

رئیس انجمن صنعت پخش پیشنهاد کرد: تجميع سياست گذاري هاي لجستيكي در يك وزارتخانه



رئيس هيئت مديره انجمن شركت هاي صنعت پخش گفت: در بسياري از كشورها، تنها يك متولي براي اين حوزه وجود دارد بنا بر اين اولين كار تجميع سياست گذاري هاي لجستيك در يك وزارت خانه است.

سهراب كارگر رئيس هيئت مديره انجمن ملي شركت هاي صنعت پخش ايران در نشست ملي لجستيك ايران به مناسبت روز جهاني لجستيك گفت: تعريف لجستيك در دنيا متفاوت از تصور ماست. لجستيك در كليۀ عرصه هاي زندگي حضور دارد. هيچ چيزي را نمي توان بدون نياز به حمل و نقل تصور كرد. ما در ايران و بازار ايران به دنبال معجزه نيستيم. هدف ما همكاري است تا بتوانيم در لجستيك به پارامترهاي جهاني و يا حتي منطقه اي برسيم. مثلث توليد، توزيع و دانشگاه بايد راه حلهايي ارائه دهند.

كارگر با بيان اينكه در ايران توزيع بر اساس سود آوري ايجاد نشده افزود: اين موضوع از قبل انقلاب تا به امروز وجود داشته است. هدف ايجاد يك سازمان فروش و توزيع كالاي تأمين كننده به دست مصرف كنندگان اوليه و ثانويه است.

وي بزرگ ترين شركت هاي پخش در ايران را مربوط به بزرگ ترين تأمين

کننده‌ها دانست و ادامه داد: ما حدوداً ۵ سال است که شرکت‌های لجستیک کوچک در ایران داریم و در وزارت صمت اولین آئین نامه تأسیس شرکت‌های لجستیک را طراحی کرده‌ایم.

رئیس انجمن شرکت‌های صنعت پخش یادآور شد: شرکت‌های پخش به دو بخش فروش و توزیع تقسیم می‌شوند؛ در دنیا معمولاً فروش را شرکت‌های تولیدی و توزیع را شرکت‌های توزیع کننده انجام می‌دهند اما در ایران بالای ۷۰ درصد فروش توسط خرده فروش‌ها صورت می‌گیرند؛ مخصوصاً برای کالاهای سریع مصرف مثل لبنیات این اتفاق می‌افتد.

وی تصریح کرد: تا یک دهه قبل در لبنیات فروش گرم داشتیم و فروشنده سفارش نمی‌گرفت؛ این شرایط اما امروزه تغییر کرده است. هزینه‌ها در حال حاضر بسیار بالاست که باعث تغییر فرآیندها و توسعه می‌شود. همین حالا در فروشگاه‌های زنجیره‌ای تغییرات را می‌بینیم. سهم فروشگاه‌های زنجیره‌ای در برنامه ششم ۲۲ درصد سهم فروش است و به ۱۷ درصد رسیده است.

کارگر تغییر دیگر صنعت لجستیک را ایجاد شرکت‌های زنجیره‌ای خرده فروشی عنوان و اظهار کرد: تغییر فرهنگ عرضه به معنای ایجاد شرکت‌های لجستیکی نیست؛ این موج مثل ایجاد شرکت‌های تاکسی اینترنتی است که در ابتدا خیلی خوش‌بینی در مورد آنها نبود؛ بلکه افزایش هزینه‌ها برندها را ناچار می‌کند تا این تغییرات را انجام دهند.

وی یکی از گلوگاه‌های مهم در لجستیک را تعدد متولیان اجرایی چه قانون گذار و چه نظارتی برشمرد و گفت: در دنیا وزارت خانه‌های لجستیک به تعداد انگشت‌های یک دست است. با این حال نکته مهم این است که در بسیاری از کشورها، تنها یک متولی برای این حوزه وجود دارد. اولین کار تجمیع سیاست‌گذاری‌های لجستیک در یک وزارت خانه است.

این فعال صنعت لجستیک با اشاره به برنامه دولت برای ایجاد وزارت بازرگانی و اضافه شدن یک متولی جدید بیان کرد: در این صورت شرایط برای بخش لجستیک پیچیده‌تر می‌شود. ما در سال گذشته متوسط ۵ میلیون کارتن کالای FMCG (تند مصرف) در روز توزیع کردیم. یک شرکت لجستیک برای توزیع این حجم محصول ۶ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری احتیاج دارد و ۱۱ وزارت خانه باید بر این پروژه‌ها نظارت و مجوز صادر کنند.