

فصل نهم

بازرگانی داخلی

در سال ۱۳۹۵ دو زیرگروه اصلی عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، هتل و رستوران - حمل‌ونقل و انبارداری که با بخش بازرگانی داخلی کشور ارتباط بیشتری دارند، سهم ۲۳٫۵ درصدی از کل ارزش‌افزوده اقتصادی را کشور به خود اختصاص دادند. بررسی زیرساخت‌های نهادی بخش بازرگانی داخلی و بازیگران این بخش شامل نهادهای دولتی و خصوصی نشان می‌دهد. در بخش نهادهای خصوصی همچنان ساختار سنتی به دلیل کثرت اصناف بر بخش غالب است. در این سال تعداد مجوزهای صادرشده برای انواع صنوف تولیدی و توزیعی و خدماتی افزایش ۴۲٫۴ درصدی و تعداد مجوزهای فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بزرگ کاهش ۶٫۷ درصدی و مجوزهای صادرشده برای شرکت‌های پخش در مجموع کاهش ۱٫۶ درصدی را تجربه کرده که این امر بر کاهش رشد ساختارهای نوین نظام توزیع در مقابل افزایش رشد ساختار سنتی دلالت دارد.

در سال ۱۳۹۵ عرضه میوه و سبزیجات در میادین میوه و تره‌بار مطابق روند دوره ۹۵-۱۳۹۲ کاهش یافت که از عمده دلایل آن کاهش قدرت خرید مردم در سمت تقاضا و تغییر شیوه‌های فروش در سمت عرضه بوده است. در این میان بورس کالایی در سال ۱۳۹۵ توانست به لحاظ تعداد کالاهای عرضه‌شده و ارزش معاملات فیزیکی رشد مناسبی را تجربه نماید.

کارگروه تنظیم بازار به عنوان نهاد فرادستگاهی ناظر بر عملکرد نهادهای بازرگانی داخلی از طریق سیاست‌گذاری در بخش، مانع افزایش غیرمعارف قیمت‌ها گردید. سیاست‌های اتخاذشده توسط کارگروه مذکور که عمدتاً در خصوص کالاهای اساسی مرتبط با معیشت مردم بوده نشان می‌دهد کارگروه توانست از طریق اقداماتی چون کاهش نرخ تعرفه، تبدیل نوع ارز، افزایش عرضه از طریق مباشرین دولتی و ... از رشد غیرمعارف قیمت در برخی کالاهای اساسی چون روغن و شکر ممانعت به عمل آورد. در مورد برخی از کالاها نظیر گوشت قرمز، برنج و حبوبات علی‌رغم تلاش‌های انجام‌شده روند افزایشی قیمت‌ها ادامه یافت. در مورد کره نیز اگرچه سعی شد تا با مدیریت قیمت به نفع مصرف‌کننده عمل شود در نهایت بدلیل اختلاف قابل توجه قیمت این کالا در کشور با قیمت کره در بازارهای جهانی، قیمت آن افزایش یافت.

در این فصل ابتدا جایگاه بازرگانی داخلی در تولید ناخالص داخلی و ساختار این بخش از حیث نوع مالکیت آن بررسی و در نهایت نیز به بررسی تصمیمات کارگروه تنظیم بازار در سال ۱۳۹۵ و نتایج آن پرداخته شده است.

۹-۱. جایگاه بازرگانی داخلی در اقتصاد ملی

بر اساس طبقه‌بندی حساب‌های ملی، گروه خدمات (با برخورداری از ۶ زیرگروه) حدود ۵۱/۹ از ارزش‌افزوده اقتصاد کشور در سال ۱۳۹۵ را به خود اختصاص داده است. از میان زیرگروه‌های خدمات تنها فعالیت‌های دو زیرگروه اصلی یعنی «عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، هتل و رستوران» و «حمل‌ونقل، انبارداری» به بخش بازرگانی داخلی بطور مستقیم مربوط بوده که سهمی معادل ۲۳/۵ درصد از کل ارزش‌افزوده اقتصاد در سال ۹۵ را داراست. سهم این زیرگروه‌ها از کل ارزش‌افزوده گروه خدمات حدود ۴۵/۳ درصد می‌باشد که حاکی از اهمیت و نقش آنها در فعالیت‌های این گروه مهم اقتصادی است. در همین راستا و براساس اطلاعات مرکز آمار ایران طی دوره ۹۵-۱۳۹۰ چنین استنباط می‌شود که سهم ارزش‌افزوده فعالیت‌های مرتبط با بخش بازرگانی داخلی کشور از کل ارزش‌افزوده اقتصاد با نوسان اندکی افزایش داشته و از ۱۸/۹ درصد در سال ۱۳۹۰ به ۲۳/۵ درصد در سال ۱۳۹۵ رسیده است. نظریه اینکه بخش عمده فعالیت‌های مذکور (بویژه عمده‌فروشی، خرده‌فروشی، هتل و رستوران) جزو حلقه‌های پایانی زنجیره ارزش کالا و خدمات در فعالیت‌های تولیدی و خدماتی می‌باشند، می‌توان روند پویا و در حال رشدی را برای سمت عرضه و تقاضای اقتصاد در بازه زمانی مذکور استنباط نمود. لازم به ذکر است بالاترین سهم در ایجاد ارزش‌افزوده فعالیت‌های مرتبط با بخش بازرگانی کشور در این بازه به میزان ۲۴/۱ درصد در سال ۱۳۹۴ و کمترین میزان آن نیز به میزان ۱۸/۹ درصد در سال ۱۳۹۰ بوده است. نکته قابل‌توجه در خصوص برخی زیرگروه‌های خدمات (که سازنده ساختار بازرگانی داخلی کشور می‌باشند) آن است که جایگاه فعالیت‌های مذکور در حلقه‌های پایانی زنجیره ارزش کالا و خدمات بگونه‌ای است که می‌توان اذعان نمود ارتقای ارزش‌افزوده گروه‌های صنعت و کشاورزی نیز ارتباط نزدیکی با رشد و پویایی فعالیت‌های مذکور دارد و بالعکس هرگونه نقص در فرآیند و ساختار این فعالیت‌ها می‌تواند مانع از تکمیل شدن زنجیره ارزش مجموعه کالاها و فعالیت‌های گروه صنعت و کشاورزی گردد. به عبارت دیگر بالا بودن سهم گروه خدمات در کل و همچنین بالا بودن سهم برخی از زیرگروه‌های آن (بویژه فعالیت‌های

مرتبط با بخش بازرگانی داخلی کشور) حتی نسبت به ارزش افزوده بخش کشاورزی^۱ گویای این حقیقت است که این بخش نقش بسیار مهمی را در اقتصاد ایفا می‌نماید و بویژه نقش کلیدی در نهایی نمودن اکثر فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی بر عهده دارد. از این رو توجه به نیازمندی‌های این بخش اعم از بهبود و توسعه زیرساخت‌ها و شفاف‌سازی فضای فعالیت می‌تواند نقش کلیدی در رشد اقتصادی کشور ایفا نماید. البته نیاز به سرمایه‌گذاری و تخصص پایین و همچنین داشتن حاشیه سود بالا برای برخی از فعالیت‌های گروه خدمات نظیر خرده‌فروشی‌ها و حتی عمده‌فروشی‌ها علی‌رغم این‌که از سوی جویندگان شغل نوعی مزیت است ولی در حقیقت به دلیل بالا بردن هزینه‌های مبادله برای اقتصاد بسیار مخرب است.

جدول (۹-۱): سهم بخش‌های اقتصادی و زیربخش بازرگانی از ارزش افزوده طی دوره ۹۵-۱۳۹۰ (درصد)

سال	گروه خدمات	عمده و خرده‌فروشی، هتل و رستوران	حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات	واسطه‌گری‌های مالی	مستغلات، کرایه و خدمات کسب و کار	امور عمومی، آموزش، بهداشت و مددکاری	خدمات اجتماعی، شخصی و خانگی	جمع ارزش افزوده گروه‌های (خدمات، صنعت و کشاورزی)
۱۳۹۰	۴۳٫۱	۱۲٫۱	۶٫۶	۲٫۶	۱۰٫۵	۱۰٫۵	۰٫۹	۹۹٫۱
۱۳۹۱	۴۵٫۵	۱۳٫۲	۷٫۴	۲٫۶	۱۱٫۶	۹٫۸	۰٫۹	۹۹٫۲
۱۳۹۲	۴۳٫۲	۱۳٫۱	۷٫۱	۲٫۰	۱۱٫۲	۸٫۹	۰٫۹	۹۹٫۵
۱۳۹۳	۴۷٫۸	۱۴٫۴	۸٫۴	۲٫۰	۱۱٫۶	۱۰٫۳	۱٫۱	۹۹٫۶
۱۳۹۴	۵۳٫۴	۱۵٫۳	۸٫۸	۱٫۵	۱۳٫۹	۱۲٫۶	۱٫۳	۹۹٫۴
۱۳۹۵	۵۱٫۹	۱۴٫۶	۸٫۹	۱٫۶	۱۳٫۳	۱۲٫۳	۱٫۳	۹۹٫۲

مأخذ: مرکز آمار ایران.

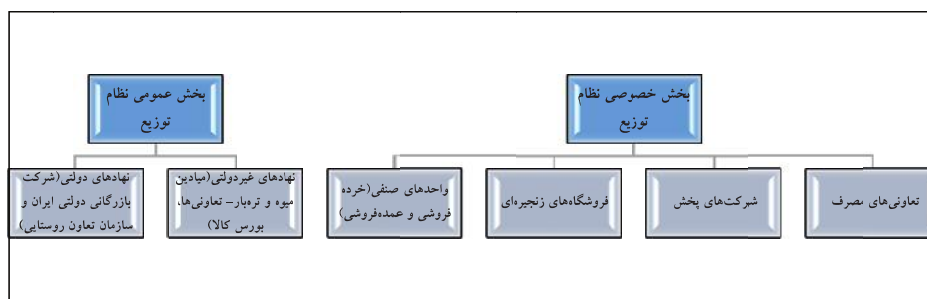
۹-۲. زیرساخت‌های نهادی بخش بازرگانی داخلی

نهادهای بازرگانی داخلی در داخل کشور از حیث نوع مالکیت به دو بخش کلان عمومی و خصوصی قابل تفکیک است. بخش عمومی نظام توزیع به دو گروه عمومی دولتی و عمومی غیردولتی قابل تقسیم‌بندی

۱. سهم ارزش افزوده بخش کشاورزی از کل ارزش افزوده اقتصاد در سال ۱۳۹۵ حدود ۸/۸ درصد بوده است.

می‌باشد. در بخش عمومی دولتی می‌توان به نهادهایی نظیر شرکت بازرگانی دولتی ایران، سازمان تعاون روستایی و در بخش غیردولتی آن می‌توان به نهادهایی نظیر میادین میوه و تره‌بار، تعاونی‌ها و بورس کالایی اشاره نمود. بخش خصوصی نظام توزیع شامل ۳ گروه اصلی واحدهای صنفی، شرکت‌های پخش، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تعاونی‌های مصرفی می‌باشد. نمایی شماتیک از این تقسیم‌بندی در نمودار (۹-۱) ارائه شده است.

نمودار (۹-۱): وضعیت نظام توزیع کشور از حیث مالکیت



۹-۲-۱. وضعیت نظام توزیع کشور در بخش خصوصی

۹-۲-۱-۱. واحدهای صنفی

بر اساس گزارش مرکز امور اصناف و بازرگانان در پایان سال ۱۳۹۵ حدود ۲ میلیون و ۶۶ هزار واحد صنفی با پروانه کسب در بخش بازرگانی داخلی به امر عرضه کالا و خدمات در قالب فعالیت واحدهای صنفی توزیعی، تولیدی، خدماتی و خدمات فنی اشتغال داشته‌اند. شایان ذکر است تعداد واحدهای صنفی بدون پروانه کسب حدود ۳۰۰ هزار برآورد می‌گردد. مدیریت و هدایت واحدهای صنفی دارای پروانه کسب توسط ۸۸۶ اتاق اصناف و ۷۷۲۵ اتحادیه صنفی می‌باشد؛ که بر این اساس برای هر ۲۸۰۰ واحد صنفی یک اتاق اصناف و به ازای هر ۳۲۱ واحد صنفی یک اتحادیه وجود دارد. نکته حائز اهمیت در این خصوص آن است که بالا بودن تعداد اتحادیه‌ها و اتاق اصناف به ازای واحدهای صنفی باعث ایجاد چالش‌هایی از قبیل کاهش قدرت اصناف در رسیدگی به حقوق و عدم توازن در اجرای برخی قوانین

ازجمله قوانین مالیاتی می‌گردد^۱. از طرف دیگر زیاد بودن تعداد اتحادیه‌های صنفی با نگرش‌های بعضاً متفاوت نیز باعث گردیده که تشکلهای مذکور، کنترل و تأثیرگذاری مناسب را در مسائل کلان کشور نداشته باشند.

در سال ۱۳۹۵ تعداد مجوزهای صادرشده برای واحدهای صنفی ۲۷۸۱۵۶ مجوز بوده که نسبت به سال ۹۴ حدود ۳۷ درصد رشد داشته است. نکته قابل توجه در این خصوص آن است که میزان واحدهای صنفی اضافه‌شده در سال ۹۵ به نسبت سال ۹۴، حدود ۶۱۵۳۱۱ واحد صنفی بوده که درواقع نسبت به سال ۹۴ از این منظر حدود ۴۲ درصد رشد را تجربه کرده است. براین اساس به ازای هر مجوز صادرشده ۲/۲ واحد صنفی در فضای کسب و کار جامعه شروع به فعالیت نموده‌اند و یا به بیان روشن‌تر تعداد واحدهای صنفی فاقد مجوز که در سال ۹۵ شروع به فعالیت نموده‌اند حدود ۲/۲ برابر واحدهای صنفی جدیدالورود با مجوز می‌باشند. از مهمترین دلایل این چالش در ساختار نظام توزیع کشور می‌توان به تأخیرهای طولانی در فرآیند صدور پروانه کسب، تفویض صدور پروانه کسب به اتحادیه‌ها که خود بدلیل وجود نفع شخصی مانعی برای ورود آزادانه به بازار هستند و همچنین وجود بیکاری گسترده در کشور که باعث مسامحه در خصوص برخورد با واحدهای صنفی بدون پروانه و همچنین عدم وجود جذابیت و درک منافع برای عضو شدن از سوی فعالین اقتصادی اشاره نمود. با توجه به چنین شرایطی تشکلهای، نمایندگان مناسبی از جامعه صنفی خود نبوده و از این رو نخواهند توانست مشکلات و مسائل صنفی خود را به خوبی منعکس نموده و بطور یقین امکان تصمیم‌گیری و حمایت مؤثر و یا ارائه راهکار در سطح حکومتی با محدودیت و کاستی همراه خواهد بود. چالش مهم دیگر در این خصوص کاهش کارایی رسیدگی به حقوق مصرف‌کنندگان در چنین فضایی می‌باشد.

همچنین براساس آمار موجود واحدهای صنفی از حیث نوع فعالیت در سال ۱۳۹۵ شامل حدود ۱۹ درصد تولیدی، ۴۹ درصد توزیعی و ۳۲ درصد خدماتی بوده‌اند. لازم به ذکر است از سال ۱۳۹۲ تا انتهای سال ۱۳۹۵ در تعداد، ترکیب فعالیت اصناف و همچنین میزان مکانیزاسیون واحدهای صنفی تغییراتی رخ داده است که در جدول (۹-۲) به آن اشاره شده است.

۱. به عنوان نمونه در حالی که در اکثر واحدهای صنفی عرضه‌کننده مواد پروتئینی ترکیبی از اقلام پروتئینی گوشت قرمز و سفید مشاهده می‌گردد ولی این دو گروه کالایی دارای دو اتحادیه جدا می‌باشند. یا در حالی که تعرفه مالیات برحسب پروانه کسب و نوع فعالیت مشخص شده از سوی اتحادیه مشخصی تعیین می‌گردد، در برخی موارد واحدهای صنفی از دو اتحادیه جدا با دو نرخ متفاوت مالیات، اقدام به عرضه محصولات گروه‌های کالایی یکدیگر می‌نمایند و این امر باعث اجحاف در حق عرضه‌کننده تخصصی کالا می‌شود که تعرفه واقعی را پرداخت می‌نماید و در عین حال رقیب با تعرفه پایین‌تر این عرضه را انجام می‌دهد.

جدول (۹-۲): تعداد و ترکیب واحدهای صنفی و میزان تجهیز به ترازوهای دیجیتال طی دوره ۹۵-۱۳۹۲

سال	خدماتی	توزیعی	تولیدی	مجموع	تجهیز شده به ترازوی دیجیتال	سهم تجهیز به ترازوی دیجیتال از کل واحدهای صنفی (درصد)
۱۳۹۲	۲۰۲۶۲۵	۶۱۵۷۰۳	۲۶۴۴۳۴	۱۰۸۲۷۶۲	۳۴۹۲۵	۳٫۲
۱۳۹۳	۲۳۸۱۹۸	۷۱۰۵۳۹	۲۹۹۳۷۱	۱۲۴۸۱۰۸	۳۰۷۳۴	۲٫۴
۱۳۹۴	۲۷۴۹۴۵	۸۳۴۷۹۳	۳۴۱۷۸۰	۱۴۵۱۵۱۸	۵۲۶۶۰	۳٫۶
۱۳۹۵	۶۵۶۹۸۰	۱۰۰۹۸۴۵	۴۰۰۰۰۴	۲۰۶۶۸۲۹	۵۷۹۷۷	۲٫۸
درصد تغییرات سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴	۱۳۸٫۹	۲۱	۱۷	۴۲٫۴	۱۰	-
درصد تغییرات سال ۹۵ نسبت به سال ۹۲	۲۲۴٫۲	۶۴٫۰	۵۱٫۳	۹۰٫۹	۶۶	-

مأخذ: مرکز آمار ایران و آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت.

آمار و ارقام منعکس شده در جدول (۹-۲) گویای آن است که در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۲ تعداد واحدهای صنفی در مجموع حدود ۹۱ درصد رشد داشته که البته برحسب نوع فعالیت این رشد از توازن برخوردار نبوده است. بر همین اساس بیشترین میزان رشد واحدهای صنفی در رسته واحدهای خدماتی با حدود ۲۲۴ درصد رشد بوده است. بر اساس همین آمار واحدهای توزیعی و تولیدی نیز به ترتیب ۶۴ و ۵۱ درصد رشد را در این فاصله زمانی تجربه نموده‌اند. همانگونه که ملاحظه می‌شود واحدهای تولیدی در میان واحدهای صنفی کمترین رشد را در بازه زمانی مذکور به خود اختصاص داده‌اند که این شرایط می‌تواند گویای وضعیت وخیم تولید در کشور باشد. این در حالی است که ایران به لحاظ منابع معدنی و انرژی از پتانسیل‌های مناسبی برای تولید برخوردار است. در خصوص رشد بالای ۲۰۰ درصدی واحدهای خدماتی نیز می‌توان استنباط نمود که نیاز کمترین نوع فعالیت‌ها به سرمایه و متمرکز بودن بر مهارت و یا تخصص فرد از مهمترین دلایل رشد متمایز این نوع واحدهای صنفی از سایر فعالیت‌ها می‌باشد. فارغ از جنبه مثبت اشتغالزایی این افزایش، جنبه نگران‌کننده رشد نامتوازن واحدهای خدماتی نبود شاخص‌های استاندارد و رسیدگی به تخلفات این واحدها در راستای تضمین حقوق مصرف‌کنندگان می‌باشد.

از دیگر نکات قابل توجه در خصوص آمار جدول (۹-۲) می‌توان به رشد ۶۶ درصدی واحدهای تجهیز شده به ترازوی دیجیتال در فاصله زمانی ۹۲ تا ۹۵ اشاره نمود. همانگونه که ملاحظه می‌شود روند رشد سهم واحدهای مجهز به ترازوی دیجیتال به کل واحدهای صنفی^۱ با نوساناتی صعودی بوده است که این امر بیان‌کننده احساس نیاز به دقت بیشتر در انجام ارائه خدمات به مشتری و در حقیقت نوعی پاسخگویی به نیاز مشتریان از این منظر می‌باشد. همچنین با توجه به بالاتر بودن رشد تجهیز ترازوهای دیجیتالی به رشد ۶۰ درصدی واحدهای توزیعی و تولیدی در همین بازه، می‌توان استنباط نمود که موضوع تجهیز واحدهای صنفی به این امکانات، هم به واحدهای قبلی و هم به واحدهای جدیدالورود مربوط می‌گردد و می‌توان پیش‌بینی نمود که گستردگی بیشتری نیز بین واحدهای صنفی داشته باشد. افزایش نفوذ این ضریب یکی از راهکارهای کاهش اجحاف در حق مصرف‌کنندگان تلقی می‌گردد. لازم به ذکر است علی‌رغم اینکه وجود صندوق‌های مکانیزه فروش در هر واحد صنفی مشمول آیین‌نامه اجرایی تبصره ۲ ماده ۱۶۹ قانون اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم و اولویت‌های اعلام شده می‌باشد که حدود ۳۵ درصد از واحدها از آن استفاده می‌کنند و این بیانگر ضعف در ضمانت اجرایی قوانین حوزه کسب و کار کشور می‌باشد. یکی از جنبه‌های مهم وجود واحدهای صنفی در اقتصاد کشور پتانسیل اشتغالزایی واحدهای مذکور می‌باشد. بر این اساس با متوسط ۲/۵ نفر شاغل برای هر واحد صنفی کل شاغلین اصناف حدود ۵/۲ میلیون نفر برآورد می‌گردد. البته این رقم بدون احتساب شاغلین در واحدهای صنفی بدون پروانه کسب می‌باشد. با توجه به وجود حدود ۳۰۰ هزار واحد صنفی بدون پروانه کسب و پتانسیل ایجاد شغل به ۲/۵ نفر به ازای هر واحد صنفی می‌توان میزان اشتغال ایجاد شده توسط این واحدها را نیز حدود ۷۵۰ هزار نفر برآورد نمود.

۹-۲-۱-۲. شرکت‌های پخش

یکی دیگر از ارکان بخش خصوص نظام توزیع کشور، شرکت‌های پخش می‌باشند. این شرکت‌ها از حیث دامنه و گستره فعالیت در ۳ گروه سراسری، منطقه‌ای و استانی قابل تقسیم‌بندی می‌باشند. آمار مربوط به مجوزهای صادر شده برای فعالیت هریک از انواع شرکت‌های پخش در جدول (۹-۳) آورده شده است.

۱. نظربه این‌که این نوع تجهیزات بیشتر واحدهای تولیدی و توزیعی در ارتباط می‌باشد سهم واحدهای تجهیز شده به ترازوی دیجیتال نسبت به مجموع واحدهای توزیعی و تولیدی محاسبه گردیده است.

جدول (۳-۹): مجوزهای فعالیت و تعداد شرکت‌های فعال پخش به تفکیک گستره توزیع سال‌های ۱۳۹۲-۹۵

سال	تعداد مجوزهای فعالیت شرکت‌های پخش				تعداد شرکت‌های پخش فعال			
	سراسری	منطقه‌ای	استانی	مجموع	سراسری	منطقه‌ای	استانی	مجموع
۱۳۹۲	۱۳	۴	۹۸	۱۱۵	۸۰	۱۲	۵۸۰	۶۷۲
۱۳۹۳	۲۸	۵	۱۲۴	۱۵۷	۸۰	۱۶	۵۹۰	۶۸۶
۱۳۹۴	۳۶	۱۱	۱۴۰	۱۸۷	۸۱	۲۰	۶۰۰	۷۰۱
۱۳۹۵	۲۶	۴	۱۵۴	۱۸۴	۸۸	۲۷	۶۱۲	۷۲۷
درصد تغییرات ۹۵ به ۹۴	-۲۷,۸	-۶۳,۶	۱۰	-۱,۶	۸,۶	۳۵,۰	۲,۰	۳,۷
درصد تغییرات سال ۹۵ به ۹۲	۱۰۰	۰	۵۷	۶۰	۱۰,۰	۱۲۵,۰	۵,۵	۸,۲

مأخذ: محاسبات براساس اطلاعات وزارت صنعت، معدن و تجارت.

بر اساس جدول (۳-۹) تعداد صدور مجوز در انواع شرکت‌های پخش طی دوره ۱۳۹۲-۹۴ با روند صعودی، رشد تجمعی ۶۰ درصدی را تجربه نموده‌اند (اگرچه در سال ۱۳۹۵ با کاهش ۱,۶ درصدی مواجه گردید). در میان مجوزهای صادرشده برای انواع شرکت‌های پخش اگرچه بیشترین رشد مجوزها در سال ۱۳۹۵ مربوط به شرکت‌های پخش استانی است، اما بیشترین درصد رشد مجوز طی دوره ۱۳۹۲-۹۵ به شرکت‌های پخش سراسری با میزان ۱۰۰ درصد رشد اختصاص یافته است. در همین راستا تعداد مجوز صادرشده برای شرکت‌های پخش استانی ۵۷ درصد رشد و شرکت‌های پخش منطقه‌ای (بدون احتساب تغییرات میانی بازه زمانی مذکور) رشدی نداشته است. نکته حائز اهمیت در خصوص رشد مجوزهای صادره برای شرکت‌های پخش سراسری این است که در چنین شرایطی امکان توزیع متوازن کالا برحسب نیاز و تقاضا در کل کشور هموارتر گردیده و امکان استفاده از پتانسیل‌های تولید و تقاضا در کل نقاط کشور برای بهبود رشد اقتصادی فراهم می‌گردد. بنظر می‌رسد علت عدم رشد صدور مجوز برای شرکت‌های پخش منطقه‌ای مشابه بودن شاخص‌های عرضه و تقاضا در این مناطق بوده که خود توسط شرکت‌های پخش استانی و سراسری تأمین می‌گردد. شایان ذکر است رشد صدور مجوز برای شرکت‌های

پخش نمی‌تواند به‌تنهایی شاخص مناسبی برای بهبود توزیع کالا و متوازن کالا در کشور تلقی گردد زیرا بهبود زیرساخت‌های موردنیاز برای اثربخش نمودن فعالیت شرکت‌های مذکور که همان ظرفیت حمل‌ونقل و انبار و سردخانه می‌باشند نیز باید مدنظر قرار گیرد.

از دی ماه ۱۳۹۵ سامانه مدیریت صدور مجوز پخش کالا با همکاری دفتر امور خدمات بازرگانی و انجمن ملی شرکت‌های صنعت پخش ایران به عنوان تنها تشکل مرتبط با شرکت‌های پخش که دارای ۱۵ شعبه در سراسر کشور می‌باشد، راه‌اندازی و کلیه مجوزهای پخش در سراسر کشور بدون لزوم مراجعه فیزیکی متقاضی از طریق این سامانه صادر می‌گردد.

آمار شرکت‌های فعال در سراسر کشور که حداقل یک بار از وزارت صنعت، معدن و تجارت مجوز دریافت نموده اند در جدول (۹-۳) ارایه شده است. در سال ۱۳۹۵ در مجموع تعداد کل شرکت‌های پخش نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۳٫۷ درصدی را تجربه کرده‌اند. شرکت‌های پخش در کل کشور با دارا بودن حدود ۶۰ هزار نفر نیروی انسانی، ۲۵ هزار ناوگان حمل و نقل ماموریت تامین کالا از تامین کنندگان، نگهداری و انبارش، آماده سازی، بازاریابی و توزیع مویرگی ۱۰۰ درصد دارو، بیش از ۸۵ درصد مواد غذایی بسته بندی شده و محصولات آرایشی، بهداشتی و مواد شوینده، ۲۰ درصد روانکارها و ۱۵ درصد لوازم خانگی کوچک و درصد اندکی از سایر گروه‌های کالایی نظیر لوازم الکترونیک، لوازم التحریر و... را برعهده دارند. بررسی‌ها حاکی از آنست که نسبت به سنوات قبل تولیدکنندگان و واردکنندگان گروه‌های کالایی بیشتری از طریق شرکت‌های پخش به توزیع کالاهای خود می‌پردازند که این امرگامی در راستای اصلاح نظام توزیع و حرکت به سمت بهره‌گیری از شبکه های توزیع سازمان یافته می‌باشد.

۳-۱-۲-۹. فروشگاه‌های زنجیره‌ای

فروشگاه‌های زنجیره‌ای از حیث نوع کالای عرضه شده به دو گروه کلی چندمنظوره (بیش از یک گروه کالایی) و تک منظوره (یک گروه کالایی همگن) تقسیم می‌شوند. براین اساس و با توجه به آمار مربوطه وضعیت پروانه‌های کسب و شعب انواع فروشگاه‌های زنجیره‌ای در جدول (۹-۴) آورده شده است.

جدول (۹-۴): تعداد مجوزهای صادره فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵

شرح		۱۳۹۴		۱۳۹۵	
		پروانه کسب	شعبه	پروانه کسب	شعبه
بیش از یک گروه کالایی (چندمنظوره)		۱۷	۹۴۷	۱۰	۷۶۱
یک گروه کالایی همگن		۱۳	۴۰۲	۱۸	۱۷۹
جمع فروشگاه‌های بیش از یک گروه کالایی و یک گروه کالایی		۳۰	۱۳۴۹	۲۸	۹۴۰
درصد تغییرات فروشگاه‌های بیش از یک گروه کالایی در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴		-	-	-۴۱,۲	-۱۹,۶
درصد تغییرات فروشگاه‌های یک گروه کالایی همگن		-	-	۳۸,۵	-۵۵,۵
درصد تغییرات کل سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴		-	-	-۶,۷	-۳۰,۳

مأخذ: مرکز امور اصناف و بازرگانان.

طبق آمار مندرج در جدول (۹-۴)، درصد رشد پروانه و شعب مربوط به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بزرگ در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ با کاهش مواجه بوده است که میزان این کاهش در خصوص پروانه کسب حدود ۷ درصد و برای شعب حدود ۳۰ درصد می‌باشد. در خصوص فروشگاه‌های زنجیره‌ای تک منظوره هرچند درصد رشد پروانه کسب به میزان حدود ۳۸/۵ درصد رشد را در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ تجربه کرده ولی از نظر تعداد شعب این فروشگاه‌ها در سال ۹۵ نسبت به سال قبل خود حدود ۵۵ درصد کاهش داشته‌اند. از مهمترین دلایل این کاهش می‌توان به هزینه‌های بالای تأمین منابع مالی جهت سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت، تغییر شرایط و ضوابط داخلی اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای و توسعه کمی و کیفی فروشگاه‌های مجازی اشاره نمود. ضمن اینکه قدرت خرید مردم و شرایط کلی حاکم بر اقتصاد کشور (دوران رکود) می‌تواند از دیگر دلایل این کاهش تلقی گردد. درواقع با وجود اینکه فروشگاه‌های زنجیره‌ای تک منظوره با روند مثبت از لحاظ پروانه کسب مواجه بوده‌اند ولی در مقابل توان توسعه و گستره کاری آنها نسبت به سال ۹۴ با کاهش مواجه بوده است که می‌تواند تأییدی بر دلایل مطرح شده در این خصوص باشد.

۹-۲-۲. وضعیت نظام توزیع کشور در بخش عمومی

بخش عمومی نظام توزیع کشور در دو بخش دولتی و غیردولتی بررسی شده است.

بخش عمومی دولتی نظام توزیع کالا

۹-۲-۱. شرکت بازرگانی دولتی ایران

در حال حاضر شرکت بازرگانی دولتی بزرگ‌ترین سازمان دولتی است که در تهیه و توزیع کالا نقش دارد. فعالیت این شرکت بیشتر در زمینه تأمین و توزیع کالاهای اساسی می‌باشد و معمولاً از امکانات توزیعی شرکت‌های دولتی اقماری خود و بخش خصوصی و تعاونی‌ها برای انجام وظایف خود استفاده می‌نماید. لازم به ذکر است این شرکت در قالب شرکت مادر تخصصی اداره شده و عملاً سعی در واگذاری تصدی‌های خود به بخش خصوصی دارد، ولیکن با وجود فضای موجود در خصوص انحصار خرید گندم و واردات بخش عمده‌ای از کالاهای اساسی، عملاً این تفویض اختیار با موانع متعددی مواجه می‌باشد. عملکرد شرکت بازرگانی دولتی در سال ۱۳۹۵ مشتمل بر خرید تضمینی بیش از ۱۱,۵ میلیون تن گندم به ارزش ۱۴۷ هزار میلیارد ریال بوده که به دلیل بهبود شرایط زراعی کشور در این سال به ترتیب نسبت به سال ۱۳۹۴ حدود ۴۲,۵ و ۵۶,۳ درصد افزایش یافت و عملاً کشور را از واردات گندم بی‌نیاز ساخت.

جدول (۹-۵): مقدار و ارزش خرید تضمینی گندم داخلی طی دوره ۹۵-۱۳۹۱

سال	مقدار (هزار تن)	ارزش (میلیارد ریال)
۱۳۹۱	۲۰۴۵	۸۸۱۷
۱۳۹۲	۴۸۲۲	۳۹۱۰۴
۱۳۹۳	۶۷۱۸	۷۱۲۳۹
۱۳۹۴	۸۰۸۲	۹۴۰۹۹
۱۳۹۵	۱۱۵۲۰	۱۴۷۰۹۲
درصد تغییرات سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴	۴۲,۵	۵۶,۳
درصد تغییرات سال ۹۵ نسبت به سال ۹۱	۴۶۳,۳	۱۵۶۸,۳

مأخذ: شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران.

این در حالی است که در مورد روغن و شکر خام بدلیل بروز برخی نوسانات قیمتی آن در بازار داخلی واردات آن توسط شرکت بازرگانی دولتی ایران حسب تکالیف کارگروه تنظیم بازار ضرورت یافت.

جدول (۹-۶): خرید واردات کالاهای اساسی توسط شرکت بازرگانی دولتی طی دوره ۹۵-۱۳۹۱ (هزار تن)

محصول	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	درصد تغییرات سال ۹۵ نسبت به سال ۹۱	درصد تغییرات سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴
گندم	۵۷۰۱	۳۰۰۹	۵۲۷۶	۳۳۴	۰	-۱۰۰	-۱۰۰
برنج	۷۰	۵۲۰	۳۰	۹۴	۷۶/۵	۹,۳	-۱۸,۶
روغن خام	۸۰۴	۶۶۰	۲۱۵	۰	۱۷۶	-۷۸,۱	-
شکر خام	۴۵۷	۵۳۷	۲۶۲	۱۶۳	۳۱۶	-۳۰,۹	۹۳,۸
مجموع	۷۰۳۲	۴۷۲۶	۵۷۸۳	۵۹۱	۵۶۸,۵	-۹۱,۹	-۳,۸

مأخذ: شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران.

در مجموع واردات ۴ قلم کالای اساسی مذکور در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۹۱ کاهش ۹۲ درصدی و نسبت به سال ۱۳۹۴ کاهش ۳,۸ درصدی را تجربه کرده است.

بخش عمومی غیردولتی نظام توزیع کالا

۹-۲-۲. میادین میوه و تره بار

در حال حاضر سازمان میادین میوه و تره بار شهرداری ها با ایجاد میادین میوه و تره بار و بازار روزها و بازارهای محله ای در اغلب استان ها تلاش می کنند اقلام اساسی خوراکی خانوارها را با قیمت های مصوب عموماً پایین تر از قیمت سطح شهر توزیع کنند که البته در بیشتر موارد کیفیت محصولات ارائه شده پایین تر است. برای مثال در تهران توسط شهرداری در مجموع ۲۲۴ میدان تره بار و بازار محله ای تأسیس شده است. این سازمان و بازارهای متصل به آن سهم حدود ۲۵ درصدی از عرضه میوه و تره بار را در تهران برعهده دارند. بررسی آمار مربوط به حجم و سرانه عرضه توسط سازمان مذکور طی دوره ۹۵-۱۳۹۰ حاکی از کاهش سطح شاخص های مذکور می باشد، به گونه ای که در قسمت عرضه میوه حدود ۳۸ درصد و در قسمت سبزیجات حدود ۲۷ درصد کاهش را در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۲ تجربه نموده است. مهمترین دلایل این کاهش را می توان در دو سطح خرد و کلان بررسی نمود. در سطح کلان کاهش قدرت خرید خانوارها و در سطح خرد تغییر در شیوه های فروش در بازارهای مربوط به سازمان میادین، کاهش ضایعات و تا حدودی اصلاح الگوی مصرف خانوارها از مهمترین دلایل می باشند.

۹-۲-۳. شرکت‌های تعاونی

علی‌رغم این‌که بخش تعاونی یکی از ارکان اقتصاد ایران بوده و اهمیت جایگاه تعاونی‌ها در اقتصاد کشور به‌گونه‌ای است که مراجع سیاست‌گذار کشور، افزایش سهم بخش تعاون در اقتصاد ملی را تا ۲۵ درصد هدف‌گذاری نموده‌اند؛ اما آمار و ارقام^۱ مربوط به تعداد و عملکرد این واحدهای عمومی توزیع، حاکی از روند نزولی کمیت و کیفیت عملکرد آنها می‌باشد. از حیث نوع فعالیت و برحسب کدهای دورقمی آیسیک، ۱۴ نوع تعاونی به تعداد ۹۵۱۹۶ در سال ۱۳۹۵ در اقتصاد ایران فعالیت داشته‌اند. سهم تعاونی‌های توزیعی تخصصی با عنوان تأمین نیاز تولیدکنندگان و تأمین نیاز مصرف‌کنندگان از کل تعاونی‌های فعال در کشور حدود ۶/۶ درصد است. این تعداد با اشتغالزایی حدود ۲۱۳۲۴۷ نفر توانسته‌اند سهم ۱۳/۳ درصدی از اشتغال ایجادشده توسط کل تعاونی‌ها را به خود اختصاص دهند. همچنین این دو گروه تعاونی حدود ۵/۵ میلیون عضو داشته که سهم اعضای آنها از اعضای کل تعاونی‌های فعال در کشور حدود ۱۳/۲ درصد می‌باشد. لازم به ذکر است، براساس آمار موجود بطور میانگین هر تعاونی توزیعی در کشور حدود ۸۷۶ عضو دارد و بطور میانگین نیز میزان اشتغالزایی هر تعاونی توزیعی معادل ۳۳/۵ نفر شاغل می‌باشد. از مقایسه میزان اشتغالزایی هر واحد تعاونی و تعداد اعضای آن می‌توان استنباط نمود که هزینه‌های مبادله کالا از طریق تأمین و توزیع توسط این تعاونی‌ها نسبتاً بالا بوده و احتمالاً یکی از دلایل افول جایگاه این واحدهای اقتصادی در گذر زمان همین موضوع باشد. از دیگر دلایلی که می‌توان به عنوان عوامل مؤثر بر شرایط فعالیت تعاونی‌ها اشاره نمود، حضور و ظهور فروشگاه‌های تخفیفی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ و استفاده از صرفه‌های ناشی از مقیاس در فروشگاه‌های مذکور و همچنین عرضه کالا از طریق فضای مجازی می‌باشد. شاید تغییر رویکرد نسبت به تأمین و توزیع کالاهای قابل عرضه توسط این واحدهای اقتصادی بتواند شرایط رشد و بهبود وضعیت آنها را در اقتصاد امروز احیاء نماید.

۹-۲-۴. بورس کالایی

میزان حجم کل معاملات در بازار فیزیکی بورس کالای ایران در سال ۱۳۹۵ معادل ۲۵ میلیون و ۴۷۲ تن کالا به ارزش ۳۷۱ هزار میلیارد ریال بود. حجم و ارزش معاملات بازار فیزیکی بورس کالای ایران در مقایسه با سال ۱۳۹۴ به ترتیب افزایش ۱۰ و ۲۵ درصدی را تجربه کرده است. از این مقدار معامله‌شده محصولات صنعتی و معدنی شاهد معامله بیش از ۹ میلیون تن انواع کالا با ارزشی افزون بر ۱۵۵ هزار میلیارد ریال بود که در مقایسه با سال قبل ۲۲ درصد از نظر ارزش رشد در معاملات را تجربه کرد. در محصولات کشاورزی

۱. آمار اخذ شده از وزارت کار، رفاه و تأمین اجتماعی.

بیش از دو میلیون و ۵۰۹ تن انواع محصول کشاورزی در بورس معامله شد که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته از نظر حجم و ارزش به ترتیب با رشد ۲۲۹ و ۱۹۹ درصدی مواجه شد. در فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی نیز افزون بر ۱۳ میلیون تن انواع کالا به ارزش بیش از ۱۸۴ هزار میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت که از نظر حجم و ارزش به ترتیب رشد ۷ و ۱۶,۳۲ درصدی را تجربه کرده است. در بازار فرعی بورس کالای ایران نیز طی سال ۱۳۹۵ حدود ۱۱۴ هزار و ۶۰۶ تن انواع کالا در گروه کالاهای کشاورزی، پلیمری شیمیایی، ضایعات، معدنی و صنعتی، سولفات و آهک به ارزش بیش از یک هزار و ۴۸۲ میلیارد ریال داد و ستد شده است.

جدول (۷-۹): معاملات انجام شده در بورس کالا در سال ۱۳۹۵

درصد تغییرات ارزشی سال ۹۵ نسبت به ۹۴	سال ۱۳۹۵		
	ارزش (هزار میلیارد)	حجم (میلیون تن)	
۲۵	۳۷۱	۲۵,۴	حجم معاملات بازار فیزیکی
۲۲	۱۵۵	۹	محصولات صنعتی و معدنی
۱۹۹	۲۸	۲,۵	محصولات کشاورزی
۱۶,۳	۱۸۴	۱۳	فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی
-	۱,۴۸	۰,۱۴	بازار فرعی

مأخذ: شرکت بورس کالایی ایران.

مهمترین رویدادهای بورس کالا در سال ۱۳۹۵ شامل افتتاح معاملات گواهی سپرده زعفران برای نخستین بار و معاملات پسته در بورس کالایی، راه‌اندازی قراردادهای اختیار معامله روی سکه طلا، صادرات گندم از طریق رینگ صادراتی بورس کالایی ایران، عرضه محصولات ذرت و جو در کلیه استان‌ها در بورس کالای ایران بر اساس مصوبه هیات محترم وزیران، ابلاغ دستورالعمل تنظیم بازار محصولات پتروشیمی توسط شورای رقابت و الزام کلیه مجتمع‌های پتروشیمی به عرضه محصولات خود به جز چند قلم خاص در بورس کالای ایران، انعقاد نخستین قرارداد بلندمدت پتروشیمی‌ها با صنایع پایین‌دستی در تالار محصولات پتروشیمی بورس، عرضه کالاهای اساسی کشاورزی نظیر گندم، روغن، برنج، مرغ و شکر در بورس کالا بر اساس دستور وزیر جهاد کشاورزی و همچنین عرضه جوجه یکروزه بوده است.

۹-۳. بررسی سیاست‌های تنظیم بازار

کارگروه تنظیم بازار بر اساس مصوبه نمایندگان ویژه رئیس‌جمهوری به شماره ۱۷۳۴۹۶/ت ۵۰۲۰۴ ن مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۱۹ به‌عنوان یکی از کارگروه‌های ستاد هدفمندسازی یارانه‌ها باهدف کاهش نارسایی‌های بازار، ایجاد آرامش و ثبات در جهت اطمینان‌بخشی به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و جلوگیری از شوک‌های ناگهانی ناشی از متغیرهای محیطی در بازارهای داخلی تشکیل شد. بر اساس مصوبه مذکور وظیفه کارگروه، سیاست‌گذاری و نظارت بر امور تأمین و توزیع و مدیریت مطلوب بازار کالاهای اساسی، حساس و ضروری و نهاده‌ها و نظارت بر تأمین امکانات و تسهیلات لازم در زمینه اعتبارات و تسهیلات بانکی موردنیاز و امور گمرکی و مالیاتی مربوطه به‌منظور روان‌سازی تولید، تأمین و توزیع آنها و نظارت مستمر بر ذخیره مطمئن و استراتژیک این کالاها، هماهنگی و نظارت بر تعیین تعرفه، قیمت‌گذاری مناسب، بازرسی کالاها و خدمات، هماهنگی مراکز تصمیم‌گیری امور مذکور و تحلیل و بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم هدفمندکردن یارانه‌ها بر قیمت سایر کالاها و خدمات به‌ویژه کالاهای اساسی، حساس و ضروری می‌باشد. علاوه بر این بر اساس بخشنامه معاون اول محترم رئیس‌جمهور سال ۱۳۹۴ ایجاد وحدت رویه در نظام قیمت‌گذاری و جلوگیری از افزایش قیمت‌ها، استفاده از وظایف دستگاه‌های دولتی، غیردولتی و خصوصی در حیطه قیمت‌گذاری منوط به هماهنگی با کارگروه تنظیم بازار شد که در چارچوب آن یکی از مهمترین اهداف کارگروه در سال ۱۳۹۵ حفظ دستاوردهای دولت در ارتباط با تورم تک‌رقمی بوده است.

در سال ۱۳۹۵ کارگروه تنظیم بازار با تشکیل ۱۴ جلسه اصلی و ۱۳ جلسه دبیرخانه^۲ به بررسی موضوعات مختلف در حوزه تنظیم بازار کالاهای صنعتی، خدماتی و محصولات کشاورزی (اقلام اساسی و ضروری در سبد مصرف خانوار)، پرداخت. با توجه به کاهش فعالیت‌های گروه صنعت و معدن در برخی از بخش‌های آن در این سال و عدم افزایش غیرمتعارف در قیمت محصولات این بخش، عمده تصمیمات کارگروه به کالاهای اساسی و خدمات معطوف گردید. به‌منظور بررسی عملکرد کارگروه تنظیم بازار و سیاست‌های اتخاذشده در موضوعات مختلف، در این کتاب تصمیمات کارگروه مذکور از حیث سیاست‌ها و آثار آن بر روند قیمتی کالاهای هدف مورد بررسی قرار گرفته است.

۱. بخشنامه شماره ۴۵۴/۴۵۵۷ مورخ ۱۳۹۴/۰۱/۲۲ معاون اول رئیس‌جمهور به منظور هماهنگ‌سازی و ایجاد وحدت رویه در نظام قیمت‌گذاری و نظارت بر آن و با عنایت به صلاحیت دولت در هماهنگی و اصلاح تصمیمات مراجع قیمت‌گذاری و به موجب تبصره ۳ ماده واحده قانون اصلاح قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۱۳۷۳ برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها، تمامی دستگاه‌ها دولتی، غیردولتی و خصوصی باید از افزایش قیمت به‌هر نحو خودداری نموده و قبل از هرگونه اقدام و تغییر قیمت مراتب برای بررسی به تایید کارگروه تنظیم بازار برسد.

۲. تعداد ۱۳ جلسه مربوط به دبیرخانه نیز تشکیل شده که با حضور اعضای فرعی کارگروه به بحث و بررسی پیرامون موضوعات مختلف برای طرح در جلسه اصلی کارگروه پرداخته شده است.

۹-۳-۱. سیاست‌های تنظیم بازار

ستاد هدفمندسازی یارانه‌ها در هجدهمین جلسه مورخ ۱۳۹۴/۰۴/۰۶ (مصوبه شماره ۴۸۰۲۱ ستاد هدفمندسازی یارانه‌ها) اولویت‌های کالایی را تعیین کرد. براساس این مصوبه کالاهای اولویت یک^۱ کالاهایی هستند که مجموعه اقدامات تنظیم بازار شامل نحوه تعیین قیمت، تأمین (تولید داخلی و وارداتی)، تعیین تعرفه، موجودی، قیمت توزیع، نظارت و بازرسی بر آنها و سایر عوامل مؤثر بر ثبات بازار در مورد آنها عمل می‌شود و شامل گندم، آرد، نان، قند و شکر، مرغ، تخم مرغ، برنج، روغن نباتی، گوشت قرمز، کره، شیرخام، کودهای اوره، فسفات و پتاس، محصولات لبنی پرمصرف (شیر-پنیر-ماست)، انواع کالاهای یارانه‌ای (حسب ضرورت و اعلام کارگروه تنظیم بازار) می‌باشند. کالاهای اولویت دوم تنها مشمول رصد و پایش قیمت می‌شوند و شامل انواع پودرها و شوینده‌ها، لوازم و تجهیزات پزشکی، انواع واکسن‌ها و داروهای دام و طیور، شیرخشک صنعتی، کاغذ چاپ و مطبوعات، روغن موتور، لاستیک، تراکتور و کمباین، یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی و تلویزیون، محصولات سلولزی بهداشتی هستند. نرخ‌گذاری سایر کالاها و خدمات تابع شرایط عرضه و تقاضا بوده و رأساً توسط واحدهای تولیدی، توزیع و خدماتی صورت می‌گیرد.

در سال ۱۳۹۵ کارگروه تنظیم بازار در راستای اهداف خود با تشکیل ۱۴ جلسه اصلی، ۱۷۵ بند تکلیف را برای دستگاه‌های مختلف به تصویب رساند که از این تعداد ۱۲۳ بند مربوط به کالاهای اساسی شامل گندم، برنج، روغن، حبوبات، میوه و... و ۱۵ بند آن مربوط به خدمات و سایر موارد تأکید بر اجرای مصوبات کارگروه، تشدید نظارت‌ها توسط نهادهای نظارتی و درخواست ارائه گزارش از دستگاه‌های مختلف حسب موضوع بوده است. براین اساس عمده بررسی‌ها و تصمیمات کارگروه پیرامون تنظیم بازار اقلام کشاورزی و خوراکی اتخاذ گردید. تقریباً در تمامی جلسات برگزار شده گزارشی از وضعیت قیمتی کالاهای صنعتی شامل فولاد، سیمان، لوازم خانگی، کاغذ چاپ و تحریر و روغن موتور و... ارائه شده که براساس گزارشات مذکور، نه تنها افزایش قیمت نامتعارفی در این اقلام طی سال ۱۳۹۵ مشاهده نشده حتی در برخی از موارد تغییرات قیمت‌ها به دلیل ادامه وضعیت رکودی در برخی صنایع و همچنین ساخت‌وساز (به عنوان مشتری اقلام صنعتی همچون فولاد و سیمان) با رشد منفی مواجه بوده است. در این سال با توجه به دستور رئیس محترم جمهور، عمده رویکرد کارگروه تنظیم بازار حفظ دستاورد

۱. براساس تبصره ۲ ماده (۱) مصوبه شماره ۴۸۰۲۱ ستاد هدفمندسازی یارانه‌ها کالاهای اولویت اول و دوم هرگونه افزایش قیمت کالاها و خدمات این گروه در سال جاری تا سقف ۶ درصد (صرفاً براساس سهم هزینه‌های سوخت و حامل‌های انرژی، حقوق و دستمزد و... در قیمت تمام شده کالاها و خدمات) با تصویب سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و بیش از آن پس از تأیید سازمان مذکور (هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌ها مستلزم اخذ مصوبه از کارگروه تنظیم بازار است).

تورم تک‌رقمی در دولت یازدهم و همچنین حفظ قدرت خرید مردم بوده، به نحوی که افزایش قیمت‌ها در تمامی دستگاه‌های اجرایی و همچنین در اقلام مصرفی منوط به هماهنگی با کارگروه و تصویب و تأیید آن شده است. تورم ۹ درصدی سال ۱۳۹۵ به عنوان همراهی و همراستایی عملکرد کارگروه تنظیم بازار باهدف حفظ تورم تک‌رقمی در کشور قابل ارزیابی است. پایش مستمر جریان تأمین و توزیع و قیمت کالا، کاهش نوسانات قیمتی کوتاه‌مدت، تسهیل تجاری به منظور تأمین کالاهای اساسی، حساس و ضروری، ایجاد هماهنگی میان دستگاه‌های مرتبط و پشتیبان جهت انتقال فضای آرامش به بازارهای کشور، حمایت از تولید داخلی و مدیریت زنجیره تأمین از مهمترین اقدامات کارگروه در سال ۱۳۹۵ به شمار می‌رود.

۹-۳-۲. بررسی سیاست‌های اتخاذ شده در اقلام ضروری

به‌طورکلی سیاست‌های اعمال شده در بخش کشاورزی در سه حوزه تأمین اقلام کالاهای ضروری، توزیع و نظارت اعمال شده است. در این خصوص براساس قانون تمرکز وظایف و اختیارات بخش کشاورزی در وزارت جهاد کشاورزی و آئین‌نامه اجرایی آن تمامی وظایف مربوط به بازرگانی کالاهای کشاورزی بر عهده وزارت جهاد کشاورزی قرار گرفته است. با این حال با توجه به محدودیت‌های اجرایی این قانون مقرر شد وزارت جهاد کشاورزی مسئولیت تأمین اقلام اساسی در سطح عمده‌فروشی و وزارت صنعت، معدن و تجارت عهده‌دار مسئولیت توزیع در سطح خرده‌فروشی باشند. در این خصوص سیاست‌های کارگروه تنظیم بازار در سال ۱۳۹۵ حسب اقلام کالایی و تأثیر سیاست‌های اتخاذ شده در روند قیمتی کالاهای مورد نظر در این سال بررسی شده است.

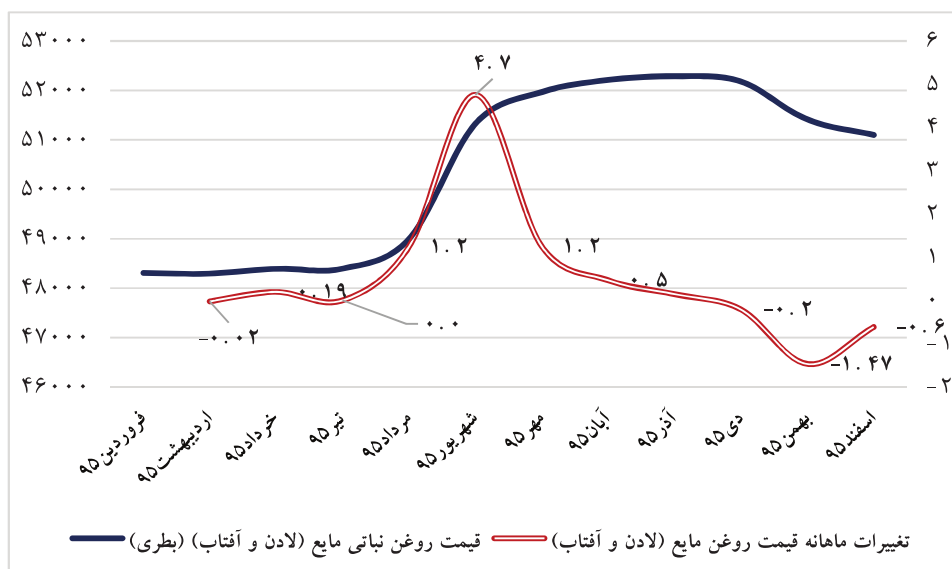
• روغن

در سال ۱۳۹۵ کارگروه تنظیم بازار ۸ بند مصوبه در خصوص روغن داشته که محور تصمیمات عمدتاً واگذاری امور مربوط به زنجیره روغن به تشکلهای بخش خصوصی^۱، تعیین قیمت تثبیتی برای روغن و همچنین نظارت و تأکید بر ذخیره‌سازی روغن در بخش خصوصی و دولتی مطابق با مصوبه هیأت وزیران در این خصوص بوده است. در این سال با توجه به درخواست صنایع روغنی ایران کارگروه براساس هزینه‌های تمام شده این کارخانجات در تولید روغن، افزایش قیمت ۹ درصدی را برای این کالا تصویب

۱. دوانجمن صنفی صنایع روغن‌کشی ایران و انجمن صنایع روغن نباتی ایران، دو تشکل بخش خصوصی به شمار می‌روند که تلاش شده براساس سیاست‌های اتخاذ شده با واگذاری امور مربوط به روغن و دانه‌های روغنی تصدی‌گری دولت در این بخش کاهش یابد.

نمود. در پی سیاست وزارت جهاد کشاورزی مبنی بر ورود دانه‌های روغنی به جای روغن خام و استفاده از ظرفیت کارخانجات روغن‌کشی علی‌رغم مناسب بودن اشتغالزایی این سیاست از طریق استفاده از ظرفیت‌های خالی، برخی ناهماهنگی‌ها در زنجیره دانه‌های روغنی ایجاد شد به نحوی که برای مثال ارزان بودن کنجاله وارداتی نسبت به کنجاله تولید شده در داخل باعث بروز مشکلاتی برای کارخانجات گردید. در این خصوص به وزارت جهاد کشاورزی تکلیف شد تا با مشارکت تشکل‌های فعال در این حوزه نسبت به تدوین بسته جامع روغن و توجه به کل زنجیره این محصول (دانه‌های روغنی، کنجاله و روغن) اقدام نماید (در سال ۱۳۹۵ نرخ تعرفه دانه‌های روغنی ۱۰ درصد، روغن خام ۲۰ درصد و کنجاله سویا ۱۰ درصد تعیین شد). علاوه بر این با توجه به سیاست وزارت جهاد کشاورزی در واردات دانه‌های روغنی و همچنین عدم تمایل بخش خصوصی برای واردات روغن خام با توجه به رقیب دولتی خود (شرکت بازرگانی دولتی ایران)، به شرکت بازرگانی دولتی ایران تکلیف شد تا حتی در صورت عدم مشارکت بخش خصوصی در ذخیره‌سازی روغن خام، این شرکت به تنهایی ذخایر مورد نیاز کشور را در سقف مصوبه تأمین کند. در نمودار (۹-۲) روند قیمت روغن مایع و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ نشان داده شده است. طبق این نمودار، افزایش قیمت روغن مایع در بازار همزمان با افزایش حداکثر ۹ درصدی قیمت مصوب روغن مایع در تاریخ ۱۳۹۵/۵/۱ اتفاق افتاده است.

نمودار (۹-۲): روند قیمت هر بطری روغن مایع و تغییرات آن در بازار در سال ۱۳۹۵ (درصد- ریال)



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

بر اساس موارد ذکر شده با توجه به تثبیتی بودن قیمت روغن مایع درب کارخانه و عدم امکان نوسان نامتعارف قیمت، رویکرد کارگروه در خصوص این محصول عمدتاً متعادل کردن زنجیره تولید و ایجاد توازن در بخش های مختلف آن بود. چنانچه مشاهده می شود پس از تصمیم کارگروه مبنی بر افزایش ۹ درصدی قیمت روغن عملاً در محدوده مثبت و منفی یک درصد در حال نوسان بوده و در ماه های بعدی عمدتاً مسیری کاهشی را تجربه نموده است.

• شکر

در سال ۱۳۹۵ کارگروه تنظیم بازار، در ۱۰ بند از مصوبات به موضوع شکر پرداخته است که عمدتاً سیاست های اتخاذ شده در این خصوص تعیین قیمت تثبیتی، پرداخت معوقات^۱ کارخانجات قند و شکر و تکلیف شرکت بازرگانی دولتی ایران به افزایش عرضه شکر خام برای واحدهای تولیدی بوده است. در سال ۱۳۹۵ قیمت شکر سفید به واسطه برخی سیاست های وزارت جهاد کشاورزی همچون افزایش قیمت خرید تضمینی چغندر قند با توجه به سهم ۷۰ درصدی آن در قیمت تمام شده شکر، ممنوعیت ثبت سفارش شکر خام در فصل آخر سال ۱۳۹۴ علی رغم روند افزایشی قیمت های جهانی با نوسان روبه رو شد.^۲ پیرو این تصمیم در این سال صنف و صنعت به واسطه کمبود عرضه شکر خام از یک سو و همچنین عدم پرداخت معوقات آنها از سوی دیگر با مشکلاتی روبه رو شدند. ممنوعیت ثبت سفارش شکر خام و همزمانی آن با کاهش موجودی انتهای دوره سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۹۳ به میزان حدود ۴۰۰ هزار تن و نتیجتاً عدم وجود ذخایر و عرضه کافی زمینه را برای افزایش قیمت داخلی شکر سفید در فصل دوم سال فراهم کرد. عرضه سلف و ناکافی شکر خام در بورس کالا با وجود قیمت تثبیتی و ناکارآمدی در نظام توزیع شکر خام (عدم توانایی لازم برای تحویل شکر در سررسید بر اساس قرارداد سلف در بورس کالایی) نیز برای این امر دامن زد.

در این خصوص کارگروه با تصمیماتی همچون تکلیف به افزایش عرضه شکر خام در بورس کالا علی رغم دارا بودن قیمت تثبیتی^۳ و همچنین توزیع شکر خام از محل ذخایر توسط شرکت بازرگانی دولتی ایران با اولویت واحدهای تولیدی (از تاریخ ۱۳۹۵/۰۴/۰۸) و همچنین تسهیل ورود موقت شکر خام (از تاریخ ۱۳۹۵/۰۴/۰۸) زمینه افزایش عرضه و تسهیل دسترسی به شکر را برای واحدهای تولیدی در کشور فراهم

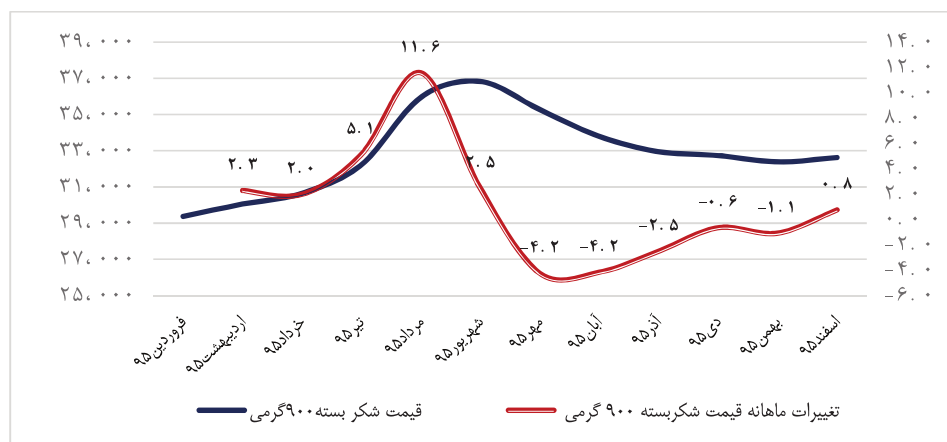
۱. در این سال علی رغم تاکید کارگروه به سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور مبنی بر پرداخت معوقات این کارخانجات، در نهایت تمامی معوقات این کارخانجات پرداخت نشد.

۲. وابستگی به واردات شکر حدود ۴۰ درصد می باشد.

۳. بر اساس مصوبه کارگروه عرضه کالاهای با نرخ تثبیتی در بورس کالا در صورت عدم افزایش قیمت آنها از نرخ مصوب پلامانع است.

کرد. با توجه به مشکلات کمبود سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و در پی درخواست کارخانجات قند و شکر، کارگروه با افزایش ۹٫۶ درصدی قیمت شکر سفید در این سال موافقت کرد (مصوبه ۵۶۰۱۶ مورخ ۱۳/۰۵/۱۳۹۵). در نمودار (۳-۹) روند قیمت شکر و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ نشان داده شده است. با تصویب قیمت تثبیتی در مرداد سال ۱۳۹۵ در ارقام بالاتر، قیمت شکر سفید درب کارخانه از ۲۳۰۰ تومان به ۲۵۲۰ تومان افزایش یافت و پرداخت ۲۰۰ تومان مابه‌التفاوت به کارخانجات نیز به تصویب شورای اقتصاد رسید. به رغم افزایش قیمت تثبیتی از مردادماه و قیمت جهانی شکر خام از شهریورماه سال ۱۳۹۵، با تکمیل روند واردات شکر خام، افزایش ذخایر در کشور و شروع به کار کارخانجات از اوایل شهریور که مصادف با آغاز فصل برداشت چغندر و نیشکر بود، امکان افزایش عرضه شکر خام، زمینه کاهش قیمت شکر سفید را در بازار فراهم آورد.

نمودار (۳-۹): روند قیمت بسته شکر ۹۰۰ گرمی شکر سفید و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ (درصد- ریال)



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

براساس نمودار (۳-۹) به رغم افزایش قیمت مصوب شکر سفید از مردادماه ۱۳۹۵، در پرتو سیاست‌هایی نظیر افزایش عرضه شکر خام از سوی شرکت بازرگانی دولتی ایران و افزایش عرضه شکر خام در بورس کالا روند قیمت شکر سفید کاهشی و با تغییرات منفی مواجه گردید، به طوری که قیمت هر بسته شکر سفید ۹۰۰ گرمی در سطح خرده‌فروشی از ۳۵۹۳۸ ریال در مرداد به ۳۲۶۲۱ ریال در انتهای سال کاهش یافت.

• **برنج**

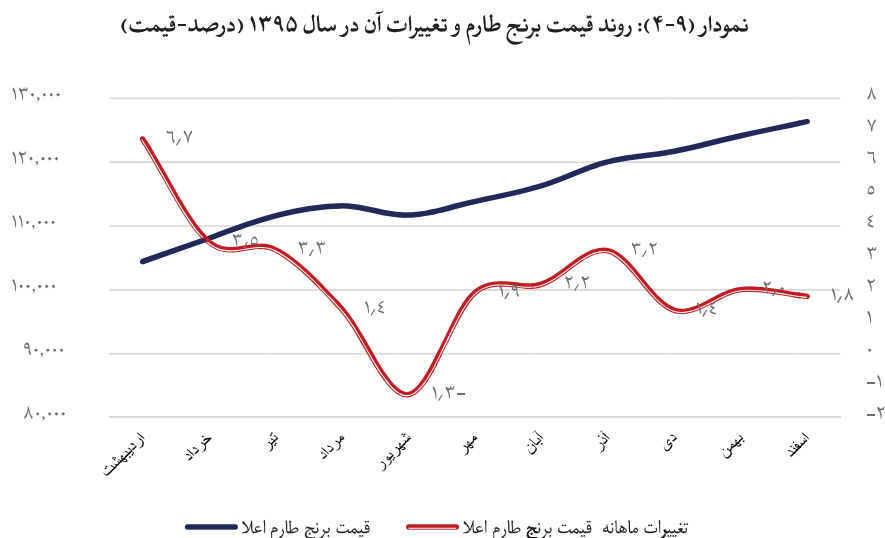
در پی کاهش واردات برنج در سال ۱۳۹۵ این محصول شاهد افزایش قیمت بود. در این سال کارگروه در ۷ بند از مصوبات خود به موضوع برنج پرداخته است. با توجه به روند افزایشی قیمت برنج در این سال، کارگروه تنظیم بازار، وزارت جهاد کشاورزی را مکلف به بررسی بازار این محصول و ریشه‌یابی علل افزایش قیمت نمود. سیاست ممنوعیت واردات^۱ که در فصل برداشت (از مرداد تا آبان ماه هر سال) از سوی وزارت جهاد کشاورزی اتخاذ می‌شود، به عنوان یکی از مهمترین دلایل افزایش قیمت برنج در بازار از سوی کارگروه عنوان شد. با اعلام ممنوعیت واردات برنج طی دوره برداشت آن، تولیدکنندگان برنج در کشور برای بهره‌گیری از این فرصت قیمت را افزایش داده و خود این سیاست به افزایش قاجاق منتهی شد که به وضوح در آمار صادرات کشورهای هم‌چون امارات متحده عربی به ایران در زمان اعمال محدودیت قابل ردیابی است. در این سال علیرغم توصیه کارگروه به جایگزینی تعرفه بالاتر به جای ممنوعیت طی این دوره، هم سیاست ممنوعیت فصلی واردات ادامه یافت. در پی روند افزایشی قیمت برنج در سال ۹۵ تصمیماتی از سوی کارگروه مبنی بر افزایش عرضه انواع برنج از سوی شرکت بازرگانی دولتی ایران با اولویت فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تعاونی‌های مصرف و بنکداران (با تعهد فروش به نرخ مصوب) در بهمن‌ماه (مصوبه شماره ۱۳۵۴۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۱۱/۰۲) و همچنین عرضه در بورس کالا اتخاذ شد، همچنین نرخ تعرفه در اواخر سال ۱۳۹۵ از مقدار ۳۲ درصد به ۵ درصد (مصوبه هیات وزیران در جلسه مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۲۶)^۲ کاهش یافت که در نهایت شیب افزایش قیمت‌ها را در انتهای سال کاهش داد. مجموعه تصمیمات کارگروه در خصوص برنج در این سال شامل تسریع در واردات برنج توسط شرکت بازرگانی دولتی ایران، کاهش نرخ تعرفه، عرضه برنج خارجی توسط شرکت بازرگانی دولتی ایران در قیمت‌های مصوب، تأکید بر ذخیره‌سازی برنج در سقف تعیین‌شده، تأکید بر تغییر سیاست‌های تجاری همچون ممنوعیت فصلی واردات برنج از سوی وزارت جهاد کشاورزی و عرضه مستقیم کالا در فروشگاه‌های زنجیره‌ای به مقدار کافی بوده است.

در خصوص افزایش قیمت برنج در سال ۱۳۹۵ برخی مشکلات همچون عدم ترخیص به موقع محموله‌های برنج وارداتی از گمرک نیز دخیل بودند که دلیل وقوع آن عدم تطابق معیارهای سازمان ملی استاندارد و شرکت بازرگانی دولتی در خصوص سلامت برنج وارداتی بود. رویکرد کارگروه در این خصوص در درجه اول حفظ سلامت مردم و در درجه دوم رفع عدم هماهنگی‌ها بین دو سازمان ملی استاندارد و

۱. در سال ۱۳۹۵ ممنوعیت واردات برنج از شهریور ماه تا آبان ماه توسط وزارت جهاد کشاورزی اعمال شد.

۲. مصوبه جلسه ۱۳۹۵/۱۰/۲۶ هیات وزیران به پیشنهاد شماره ۱۲۳۶۱۷ مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۷ معاونت اجرایی رئیس‌جمهور (رئیس کارگروه تنظیم بازار)

شرکت مذکور بوده است. روند قیمت برنج طارم اعلا و تغییرات آن طی سال ۱۳۹۵ در نمودار (۴-۹) ارائه شده است.



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

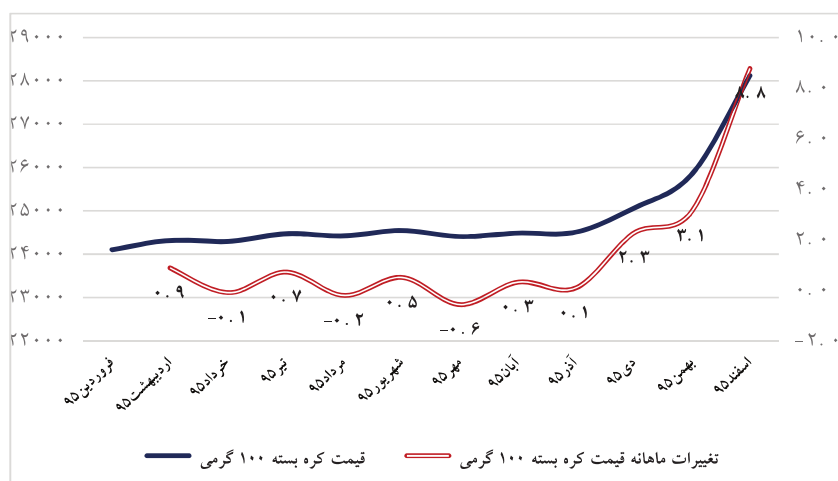
چنانچه در نمودار (۴-۹) مشاهده می‌شود، با اعمال ممنوعیت واردات برنج از شهریورماه رشد قیمت برنج روندی افزایشی را تجربه نموده است. قیمت برنج از ۱۱۱۷۰۵ ریال به ازای هر کیلوگرم در شهریورماه به ۱۲۶۳۶۵ ریال در پایان سال افزایش داشته است. عملاً سیاست‌های کارگروه در مورد برنج به دلیل تأخیر در تصویب و اجرای مصوبات تنها توانست شیب قیمتی را تحت تأثیر قرار دهد، اما همچنان روند افزایش قیمت برنج تا پایان سال ادامه یافت.

• کره

در سال ۱۳۹۵ افزایش ناگهانی و قابل توجه قیمت کره در بازارهای جهانی قیمت این کالا را در داخل کشور با افزایش قابل توجهی روبه‌رو نمود. کره با توجه به ضریب وابستگی ۹۰ درصدی خود به واردات در گروه اول کالایی قرار دارد و مشمول قیمت‌گذاری است. براین اساس افزایش قیمت‌های جهانی تأثیر قابل توجهی بر قیمت تمام‌شده کارخانجات بسته‌بندی داشت به نحوی که قیمت تمام‌شده برای کره با قیمت مصوب (۲۵۰۰۰ ریال به ازای هر ۱۰۰ گرم مصوب سال ۱۳۹۳) هماهنگی نداشت. همچنین کاهش ذخایر بخش

خصوصی و عدم تمایل آنها برای واردات کره به دلیل افزایش قیمت‌های جهانی آن از دیگر چالش‌هایی بازار این کالا در سال ۱۳۹۵ بود. از طرف دیگر نرخ ارز متقاضی طی این دوره افزایش یافته و نرخ ارز آزاد در سال ۱۳۹۵ در دی ماه به حداکثر مقدار خود معادل ۳۹۸۴۸ ریال رسید که افزایش ۱۴ درصدی نسبت به ابتدای سال ۱۳۹۵ را نشان می‌دهد. براین اساس کارگروه تنظیم بازار در ۴ بند از مصوبات خود تصمیماتی را به منظور کاهش انتقال افزایش قیمت جهانی به قیمت کره عرضه شده در داخل اتخاذ نمود. کاهش نرخ تعرفه واردات، تخصیص نرخ ارز مبادله‌ای برای واردات کره و در نهایت افزایش قیمت تثبیتی کره به منظور جلوگیری از ضرر و زیان واحدهای بسته‌بندی به دلیل تداوم افزایش قیمت‌های جهانی از مهمترین تصمیمات کارگروه در این سال بود. تکلیف به شرکت بازرگانی دولتی به منظور واردات ۵ هزار تن کره (مصوبه شماره ۱۳۵۴۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۱۱/۰۲)، تعیین قیمت تمام‌شده کره توسط سازمان حمایت قالب بسته‌های ۵۰ گرمی و ۱۰۰ گرمی به قیمت به ترتیب ۱۵۰۰ و ۲۹۰۰ تومان (مصوبه شماره ۱۳۵۴۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۱۱/۰۲)، کاهش نرخ تعرفه از ۲۰ درصد به ۵ درصد (مصوبه هیات وزیران مصوبه در جلسه مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۲۶) از مهمترین مصوباتی بوده که کارگروه در خصوص کره اتخاذ نموده است. در نمودار (۹-۵) روند قیمت بسته ۱۰۰ گرمی کره و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ ارائه شده است.

نمودار (۹-۵): روند قیمت بسته ۱۰۰ گرمی کره و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ (درصد-قیمت)



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

مطابق نمودار (۹-۵) قیمت کره با توجه به تثبیتی بودن آن تا دی ماه ۱۳۹۵ روند ثابتی داشته و افزایش قیمت در اسفند ماه ناشی از افزایش قیمت تثبیتی آن در بهمن ماه توسط کارگروه بوده است. مطابق نمودار

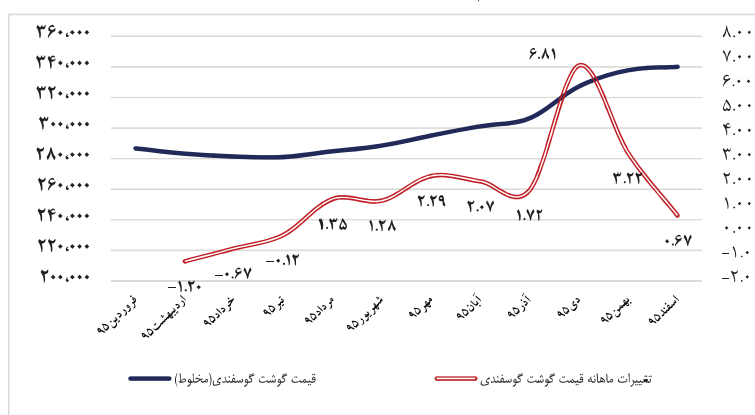
علی‌رغم افزایش قیمت‌های جهانی به میزان حدود ۴۰ درصد، کارگروه تا دی‌ماه این سال قیمت کره را از طریق کاهش نرخ تعرفه و تخصیص ارز مبادله‌ای حفظ نمود. با این حال تصمیم کارگروه مبنی بر پذیرش افزایش قیمت در ابتدای بهمن با توجه به افزایش قابل توجه در قیمت جهانی و عدم تطبیق قیمت مصوب با آن و ضرر و زیان کارخانجات بسته‌بندی صورت گرفت.

• گوشت قرمز

در سال ۱۳۹۵ قیمت گوشت قرمز به دلیل کاهش عرضه آن روندی افزایشی به خود گرفت. عمده‌ترین دلایل این افزایش قیمت عدم تمایل عشایر برای کشتار دام (به دلیل وضعیت بهتر مراتع)، افزایش نرخ ارز (و در نتیجه افزایش انگیزه قاچاق دام زنده در نقاط مرزی)، افزایش نرخ تعرفه گوشت قرمز (از ۱۰ درصد در سال ۱۳۹۴ به ۲۶ درصد در سال ۱۳۹۵) بود. بر این اساس با توجه به ظرفیت تولید دام زنده در کشور و عدم تمایل مردم به استفاده از گوشت سرد، به منظور جلوگیری از افزایش بی‌رویه قیمت این محصول (که سهم قابل توجهی نیز در سبد خانوارها دارد) کارگروه بر سیاست واردات گوشت گرم تأکید کرد. بر اساس تصمیم کارگروه، وزارت جهاد کشاورزی ملزم به واردات گوشت گرم برای شکستن قیمت در بازار شد. در این خصوص طی ۱۳ بند مصوبه کارگروه در خصوص گوشت قرمز تصمیماتی مبنی بر تأمین کسری مورد نیاز از طریق واردات (مصوبه شماره ۱۴۶۸۶۹ مورخ ۱۱/۲۴/۹۵)، کاهش نرخ تعرفه واردات گوشت قرمز، تسهیل در فرآیندهای تجاری واردات گوشت (از جمله صدور مجوز و کاهش مشکلات مربوط به گمرکات برای واردات دام زنده)، تخصیص ارز مبادله‌ای (مصوبه شماره ۱۵۷۳۸۸ مورخ ۱۱/۱۲/۱۳۹۵)، عرضه گوشت منجمد با قیمت‌های تنظیم بازاری و مصوب کارگروه، عرضه مستقیم کالا از طریق شرکت پشتیبانی امور دام به عنوان بازوی اجرایی وزارت جهاد کشاورزی در میادین میوه و تره‌بار (مصوبه شماره ۱۳۵۴۱۰ مورخ ۱۱/۰۲/۱۳۹۵) و همچنین استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی برای واردات گوشت (مصوبه شماره ۱۴۸۹۹۹ مورخ ۱۱/۲۷/۱۳۹۵) را اتخاذ کرد. همچنین کارگروه ضمن تأکید بر ایجاد هماهنگی بین وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت به منظور ایجاد هماهنگی بین واردکنندگان گوشت و مراکز خرده‌فروشی، سایر دستگاه‌ها را مکلف به تکالیفی کرد که از جمله آن تکلیف به بانک مرکزی به منظور تأمین به موقع ارز مبادله‌ای برای واردات گوشت قرمز، تکلیف به گمرک به منظور رفع مشکلات واردات گوشت قرمز از طریق گمرکات، ارائه اطلاعات واردکنندگان به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به منظور نظارت دقیق بر فرایند توزیع گوشت قرمز، کاهش نرخ تعرفه از ۲۶ درصد به ۵ درصد (مصوبه هیات وزیران مصوبه در جلسه مورخ ۱۰/۲۶/۱۳۹۵)، تکلیف به شرکت پشتیبانی امور دام برای توزیع گوشت گرم و منجمد در میادین و استفاده از ظرفیت‌های بخش

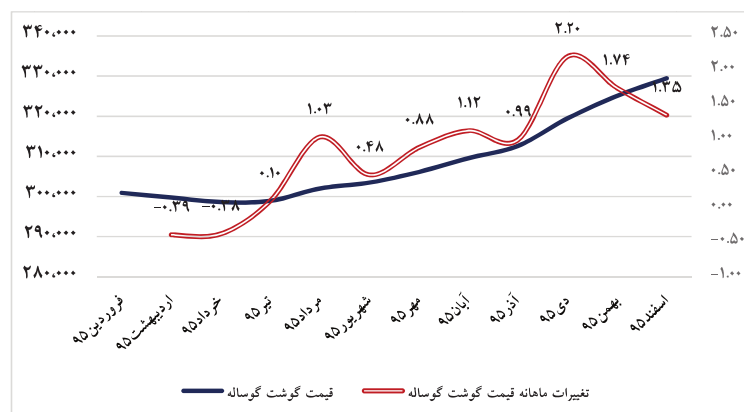
خصوصی برای واردات گوشت قرمز از مبادی مختلف و تأمین به موقع نیاز کشور بوده است. در پی تمهیدات اندیشیده شده در خصوص کاهش قیمت گوشت قرمز، در نهایت واردات روزانه حدود ۴۰ تن این کالا تغییرات افزایشی قیمت را در ماه‌های پایانی سال کاهش داد با این حال این سیاست نتوانست تأثیر قابل توجهی بر کاهش قیمت گوشت قرمز داشته باشد. نمودارهای (۶-۹) و (۷-۹) روند قیمت گوشت گوساله و گوشت قرمز و تغییرات آن را در سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد.

نمودار (۶-۹): روند قیمت یک کیلوگرم گوشت گوسفند و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ (درصد-قیمت)



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

نمودار (۷-۹): روند قیمت یک کیلوگرم گوشت گوساله و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ (درصد-قیمت)



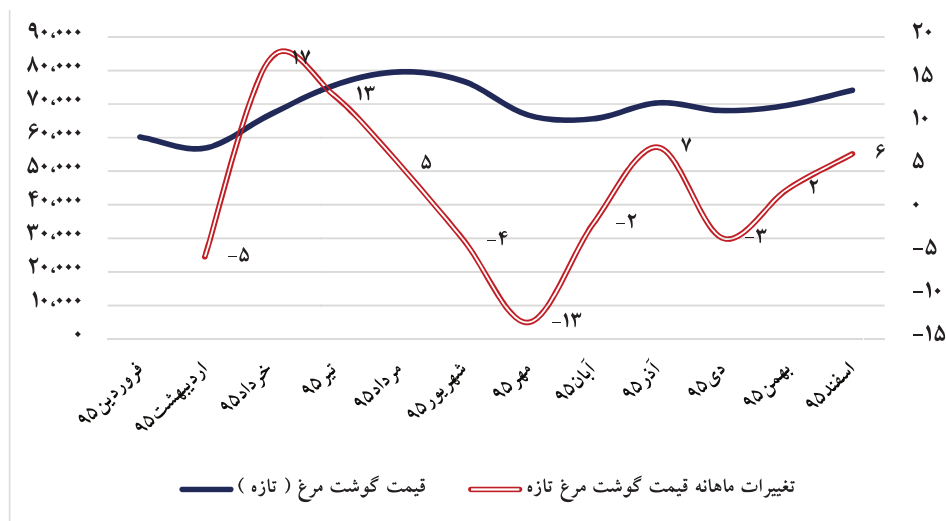
مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

قیمت هر کیلوگرم گوشت گوسفند با ۱۸٫۶ درصد افزایش از ۲۸۶۶۹۶ ریال در ابتدای سال به ۳۴۰۰۶۱ ریال در پایان سال و قیمت گوشت گوساله با ۹٫۵ درصد افزایش از ۳۰۰۹۱۹ ریال در ابتدای سال به ۳۲۹۴۶۰ ریال در پایان سال ۱۳۹۵ افزایش یافت. به رغم مجموع اقدامات انجام شده برای کاهش قیمت گوشت قرمز، قیمت گوشت تا پایان سال به روند افزایشی خود ادامه داد.

• گوشت مرغ

قیمت گوشت مرغ تحت تأثیر نوسان نهاده‌های این بخش همچون جوجه یکروزه و قیمت کنجاله سویا و ذرت شاهد نوسان قیمت در برخی از ماه‌های سال ۱۳۹۵ بود. نوسانات زیاد قیمت داخلی در این سال عمدتاً بواسطه تغییرات سیکلی تقاضا، تغییرات قیمت خوراک دام ناشی از تغییر قیمت‌های جهانی نهاده تولید، تغییر نرخ ارز، شیوه‌های سنتی تولید و در نتیجه بالا بودن هزینه تولید بوده است. علاوه بر این شیوع آنفولانزای مرغی در بهار ۱۳۹۵ یکی از دلایل افزایش قیمت در ابتدای سال می‌باشد. با توجه به اینکه قیمت هر کیلوگرم گوشت مرغ در این سال نسبت به قیمت سقف مصوب کارگروه در سال ۱۳۹۳ (۷۰۰۰۰ ریال) تغییرات قابل توجهی نداشت، عمده دخالت‌های کارگروه در حوزه نهاده‌های آن دنبال شد. بر این اساس سیاست‌هایی همچون تعیین قیمت سقف برای جوجه یکروزه و برخورد با گران‌فروشان نهاده‌های تولید گوشت مرغ (ذرت و جوجه یکروزه) اتخاذ شد. همچنین عرضه کافی گوشت مرغ منجمد توسط شرکت پشتیبانی امور دام از جمله تأکیدات کارگروه به خصوص در ایام خاص سال بود. به منظور تنظیم بازار گوشت مرغ، شرکت پشتیبانی امور دام موظف به خرید آن از سطح بازار در مواقع کاهش قیمت و عرضه آن در مواقع افزایش قیمت شد. همچنین کارگروه در ۶ بند از مصوبات سال ۱۳۹۵ تصمیماتی مبنی بر تعیین قیمت ۵۷۰۰۰ ریالی برای هر کیلوگرم مرغ منجمد درب سردخانه با احتساب ۴۰۰۰ ریال هزینه‌های توزیع آن (مصوبه شماره ۱۵۷۳۸۸ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۱۱)، صدور مجوز برای شرکت پشتیبانی امور دام جهت فروش مرغ منجمد تا ۱۰ درصد قیمت حاشیه بازار حسب تاریخ مصرف مرغ‌های منجمد (مصوبه شماره ۱۶۹۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۱۴)، تکلیف به شرکت پشتیبانی امور دام برای فروش مرغ قطعه‌بندی شده و تعیین قیمت سقف ۱۷۰۰۰ ریال برای جوجه یکروزه (۱۴۸۹۹۹ مورخ ۱۳۹۵/۱۱/۲۷) اتخاذ کرد.

نمودار (۸-۹): روند قیمت هر کیلوگرم گوشت مرغ و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ (درصد-قیمت)



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

در نمودار (۸-۹) روند قیمت گوشت مرغ و تغییرات آن طی سال ۱۳۹۵ نشان داده شده است. همانطور که مشاهده می‌شود از اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۵ به دلیل شیوع آنفولانزای مرغی، قیمت مرغ روندی افزایشی به خود گرفت که این افزایش قیمت با افزایش عرضه مرغ منجمد توسط شرکت پشتیبانی امور دام و نظارت‌های سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تا حدودی کنترل شد. براساس نمودار مذکور قیمت هر کیلوگرم گوشت مرغ با ۲۳٫۲ درصد افزایش از ۶۰۱۷۹ ریال در فرودین به ۷۴۱۳۸ ریال در پایان اسفند سال ۱۳۹۵ رسیده است.

• گندم

از مهمترین ابزارهای تنظیم بازار ایران ذخیره‌سازی کالاهای استراتژیک است که عمده‌تاً توسط شرکت بازرگانی دولتی ایران انجام می‌شود. خرید گندم داخلی و وارداتی به عنوان استراتژیک‌ترین محصول تأمین و توزیع آن عملاً در انحصار دولت بوده و بخش خصوصی در برخی مراحل به عنوان مباشر و پیمانکار دولتی ایفای نقش می‌کند. عملکرد خرید تضمینی گندم در سال ۱۳۹۵ به میزان ۱۱٫۵ میلیون تن به ارزش ۱۴۷ هزار میلیارد ریال بوده است. عملکرد خرید گندم وارداتی تابع شرایط اقتصادی، سیاسی کشور است به نحوی که در سال ۱۳۹۵ به دلیل وجود مازاد گندم تولید داخل در کشور، واردات این محصول به صفر

کاهش یافت. در این سال هیچ‌گونه ثبت سفارشی برای واردات گندم انجام نشده و واردات گندم مربوط به ثبت سفارش‌های انجام شده در سال قبل به میزان ۱/۴ میلیون تن بوده است.

در سال ۱۳۹۵ کل میزان فروش گندم در کشور برای مصارف نانوائی و مصارف صنف و صنعت ۸/۹ میلیون تن گزارش شده است که از این مقدار بالغ بر ۷/۲ میلیون تن برای مصارف نانوائی و ۱/۷ میلیون تن برای مصارف صنف و صنعت و مصارف نانوائی آزادپز تخصیص یافته است. افزایش عرضه گندم داخلی به صنف و صنعت در سال ۱۳۹۵ عمدتاً به دلیل ایجاد محدودیت واردات گندم ناشی از انباشت بیش از حد ذخیره استراتژیک گندم کشور اتفاق افتاد.

موضوع مازاد گندم کشور در ۱۰ بند از مصوبات کارگروه تنظیم بازار در سال ۱۳۹۵ مورد توجه قرار گرفته که عمدتاً با تأکید بر صادرات گندم مازاد از طریق بورس کالایی کشور از طریق تدوین دستورالعمل آن (مصوبه شماره ۱۲۲۸۹۴ مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۰۶) دنبال شده است. در این راستا کارگروه در مصوبات خود به وزارت جهاد کشاورزی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و شرکت بورس کالایی ایران تکلیف کرد تا ضمن بررسی وضعیت موجودی گندم در داخل کشور، راهکارهای بهره‌گیری از گندم مازاد و مشتقات آن (اعم از صادرات و یا انتقال آن به کارخانجات) را با توجه به یارانه‌ای بودن بخشی از گندم مازاد بررسی و جهت تحقق آن اقدام نمایند. ایجاد رینگ صادراتی، تدوین دستورالعملی نحوه صادرات گندم از طریق بورس و در نهایت عرضه مستمر گندم در سقف ۳ میلیون تن در بورس کالا (مصوبه شماره ۱۲۲۸۹۴ مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۰۶) از دیگر تصمیمات کارگروه در این خصوص بود. در نهایت با عرضه گندم در بورس کالا در سقف تعیین شده، از شهریورماه ۱۳۹۵ تا پایان این سال به میزان ۱۸۵۲ هزار تن گندم در بورس کالا عرضه شد که از این مقدار ۲۲۲ هزار تن گندم با اولویت عرضه به کارخانجات آرد و ماکارونی مورد معامله قرار گرفت.

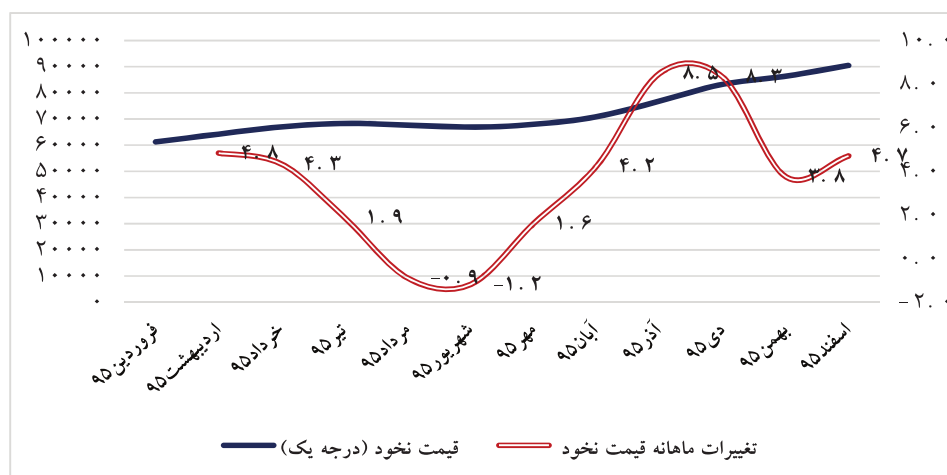
• حبوبات

در سال ۱۳۹۵ به دلیل کاهش تولید و عدم کفایت عرضه حبوبات و همچنین افزایش قیمت‌های جهانی (رشد ۱۸ درصدی انواع حبوبات در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۱۵ براساس گزارش USDA^۱ کشور آمریکا) شاهد افزایش قیمت انواع حبوبات بود. کارگروه تنظیم بازار در ۴ بند از مصوبات خود در این سال به این موضوع پرداخت و به منظور مقابله با افزایش قیمت این محصولات سیاست‌هایی چون کاهش نرخ تعرفه واردات در انواع حبوبات، تخصیص ارز مبادله‌ای (مصوبه شماره ۱۱۸۷۷۲ مورخ ۱۳۹۵/۰۹/۲۸)

1. United States Department of Agriculture

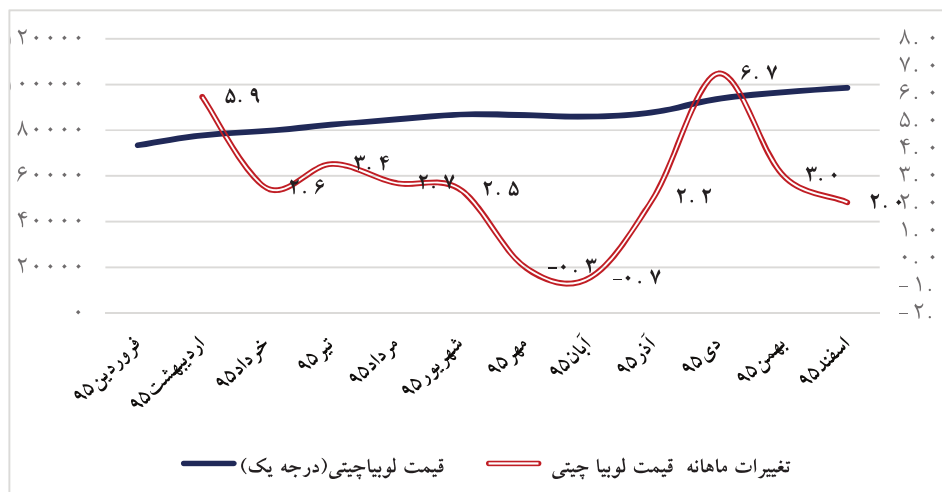
و واردات از طریق دستگاه‌های مباشر وزارت جهاد کشاورزی را اتخاذ نمود. بر این اساس مصوبات کارگروه معطوف به تکلیف واردات حبوبات توسط شرکت‌های مباشر وزارت جهاد کشاورزی و کاهش نرخ تعرفه انواع حبوبات از حداکثر ۵۵ درصد به ۵ درصد (مصوبه هیات وزیران مصوبه در جلسه مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۲۶) بود. در این سال اگرچه همواره کارگروه بر واردات انواع حبوبات به سازمان تعاونی روستایی و شرکت بازرگانی دولتی ایران تکلیف نمود، با این حال واردات این محصول به مقدار کافی محقق نشد و در نهایت کاهش نرخ تعرفه تا حدی بر کاهش رشد قیمت‌ها اثرگذار بود. همانطور که در نمودارهای (۹-۹) و (۱۰-۹) نشان داده شده تغییرات قیمت حبوبات از شهریورماه سال ۱۳۹۵ روندی رو به افزایش داشته که این موضوع علاوه بر افزایش قیمت‌های جهانی با توجه به افزایش نرخ ارز نیز شدت یافته است. با خروج حبوبات از لیست کالاهای مشمول دریافت ارز مبادله‌ای در شهریورماه ۱۳۹۵ قیمت داخلی این کالاها با افزایش مواجه شد. در پی این افزایش قیمت حبوبات، در آذرماه کارگروه تغییر نرخ ارز تخصیصی به این اقلام را منوط به هماهنگی با کارگروه نمود و تغییر نرخ ارز حبوبات منتفی اعلام گردید (مصوبه شماره ۱۱۸۷۷۲ مورخ ۱۳۹۵/۰۹/۲۸). از دی ماه این سال با توجه به افزایش واردات و کاهش نرخ تعرفه، تغییرات قیمت این دسته کالاها با روندی نزولی مواجه شد.

نمودار (۹-۹): روند قیمت هر کیلوگرم نخود و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ (درصد-قیمت)



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

نمودار (۹-۱۰): روند قیمت هر کیلوگرم لوبیاچیتی و تغییرات آن در سال ۱۳۹۵ (درصد-قیمت)



مأخذ: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

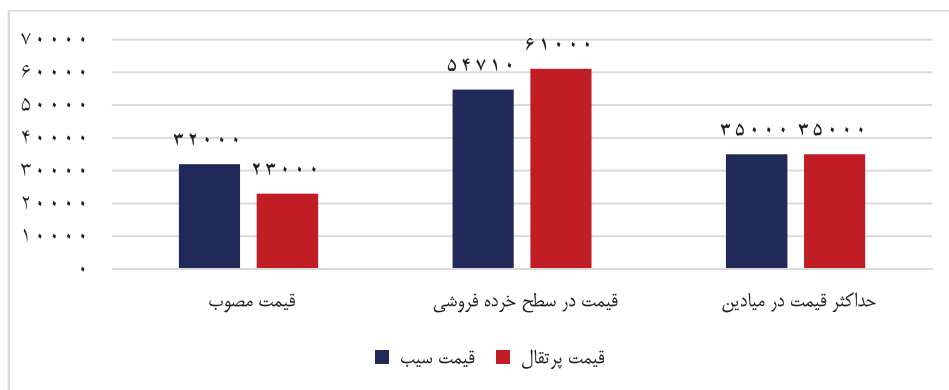
• طرح میوه شب عید و ایام خاص

طرح تنظیم بازار میوه در شب عید هر ساله به دلیل افزایش تقاضا در این بازه زمانی و به منظور جلوگیری از افزایش قیمت نامتعارف انجام می‌شود. در سال ۱۳۹۵ انجام طرح مذکور با مشکلاتی مواجه گردید، بدین ترتیب که با توجه به سرمایه‌گذاری سبب و پرتقال از یکسو تأمین این اقلام برای انجام ذخیره‌سازی جهت ایام پایانی سال با مشکل روبرو شد و از سوی دیگر روند طبیعی بازار به سبب کاهش عرضه دچار اختلال گردید.

در این سال دولت به دلیل ضرر و زیان وارده به کشاورزان مجبور به خرید تضمینی این محصولات به منظور فراوری و امحاء آنها شد. در این شرایط به منظور اجرای طرح تنظیم بازار میوه شب عید و ذخیره میوه، با توجه به سرمایه‌گذاری بخش قابل توجهی از پرتقال در شمال کشور، نگرانی‌هایی از بابت کیفیت پرتقال خریداری شده و ذخیره‌شده توسط سازمان مرکزی تعاونی روستایی در کارگروه ابراز شد. از طرفی تأمین پرتقال به منظور ذخیره‌سازی از جنوب کشور نیز به دلیل افزایش تقاضا در بازار پرتقال جنوب افزایش قیمت را در پی داشت. اساساً محصول مرکبات جنوب، قیمت بالاتری از مرکبات شمال کشور دارد و در نتیجه این افزایش تقاضا، شکاف قیمتی افزایش بیشتری یافت. بدلیل مشکلات تأمین از داخل،

نهایتاً براساس مصوبه کارگروه تنظیم بازار (مصوبه شماره ۱۳۵۴۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۱۱/۰۲)^۱ به وزارت جهاد کشاورزی اجازه واردات ۱۰۰ هزار تن مرکبات علاوه بر تعهد داخلی آن وزارتخانه داده شد. در سال ۱۳۹۵ تعهد داخلی سازمان مرکزی تعاونی روستایی برای خرید پرتقال ۶۹۹۲۴ تن و برای خرید سیب ۲۵۰۵۹ تن تعیین شده بود، اما در عمل مجموع میزان ذخیره سازی میوه برای طرح تنظیم بازار میوه شب عید به میزان ۹۷۶۴۰ تن شامل ۷۱۳۶۶ تن پرتقال و ۲۳۵۳۷ تن سیب بود (براساس آخرین گزارش سازمان مرکزی تعاونی روستایی در اولین جلسه کارگروه در سال ۱۳۹۶). با این حال بررسی قیمت میوه پرتقال و سیب در هفته پایانی اسفند ۱۳۹۵ در مقایسه با قیمت های مصوب برای تنظیم بازار میوه در ایام پایانی سال نشان دهنده بالاتر بودن قیمت های میوه در سطح خرده فروشی از قیمت های مصوب است. در این خصوص حتی حداکثر قیمت میوه عرضه شده در هفته پایانی اسفند ماه در میادین میوه و تره بار از قیمت مصوب بالاتر بوده است. در نمودار (۹-۱۱) مقایسه قیمت سیب و پرتقال در هفته پایانی اسفند ماه ۱۳۹۵ با قیمت های مصوب نشان داده شده است.

نمودار (۹-۱۱): مقایسه قیمت مصوب و فروش سیب و پرتقال در میادین میوه و تره بار در هفته پایانی اسفند ماه ۱۳۹۵ (ریال به ازای هر کیلوگرم)



مأخذ: گزارش های قیمت برخی اقلام خوراکی در شهر تهران - بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

۱. وزارت جهاد کشاورزی با توجه به کاهش تعرفه نارنگی، پرتقال و موز، برنامه ریزی های لازم جهت تامین این اقلام طبق دستورالعمل با تامین ۱۰۰ هزار تن مرکبات علاوه بر میزان تعهد شده خرید داخلی قبلی براساس مصوبات تنظیم بازار اقدام و در ایام نوروز با نرخ مصوب توزیع نماید.

علاوه بر موارد فوق تأمین برخی کالاها برای ایام خاص همچون طرح ضیافت و اقام سالگرد ارتحال امام و همچنین ایام اربعین در دستور کار کارگروه قرار داشته و نحوه و میزان تأمین این موارد در مصوبات تعیین شده است.

• خدمات

با توجه به بخشنامه معاون اول رئیس جمهور در سال ۱۳۹۴ مبنی بر افزایش قیمت هرگونه کالا و خدمات با هماهنگی کارگروه تنظیم بازار و همچنین مصوبه هجدهمین جلسه ستاد هدفمندی سازی یارانه ها که در بخش های فوق بدان اشاره شد خدمات نیز به دو گروه اولویت اول و دوم طبقه بندی شده اند. خدمات اولویت اول شامل حمل و نقل هوایی داخلی درون شهری و برون شهری در حوزه های جاده ای و ریلی، خدمات مرتبط بر برق و گاز از جمله حق انشعاب و خدمات نصب و ...، تمام خدمات پایه ای ارتباطی و فناوری اطلاعات (تلفن ثابت تلفن همراه خدمات اینترنت)، خدمات پستی، خدمات صدور، تمدید گواهینامه، تمدید گذرنامه و پلاک خودرو و پلیس +۱۰، خدمات پیشخوان دولت، تعرفه سازمان سنجش و استاندارد، خدماتی که حسب قانون تعیین نرخ آنها به کمیسیون شورا یا یکی از دستگاه های اجرایی دولتی محول شده است می باشند. همچنین خدمات اولویت دوم بر اساس مصوبه مذکور به صورت آموزش رسمی (مدارس، دانشگاه ها و مهد های کودک) می باشد. در سال ۱۳۹۵ افزایش قیمت برخی از خدمات نیز توسط کارگروه مورد بررسی قرار گرفت که با برخی تغییرات در این خصوص موافقت شد و برخی دیگر نیز مورد موافقت اعضای کارگروه قرار نگرفت. اهم موارد مطرح شده در خصوص افزایش قیمت در خدمات در جدول (۸-۹) ارائه شده است.

در بخش خدمات عمده ترین رویکرد کارگروه در تصمیم گیری ها، تاثیر گذاری افزایش قیمت خدمات بر نرخ تورم بود که به همین دلیل با برخی افزایش قیمت ها در این حوزه موافقت و برخی دیگر نیز مخالفت گردید. از آنجاکه برخی خدمات برای چند سال متوالی مشمول افزایش قیمت نشده بودند و جبران آن در سال ۱۳۹۵ اجتناب ناپذیر بود، کارگروه به منظور کاهش آثار تورمی آن در صورت امکان افزایش پلکانی قیمت را مدنظر قرارداد.

جدول (۸-۹): مصوبات مربوط به حوزه خدمات در کارگروه تنظیم بازار در سال ۱۳۹۵

توضیحات	نوع خدمت	
بر اساس مستندات موجود آخرین افزایش قیمت خدمات آزمایشگاهی حلال مربوط به سال ۱۳۹۱ بود که با تصمیم کارگروه با افزایش حداکثر ۷۴ درصدی نرخ تعرفه خدمات آزمایشگاهی حلال نسبت به سال ۱۳۹۱ منوط به تصویب در ستاد هدفمندسازی یارانه ها موافقت شد (مصوبه شماره ۱۰۵۸۱۵ مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۲۵). این مصوبه با توجه به درخواست وزارت بهداشت برای افزایش قیمت، محاسبات سازمان حمایت در خصوص افزایش قیمت پیشنهادی و توافق برافزایش پلکانی و منتفی شدن افزایش در گام های بعدی در صورت تأثیر قابل توجه بر نرخ تورم مورد توافق اعضا قرار گرفت.	خدمات آزمایشگاهی حلال	پیشنهاداتی که مورد موافقت قرار گرفتند
آخرین افزایش قیمت برای انشعاب برق مربوط به سال ۱۳۹۲ بود. کارگروه با افزایش قیمت ۴۹ درصدی در سال ۱۳۹۵ و تعدیل قیمت حق انشعاب برق تا رسیدن به سطح قیمت تمام شده به صورت پلکانی و در ۶ سال موافقت کرد (مصوبه شماره ۵۶۰۱۶ مورخ ۱۳۹۵/۰۵/۱۳). عدم جبران هزینه های تمام شده کارخانجات برق با قیمت های موجود و افزایش بدهی های آنها مهمترین دلیل موافقت با این افزایش قیمت بوده است.	افزایش هزینه انشعاب برق	پیشنهاداتی که مورد موافقت قرار گرفتند
کارگروه با افزایش ۱۲ درصدی تعرفه خدمات ورزشی امکان موافقت کرد (مصوبه شماره ۱۶۹۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۱۴). با توجه به محاسبات انجام شده از سوی سازمان حمایت، افزایش قیمت مورد موافقت اعضا قرار گرفت.	افزایش تعرفه خدمات امکان ورزشی	
کارگروه با افزایش ۱۲٫۵ درصدی تعرفه خدمات دفاتر الکترونیک نیروی انتظامی با توجه به محاسبات انجام شده از سوی سازمان حمایت با افزایش قیمت موافقت نمود (مصوبه شماره ۱۶۹۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۱۴).	افزایش تعرفه خدمات دفاتر الکترونیک انتظامی	
با افزایش تعرفه های آزمون های اختصاصی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی که دارای نرخ مصوب می باشد، حداکثر تا ۱۰ درصد موافقت شد (مصوبه شماره ۱۰۵۸۱۵ مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۲۵). این موافقت با توجه به محاسبات انجام شده از سوی سازمان حمایت با افزایش قیمت انجام شد.	تعرفه ثبت نام آزمون های وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در سال ۱۳۹۶	
کارگروه با افزایش تعرفه صدور پروانه کار و افزایش تعرفه تمدید پروانه کار به ترتیب به میزان ۲۵ درصد و ۱۶ درصد موافقت نمود (مصوبه شماره ۱۶۹۱۰ مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۱۴). این موافقت با توجه به محاسبات انجام شده از سوی سازمان حمایت صورت گرفت.	افزایش تعرفه صدور و تمدید پروانه های کار اتباع خارجی	
کارگروه با افزایش نرخ تعرفه حق انشعاب و هزینه پالس تلفن ثابت برابر با پیشنهاد کمیسیون تنظیم مقررات و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات موافقت کرد (مصوبه شماره ۵۶۰۱۶ مورخ ۱۳۹۵/۰۵/۱۳).	افزایش نرخ تعرفه حق انشعاب و هزینه پالس تلفن ثابت	

توضیحات	نوع خدمت	
کارگروه با افزایش تعرفه حق الثبت مربوط به کشتی موافقت نکرد (مصوبه شماره ۴۰۳۶۸ مورخ ۱۳۹۵/۰۴/۰۸).	تعدیل حق الثبت معاملات مربوط به کشتی	پیشنهاداتی که مورد موافقت قرار نگرفتند
کارگروه با حذف برخی از خدمات ارتباطی از اولویت اول موافقت نکرد (مصوبه شماره ۵۶۰۱۶ مورخ ۱۳۹۵/۰۵/۱۳).	حذف برخی از خدمات ارتباطی و فناوری اطلاعات و از لیست کالا و خدمات اولویت اول	
کارگروه با افزایش تعرفه خدمات پستی موافقت نکرد (مصوبه شماره ۱۱۸۷۷۲ مورخ ۱۳۹۵/۲۸/۰۹).	تعرفه خدمات پست	
بخشنامه افزایش کارمزد خدمات بانکی با توجه به عدم هماهنگی با کارگروه تنظیم (مصوبه شماره ۱۰۵۸۱۵ مورخ ۱۳۹۵/۱۰/۲۵) لغو شد. در این خصوص تخطی از بخشنامه معاون اول رئیس جمهور و افزایش کارمزد بانکی بدون هماهنگی با کارگروه تنظیم بازار دلیل لغو بخشنامه عنوان شد.	کارمزد خدمات بانکی	

مأخذ: مصوبات کارگروه تنظیم بازار در سال ۱۳۹۵.

• سایر موارد مورد توجه در کارگروه

- از دیگر موضوعات مهم مطروحه در کارگروه در سال ۱۳۹۵ می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
- موضوع نظارت بر بازار و گرانفروشی از سوی نهادهای نظارتی به خصوص سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی در کارگروه بارها مورد تأکید قرار گرفت. در این خصوص حتی به سازمان حمایت تکلیف شد تا بازه بهینه نوسان برای کالاهای اساسی را تعیین نماید تا آستانه دخالت در بازار توسط دولت مشخص شود.
 - در خصوص برگزاری نمایشگاه‌ها با مسئولیت وزارت صنعت، معدن و تجارت در ایام پایانی سال، نحوه نظارت بر اجرا، تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده، زمانبندی شروع و پایان نمایشگاه‌ها، کیفیت کالاهای عرضه شده و قیمت کالاهای عرضه شده در نمایشگاه‌ها گزارشاتی از سوی آن وزارتخانه ارائه شد.

۹-۴. بازرسی، نظارت و حمایت از مصرف‌کنندگان

سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در ادامه وظایف ذاتی خود هر ساله برخی از شاخص‌های مربوط به بازرسی‌ها، پرونده‌های تشکیل شده، تخلفات صنفی کشف شده، رسیدگی به شکایات مردمی و برخی از اقدامات انجام شده در خصوص احقاق حقوق مصرف‌کنندگان منتشر می‌کند. نتایج این اطلاعات و آمار مربوط به این شاخص‌ها در جدول (۹-۹) آورده شده است.

جدول (۹-۹): شاخص‌های بازرسی و نظارت از واحدهای صنفی طی دوره ۹۵-۱۳۹۲

سال	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	درصد تغییر ۹۵ به ۹۲
بازرسی (میلیون فقره)	۸/۸	۷/۷	۶/۱	۴/۲	-۵۲
پرونده‌های متشکله (هزار فقره)	۷۰۶	۳۸۸	۳۴۰	۲۶۲	-۶۲
تخلفات کشف شده (هزار فقره)	۶۷۰	۴۸۷	۴۲۱	۳۳۲	-۵۰
رسیدگی به شکایات مردمی (هزار فقره)	۳۷۴	۲۸۶	۲۳۴	۱۹۷	-۴۷
پلمپ شده و نصب پارچه (هزار فقره)	۴	۳	-	-	-
کل شکایات (هزار فقره)	۳۷۴	۳۰۰	۲۳۵	۲۰۸	-۴۴/۳
درصد رسیدگی به شکایات (متخلف)	۴۵	۴۰	۴۱	۴۳	-۴
درصد رسیدگی به شکایات (غیر متخلف)	۵۲	۵۶	۵۳	۵۲	۰
درصد رسیدگی به شکایات (در دست بررسی)	۳	۴	۶	۵	۶۶
تعداد پرونده‌های صنفی ارسالی به تعزیرات (هزار فقره)	۶۹۰	۴۹۳	۴۴۲	۲۰۹	-۷۰
مجموع پرونده‌های صنفی رسیدگی شده (هزار فقره)	۶۷۱	۴۱۴	۵۳۷	۱۲۹	-۸۰
نسبت پرونده‌های صنفی رسیدگی شده به پرونده‌های ارسالی به تعزیرات	۰/۹۷	۰/۸۳	۱/۲۱	۰/۶۱	-۳۶/۵
ارزش ریالی پرونده‌های صنفی (میلیارد ریال)	۳۹۰۸	۳۰۲۹	-	-	-
میزان جرائم وصولی پرونده‌های صنفی (میلیارد ریال)	۳۵۴	۴۲۸	۷۷۲	۹۲۰	۱۶۰

مأخذ: محاسبات براساس اطلاعات سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

این اطلاعات دلالت بر آن دارد که از سال ۹۲ تا ۹۵ تعداد بازرسی‌ها با روند کاهشی ۵۲ درصد مواجه بوده است که این امر می‌تواند ناشی از تغییر رویکرد نسبت به موضوع نظارت و بازرسی در فضای اقتصادی کشور باشد. شایان ذکر است براساس آمار ارائه شده از سوی سازمان حمایت شاخص‌هایی نظیر پرونده‌های متشکله به میزان ۶۲ درصد، تخلفات کشف شده ۵۰ درصد و به تبع آن کل شکایات و رسیدگی به شکایات مردمی به ترتیب حدود ۴۴/۳ و ۴۷ درصد کاهش را در بازه زمانی ۹۵-۱۳۹۲ تجربه نموده‌اند. با

توجه به روند کاهشی تغییرات در شاخص‌های مذکور می‌توان استنباط نمود که فضای کسب و کار کشور به سمت مواجهه کمتر با تخلفات و در نتیجه کاهش نارضایتی مردم در حرکت می‌باشد؛ اما در مقابل این استنباط مثبت ناشی از کاهش در شاخص‌های مذکور، مشاهده کاهش در شاخص‌هایی نظیر درصد رسیدگی به شکایات به میزان ۴ درصد و کاهش ۳۶ درصدی در نسبت پرونده‌های صنفی رسیدگی شده به پرونده‌های ارسالی به تعزیرات می‌توان اذعان نمود که جایگاه و اهمیت ابعاد حقوقی مصرف‌کننده در زمینه حق اظهار نظر و رسیدگی به درخواست آنها مغفول مانده و تنزل نموده است. این در حالی است که با توجه به کاهش فعالیت سازمان در حوزه بازرسی و تشکیل پرونده‌های مربوطه، بطور منطقی باید زمان نیروی آزاد شده در اختیار بخش رسیدگی به شکایات و رسیدگی به پرونده‌ها قرار گیرد که با توجه به آمار و محاسبات انجام شده این وضعیت چندان مطلوب بنظر نمی‌رسد. از دیگر نکات قابل توجه در آمار مربوط به نظارت و بازرسی کشور می‌توان به افزایش ۱۶۰ درصدی جرائم وصولی پرونده‌های صنفی اشاره نمود که این اتفاق علی‌رغم کاهش ۶۲ درصدی در تشکیل پرونده‌ها و کاهش ۳۶ درصدی در نسبت رسیدگی به پرونده‌ها رخ داده است. از مهمترین دلایل این اتفاق و تضاد می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. افزایش میزان جریمه‌ها که با توجه به بررسی بعمل آمده مبلغ برخی جرائم در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۲ بویژه در خصوص تخلفات عدم نصب برچسب و عدم صدور گواهی رشد چشمگیری داشته است. با این وجود با توجه به میزان کاهش در تشکیل پرونده‌ها و کاهش رسیدگی به پرونده‌ها احتمال رشد جریمه‌های وصولی تا این حد می‌تواند مورد تردید قرار گیرد.
۲. احتمال دیگری که در این زمینه می‌تواند مطرح باشد این است که هرچند میزان تشکیل پرونده و رسیدگی به پرونده‌ها کاهش داشته ولی افزایش این میزان جریمه وصولی می‌تواند ناشی از تخلفاتی باشد که دامنه و گستره و میزان آن مهم بوده و به عبارتی سطح اهمیت تخلفات و به دنبال آن میزان جرائم مربوطه باعث این رشد در وصول جرائم گردیده است. به عبارت دیگر نوع تخلفات در فضای اقتصادی کشور از تخلفات کوچک و با میزان جرائم کم به سمت تخلفات بزرگتر با میزان جرائم بیشتر در حرکت است که با توجه به گستردگی تأثیر این تخلفات می‌توان احتمال داد که امکان اجحاف در حق مصرف‌کنندگان و کاهش امنیت در فضای اقتصادی کشور رو به افزایش است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری فصل نهم

در سال ۱۳۹۵ دو زیرگروه اصلی عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، هتل و رستوران - حمل و نقل و انبارداری (که با بخش بازرگانی داخلی کشور ارتباط بیشتری دارند) سهم ۲۳/۵ درصدی از کل ارزش افزوده اقتصادی را

کشور به خود اختصاص دادند. از مهمترین تحولات سال ۱۳۹۵ در این حوزه تقویت روند رشد نظام صنفی توزیع در مقابل تضعیف ساختار نوین (توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای، هایپرمارکت‌ها و فروش آنلاین و ...) بود. با این حال مقدار و حجم کل معاملات عمده‌فروشی در بورس کالای ایران نسبت به سال ۱۳۹۴ به ترتیب افزایش ۱۰ و ۲۵ درصدی را تجربه کرد.

در سال ۱۳۹۵ در مجموع واردات کالاهای اساسی جهت حفظ ذخایر استراتژیک کالاهای اساسی کشور توسط شرکت بازرگانی دولتی ایران کاهش ۳٫۸ درصدی داشت که عمده دلیل آن توقف واردات گندم به دلیل مازاد بر نیاز این محصول در کشور بود. همچنین در این سال میزان خرید تضمینی گندم توسط شرکت مذکور بدلیل شرایط زراعی مناسب و افزایش قیمت خرید تضمینی رشد ۵۶ درصدی را تجربه کرد.

در سال ۱۳۹۵ حجم فعالیت میادین میوه و تره‌بار و شرکت‌های تعاونی در اغلب حوزه‌ها با کاهش مواجه شد که با توجه به بالا بودن هزینه‌های مبادله و پایین بودن سطح بهره‌وری دور از انتظار نبود.

بدلیل کم‌رشدی بخش صنعت و معدن کشور و عدم رشد قابل توجه قیمت‌ها در اغلب کالاهای این بخش مصوبات کارگروه تنظیم بازار عمدتاً معطوف به کالاهای اساسی متمرکز شد. افزایش هزینه‌های تولید، افزایش قیمت‌های جهانی و نرخ ارز، تنگناهای داخلی و کمبود عرضه، ممنوعیت‌های فصلی واردات برخی اقلام و ... از مهمترین دلایلی بودند که موجب تغییرات قیمت برخی کالاهای اساسی کشور در این سال شدند و ضرورت مداخله کارگروه تنظیم بازار جهت جلوگیری از رشد غیرمتعارف قیمت را ضروری ساختند. بررسی روند اقلام هدف سیاستی کارگروه در سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که کارگروه مذکور در مواردی که ریشه افزایش قیمت، افزایش هزینه‌ها یا قیمت‌های بین‌المللی بوده، تعدیل قیمت به امری اجتناب‌ناپذیر بدل شده و انجام به‌هنگام آن (مثلاً روغن و شکر) ضمن حفظ حقوق تولیدکننده و مصرف‌کننده ثبات قیمت در ماه‌های پس از تعدیل قیمت را به بازار بازگردانده است؛ اما در موردی مثل کره بدلیل مقاومت در مقابل این تغییر اجتناب‌ناپذیر، کارگروه با ایجاد تأخیر در فرآیند تعدیل (به هزینه تولیدکنندگان) ماه‌های متوالی فرآیند افزایش قیمت را متوقف کرد، اما نهایتاً در ماه پایانی سال ناگزیر از تعدیل قیمت شد.

در مواردی که ثبات بخشی به بازار منوط به واردات و یا اتخاذ دیگر ابزارهای تجاری نظیر تغییر تعرفه، تخصیص ارز مبادله‌ای، تشویق بخش غیردولتی به واردات و مواردی از این دست بوده (مانند گوشت قرمز و حبوبات) عملاً فرآیند زمان‌بر اجرای سیاست‌ها با توفیق محدودتری در کنترل قیمت‌ها همراه بوده است. تصمیمات کارگروه در خصوص میوه شب عید در این سال (چون سال‌های قبل) با موفقیت همراه نبود و قیمت‌های خرده‌فروشی و حتی عرضه در میادین از قیمت‌های مصوب اختلاف فاحشی داشتند. در این سال عملکرد کارگروه تنظیم بازار به خصوص در حوزه خدمات به نسبت کالایی با موفقیت بیشتری همراه بود که بدلیل ماهیت متکثر آن از الگوی مشخصی پیروی نمی‌کند.