

معرفی کتاب

مدیریت نظام توزیع در تجربیات جهانی:

درس‌های کاربردی برای تدوین سند جامع توزیع کالا در ایران

نویسندگان: داریوش مبصر، افسانه شفیعی و همکاران

ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

کتاب حاضر ضمن بررسی ابعاد نظری سیاست‌گزاری در نظام توزیع، تجربه پنج کشور هندوستان، مالزی، ترکیه، استرالیا و آلمان را در پیاده‌سازی نظام توزیع مطالعه کرده، نتایج حاصل از تجربیات کشوری بررسی تطبیقی می‌کند و رهیافت‌های نویی را برای اصلاح نظام توزیع در کشور ایران عرضه می‌دارد.

نظام توزیع شبکه‌ای از بازیگران، فرایندها و همکاری‌های بلندمدت و الزام‌آور میان مجموعه‌ای از واسطه‌های توزیعی است که در چارچوب زیرساخت‌های پشتیبان اعم از نهادی (قانونی و مقرراتی) یا فیزیکی (عمومی و تخصصی) فعالیت می‌کنند و نقش و کارکرد آن ایجاد جریان کالای مناسب، در مقدار و مکان صحیح و زمان و قیمت مناسب به مشتریان، خرده‌فروشی‌ها و یا سایر انبارها و مراکز توزیع ثانویه است و باید عملکرد آن به گونه‌ای باشد که رضایت عوامل تولید، کانال‌های توزیع، کارگزاران ترویج و همچنین مشتریان و مصرف‌کنندگان نهایی تأمین شده و حقوق آن‌ها رعایت شود. مهمترین مؤلفه های ساختاری نظام توزیع را بازیگران و زیرساخت‌های شبکه توزیع تشکیل می دهد. این بازیگران فراتر از عوامل شبکه توزیع بوده و در چارچوب روابط تعاملی که با یکدیگر دارند هسته اصلی ساختار نظام توزیع را شکل می‌دهند. این در حالی است که زیرساخت‌های پشتیبان توزیع (اعم از سخت‌افزاری و نرم‌افزاری) می‌تواند واجد تأثیر تعیین کننده بر کمیت و کیفیت روابط بین بازیگران و کارایی عملکرد بازیگران نظام توزیع از یکسو و سازوکارهای مدیریتی/نظارتی نهادهای حاکمیت و تشکل های مردم نهاد از سوی دیگر باشد. به‌طور نمونه، به هر میزان زیرساخت‌های لجستیک و انبارش قوی‌تر باشد، هزینه تمام شده فعالیت بازیگران توزیع در مجموعه نظام توزیع کمتر و در مقابل استاندارد توزیع کالاها بالاتر خواهد بود. در عین حال وجود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات می‌تواند قابلیت اثربخشی در برنامه‌ریزی‌های توزیعی و مکانیزم‌های مدیریت و نظارت را افزایش دهد.

هر قدر ساختار توزیعی یک کشور از سطح توسعه‌یافتگی بالاتری برخوردار باشد، جایگاه مدیریت امور بازتوزیع و خدمات پشتیبان توزیعی در مرحله قبل از عمده‌فروشی، مهم‌تر خواهد بود. در هندوستان این جایگاه در سطح حداقلی و به صورت زیرساخت‌های ذخیره‌سازی و بازتوزیع (انبارهای بازتوزیعی) پیش‌بینی شده است. در سطوح بالاتر توسعه‌یافتگی ساختار توزیع، انتظار می‌رود «خدمات پشتیبان توزیع» از حد ذخیره‌سازی و بازتوزیع، به امور با ارزش‌افزوده بالاتر همچون سورتینگ، بسته‌بندی و سپس برنامه‌ریزی توزیع تعمیم یابد. این قبیل امور عمدتاً از طریق شرکت‌های لجستیکی برنامه‌ریزی شده و سپس کالا در شبکه توزیع وارد می‌شود. البته، حسب آنکه ساختار نظام توزیع تا چه پیشرفته باشد، زیرساخت‌های پشتیبان شرکت‌های لجستیکی نیز شکل تخصصی به خود می‌گیرد و در قالب هاب‌های توزیعی و لجستیکی در خدمت این شرکت‌ها ایفای نقش می‌کند.

هر قدر ساختار توزیعی شکل ابتدایی‌تر داشته باشد، ترجیح خرده‌فروشان به برقراری ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان و واردکنندگان بیشتر است. با حرکت به‌سمت سطوح بالاتر توسعه، میل به بهره‌مندی از ظرفیت شرکت‌های لجستیکی برای تأمین کالا در بخش خرده‌فروشی بیشتر می‌شود. ضمناً در تأمین تقاضای واحدهای کوچک اعم از زنجیره‌ای و مستقل نیز می‌توان

به تناسب ارتقای سطح توسعه‌یافتگی واحدها، نقش شرکت‌های کش‌اندکری را به‌صورت پررنگ‌تر دریافت.

اگرچه رویه واحدی در ساختار حکمرانی در نظام توزیع نمی‌توان عنوان داشت، می‌توان به موارد زیر به عنوان درس‌های برآمده از تجربیات کشوری مورد بررسی اشاره داشت:

تفکیک وظایف مرتبط با «تنسیق امور کسب‌وکاری عاملان توزیعی» و «مدیریت بازار» و ارجاع آن به وزارتخانه‌های مختلف با افزایش درجه توسعه‌یافتگی در ساختار توزیعی؛

در صورت تشکیل وزارتخانه تخصصی بازرگانی داخلی، اگرچه کلیه امور مربوط به توزیع از سطح «تنسیق امور کسب‌وکاری عاملان توزیعی» تا «مدیریت بازار» و «حمایت از مصرف‌کنندگان» را می‌توان به صورت متمرکز مدیریت کرد، همچنان نقش پشتیبانی‌کننده سایر وزارتخانه‌ها در تأمین کالای مورد نظر وزارتخانه تخصصی بازرگانی داخلی (جهت مدیریت بازار) غیرقابل انکار است

به تناسب افزایش سطح توسعه‌یافتگی ساختار توزیعی در کشورهای مورد بررسی کاهش نقش‌های عملیاتی دولت در امور تنظیم بازار و افزایش نقش تعاونی‌های کشاورزی و اتحادیه‌های توزیعی در امور عملیاتی «تأمین» و «توزیع» رخ می‌دهد.

به تناسب ارتقای سطح توسعه‌یافتگی در ساختار توزیعی کشورها، درجه تمرکز امور سیاست‌گذاری و نظارت دولتی در یک مجموعه دولتی (که ممکن است لزوماً به صورت تخصصی حوزه توزیع نیز فعالیت نداشته باشد)، کاهش می‌یابد و در عوض مسئولیت سیاست‌گزاری و نظارت بر بازار برعهده یک دستگاه تخصصی یا هیأتی متشکل از چندین دستگاه مسئول خواهد بود. ضمناً هر قدر سطح توسعه‌یافتگی در ساختار توزیعی بالاتر باشد، انتظار می‌رود نقش انجمن‌های مصرف‌کننده و تشکل‌های توزیعی در ایجاد شرایط خودانتظامی در بازار قوی‌تر باشد.