

۱۰۰۰ فروشگاه زنجیره‌ای و ۱۰۰۰ مشکل جدید

در گرماگرم اجرای برنامه تنظیم بازار و مبارزه با گرانی و گران‌فروشی، ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار مبادرت به اتخاذ تصمیمی کرد که اگر حافظه را به کار نیاندازیم و به بایگانی‌ها رجوع نکنیم، می‌تواند تصمیمی جدید، و ابداعی نو تلقی شود. اما اگر به سابقه آزمون‌های گذشته رجوع شود ناگزیر باید اذعان کرد ما در آستانه تکرار یک آزمون و خطای دیگر قرار داریم.

تصمیم مورد بحث ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار ایجاد «شرکت سهامی عام فروشگاههای زنجیره‌ای رفاه» با سرمایه‌ای معادل یکصد میلیارد تومان است و بموجب آن:

... مقرر گردید تا ۳۵ درصد از سهام این شرکت توسط وزارت بازرگانی،

شهرداریهای سراسر کشور، بیمه و بانکها تأمین شود و ۶۵ درصد مابقی بصورت اوراق یک سهمی، پنج سهمی، ده سهمی، یکصد سهمی و پانصد و هزار سهمی از قرار هر سهم پنجاه هزار ریال به مردم عرضه شود. بر اساس مصوبه ستاد اصل سرمایه و حداقل سود به مقدار ۲۰ درصد توسط سیستم بانکی برای مدت ۵ سال تضمین خواهد شد و قابل پرداخت می‌باشد.

از آنجاکه این تصمیم در بحبوحه اجرای برنامه مبارزه با گران‌فروشی، و از سوی

ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار اتخاذ شده، طبیعتاً تشکیل این فروشگاهها با این منطق توجیه می‌شود که شروع بکار آنها مصادف خواهد بود با کاهش قیمت‌ها، حذف فاصله بین تولیدکننده و مصرف‌کننده و لاجرم کوتاه شدن دست واسطه‌ها.

اما در متن همین تصمیم واقعیتهای به وضوح خودنمایی می‌کند که نشان می‌دهد دایر شدن این هزار فروشگاه نه تنها تأثیری بر سامان دمی وضع عرضه کالاها، مصرفی مردم و متعادل کردن قیمت‌ها نخواهد داشت، بلکه ای بسا یک سازمان عریض و پر هزینه دیگر را بر مجموعه نظام اداری متوزم کشور نیز بیفزاید.

واقعیت مورد بحث، تضمین پرداخت حداقل ۲۰ درصد سود به خریداران سهام شرکتی است که این هزار فروشگاه تحت پوشش آن قرار می‌گیرند. و اگر با خوشبینی مطلق هزینه‌های دستگاه عریض و طویل لازم برای اداره این تعداد فروشگاه را نیز ده درصد در نظر بگیریم آنگاه این نتیجه عاید خواهد شد که کالاهایی که در فروشگاههای هزارگانه شرکت سهامی فروشگاههای زنجیره‌ای رفاه عرضه می‌شود، حتی اگر از منابع اولیه تولید داخلی و خارجی نیز تهیه شود سی درصد (حدود یک سوم قیمت تمام شده) گرانتر از بهای آن در مراکز تولید خواهد بود.

یک وجه قابل تأمل در زمینه تشکیل

می‌دانند، بجای به کار انداختن سرمایه خویش در امور تولیدی بخش‌های کشاورزی و صنعت، وسوسه می‌شوند امکانات مالی خویش را فقط در سرمایه‌گذاری‌هایی چنین بی‌دردسر و پرسر منفعت درگیر کنند. (برای درک این واقعیت توجه خوانندگان، و نیز برنامه‌ریزان شکاک را به گزارشی که در همین شماره ماهنامه و تحت عنوان «ماشین‌سازان ایران و دل‌نگرانی‌های جدی، چاپ شده است، جلب می‌کنیم».)

یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر

تردید نیست که نظام توزیع در کشور ما ناسالم، ابتدائی و نامتناسب با شرایط زندگی روبه‌گسترش شهری است... پاره‌ای از اشکالاتی که می‌توان



بر این نظام گرفتار از این قرار است: - یک کالا از زمان ورود به کشور یا تولید در داخل، تا هنگامی که به مصرف‌کننده می‌رسد چند مرحله دست به دست می‌شود، و از انباری به انباری دیگر انتقال می‌یابد. صرف‌نظر از افزایش قیمت ناشی از این دست به دست‌گشتن‌ها، هزینه‌های مربوط به حمل و نقل و انبارداری نیز مزید بر علت قبلی شده و قیمت‌ها را به حد اکثر می‌رساند.

- وجود فروشگاههای مسنفرود و پراکنده که هرکدام در بخشی از یک محله، منطقه و یا حتی شهر قرار دارند، شهروندان را ناگزیر می‌کند با صرف وقت بیشتر، و پرداخت مکرر هزینه ایاب و ذهاب، مایحتاج روزانه، هفتگی

و ماهیانه خود را تهیه کنند. - وجود هر واحد صنفی (از بقالی گرفته تا بوتیک) مستلزم مخارجی است. این مخارج طبیعتاً از جیب مصرف‌کننده پرداخت می‌شود. صاحب یک واحد صنفی، غیر از سود مورد انتظار خویش، هزینه آب، برق، گاز، تلفن، مالیات و عوارض را باکشیدن بر روی قیمت‌ها، از ناحیه مصرف‌کننده تأمین می‌کند.

- پراکندگی و تعدد واحدهای صنفی خود موجد مشاغل جنبی و کاذبی است. مثلاً یک بقالی نان لواش و باکت هم می‌فروشد. در این میان شخصی از نساتوانی‌ها نان تهیه و بین تعدادی از بقالی‌ها و سوپرمارکت‌ها توزیع می‌کند. همین فعالیت غیرمولد موجب می‌شود نان با صددرصد افزایش قیمت به دست

مصرف‌کننده برسد. در این زمینه می‌توان مثال‌های فراوان آورد که چون هر شهروند، کمابیش با این قبیل مشاغل کاذب آشنائی دارد از ذکر آنها خودداری می‌کنیم.

وجود این ناهنجاری‌ها و کاستی‌ها در نظام توزیع ما اصل تأسیس مراکز متمرکز فروش را توجیه می‌کند، اما نه با شیوه‌ای که ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار تجویز کرده است.

نسخه‌ای که ستاد مزبور برای تشکیل مراکز فروش متمرکز تجویز کرده، علاوه بر زیانهایی که در فوق به آنها اشاره

شد (تشدید تورم و فرار دادن سرمایه‌ها از بخش تولید) متضمن زیانهای دیگری نیز هست. از جمله این که تعدادی از سازمانهای دولتی و وابسته به دولت را درگیر مسائلی می‌کند که هیچ ارتباطی با وظایف اصلی آنها ندارد.

آیا مشارکت شهرداریها، بیمه و بانکها در امر توزیع کالا آنان را درگیر اموری نخواهد کرد که سبب دور شدن آنها از وظایف اصلیشان شود؟

و سؤال اساسی‌تر این که آیا متولیان اصلی این طرح، یعنی وزارت بازرگانی، به اندازه کافی وسیع، حجیم و پرمشغله نیست که اداره سازمان عریض و طویل هزار فروشگاه بزرگ را نیز بر عهده آن بگذاریم؟

پرداخت ۲۰٪ سود مغایر با مبارزه با گرانفروشی است.

و سرانجام، آیا حضور دولت و دستگاههای اجرایی در عرصه توزیع مخالف و متضاد با اصل خصوصی سازی نیست؟

تجربه فروشگاههای شهر و روستا
این که در آغاز گزارش عنوان شد تشکیل شرکت سهامی عام فروشگاههای زنجیره‌ای رفاه تکرار یک آزمون و خطا است مستند به سوابقی است که از خاطره این گونه برنامه‌ریزیها در اذهان بر جای مانده است.

فروشگاههای تعاونی شهر و روستا مظهري است از نتایج دخالت مستقیم دولت در این قبیل امور. این فروشگاهها همانقدر به شیوه تعاونی اداره می‌شوند که فروشگاههای زنجیره‌ای رفاه در آینده غیردولتی خواهند بود!

فروشگاههای شهر و روستا عنوان «تعاونی» را بحدک می‌کشند، اما تحت نظر وزارت بازرگانی اداره می‌شوند و اصولاً جزئی از این وزارتخانه هستند.

سابقه تشکیل این فروشگاهها به سالهای آخر دهه ۱۳۴۰ باز می‌گردد.

در آن زمان، و پس از مباحثی که جراید وقت در مورد نقش دلالتها در شهر، و سلف خرما در روستاها برگرانی کالاها، مصرفی ساکنان شهر و روستا مطرح کردند طرح تشکیل این فروشگاهها ریخته شد. زیربنای فکر تشکیل این فروشگاهها بر این اصل استوار بود که کالای مصرفی روستائیان را مستقیماً به آنها عرضه کند، و در مقابل تولیدات کشاورزی و دامی روستائیان را بلاواسطه به مصرف‌کنندگان شهری برساند.

نطفه این فکر نیز در سازمان مرکزی تعاون کشور و سازمان مرکزی تعاون روستایی وقت که اوئی وابسته به نخست وزیر و دومی از سازمانهای تابعه وزارت کشاورزی بود بسته شد. اما زمانی که مولود این فکر زاده شد، آن را در دامان وزارت بازرگانی یافتند!

عملکرد این فروشگاهها در طول حیات سه دهه‌ای آنها بر بسیاری افراد روشن است. این فروشگاهها هرگز نتوانستند نقشی را که از تأسیس آنها انتظار می‌رفت، ایفا کنند. نه به روستائیان خدمتی کردند و نه به مصرف‌کنندگان شهرنشین.

هر کس که طی سالهای اخیر از این فروشگاهها خرید کرده می‌داند صرفنظر از نقش کم‌رنگی که در توزیع کالاهای کوپنی ایفا کردند، غالباً قفسه‌های آنها یا خالی از کالا بود، و یا کالاهای وزده و عدم طرف توجه بنکداران و دلالان را عرضه می‌کردند.

نهایتاً این اواخر کار به جایی رسیده بود که وزارت بازرگانی می‌کوشید خود را از شر سازمان عریض و طویل متولی این فروشگاهها برهاند و به همین جهت بر سر در تعدادی از آنها تابلوهای پارچه‌ای به چشم می‌خورد که روی آنها نوشته شده بود «سرقلی این مغازه واگذار می‌شود»!

مدیریت دولتی و شبه دولتی
یک نمونه دیگر از مدیریت دولتی یا شبه دولتی بر بخشی از شبکه توزیع را می‌توان در فروشگاههای قدس جستجو کرد.

این فروشگاهها که در رژیم گذشته و با نام فروشگاههای زنجیره‌ای کورش تشکیل شد پس از انقلاب به تملک بنیاد مستضعفان و جانبازان درآمد. مدیریت‌های مختلف این فروشگاهها چند بار آنها را تا مرز ورشکستگی پیش بردند و هربار بنیاد مستضعفان با تخصیص اعتبار و امکانات در اختیار مدیریت‌های جدید مانع فروپاشی آنها شد.

در چند ساله اخیر هم که این فروشگاهها به سوددهی رسیدند موفقیت آنها ناشی از مدیریت صحیح، و یا اداره این تشکیلات بر مبنای ضوابط شناخته شده مراکز فروش متمرکز نبوده است، بلکه بواسطه اعمال شیوه‌های بی‌قاعده و ضابطه‌ای بوده که در مواردی اقدامات بازرگانان سودجو را توجیه می‌کرده است. فروشگاههای این شبکه توزیع، غرفه‌های متعدد خود را به بهای گزافی به افراد عادی اجاره می‌دادند و دست غرفه‌داران را برای عرضه کالاها به قیمت‌های دلخواه باز می‌گذاشتند.

صفحات روزنامه‌های یک ساله اخیر مشحون از گله و شکایت مردم از گرانی کالاها در این فروشگاههاست.

فروشگاههای انکا که قبلاً مایحتاج ارشیان را ارائه می‌کردند ولی در سالهای اخیر درهای خود را به روی مردم عادی گشوده‌اند نیز روشی مشابه را بکار بسته‌اند. در این فروشگاهها نیز

غرفه‌داران کالاهایی عرضه می‌کنند که اگر گرانتر از مغازه‌های عادی نباشد، ارزاتر هم نیست.

و سرانجام به فروشگاههای تعاونی سپه می‌رسیم که جز یکی دو مورد، در بقیه فروشگاههای آن از اجاره دادن غرفه‌ها به افراد عادی خودداری شده است. بهای کالاهایی که در این فروشگاهها عرضه می‌شود تا حدود یک سال قبل نازلتر از بهای همان کالاها در بازار آزاد بود، اما این فروشگاهها نیز اکنون کالاها را تقریباً با قیمت‌هایی هم‌مطراز با خارج ارائه می‌کنند.

راه حل

گزارشگران ماهنامه به مدت یک هفته کوشیدند تا از شیوه مدیریت، نحوه تهیه و خرید کالا، گردش مالی و میزان سود و زیان فروشگاههای تعاونی شهر و روستا، سپه، قدس و انکا اطلاعاتی کسب کنند، اما همه جا - غیر از یک مورد - با دره‌سای بسته، و قفید و بستندهای بوروکراتیک حاکم بر این سازمانها مواجه شدند.

مسئولان فروشگاههای تعاونی سپه تعداد شعب خود را در تهران ۱۵ و در شهرستان‌ها دوشعبه (یک شعبه در رفسنجان و شعبه‌ای دیگر در مس سرچشمه) ذکر کردند. گردش مالی (حجم فروش) این فروشگاهها در سال گذشته حدود ۸ میلیارد تومان بوده است. فروشگاههای سپه در سالهای قبل واردات کالا داشته‌اند و به همین دلیل می‌توانستند پاره‌ای کالاها را ارزاتر از بازار آزاد عرضه کنند، اما در سال ۷۲ به علت تنگنای ارزی میزان واردات آنها بسیار محدود بوده است.

مسئولان سازمان فروشگاههای تعاون شهر و روستا تعداد شعب خود را در تهران ۸۵ و در شهرستانها ۳۶۵ واحد ذکر کردند اما ارائه اطلاعاتی از عملکرد مالی خود را منوط به نوشتن نامه‌ای از سوی ماهنامه و درخواست اطلاعات، و موافقت مدیرعامل سازمان با ارائه اطلاعات دانستند.

کسب اطلاع از وضعیت
فروشگاههای انکا نیز به همین دلیل ممکن نشد.

رسیدگی به شیوه کار این فروشگاهها (که همگی فروشگاههای زنجیره‌ای هستند) می‌تواند تجارب گرانتهایی را در زمینه تعمیم مراکز فروش متمرکز نظیر فروشگاههای زنجیره‌ای رفاه عاید کند. بی‌تردید این نتایج ثابت خواهد کرد دخالت سازمانهای دولتی در راه‌اندازی و اداره این قبیل مراکز فروش، دیر یا زود، و کمابیش به همان نتایجی منجر خواهد شد که در مورد

سازمانهایی نظیر تعاونی شهر و روستا و قدس شاهد آن بوده و هستیم.

از طرفی، به دلایلی که گفته شد ایجاد مراکز فروش متمرکز بویژه در شهرهای بزرگ امری لازم و اجتناب‌ناپذیر است. هم اینک نیز علاوه بر شبکه‌های موجود، شبکه‌های جدیدی در حال تأسیس است. آنگهی افتتاح قریب‌الوقوع اولین فروشگاه از یک واحد فروشگاههای زنجیره‌ای جدید اخیراً در مطبوعات منتشر شده است. گر چه معلوم نیست این فروشگاهها را بخش خصوصی تأسیس می‌کند یا بانی آن یک نهاد نیمه دولتی است، اما بهر تقدیر تأسیس آن مؤید این واقعیت است که جوامع شهرنشین ما آمادگی پذیرش این مراکز فروش متمرکز را دارند.

نه فقط این آمادگی وجود دارد، بلکه تشکیل و توسعه این مراکز اکنون یک ضرورت اقتصادی - اجتماعی است، اما این ضرورت نباید مجوزی برای دخالت مستقیم دولت در امری به حساسیت توزیع باشد، و از سویی باید دانست اگر ابتکار تشکیل این مراکز به دست سرمایه‌داران عمده بیفتد، هدفی که تحت عنوان «تنظیم بازار» نامگذاری شده قابل حصول نیست.

حضور بخش تعاون، و حاکمیت قانونمندیهای نظام تعاونی راسخین در این عرصه می‌تواند زیربنای مطمئنی را برای تشکیل و تعمیم فروشگاههای زنجیره‌ای ایجاد کند.

نظام تعاونی یک سود محدود (سه - چهار درصد) را برای سرمایه‌گذاری اعضای تعاونی‌ها مجاز می‌شمارد و نه بیشتر. از سویی این نظام محدودیت‌هایی را اعمال می‌کند که مانع می‌شود یک واحد تعاونی (چه تولیدی، چه توزیعی) با به عرصه دلالتی و بازرگانی بگذارد.

سامان‌دهی به نظام توزیع، و ایجاد اهم‌رم‌هایی برای جلوگیری از دلالتی، واسطه‌گری، گرانفروشی و کاهش هزینه‌های توزیع با ایجاد یک نهاد جدید دولتی که در آن به سرمایه‌گذاران وعده سود تضمین شده حداقل بیست درصدی داده شود نه تنها مشکلی از مشکلات موجود را رفع نخواهد کرد، بلکه باری سنگین بردوش اقتصاد عمومی خواهد گذاشت و یک زائده جدید را بر غده بسیار حجیم و خطرناک بوروکراسی حاکم بر کشور اضافه خواهد کرد.

نتایج حاصل از تصمیمات نسنجیده و عجولانه کمیته تنظیم بازار ارز در ماههای گذشته می‌تواند ما را در مورد نتایج تصمیمات شتابزده ستاد جدیدالتأسیس پشتیبانی برنامه تنظیم بازار به تعمق وادارد.