

## چرا سیستم توزیع نوین و چرا فروشگاه‌های زنجیره‌ای؟

نوین‌سازی سیستم خرده‌فروشی در کشور طی سال‌های نه چندان دور به ویژه در دهه نخست انقلاب با وجود جنگ تحمیلی و ضرورت تامین کالاهای اساسی، عرضه آن در شبکه توزیع و دسترسی راحت آحاد مردم در اقصی نقاط کشور، به علت فقدان شبکه‌های توزیع گسترده، کارآمد و شفاف، در زمره آمال و آرزوهای دولت بشمار می‌رفت. اما بالاخره این رویا با ورود سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و افزایش تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای محقق شد.

بعدها با گسترش این نوع فعالیت و نیاز به وجود یک مرجع صنفی واحد برای ساماندهی امور ضروری، با دستور وزیر محترم وقت صنعت، معدن و تجارت و پیگیری مرکز اصناف و بازرگانان ایران و اتاق اصناف ایران، در تاریخ ۲۵ فروردین سال ۹۵ با انتخابات اعضای هیات مدیره، اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای رسماً تشکیل شد. این اتحادیه در حال حاضر با ۱۲۹ عضو و بیش از ۴۰۰۰ شعبه در سراسر کشور بیش از ۵۰ هزار شغل ایجاد کرده و با مدیریت متمرکز و نوین‌سازی سامانه توزیع و استفاده از صندوق‌های مکانیزه فروشگاه‌های گامی بزرگ در شفاف‌سازی مبادلات اقتصادی و مالیات شفاف برداشته و بزرگترین شبکه تامین و توزیع کالا در کشور را ایجاد کرده است.

و حال چرا سیستم توزیع نوین؟ جواب کاملاً روشن است زیرا نظام خرده‌فروشی ZWNJ، شفافیت عملکرد، رونق در چرخه تولید، اشتغال و حفظ منافع مصرف‌کننده ZWNJ را در پی دارد.

و اما چرا فروشگاه‌های ZWNJ؛ های زنجیره‌ای ZWNJ؛ ای بازوی تحقق این رویا هستند؟

جواب این سوال، مزایای فراوان برای مصرف‌کننده ZWNJ؛ تولیدکنندگان، دولت که کلیات آن، به شرح زیر است.

از منظر مصرف‌کننده ZWNJ؛

۱- کاهش قیمت مصرف‌کننده ZWNJ؛ (حذف واسطه‌ها) و افزایش کیفیت محصولات (رقابت)

۲- توجه به سلیقه مصرف‌کننده ZWNJ؛ (تمرکز در این فعالیت اقتصادی)

۳- کاهش هزینه ZWNJ؛؛ هایی مثل صرف زمان

۴- ایجاد قدرت انتخاب برای مشتریان

۵- استفاده از خدمات بیشتر و پاسخگو بودن (گردآوری محصولات متنوع در یک مکان و وجود دفاتر رسیدگی به شکایات مشتریان)

۶- تأمین نظر و نیاز مصرف‌کننده ZWNJ؛

از منظر تولیدکننده:

۱- حل مشکلات بنگاه ZWNJ؛؛ های تولیدی با عقد قراردادهای بلندمدت و امکان برنامه ZWNJ؛؛ ریزی تولید برای زمان

طولانی‌تر و اطمینان خاطر از فروش محصول تولیدی

۲- کمک به گردش سرمایه در واحدهای تولیدی

۳- شناخت بهتر سلیقه مشتری توسط بنگاه‌های تولیدی به واسطه بخش بازاریابی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛ حذف هزینه بازاریابی از هزینه‌های واحدهای تولیدی شده است

۴- انتقال کالا به شهرهای دوردست به‌وسیله شبکه‌های پخش مویرگی

از منظر دولت:

۱- پرداخت حقوق دولتی مثل مالیات

۲- مالیات بر ارزش‌افزوده و اجاره واحدهای تجاری

۳- ایجاد اشتغال پایدار

۴- اطمینان بخشی از نحوه مناسب توزیع کالاها و خدمات با کیفیت و قیمت مناسب

۵- کیفیت و خدمت

۶- ایجاد هماهنگی در اجرای بهینه سیاست‌های توزیعی دولت خصوصاً در زمان بحران

۷- کمک به ایجاد عدالت اجتماعی خصوصاً در مناطق محروم و امکان دسترسی آحاد مردم در شهرهای کم‌جمعیت ۸- اطمینان خاطر از فروش کالای با اصالت و بهداشتی

۹- ایجاد شفافیت و نظارت بر عدم عرضه کالای قاچاق و بی‌کیفیت

۱۰- سازمان‌سازی نظام توزیع

۱۱- مدیریت حرفه‌ای توزیع با ایجاد زیرساخت‌های لازم و بکار گرفتن نرم‌افزارهای روز و نوین، کاهش هزینه‌های توزیع و مبادله

با این نگاه، قانونگذار در احکام برنامه ششم توسعه سهم فروشگاه‌های زنجیره‌ای از نظام خرده‌فروشی کشور را ۲۰٪ پیش‌بینی کرده است که با توجه به سهم حدوداً ۱۰ درصدی کنونی، راه زیادی تا تحقق این مهم مانده که در سایه همدلی، همراهی و آگاهی از مزایای فروشگاه‌های زنجیره‌ای، در آینده نزدیک شاهد پیشرفت میهن عزیزمان و تحقق آرزوی به حقمان خواهیم بود.

رئیس اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای