



انقلابی در تنظیم بازار محصولات کشاورزی

طرح سامانه بازار محصولات و فرآورده‌های کشاورزی

۷۳۰ تن خرمای زاهدی تحویل درب خروجی سردخانه نوآوران خاورمیانه با بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی به قیمت ۱۳ میلیارد و ۳۸۷ میلیون ریال برای هایپر مارکت کارفور خریداری شد. ۱۲۰۰ تن پرتقال تامسون، هر ۶ عدد یک کیلو، در بسته‌های ۷ کیلویی تحویل در سردخانه عباس‌آباد تنکابن به مبلغ ۵ میلیارد و ۴۰۰ میلیون ریال برای فروشگاه رفاه خریداری شد. محموله بعدی ۱۴۰۰۰ کارتن تخم‌مرغ مرغاری قضات تحویل درب مرغداری ۶ میلیارد و ۸۰۰ میلیون ریال برای فروشگاه شهروند خریداری شد.

تالار تجارت در قلب میدان مرکزی بهمن همچون تالار بورس توکیو قلب تپنده‌ای دارد، در هر چند دقیقه یک خرید چند میلیاردی در آن انجام می‌گیرد بدون این که کالاهای روی هم انباشته در فضای باز میدان، چشم‌آزار باشد.

نه از میوه‌های له شده در زیر دست و پای دلالان و واسطه‌ها و بنکداران خبری هست، نه از فاکتورنویسان و بیجک‌نویسان و نه از پول‌شماران و از همه مهمتر نه از خریداران و نه از فروشندگان. صفحات LCD جداول محصولات قابل عرضه امروز و قیمت‌های پیشنهادی را نشان می‌دهد. هر محصولی در تالار سامانه بازار محصولات و فرآورده‌های کشاورزی عرضه می‌شود، مجوز و تاییدیه هیات پذیرش و تضمین کنترل کیفیت و مطابقت جدول آنالیز با محصول ارایه شده را دارد. تنها کارگزار خریدار بنا به قانون عرضه و تقاضا و با اطمینان از یکسان بودن محصول بسته‌بندی شده (زیر و روی بار)، واقعی بودن کیفیت و مواد اعلام شده، زمان برداشت و محل نگهداری در تالار حاضر است. با ملاحظه نام محصول، اندازه و درجه محصول و کیفیت اعلام شده، برای خرید تصمیم می‌گیرد دل‌نگرانی ندارد، زیرا کارگزار از سیستم خرید می‌کند و سیستم پاسخگو است. کارگزار فروشنده نیز بدون شک و دلواپسی و براساس کد اعتباری خریدار، اجازه معامله و فروش را صادر

می‌کند ولی چک و سفته رد و بدل نمی‌شود. دلهره برگشت خوردن چک یا مرجوع کردن محموله یا دبه کردن خریدار وجود ندارد زیرا بانک کشاورزی با نرم‌افزارهای قوی خود وجوه حاصل از فروش را به حساب تولیدکننده به صورت

online واریز می‌کند و سیستم کالا را می‌فروشد. نه از ترافیک میادین خبری هست نه از باربران و کامیون‌ها و وانت‌ها و چرخ‌دستی‌ها. کارگزاران هر یک با لپ‌تاپ و یک کیف در هر لحظه، آخرین موجودی کالای شرکت‌های عضو سامانه را چک کرده و بنا به سفارش، خرید می‌کنند.

عملیات و جابه‌جایی‌ها همگی به صورت مجازی توسط کامپیوترها انجام می‌گیرد. کارگزاران، بررسی، تامل و اقدام می‌کنند و انبارهای تولیدکنندگان تخلیه و حساب‌های فروشندگان با صفر و یک‌های بیشتری تجهیز می‌شود.

صورتجلسه‌های مدیریت و هیات مدیره سازمان میادین نشان می‌دهد از ۱۱ ماه پیش مهندس صفایی با درک عمیق از ضرورت توسعه پایدار کشاورزی و تجاری شدن کشاورزی که حاصل آن باید به سود تولیدکننده رقم بخورد، مطالعات اولیه «سامانه بازار محصولات و فرآورده‌های کشاورزی» را کلید زد حاصل سال‌ها کارشناسی و مدیریت و ممارست در وزارت جهاد سازندگی و بعدها وزارت جهاد کشاورزی و فعالیت شبانه‌روزی مهندس صفایی از روستاهای مراکز تولید و شهرهای کوچک و سپس مرکز استان و بعداً پایتخت همراه با تجارب مهندس رحمانی، قائم‌مقام سازمان میادین که وی نیز در بزرگترین شبکه تولید و توزیع کشور (سازمان تعاون روستایی) سال‌ها به عنوان عضو هیات مدیره و یک مقام ارشد، تجربه کسب کرده است به طرح این سوژه انجامید.

این ایده ملی پس از طرح، مورد تایید مقامات عالی‌تر کشور قرار گرفت، زیرا توجیه مدیر عامل سازمان این بود که با اجرای این طرح محصول سالم و کیفی به دست مصرف‌کننده می‌رسد، واسطه‌های سهم‌بر که هیچ نقشی در تولید، نگهداری، بسته‌بندی و عرضه ندارند و تنها با ارقام حق‌العمل، کارمزد فروش، پورسانت و نهایتاً طولانی



فقدان سیستم online باعث می‌شود که نظارت مناسبی بر روند معاملات و مدیریت بر جریان بازار وجود نداشته باشد

زیرورو کند و پس از صرف وقت فراوان به چانه زدن، خرید و تعیین قیمت رضایت دهد یا ندهد! از طرفی نرخ‌نامه میدان نیز، بارفروش را به ارزان‌خری و چشم بستن بر کیفیت وامی‌دارد. عدم مدیریت کنترل قیمت‌ها و کیفیت عرضه محصولات، تبعیت شدید از قواعد انحصاری حاکم بر میدان مرکزی چالش‌هایی است که موجب عدم تحقق کوتاه شدن زنجیره «تولید تا مصرف» می‌شود.

اهداف برنامه سامانه بازار

با توجه به موارد یادشده می‌توان اهداف برنامه سامانه بازار محصولات و فرآورده‌های کشاورزی را به شرح زیر خلاصه و دسته‌بندی کرد:

۱- حضور تولیدکنندگان و بررسی صلاحیت آنها توسط هیات گزینش سامانه که موجب فراهم کردن بستر مناسب برای ایجاد بازار رقابتی می‌شود.

۲- استفاده از نرم‌افزارهای مالی، اطلاع‌رسانی با کمک بانک‌ها و سازمان میادین و ایجاد بازار هدفمند و مطمئن برای بخش تولید و در دسترس بودن منابع مالی برای تولیدکننده.

۳- بهره‌برداری از حاشیه بازاریابی محصولات به نفع تولیدکننده و مصرف‌کننده با کوتاه شدن زنجیره عرضه و تقاضا.

۴- حاکمیت عرضه و تقاضا و حق انتخاب خریداران با شناور شدن قیمت‌ها.

۵- آرایه محصولات کیفی و استاندارد و شناسنامه‌دار به دلیل این که مشخصات همه محصولات ثبت‌شده روی بسته آنها در قیاس با آنالیز محصول با فیلتر کنترل کیفی انجام می‌شود.

۶- حضور و مشارکت جدی بخش خصوصی که بستر این مشارکت در سامانه بازار محصولات کشاورزی فراهم می‌شود.

۷- نهایتاً مدیریت سازمان در بازار، توسعه می‌یابد. لازم به یادآوری است بیش از ۸۴۰۰ نفر ساعت جلسه‌های متعددی با حضور کارشناسان سازمان و خارج از آن طی مدت ۱۱ ماه انجام شده تا اینک طرحی جامع و اجرایی به نفع تولیدکننده و مصرف‌کننده به بار آورد.

مهندس رحمانی کلاته، قائم‌مقام مدیر عامل سازمان میوه و تره‌بار و میادین شهرداری تهران که پیگیر برنامه‌ها و مطالعات این طرح بوده و امور راهبردی و کاربردی اقدامات اجرایی سامانه بازار محصولات و فرآورده‌های کشاورزی را مدیریت کرده است، در جلسه‌ای که صبح روز یکشنبه ۱۱ دی ماه به منظور توجیه نمایندگان و مدیران شرکت‌های تولیدکننده کالا و مواد پروتئینی در میدان مرکزی بهمن برگزار شد، خلاصه‌ای از زحمات و تلاش ۱۱ ماهه مدیران و کارشناسان



کردن زنجیره تولید تا مصرف بین ۱۵ تا ۵۰ درصد و در مواردی بیشتر بر گرانی محصول می‌افزایند، حذف می‌شوند و در مقابل رضایت همه مردم حاصل می‌گردد.

نظارت و کنترل بر قیمت در محک عرضه و تقاضا چکش کاری شده و قیمت واقعی و خریدار واقعی و فروشنده واقعی به هم می‌رسند. البته ۲/۵ تا ۳ درصد سود به نظر رقم زیادی نیست؛ اما هنگامی که تولید عرضه می‌شود و در سطح کلان خرید انجام گرفته، وجوه خرید در همان لحظه توسط بانک کارگزار به حساب فروشنده واریز می‌شود فروشنده به اصل مبلغ و سود عادلانه رسیده و مصرف‌کنندگان بدون واسطه نیاز خود را برآورده کرده‌اند به نوعی عدالت اجتماعی و اقتصادی نیز برقرار شده و همگان سود زحمات خود را برده‌اند.

با توجه به فقدان یک سیستم online جهت دسترسی به اطلاعات مورد نیاز معاملات، در حال حاضر هر خریدار اعم از شخصی یا نماینده فروشگاه‌های زنجیره‌ای، تعاونی‌های مصرف و کارگزاران و کارپردازان و ماموران خرید هتل‌ها، جشنواره‌ها، همایش‌ها و... با مراجعه به بنکداران و سایر تامین‌کنندگان، نسبت به خرید اقلام مورد نیاز خود و حمل آن اقدام می‌نمایند، که در این روش نظارت مناسبی بر روند معاملات و مدیریت بر جریان بازار وجود ندارد.

وقتی در سطح بالایی کارتن‌ها پرتقال‌های ۱۷۰ گرمی جلوه‌گری می‌کند و در قسمت زیرین، پرتقال‌های ۷۰ گرمی پر از هسته و ترش‌مزه خود را پنهان کرده است یا قسمت تحتانی بسته‌های خرما پر از خرما می‌ترشیده یا کرم‌زده می‌باشد در حالی که یک ردیف خرما می‌تیمز روی جعبه خودنمایی می‌کند، یا تخم‌مرغ‌های ریز و تاریخ مصرف گذشته می‌تواند در کارتن‌های در بسته و بدون برند به خریدار فروخته شود یعنی اعتماد نسبت به کیفیت و تضمین بازگشت وجوه حاصل از خرید وجود ندارد. باید نمونه کالا و میزان آماده تحویل در میدان و در مقابل دید قرار گیرد. نماینده خریدار بلافاصله همه‌ی کارتن‌ها را



تایید قرار گیرد. در صورت تایید، کد پذیرش در سامانه صادر می‌گردد. از این جا واحد کنترل کیفیت بررسی‌های خود را روی سلامت محصول و بحث‌های بهداشتی، دامپزشکی و... آغاز و نظرات خود را ارایه می‌دهد. سپس محصول برای عرضه در سامانه بازار پذیرفته

می‌شود و براساس ضوابط سامانه و دریافت تضمین‌های لازم از سوی بانک و سامانه از واحد پذیرش شده، شرکت تولیدکننده محصول خود را با مشخصات یادشده به سیستم سامانه می‌فروشد. از طرف دیگر خریداران یا کارگزاران آنها پس از هماهنگی با بانک‌های کشاورزی و تعاون شهر و دریافت کد اعتباری به تالار تجارت مراجعه کرده، براساس سفارش و نیاز شرکت متبوع و با توجه به موجودی عرضه‌شده جداول در صفحات LCD نصب‌شده در تالار تجارت اقدام به سفارش خرید می‌نماید، خریداران هم از سیستم خرید می‌کنند و در حقیقت خریدار و فروشنده همدیگر را نمی‌بینند و مسوولیت کیفیت و سلامتی محصول و همچنین تضمین پرداخت بهاء محصول با سیستم است.

حسن دیگر این کار خرید نقدی و فروش اعتباری است یعنی به محض این که محصولی مانند تخم‌مرغ، گوشت، لبنیات، شیلات، روغن، میوه و... وارد سیستم شده و کارگزار خرید با ورود به کامپیوتر سفارش خرید را تایید می‌کند، بلافاصله مبلغ آن به قیمت تعیین‌شده به حساب فروشنده می‌رود، اما سیستم از خریدار محصول نقدا مبلغ را دریافت نمی‌کند و به صورت اعتباری و براساس موافقت خریدار و لحاظ کردن شرایط بانک از سوی خریدار پرداخت می‌گردد.

قائم‌مقام سازمان میادین میوه و تره‌بار به مسوولیت خطیر انتخاب شرکت‌های توانمند در تولید و متعهد در انجام وظایف و متضمن کیفیت و آنالیز ارایه شده اشاره کرده و گفت در مرحله اول صرفاً ۴۰ شرکت از بین مجموعه‌های تولیدی که با سازمان همکاری داشته یا کیفیت بسیار بالایی دارند، انتخاب شده‌اند تا در نمایشگاه سامانه بازار حضور یابند. با توجه به محدودیت مساحت سالن تنها یک غرفه ۱۲ متری به هر شرکت‌کننده اختصاص می‌یابد و امیدواریم بازدیدکنندگان تخصصی و خریداران بزرگ مانند فروشگاه‌های زنجیره‌ای، شرکت‌های بازرگانی تامین‌کننده، مجموعه‌های رستورانی و فروشگاه‌های تعاونی مصرف و... در بازدید از نمایشگاه با توانمندی تولیدکنندگان عضو سامانه بازار آشنا شوند.

با توجه به تجارب آقای مهندس رحمانی، مدیریت سازمان تعاون روستایی وی از نماینده این سازمان خواست در همه استان‌ها شبکه‌سازی کنند و به این مساله حیاتی کمک کنند.

مهندس رحمانی اظهار امیدواری کرد در این نمایشگاه چالش‌ها، بحث‌ها و توانایی‌ها در دیدار با خریداران بزرگ مطرح شود و ان‌شاءالله حاصل آن به تفاهم این دو گروه عظیم بیانجامد تا با حذف واسطه‌ها و دلال‌ها، قیمت خرید محصول حداقل ۱۵ درصد کاهش یابد.

و پرسنل سازمان را در رابطه با مطالعات اولیه، مطالعات مربوط به طراحی وب‌سایت، اجرای آزمایشی طرح به صورت پدافند غیرعامل، اجرای نمایشگاه، کارگزاران فروش و تولیدکنندگان، استقرار کارگزاران خرید و فروش در دفاتر تجاری و... تشریح کرد. همچنین نمایندگان بانک کشاورزی، بانک اعتباری شهر و جمعی از مدیران شرکت‌های علاقه‌مند به طرح سامانه نظرات و برنامه‌های خود را مطرح نمودند. در آغاز مهندس رحمانی اطلاعات تازه‌ای از اهداف سازمان میادین، نحوه برگزاری نمایشگاه و راه‌اندازی سامانه بازار فرآورده‌ها و محصولات کشاورزی ارایه داد.

دکتر عفتی مدیر روابط عمومی و بین‌المللی سازمان در ابتدا جلسه ضمن خیر مقدم به مدعوین و نمایندگان حدود ۴۰ شرکت خصوصی و تعاونی تولیدکننده محصولات دامی پروتئینی که از سراسر ایران در تهران حضور به هم رسانده بودند و همچنین قائم‌مقام سازمان آقای مهندس رحمانی و نمایندگان بانک‌های کشاورزی و اعتبار شهر از آقای مهندس رحمانی خواست جلسه را افتتاح و نظارت خود را در این رابطه مطرح کند.

نماینده بانک کشاورزی در این جلسه اظهار داشت کار تهیه نرم‌افزارهای مربوطه شروع شده تا به صورت قدرتمند در این کار ملی حضور داشته باشیم.

وی گفت بانک کشاورزی در رابطه‌ای تنگاتنگ با شرکت بازرگانی دولتی و سازمان مرکزی تعاون روستایی به مبادله اطلاعات و تجارب پرداخته است تا فعالیت سامانه به صورت یک سایت **online** و هر لحظه با جدول قیمت‌ها، نوع محصول و مشخصات آن قابل رویت باشد. در این سامانه درخواست خرید کارگزار خریدار، به کارگزار فروشنده اعلام و در همان لحظه جابه‌جایی و فروش محصول انجام می‌شود، در حالی که در شرایط سنتی کارگزار باید محصول را ببیند، قیمت بگیرد، بررسی کند و یکی ۲ روز بعد مراجعه نماید، در حالی که مشخص نیست در آن زمان محصول با همین کیفیت و قیمت باقی مانده باشد؛ اما با فعال شدن سامانه بازار تمام مشکلات مرتفع شده و قیمت نیز بسیار کاهش می‌یابد.

سپس نماینده بانک اعتباری شهر با ارایه اطلاعاتی در مورد خدمات این بانک در رابطه با سامانه تنظیم بازار خطاب به شرکت‌کنندگان گفت پشتیبانی همه‌جانبه این طرح، تضمین همه‌ی غرفه‌های عرضه‌کننده محصول را می‌نماید. این بانک نیز نرم‌افزار جدیدی طراحی کرده است که همه‌ی اطلاعات مورد نیاز را به صورت **online** ارایه و در جابه‌جایی مطالبات به سرعت عمل می‌نماید.

مهندس رحمانی در ادامه گفت نحوه همکاری با سامانه بازار بدین گونه است که ابتدا درخواست کتبی از سوی شرکت تولیدکننده به سامانه ارایه می‌شود. این درخواست به هیات پذیرش ارایه می‌گردد تا کیفیت تولید، نحوه عملکرد و بسته‌بندی و ارایه محصول مورد

بیش از ۸۴۰۰ نفر ساعت
جلسه‌های متعددی با
حضور کارشناسان
سازمان و خارج از آن طی
مدت ۱۱ ماه انجام شده
تا اینک طرحی جامع و
اجرایی به نفع تولیدکننده
و مصرف‌کننده به بار
آورد.