

اهم برنامه‌های توسعه بازرگانی داخلی وزارت بازرگانی دولت دهم

بازرگانی داخلی به عنوان بخشی از نظام بازرگانی وظایفی مشتمل بر تنظیم و اجرای سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و مقررات بازرگانی کشور، حفظ تعادل تولیدات داخلی و کالاهای وارده به کشور از طریق بررسی و نظارت دائم و اتخاذ تدابیر مقتضی جهت کنترل قیمت و نظارت بر توسعه و تجهیز شبکه توزیع کشور، بررسی و ایجاد هماهنگی‌های لازم در توزیع کالاهای مورد نیاز عمومی و برخی وظایف دیگر را بر عهده دارد. بر اساس قانون تشکیل وزارت بازرگانی این وزارتخانه ملزم به وظایف ذیل در بخش بازرگانی داخلی می‌باشد:

- اتخاذ تدابیر لازم در مورد تامین و توزیع کالاهای اساسی کشور
- تنظیم ضوابط و مقررات مربوط به نحوه ارائه خدمات مورد نیاز بازرگانی داخلی

کشور

- تعیین خط‌مشی در امور مربوط به بازرگانی داخلی و ساماندهی واحدهای صنفی
- بازرسی و نظارت مستمر بر اجرای مقررات قیمت‌گذاری و ضوابط توزیع کالا و

خدمات

- حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان داخلی

۱- راهبردهای توسعه بازرگانی داخلی

- ایجاد شرایط باثبات برای فعالان اقتصادی
- رقابتی نمودن فضای کسب و کار
- ارتقای بهره‌وری عوامل تولید در بخش بازرگانی
- تقویت نهادهای مدنی

۲- تحلیل وضعیت

به طور کلی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در حوزه بازرگانی داخلی به

شکل زیر قابل بیان است:

۲-۱- نقاط قوت

- اهمیت و نقش اجتماعی نهاد بازار و اصناف در حرکتهای اجرایی بخش بازرگانی در

نظام تصمیم‌گیری کشور

- رویکرد و اقدام عملی دولت در جهت واگذاری تصدی‌های غیرضروری (اجرای

سیاست‌های کلی اصل ۴۴) و محدود شدن کالاهای مشمول قیمت‌گذاری

- بهره‌گیری از مشارکت مردمی در امر کنترل و نظارت بر بازار

- وجود ستاد و تشکیلات مشخص در امر تنظیم بازار در ساختار تشکیلاتی دولت و

فعالیت و برنامه‌ریزی سالیانه آن

- تخصیص اعتبارات ویژه در امر تنظیم بازار در بودجه‌های سنواتی

- وجود بورس‌های کالایی

- وجود ضوابط و مقررات خاص در برخورد با تخلفات و اصلاح رویه‌های صنفی

- وجود سازمان‌ها و اتحادیه‌ها و تشکیلات کارگری و کارمندی

۲-۲-۲- نقاط ضعف

- عدم بهره‌مندی از مزایای بازدهی نسبت به مقیاس به دلیل کوچک بودن اندازه بنگاه‌ها و

سازمان‌یافته نبودن عوامل توزیع و بالا بودن هزینه‌های نظام توزیع کالا

- عدم برنامه‌ریزی مناسب در استقرار و مکان‌یابی واحدهای تولیدی، تجاری و خدماتی

صنفا

- پایین بودن سطح دانش و عدم وجود سطح مناسبی از آموزش‌ها و مهارت‌های مختلف در

بین اعضای فعال در شبکه توزیع و صنوف تولیدی

- کم‌رنگ شدن اخلاق حرفه‌ای در فضای کسب و کار

- بالا بودن میزان ضایعات مواد اولیه و محصولات در زنجیره تامین و توزیع

۲-۳- فرصت‌ها

- اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ که با کاهش تصدی‌گری دولت در این بخش و واگذاری امور به بخش خصوصی زمینه‌های رقابت‌پذیری و ارتقای بهره‌وری فراهم می‌شود.
- توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی و گسترش روش‌های نوین تجارت (نظیر کارت‌های اعتباری، خریدهای اینترنتی)

۲-۴- تهدیدها

- ۱- وجود زمینه برای قاچاق کالا و حجم جاری آن
- ۲- اثرپذیری از نوسانات قیمت‌های جهانی
- ۳- کاهش و نوسانات درآمد نفت و اثر آن بر کاهش فعالیت بازرگانی
- ۴- وجود نرخ تورم قابل ملاحظه در کشور
- ۵- تاثیرات مقطعی محدودیت‌های خارجی

۳- چشم انداز

بر این اساس و در راستای چشم انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران، چشم انداز زیر برای حوزه بازرگانی داخلی قابل ترسیم است:

جامعه‌ای برخوردار از شبکه‌ای کارا و رقابت‌پذیر از کارآفرینان خصوصی تامین و توزیع‌کننده کالاها و خدمات، که رشد پایدار تولید، گسترش فرصت‌های شغلی و محو فقر را با دسترسی آسان و مطمئن جامعه به کالاهای مورد نیاز با قیمت مناسب و تسهیل گسترش حضور محصولات ایرانی در بازارهای ایران و جهان، فراهم می‌سازند.

۴- اهداف کیفی

- ✓ رشد ارزش افزوده و اشتغال در بخش بازرگانی
- ✓ تامین حداقل نیازهای اساسی آحاد مردم
- ✓ حمایت پایدار از حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده
- ✓ دسترسی جامعه به بازارهای رقابتی کالا و خدمات (کاهش هزینه مبادله)
- ✓ برخورداری از بخش خصوصی و تعاونی توانمند در حوزه بازرگانی

✓ گسترش همکاری‌های مشترک دولت و تشکلهای صنفی و سازمان‌های مردم‌نهاد در

ارتقای کیفی نظارت بر بخش و تقویت و توانمندسازی تشکلهای و سازمان‌های مردم‌نهاد

✓ افزایش هدفمندی یارانه‌های کالاهای اساسی

✓ بهبود فضای کسب و کار

✓ ارتقای بهره‌وری عوامل تولید در بخش بازرگانی

✓ شناسایی و حذف تصدی‌گری‌ها و مداخلات دولت در زنجیره تامین و توزیع کالا

✓ فراهم آوردن شرایط دسترسی به اطلاعات کامل و متقارن بخش

✓ احیا و تبیین و ترویج اخلاق حرفه‌ای کسب و کار بین فعالین بخش

✓ تامین سطوح مناسب ذخایر راهبردی کالاهای اساسی

۵- اهم برنامه‌های حوزه توسعه بازرگانی داخلی

۱. ارتقای کارایی و بهره‌وری شبکه توزیع و افزایش سطح رقابت و شفاف‌سازی فرایند

توزیع کالا و خدمات از طریق تکمیل پروژه‌های نظام توزیع و اجرای آن تا پایان

برنامه پنجم

۲. کاهش تصدی‌گری دولت و توانمندسازی اصناف در جهت واگذاری امور اجرایی

تنظیم بازار و بازرسی به آنها

۳. فعال کردن تشکلهای صنفی، اتحادیه‌ها، تعاونی‌ها و انجمن‌ها در جهت تنظیم بازار و

پاسخگو ساختن آنها در این زمینه

۴. تلاش بیشتر برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از جمله با مشارکت خود آنها

۵. تشویق واحدهای رعایت‌کننده حقوق مصرف‌کنندگان و ایجاد سازوکار حمایتی برای

آنها

۶. توسعه کاربردهای تجارت الکترونیکی در راستای تسهیل تجارت و اعتمادسازی از

جمله ساماندهی وبسایت‌های تجاری و ایجاد بستر قانونمند و یکپارچه برای انجام

معاملات دولتی

۷. فعالیت مضاعف جهت تبیین عوامل موثر بر تورم و تلاش برای کنترل بیشتر با

هماهنگی سایر دستگاه‌ها در کشور

۸. توسعه ساماندهی تخصصی ذی‌ربط در وزارت بازرگانی برای خدمت‌رسانی آسان‌تر و

پایش ابزار

۹. تکمیل و اجرای کامل طبقه‌بندی و شماره‌گذاری کالا و خدمات در کشور تا پایان

برنامه پنجم

۱۰. تقویت خرید نقدی محصولات کشاورزی مثل گندم، تا هدفمند کردن یارانه‌ها

۱۱. پیگیری برای تحقق کامل هدفمند کردن یارانه‌ها (به خصوص در حوزه کالاهای

اساسی)

۱۲. پیگیری و تلاش و همکاری با مجلس شورای اسلامی برای تصویب قانون جدید

تجارت

۱۳. تلاش برای محوریت قرار گرفتن بهره‌وری در جهت کاهش هزینه و افزایش

کیفیت

۱۴. ارتقای رقابت‌پذیری در فضای کسب و کار

۱۵. بازطراحی مدل بازرسی از واحدهای فعال با تاکید بر بهره‌مندی از توانایی‌های

بخش خصوصی در این زمینه تا حصول فضای رقابتی مطلوب در کشور

۱۶. گسترش فعالیت‌های نوآوری در بخش بازرگانی به منظور ایجاد اشتغال پایدار در

بخش بازرگانی

۱۷. توسعه بورس کالایی