



دیدگاه

شماره: ۱۰۳۱	موضوع: رویکردهای سیاستی تحول ساختاری نظام توزیع مالزی (و درسهایی برای ایران)
تاریخ: ۱۴۰۲/۶/۲۷	

تهیه و تنظیم: دکتر افسانه شفیعی

توضیح اجمالی:

مقایسه وضع گذشته (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) و وضع موجود (۱۹۹۵ به بعد) ساختار نظام توزیع مالزی حاکی از تغییرات حایز اهمیت از طریق اتخاذ رویکردهای سیاستی به شرح زیر است:

۱. فقدان پلتفرم قانونی برای بسیاری از فعالیتهای نظیر فرانچایز، نمایندگی، تجارت الکترونیک، دستفروشی و ... (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق اتخاذ تدوین قوانین و مقررات مناسب برای فعالیت واحدهای توزیعی به فراخور الگوی کسب و کار آنها منجر به دارای تشخیص قانونی و مقرراتی بالای فعالیتهای توزیعی از حیث هایپرمارکت، سوپرمارکت، فرانچایز، نمایندگی، خرید آسان، خردهفروشی آنلاین و حتی دستفروشی به جهت قوانین و مقررات شد.
۲. سنتی بودن بیش از ۹۰ درصد واحدهای توزیعی و وضعیت نه چندان پیشرفته لجستیکی (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق رویکردهای سیاستی زیر منجر به بروز بخش مدرن توزیعی با ۴۳ درصد سهم بازار؛ برخوردار از لجستیک پایدار (حرفه‌ای) با فعالیت گسترده مراکز لجستیک و 3PL ها و هزینه‌های پایین حمل و نقل و توزیع شد:
 - استفاده از یک نظام توزیع سه‌لایه‌ای متشکل از خدمات پشتیبانی (مراکز لجستیکی، 3PL ها و شیپرها)، عمده فروشی و خرده فروشی.
 - مدرنیزاسیون لایه خدمات پشتیبانی از طریق خصوصی سازی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی؛
 - مدرنیزاسیون لایه خرده فروشی عمدتاً با اتکا به سرمایه‌گذاری خارجی با حداقل آثار جانبی برای واحدهای خرد (از طریق مفیدکردن تدریجی سرمایه‌گذار به استفاده از تولیدات و نیروی انسانی داخلی نظام توزیع و وضع مقررات تبعیض آمیز برای فعالیتهای واحدهای مدرن و سنتی و بازاریابی محصولات داخلی).
 - تسهیل حضور نمایندگی‌های خارجی در کشور و فعالیت آنها مطابق ضوابط عرفی بین‌المللی با تأکید بر الزامات ارائه خدمات پس از فروش در مورد محصولات صنعتی.
 - تشویق واحدهای خرد سنتی جهت پیوستن به فرانچایزها و تبدیل شدن واحدهای خوار و بار فروشی سنتی به واحدهای خرید آسان.
۳. فقدان کسب و کارهای آنلاین (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق توانمندسازی و کمک به مدرن‌سازی خرده‌فروشان، تجار خرده‌پا، دستفروشان و کارآفرینان خرد و تسهیل تجارت الکترونیک در سطح کسب و کارهای کوچک و متوسط محلی با سمت و سوی تجارت الکترونیک فرامرزی منجر به بروز بیش از ۲۰ هزار کسب و کار درگیر با فروش آنلاین و روند رو به رشد بالای آنها شد.
۴. تصدی‌گری دولت در امر تأمین و توزیع کالاهای اساسی و قیمت‌گذاری گسترده (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق سیاست تأمین و توزیع دولتی کالاهای اساسی مشتمل بر برنج، میوه، سبزی، گوشت سفید و قرمز در چارچوب «سیاست ملی مواد غذایی کشاورزی» به اتکاء بیشتر به ظرفیتهای بخش غیردولتی در امر تصدی‌گری و تأمین و محدود شدن قیمت‌گذاری دولتی به کالاهای اساسی منجر شد.
۵. اتصال ضعیف تشکلهای مردم نهاد مربوط به حقوق مصرف‌کننده با وزارت بازرگانی از نقطه‌نظر مشارکت در سیاست‌گذاری (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق سیاست تشکیل شورای مشورتی مصرف‌کننده (متشکل از نمایندگان مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان، سازمان‌های غیردولتی و اعضای دانشگاهی) به عنوان حوزه مشاوره وزیر در امور مصرف‌کننده و انجمن رسمی صدای مصرف‌کننده سراواک برای همکاری اجرایی با سازمان‌های دولتی منجر به تقویت اتصال تشکلهای مردم نهاد مربوط به مصرف‌کننده با وزارت بازرگانی مالزی شد.



دیدگاه

نکات کلیدی:

نحوه حل مسأله و برخی اعمال سیاست‌های ناظر بر تحول در نظام توزیع مالزی با تاکید بر درس‌هایی برای ایران در سه سرفصل (از حدود دوازده سرفصل) به شرح ذیل است:

۱- مدرنیزه کردن نظام توزیع از طریق:

- در دوره ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰: زمینه‌سازی برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش خرده‌فروشی با بازنگری در قوانین و واگذاری واحدهای بزرگ دولتی، ایجاد مقام فدرال بازاریابی محصولات کشاورزی (فاما). (در همین دوره اولین سوپرمارکت وارد سیستم خرده‌فروشی این کشور شد.)؛
- دهه ۱۹۸۰ تا ۱۳۹۵: خصوصی‌سازی زیرساخت‌های لجستیکی به منظور جذب سرمایه‌گذار، ایجاد وزارتخانه تخصصی مدیریت امور بازرگانی داخلی و مصرف‌کنندگان، گسترش ورود فرانچایزهای خارجی و جایابی برخی واحدهای سنتی ذیل واحدهای مدرن؛
- ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰: نظام‌بخشی به عملکرد سرمایه‌گذاران خارجی با تصویب اولین دستورالعمل مشارکت در عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، اعمال برخی محدودیت‌ها مقابل واحدهای مدرن به ویژه واحدهای مدرن با مالکیت خارجی، اجرای طرح یک منطقه یک صنعت (ETP) با هدف تقویت ارتباط تولیدکنندگان/تأمین‌کنندگان با خرده‌فروشان بزرگ؛
- ۲۰۱۰ تا کنون: ورود دولت به مدرنیزه کردن نظام توزیع ذیل یک برنامه یکپارچه.

۲- ساماندهی واحدهای خرد سنتی:

- برنامه‌ریزی (برای آموزش و توانمندسازی و ارائه تسهیلات فعالیت و تغییر کسب و کار) برای دست‌فروشان و تجار خرده‌پا تا بتواند محیط اقتصادی اجتماعی مناسبی را برای دست‌فروشان و کارآفرینان کوچک و خرد فراهم کند؛
- اعطای تسهیلات و برگزاری دوره‌های رایگان تقویت کارآفرینان کامیون غذا؛
- استفاده از پتانسیل‌های فرانچایز در کسب و کارهای مختلف و افزایش درآمد جانبی مردم، دولت طرح فرانچایز خرد^۱ و ارائه تسهیلات فعالیت.

۳- فرایند کاهش آثار مدرنیزاسیون بر بخش سنتی:

- منع مشارکت خارجی در واحدهای عموماً کوچک و سنتی؛
- درخواست تدوین پروپوزال اقتصادی اجتماعی و تبیین اثر عملکرد فروشگاه‌های بزرگ بر فعالیت‌های خرده‌فروشان محلی؛
- تعیین حریم صنفی برای حضور واحدهای دارای مشارکت خارجی در مناطق خاص از لحاظ فاصله تا شهرها و تعداد ساکنین؛
- تعیین شرایط عملیاتی خاص نظیر ساعات کار یا الزام به فروش محصولات داخلی در غرفه‌ها برای خرده‌فروشان بزرگ مقیاس فعال با مشارکت خارجی (اعمال برخی موارد استثناء برای فروشگاه‌های بزرگ مقیاس محلی که تا حدی باعث افزایش رقابت با بخش سنتی می‌شود).