود.در این‏ رابطه مساله‏"چه باید کرد"موضوع اساسی‏ نیست و اغلب دست‏اندرکاران می‏دانند، بلکه آنچه مهم است‏"چگونه باید کرد" است که همیشه دچار اشکال می‏گردد.

در دنیائی که دیگر موضوع‏ استانداردهای کیفیت کالائی یا کنترل‏ کیفیتی جای خود را به استانداردهای‏ تضمین کیفیت و کیفیت فراگیر می‏دهد و دیگر موضوع مدیریت‏های سنتی‏ و کلاسیک جایگاه مناسبی ندارد و مدیریت‏های تخصصی با ایده‏های‏ خطای صفر و جامعیت کیفیت حرف اول را می‏زند قطعا در پهنه خدمات،بویژه برای‏ اداره واحدهای عظیمی چون‏ فروشگاههای زنجیره‏ای فراگیر که شکل‏ و تردیدی در مفید بودن آنها و قطعی بودن‏ اثرات سازنده و مثبت آنها وجود ندارد، دنبال نمودن یک تفکر جا افتاده‏ و کلاسیک با یک مدیریت دولتی کلاسیک‏ که نمونه‏های در حال انقراض آنها را جا به‏ جا می‏بینیم قطعا بعید بنظر نمی‏رسد که‏ به نتایج کلاسیک مدیریت‏های‏ بوروکراتیک دولتی خواهیم رسید.