



خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
دیپلم و عضویت دیره

به نام پروردگار صانع

تولید ملی، افتخار ملی

نشانی: تهران - میدان چهار (قاسمی) - خیابان قلندریان شمالی
پایین تر از نقاط زرتشت - کوچه برادران شهید عسکری - پلاک ۲
کد پستی: ۱۴۱۵۷۴۳۷۶۱
تلفن و شماره: ۲-۸۸۹۷۱۸۴۲ : ۶۳-۸۸۳۴۸۷۶۰
رایانه: iranhim_nge@yahoo.com
info@iranhim.ir
لحکاتی شبکه دولت: kbhane-sanat@tehran.gov.ir
تارنما: www.Iranhim.ir
شماره ثبت: ۲۸۳۴۶ - شناسه ملی: ۱۰۲۲۰۶۹۱۴۲۰

پیوست: دارد

تاریخ: ۱۴۰۱/۱۲/۱۱

شماره: ۴-۳۴۵-۸۳۵۱

همکاران گرامی

دبیران محترم خانه های صنعت، معدن و تجارت استان ها

با سلام و احترام؛

ضمن آرزوی سلامتی و توفیق روزافزون، به پیوست موارد ذیل، واسله از موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت جهت استحضار، بهره برداری و اطلاع رسانی به حضورتان تقدیم می گردد.

۱- اقتصاد چرخشی، سیاست تحول آفرین در اتحادیه اروپا و آموزه های سیاستی برای ایران (دیدگاه شماره

۱۰۰۸)

۲- بررسی وضعیت نظام توزیع کالاهای تند مصرف (FMCG) در کشور اسپانیا و درس هایی برای ایران

(دیدگاه شماره ۱۰۰۹)

با تجدید احترام

سیدمحمد رضا مرتضوی

دبیران محترم استان ها
علی حسینی





دیدگاه

شماره: ۱۰۰۹
تاریخ: ۱۴۰۱/۱۲/۰۸
موضوع: بررسی وضعیت نظام توزیع کالاهای تندمصرف (FMCG) در کشور اسپانیا و درس‌هایی برای ایران

تهیه و تنظیم: رضا احمدی

توضیح اجمالی:

از زمان افتتاح اولین فروشگاه بزرگ توزیع و عرضه کالا در اسپانیا (سال ۱۹۵۷)، این مدل توزیع و فروش به‌ویژه در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ گسترش یافت و در حال حاضر فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ نوعی انحصار مطلق در توزیع مواد غذایی را رقم زده‌اند. در حال حاضر، هفت زنجیره بزرگ توزیع کالا در اسپانیا، بیش از نیمی از مواد غذایی خریداری شده در این کشور را توزیع می‌کنند و در مجموع ۵۶.۱ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص می‌دهند:

نام مرکز	عمده فعالیت	میزان فروش در سال ۲۰۲۱ (میلیارد یورو)	سهم بازار (درصد)
مرکادونا (Mercadona SA)	سوپرمارکت	۲۵.۵	۲۶.۷
کارفور (Carrefour)	هایپرمارکت / سوپرمارکت / فروشگاه‌های تخفیفی	۶.۹	۷.۳
لیدل (Lidl)	فروشگاه‌های تخفیفی	۵.۵	۵.۸
دیا (Dia)	فروشگاه‌های تخفیفی	۵.۱	۵.۴
اروسکی (Eroski)	هایپرمارکت / سوپرمارکت	۴.۲	۴.۵
کانسوم (Consum)	سوپرمارکت	۲.۲	۲.۴
اوشان (Auchan)	خرده‌فروشی	۲.۸	۳
جمع کل		۵۳.۲	۵۶.۱

منبع: Andorra Business

اگر توزیع انجام شده توسط دو مرکز عمده فروشی بین‌المللی (Euronadi و IFA) را به این موارد اضافه کنیم، می‌توان نتیجه گرفت که تنها ۹ شرکت، ۷۵ درصد توزیع مواد غذایی در اسپانیا را کنترل می‌کنند. این موضوع سبب می‌شود مصرف‌کننده تنوع دسترسی کمتری به محصولات مورد نیاز خود داشته باشد؛ و از سوی دیگر، تولیدکننده نیز گزینه‌های کمتری برای فروش محصولات خود به مصرف‌کننده دارد. در این وضعیت، نظام توزیع همافند ساعت شنی عمل می‌کند: میلیون‌ها مصرف‌کننده در یک طرف و هزاران تولیدکننده در طرف دیگر، و تنها چند شرکت که زنجیره توزیع محصولات غذایی را کنترل می‌کنند. این مدل توزیع مدرن در کنار مزایایی همچون نظارت و بازرسی آسان‌تر بر عرضه‌کنندگان کالا و نیز ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش‌هایی مانند بسته‌بندی، سورتینگ و غیره، نه تنها برای تولیدکننده و مصرف‌کننده، بلکه برای محیط زیست، تجارت محلی و نیروی کار نیز پیامدهای جدی به همراه دارد؛ که در ادامه به تشریح آن‌ها می‌پردازیم:

وضعیت مزایا	وضعیت هزینه
<p>نابدید شدن روزافزون کسب‌وکارهای کوچک محلی مشکلات دسترسی به محصولات غذایی را برای گروه‌هایی که منابع اقتصادی کمتری دارند، افراد مسن و کسانی که خودرو ندارند، ایجاد کرده است. تعمیم مراکز خرید بزرگ در حومه شهرها و در نتیجه تعطیلی مشاغل محلی، به این معنی است که کسانی که دسترسی به حمل‌ونقل خصوصی نداشته باشند یا توانایی خرید کمتری داشته باشند از سیستم توزیع مواد غذایی خارج می‌شوند. این وضعیت به ظهور به اصطلاح «کویرهای غذایی» کمک کرده است؛ مناطق شهری که با نابدید شدن مشاغل کوچک محلی، جمعیت محلی را بدون ذخایر غذایی رها کرده است و آن‌ها را از دسترسی به غذای تازه و سالم محروم ساخته است.</p>	<p>در کشور اسپانیا در طول ۱۰ سال گذشته، به صورت روزانه تقریباً ده مزرعه نابدید شده و جمعیت فعال دهقانان به ۵.۶ درصد کاهش یافته است. با ادامه این روند، در پانزده سال آینده، دولت اسپانیا باید ۸۰ درصد مواد غذایی مورد نیاز خود را وارد کند. همچنین براساس آخرین آمارهای رسمی منتشر شده، شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) مواد غذایی در اسپانیا در دسامبر ۲۰۲۲ نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۵.۶۹ درصد افزایش یافته است اما قیمت فروش محصولات کشاورزی کاهش یافت. این امر باعث کاهش ۱۲ درصدی درآمد تولیدکننده (کشاورز) شده است. به بیان دیگر، این وضعیت انحصاری موجب شده است که کشاورز برای محصول تولیدی خود درآمد کمتری داشته باشد و مصرف‌کننده نیز هزینه بیشتری پرداخت نماید؛ این در حالی است که فعالان اصلی نظام توزیع این مابه‌التفاوت را دریافت کنند. براساس برآوردهای صورت گرفته، بیش از ۶۰ درصد از منود تهابی قیمت محصول در شبکه توزیع متمرکز شده است.</p>



دیدگاه

<p>کالایی شدن مواد غذایی موجب شده است تا برای رساندن مواد غذایی از مزرعه و باغ تا مصرف کننده نهایی به ناچار مسیرهای طولانی طی شود. در حال حاضر تخمین زده می‌شود به منظور دستیابی مصرف کننده نهایی به مواد غذایی، بین ۲۵۰۰ تا ۴۰۰۰ کیلومتر مسافت طی می‌شود که این میزان ۲۵ درصد بیشتر از سال ۱۹۸۰ است. در کنار پیامدهای زیست محیطی جدی این موضوع، افزایش استفاده از خودرو برای رسیدن به این فروشگاهها و خرید مواد غذایی، یا هزینه‌هایی همچون انتشار گازهای گلخانه‌ای، افزایش مشکلات ترافیکی، آلودگی صوتی و تصادفات همراه است. علاوه بر این، استفاده بیش از حد از این فروشگاهها موجب افزایش زباله‌های خانگی می‌شود؛ به گونه‌ای که براساس برآوردهای جهانی، ظروف بسته‌بندی یک چهارم زباله‌های خانگی را تشکیل می‌دهند که ۷۰ درصد از این میزان، مربوط به ظروف بسته‌بندی مواد غذایی است. همچنین خریدارانی که از تعاونی‌های مصرف خریداری می‌کنند، ۷۵ درصد کمتر از خریدارانی که از سوپرمارکتها خرید می‌کنند زباله تولید می‌کنند.</p>	<p>آسیب‌های زیست محیطی جهیزان ناپذیر</p>	<p>باید در نظر داشت که مشاغل کوچک بخشی از اقتصاد و جامعه محلی هستند و به ثنویت آن کمک می‌کنند. با ظهور نظام توزیع مدرن از دهه ۱۹۸۰، تجارت سنتی مواد غذایی دچار فرسایش دائمی و غیرقابل توقف شده است؛ به گونه‌ای که اثر در سال ۱۹۹۸، ۹۵۰۰۰ فروشگاه در اسپانیا وجود داشت، در سال ۲۰۰۴ این رقم به ۲۵۰۰۰ فروشگاه کاهش یافت. برخی از مطالعات تأثیر توزیع مدرن در سطح محلی را تحلیل کرده‌اند. به عنوان مثال، نوی مارک و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که به ازای هر شغل ایجاد شده توسط مال‌مارت، ۱.۵ شغل از مشاغل محلی از بین می‌رود. همچنین پژوهشی که توسط لا تروب در سال ۲۰۰۲ صورت گرفته نشان دهنده آن است که ۵۰ درصد از سود حاصل از فعالیت فعالان محلی نظام توزیع، معمولاً از طریق خرید محصولات محلی، دستمزد کارگران و - به جامعه محلی بازمی‌گردد؛ در حالی که این عدد برای شبکه نظام توزیع مدرن تنها ۵ درصد است.</p>	<p>کاهش چشم‌گیر تجارت محلی</p>
<p>یکی از پیامدهای نظام توزیع مدرن، یکنواخت شدن و استانداردسازی محصولات تولیدی است. به عنوان مثال، اگر در سال‌های نخستین دوره در مناطق خاصی از اسپانیا تا صدعا گونه مختلف میوه وجود داشت، امروزه در یک فروشگاه زنجیره‌ای تنها می‌توانید حداکثر ده نوع میوه را در طول سال پیدا کنید. این امر منجر به کنار گذاشتن کسب گونه‌های گیاهی به نفع آن‌هایی شده است که به دلیل ویژگی‌های ماندگاری، رنگ، اندازه و - مورد تقاضای خرده‌فروشان بزرگ هستند. وضعیتی که می‌توان آن را در مورد بسیاری از مواد غذایی دیگر مانند ذرت، گوچه فرنگی، سبب زمین می‌بینیم - که در آن معیارهای تجاری و تولیدی بر معیارهای سلامتی و زیست محیطی غالب شده‌اند. اعمال کرد.</p>	<p>کاهش تنوع مواد غذایی</p>	<p>بررسی وضعیت اشتغال نیروی کار در اسپانیا حکایت از آن دارد که جمعیتی بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر در بخش تجارت عمده‌فروشی و خرده‌فروشی این کشور اشتغال دارند (۸۰۰ هزار نفر در بخش عمده‌فروشی و یک میلیون و ۷۰۰ هزار نفر در بخش خرده‌فروشی). این در حالی است که میانگین حقوق دریافتی این فعالان نسبت به میانگین حقوق دریافتی کل فعالان اسپانیا، ۱۲.۷ درصد کمتر است. این عامل در کنار فشارهای سنگین کاری، وظایف تکراری و معمولی و البته استقلال کم در تصمیم‌گیری سبب افزایش فشار بر نیروی کار و در نتیجه کاهش بهره‌وری آن می‌شود.</p>	<p>افزایش فشار بر نیروی کار</p>

نکات کلیدی:

در کنار آسیب‌های بیان شده، توسعه نظام توزیع مدرن در اسپانیا مزایایی نیز به همراه داشته است: از جمله نظارت آسان‌تر بر عرضه کنندگان کالا و نیز ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش‌هایی مانند بسته‌بندی، سورتینگ و غیره. برای جلوگیری از بروز آسیب‌های ناشی از نظام توزیع مدرن در کشور و استفاده از مزایای آن می‌توان به این موارد به عنوان پیشنهادها کار بردی در حوزه ساماندهی نظام توزیع اشاره کرد:

۱- **افزایش میزان تولید و بهر دوری محصولات کشاورزی:** براساس برآوردهای صورت گرفته از ظرفیت تولید ۱۴۱ میلیون تن محصولات کشاورزی در کشور، ۱۲۵ میلیون تن محصولات کشاورزی برداشت می‌شود (۸۸ درصد پتانسیل افزایش تولید)؛ که از این میزان حدود ۲۷.۵ میلیون تن محصولات کشاورزی به ضایعات تبدیل می‌شود (۳۰ درصد محصولات کشاورزی تولیدی). اجرای دقیق سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف که از سال ۱۳۸۹ از سوی رهبر معظم انقلاب ابلاغ شده است، می‌تواند علاوه بر افزایش تولید، موجب افزایش بهره‌وری نظام توزیع و در نتیجه کاهش قیمت تمام شده محصولات غذایی شود. به عنوان مثال، می‌توان با کاهش ضایعات و افزایش تولید محصولات کشاورزی، میزان تولید محصول کشاورزی کشور را از ۸۷.۵ میلیون تن به ۱۴۱ میلیون تن ارتقاء داد (۶۱ درصد افزایش محصولات کشاورزی). برای تحقق این موضوع لازم است نسبت به توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی، حمایت از سرمایه‌گذاری گسترده در زیربخش‌های مختلف بخش کشاورزی و به حداقل رساندن هدر رفت آب با توسعه بکارگیری تجهیزات نوین آبیاری اقدام شود.

در مجموع می‌توان گفت افزایش میزان تولید و بهره‌وری محصولات کشاورزی موجب افزایش صرفه‌های ناشی از مقیاس تولید شده و با افزایش درآمد تولید کنندگان، «افزایش دسترسی به محصولات غذایی»، «کاهش فشار بر نیروی کار» و «کاهش قیمت تمام شده» همراه خواهد شد.



دیدگاه

- ۲- توسعه شرکت‌های خدمات پشتیبان توزیع: با عنایت به اهمیت افزایش بهره‌وری زنجیره‌های ارزش، کاهش ضایعات ناشی از تولید و مبارزه با آلودگی‌های زیست‌محیطی ناشی از فعالیت‌های تولیدی، هرچه ساختار توزیعی یک کشور از توسعه یافتگی بالاتری برخوردار باشد، جایگاه مدیریت امور بازرگانی و خدمات پشتیبان توزیعی از «تأمین زیرساخت‌های ذخیره‌سازی و انبارهای بازرگانی» به سمت ارائه خدمات پشتیبان توزیع با ارزش افزوده بالاتر همچون سورتینگ، بسته‌بندی و سپس برنامه‌ریزی توزیع» تعمیم می‌یابد. لذا، توسعه هاب‌های توزیعی و لجستیکی در کشور یکی از اساسی‌ترین نیازهای این بخش به‌منظور کاهش قیمت تمام شده کالا محسوب می‌شود.
- بر این اساس، توسعه شرکت‌های خدمات پشتیبان توزیع در کشور می‌تواند با «ایجاد فرصت‌های شغلی جدید» در بخش‌هایی مانند بسته‌بندی، سورتینگ و غیره علاوه بر کاهش ضایعات ناشی از تولید محصولات کشاورزی، به «افزایش کیفیت محصولات غذایی» نیز کمک کند.
- ۳- توسعه زنجیره نظام توزیع پاسخگو و مبتنی بر تقاضا: حرکت به سمت زنجیره‌های تأمین مبتنی بر تقاضا به خرده‌فروشان اجازه می‌دهد تا نیازهای متغیر مصرف‌کنندگان را بهتر پیش‌بینی کنند. این اقدام، از استراتژی‌های دیگری مانند پیاده‌سازی ترکیب محصول، قیمت‌گذاری، تبلیغات، معرفی محصول جدید، هزینه‌های بازاریابی و برنامه‌ریزی تبلیغات و همچنین توانایی مدیریت کارآمد موجودی در سراسر زنجیره تأمین پشتیبانی می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، خرده‌فروشان با انجام این کار می‌توانند هزینه‌های لجستیکی و موجودی مازاد خود را به حداقل برسانند. براساس محاسبات صورت گرفته از سوی KPMG، شرکت‌ها با اتخاذ استراتژی زنجیره تأمین تقاضامحور می‌توانند فروش خود را تا ۴ درصد افزایش دهند، هزینه‌های عملیاتی خود را تا ۱۰ درصد کاهش داده و موجودی کالا را نیز تا ۳۰ درصد کاهش دهند.
- بنابراین توسعه زنجیره نظام توزیع پاسخگو و مبتنی بر تقاضا می‌تواند علاوه بر «افزایش تجارت محلی» و «افزایش دسترسی به محصولات غذایی»، موجب کاهش هزینه‌های نظام توزیع شده و در نتیجه قیمت تمام شده محصولات غذایی را نیز کاهش می‌دهد.
- ۴- تنظیم روابط بین تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان: به‌منظور کاهش وابستگی در روابط تجاری میان تولیدکنندگان و فعالان نظام توزیع، قراردادهای میان این دو باسسی براساس قیمت‌های تعیین شده بدون تخفیف‌های پنهان باشد. به‌عبارت‌دیگر، فروش زیر قیمت بهای تمام شده تولید بایستی ممنوع اعلام شود. این موضوع موجب جلوگیری از استفاده توزیع‌کنندگان بزرگ از قدرت بازار خود برای درخواست شرایط ویژه از تأمین‌کنندگان خواهد شد.
- در مجموع تنظیم روابط بین تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان می‌تواند علاوه بر بهره‌مندی کشور از مزایای نظام توزیع مدرن، از آسیب‌های ناشی از آن جلوگیری به عمل آورد.



دیندگیا

شماره: ۱۰۰۸

تاریخ: ۱۴۰۱/۱۲/۰۱

موضوع: «اقتصاد چرخشی» سیاست تحول آفرین در اتحادیه اروپا و آموزه‌های سیاستی برای ایران

تهیه و تنظیم: **فائزه هدایت نظری**

توضیح اجمالی:

با عنایت به نتایج بررسی‌های جهانی انتظار می‌رود تا چهل سال آینده مصرف جهانی موادی مانند موخ‌های فسیلی، فلزات و مواد معدنی، منابع طبیعی و غیره دو برابر شود؛ این در حالی است که پیش‌بینی می‌شود تولید سالانه زیاده نیز تا ۷۰ درصد افزایش یابد. از این رو، از سال ۲۰۱۵ تاکنون کمیته اقتصادی و اجتماعی اروپا و کمیته مناطق^۱ تمرکز بر توسعه «اقتصاد چرخشی»^۲ در بین کشورهای عضو اتحادیه اروپا را به عنوان موضوعی مهم و استراتژیک به رسمیت می‌شناسد که طی آن رشد اقتصادی با بی‌اثر کردن مضرات آلودگی‌های حاصل از فعالیت‌های صنعتی (برای آب، هوا، زمین و غیره) همراه باشد و بتواند همچنان قدرت رقابت‌پذیری اتحادیه اروپا را نیز تضمین نماید. مطالعه اخیر اتحادیه اروپا تخمین می‌زند که اعمال نمودن اصول اقتصاد چرخشی در همه بخش‌های اقتصادی اتحادیه اروپا این پتانسیل را دارد که تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپا را تا سال ۲۰۳۰ به میزان ۰.۵ درصد افزایش دهد و همچنین، حدود ۷۰۰ هزار شغل جدید در این منطقه ایجاد نماید. در این راستا «طرح اقدام برای اقتصاد چرخشی ۲۰۲۰-۲۰۳۰»^۳ در اتحادیه اروپا تدوین شده است. این طرح مجموعه‌ای از نوآوری‌ها و ابتکارات مرتبط را برای ایجاد یک چارچوب سیاستی کلان برای تولید انواع محصولات با قدرت رقابتی قوی و منسجم ارائه می‌دهد که تولید محصولات، خدمات و مدل‌های تجاری پایدار را به استاندارد همگانی در اقتصاد اروپا تبدیل کند. علاوه بر آن، الگوهای مصرف را تغییر می‌دهد تا تولید زیاده در زنجیره ارزش (چرخشی) به صفر برسد. در این طرح، رویکرد اقتصاد چرخشی با پیشبرد اقدامات گسترده برای کاهش ضایعات و اطمینان از عملکرد مقتضی بازار داخلی برای کاربرد مواد خام ثانویه با کیفیت بالا اتخاذ شده است. بدین ترتیب، اتحادیه اروپا از قدرت نفوذ حداکثری خود در حوزه‌های پژوهشی، نوآوری و منابع مالی برای اجرای اهداف توسعه پایدار در این طرح تا سال ۲۰۳۰ استفاده خواهد کرد. با بتواند به رهبر پیشگام در امر پیاده‌سازی اقتصاد چرخشی در جهان بدل شده و همراستا با ارتقای رفاه مصرف‌کنندگان و رشد تولید ناخالص داخلی این بازار، حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی (تجدیدناپذیر) منطقه را نیز تضمین نماید. با توجه به اهمیت «طرح اقدام برای اقتصاد چرخشی ۲۰۲۰-۲۰۳۰» به عنوان سیاست تحول آفرین اتحادیه اروپا، در ادامه مهمترین راهبردهای اقتصاد چرخشی مطرح شده در این طرح ارائه و تشریح شده است:

- ۱- سیاست طراحی محصولات پایدار: در این راهبرد سیاستی تنظیم جنبه‌های اقتصاد چرخشی در طراحی محصولات مشتمل بر اقدامات زیر می‌باشد:
 - الف) بهبود دوام محصولات، قابلیت استفاده مجدد، قابلیت ارتقا و تعمیر، مقابله با مواد شیمیایی خطرناک در محصولات و افزایش بهره‌وری انرژی و منابع آنها، ب) افزایش محتوای بازیافت شده در محصولات، ضمن اطمینان از عملکرد و ایمنی آنها، ج) امکان ساخت مجدد و یا بازیافت (با کیفیت) پسماندهای تولیدی، د) کاهش کربن و ردیاب صنعتی در محیط زیست، ه) محدود کردن محصولات یکبار مصرف و مقابله با کهنگی و از رده خارج شدن زودرس کالاها، و) تشویق مدل‌های کسب و کاری که در آن تولیدکنندگان مالکیت محصول و مسئولیت عملکرد آن را در طول چرخه عمر محصول حفظ می‌کنند، ح) بسج کلید پتانسیل‌های بالقوه دیجیتالی کردن اطلاعات محصول، از جمله توسعه راه‌حل‌هایی مانند پاسپورت، برجسب‌گذاری و واترمارک‌های دیجیتال برای محصولات، ط) اعطای پاداش و مشوق‌های مالی به تولیدکنندگان بر اساس قدرت عملکرد پایداری در محصولات عرضه شده آنها.
- ۲- توانمندسازی مصرف‌کنندگان و خریداران بخش دولتی: در این راهبرد سیاستی اقدامات حوزه توانمندسازی بازار مصرف بخش خانوارها و بخش دولتی مشتمل بر موارد زیر می‌باشد:
 - ۱-۲) بازار مصرف‌کنندگان (افراد و خانوارها): الف) اطمینان حاصل شود که مصرف‌کنندگان بتوانند اطلاعات قابل اعتماد و مرتبط در مورد محصولات را در فرآیندهای فروش دریافت کنند (از جمله اطلاعات در مورد طول عمر محصولات، در دسترس بودن خدمات تعمیرات، دفترچه راهنمای قطعات یدکی و تعمیراتی، ب) تقویت روش‌های حمایت از مصرف‌کنندگان در برابر فرسودگی، از رده خارج شدن و کهنگی زودرس محصولات با تعیین حداقل الزامات برای برجسب‌ها و آرم‌های پایداری و تعیین ابزارهای اطلاعاتی لازم، ج) در نظر گرفتن حقوق جدید برای مصرف‌کنندگان و ایجاد «حق تعمیر»^۴ (به عنوان مثال: حق در دسترس بودن قطعات یدکی یا دسترسی به تعمیرات رایگان) و ارتقاء حوزه خدمات فناوری‌های الکترونیکی، اطلاعاتی و ارتباطی، د) تقویت سیستماتیک و یکپارچه قابلیت با دوام بودن، بازیافت‌پذیری و تولید محصول از محتوای بازیافتی از طریق به‌کارگیری «برجسب زیست محیطی اتحادیه اروپا»^۵.

^۱ The European Economic and Social Committee and The Committee of The Regions

^۲ Circular Economy (CE)

^۳ Circular Economy Action Plan

^۴ 'Right to repair'

^۵ EU Ecolabel: برای اصلی نشان زیست محیطی اتحادیه اروپا، کالاها و خدمات باید استانداردهای زیست‌محیطی بالایی را در طول چرخه عمر خود رعایت کنند که

از استخراج مواد خام تا تولید، توزیع و دفع نهایی را شامل می‌شود. این برجسب همچنین شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا محصولات ترازورانه تولید کنند که با دوام بوده و به

استان قابل تعمیر و بازیافت هستند.



دیدگاه

۲۰۲ بازار مصرف‌کنندگان حقوقی (متمرکز بر شرکت‌های دولتی): قدرت خرید مقامات دولتی ۱۴ درصد از تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپا را تشکیل می‌دهد و می‌تواند به عنوان یک محرک قدرتمند برای تقاضای محصولات پایدار عمل کند. برای استفاده از این پتانسیل مهم، معیارها و اهداف تدارکات دولتی سبز (GPP)^۱ در قوانین گنجانده شده است تا نظارت بر تدارکات دولتی سبز (GPP) بدون ایجاد بار اضافی اداری و هزینه‌های غیرموجه برای خریداران دولتی اجرایی شود. علاوه بر این، حمایت از ظرفیت‌سازی این بخش همراه با آموزش و انتشار شیوه‌نامه‌های مناسب برای تشویق خریداران دولتی در طرح ویژه اروپا با عنوان «خریداران دولتی در حمایت از اقلیم و محیط زیست»^۲ ادامه یافته است که معاملات بین خریداران متعهد به اجرای GPP را تسهیل می‌کند.

۳- چرخشی بودن فرآیندهای تولید محصولات: چرخشی بودن زنجیره ارزش و فرآیندهای تولیدی، بسیار ضروری است و فرصت‌های اقتصادی جدیدی ایجاد می‌کند. همچنین می‌تواند صرفه‌جویی قابل توجهی در جریان مواد و منابع در سراسر زنجیره ارزش و فرآیندهای تولید ایجاد کند. امکان چرخش بیشتر با اقدامات زیر میسر می‌شود:

الف) ارزیابی گزینه‌های اجرایی برای ترویج بیشتر چرخش در فرآیندهای صنعتی در چارچوب دستورالعمل‌های محیط زیستی و مقابله با انتشار گازهای گلخانه‌ای صنعتی، به تسهیل «همگرایی صنعت با محیط زیست» در قالب توسعه یک سیستم گزارش‌دهی و صدور گواهی‌نامه به رهبران صنعت در اجرای همگرایی صنعتی با محیط زیست، ج) حمایت از اجرای برنامه‌ها و اقدامات اقتصاد زیستی، د) ترویج استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای شناسایی، ردیابی و نقشه برداری از منابع، ه) ترویج جذب فناوری‌های سبز در صنعت از طریق به‌کارگیری سیستم اعتبار بخشی به صحت ثبت تأیید فناوری‌های زیست‌محیطی اتحادیه اروپا (صدور گواهی از اتحادیه اروپا).

۴- شناسایی زنجیره ارزش چرخشی محصولات اولویت‌دار: در این طرح، گروه‌های محصولی اولویت‌دار شناسایی شده در زمینه زنجیره‌های ارزش اقتصاد چرخشی مشخص شده‌اند که عبارتند از: لوازم الکتریکی، الکترونیک و (ICT)، نساجی و پوشاک، مبلمان و همچنین مواد اولیه و محصولات واسطه‌ای مانند فولاد، سیمان و مواد شیمیایی. شایان ذکر است این گروه‌های محصولی بر اساس تأثیرات زیست‌محیطی و دارا بودن پتانسیل رشد اقتصاد چرخشی آنها شناسایی و در این طرح تعیین اولویت شده‌اند.

نکات کلیدی:

براساس یافته‌های مستخرج از تجربه اتحادیه اروپا در سیاستگذاری اقتصاد چرخشی، آموزه‌هایی برای ایران در ۲ محور اصلی احصاء و بیان شده است:

الف) توسعه «اقتصاد چرخشی» در کشور به عنوان سیاست تحول‌آفرین اقتصادی، باید پذیرفت که توسعه اقتصادی کشور بدون توجه به آثار اجتماعی و زیست‌محیطی ناشی از اقدامات صنعت، امری ناقص و ایتر است و لذا اهتمام به گذار از اقتصاد خطی به اقتصاد چرخشی (که شیوه نوینی برای خلق ارزش و رفاه برای جوامع است و عمدتاً با افزایش طول عمر محصولات تولیدی از طریق بهبود طراحی و خدمات، امکان کاربرد مجدد، توسعه تعمیرات، کاهش ضایعات و دورریز از ابتدا تا انتهای زنجیره ارزش همراه است) ضرورت داشته و به منظور تحول‌آفرینی در عرصه‌های اقتصادی و صنعتی باید در صدر اهداف سیاستگذاری ملی کشور قرار بگیرد. همچنین، به منظور پیاده‌سازی و توسعه اقتصاد چرخشی در کشور باید گروه‌های محصولی دارای اولویت برای ورود به زنجیره ارزش چرخشی صنعت شناسایی شده و راهکارهای زیرساختی و حمایتی مقتضی تدوین گردد.

ب) تقویت عرضه و تقاضای محصولات پایدار در «اقتصاد چرخشی». این امر با پیاده‌سازی برنامه‌های جامع بازیافت انواع پسماند و همچنین تمرکز بر کاربرد مجدد (چندباره) مواد در صنایع مختلف امکان‌پذیر است. بدین‌رو، در بخش عرضه تخصیص مشوق‌های مالی و مالیاتی برای تولیدکنندگان و سایر بازیگران فعال در زنجیره ارزش چرخشی و لجستیک معکوس در راستای حفظ منابع طبیعی موجود، توسعه و تولید محصولات نوآورانه و دوستدار محیط زیست که قابلیت تعمیر مجدد و کاربرد چندباره داشته و با اجزا و قطعات حاصل از ضایعات و پسماند آن قابل بازیافت باشند، امری مهم و ضروری است. علاوه بر آن، حمایت از همزیستی صنعتی و تقویت بنیان تحقیق و توسعه در راستای ارتقای روش‌های نوآورانه برای گردآوری، بازیافت و به‌کارگیری مجدد منابع موجود در پسماندهای مختلف صنعتی باید هرچه سریعتر در اولویت ارکان سیاستگذاری کشور قرار بگیرد. علاوه بر آن، در بخش تقاضا، آگاهی‌رسانی عمومی به مصرف‌کنندگان و سازمان‌های دولتی و خصوصی در خصوص اهمیت اقتصاد چرخشی و منافع حاصل از پیاده‌سازی آن در کشور (در حوزه حفظ محیط زیست و رشد اقتصادی) باید به طور گسترده دنبال شود. علاوه بر آن، با تقویت روش‌های مدیریت پسماند بهداشتی (مانند تفکیک پسماند از مبدا) و به‌کارگیری طرح‌های حمایتی مانند تخصیص تسهیلات و یارانه برای خرید و مصرف محصولات پایدار و دوستدار محیط زیست، استفاده از محصولات دست دوم (تعمیر شده یا ارتقاء یافته) و خدمات به اشتراک‌گذاری کالاها (مبنی بر پلتفرم‌های دیجیتال)، تقاضای داخلی برای محصولات پایدار تقویت شود.

^۱ Green Public Procurement (GPP)

^۲ Public Buyers for Climate and Environment



وزارت صنعت، معدن و تجارت

سرپرست

بسمه تعالی
وزارت صنعت، معدن و تجارت
موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

«تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین»

- جناب آقای شافعی - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خوانساری - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
- جناب آقای قاسمی - رئیس محترم مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خلیلی عراقی - رئیس محترم هیات مدیره انجمن مدیران صنایع
- جناب آقای سهل آبادی - رئیس محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای مرتضوی - دبیر کل محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای غزنوی - دبیر کل محترم مجمع کارآفرینان ایران
- جناب آقای عرب مازار - رئیس محترم هیات مدیره انجمن علوم سیستم‌های ایران
- جناب آقای بهرامی - رئیس محترم خانه معدن ایران

با سلام و احترام؛ با هدف انعکاس تحلیل‌ها و نظرات این موسسه، دیدگاه شماره (۱۰۰۸) تحت عنوان «اقتصاد چرخشی» سیاست تحول آفرین در اتحادیه اروپا و آموزه‌های سیاستی برای ایران» جهت استحضار تقدیم می‌گردد.

احمد تشکینی

«نامه‌های صادره بدون مهر برجسته اتوماسیون اداری فاقد اعتبار می‌باشد»

تهران، خیابان کارگر شمالی، پلاک ۱۱، پلوار کشاورز، ساختمان شماره ۱۲۰۴، تلفن: ۸۰ - ۶۶۴۲۲۷۸، فاکس: ۶۶۳۹۶۳۲، صندوق پستی: ۶۷۱ - ۱۴۱۸۵
پست الکترونیکی: info@isri.ir نشانی سایت: www.isri.ir

۱۴۰۱/۴/۱۸۳

۱۴۰۱/۱۲/۰۱



سازمان بازرگانی و صنایع و معادن ایران

بسمه تعالی وزارت صنعت، معدن و تجارت

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

سرپرست

" تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین "

- جناب آقای شافعی - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خوانساری - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
- جناب آقای قاسمی - رئیس محترم مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خلیلی عراقی - رئیس محترم هیات مدیره انجمن مدیران صنایع
- جناب آقای سهل آبادی - رئیس محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای مرتضوی - دبیر کل محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای غزنوی - دبیر کل محترم مجمع کارآفرینان ایران
- جناب آقای عرب مازار - رئیس محترم هیات مدیره انجمن علوم سیستم‌های ایران
- جناب آقای بهرامن - رئیس محترم خانه معدن ایران

با سلام و احترام؛ با هدف انعکاس تحلیل‌ها و نظرات این موسسه، دیدگاه شماره (۱۰۰۸) تحت عنوان "اقتصاد چرخشی" سیاست تحول آفرین در اتحادیه اروپا و آموزه‌های سیاستی برای ایران" جهت استحضار تقدیم می‌گردد.

احمد تشکینی

رونوشت:

- دفتر حوزه ریاست؛
- مدیریت یکپارچه سازی سیاست‌ها؛
- دبیرخانه.

* نامدهای صادره بدون مهر برجسته اتوماسیون اداری فاقد اعتبار می‌باشد *



وزارت صنعت، معدن و تجارت

سرتهالی
وزارت صنعت، معدن و تجارت
موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

۱۴۰۱/۴۲۴۸

۱۴۰۱/۱۲/۰۸

پرست

" تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین "

- جناب آقای شافعی - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خوانساری - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
- جناب آقای قاسمی - رئیس محترم مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خلیلی عراقی - رئیس محترم هیات مدیره انجمن مدیران صنایع
- جناب آقای سول آبادی - رئیس محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای مرتضوی - دبیر کل محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای غزنوی - دبیر کل محترم مجمع کارآفرینان ایران
- جناب آقای عرب مازار - رئیس محترم هیات مدیره انجمن علوم سیستم های ایران
- جناب آقای بهرامن - رئیس محترم هیات مدیره خانه معدن ایران

با سلام و احترام؛ با هدف انعکاس تحلیل ها و نظرات این موسسه، دیدگاه شماره (۱۰۰۹) تحت عنوان "بورسی وضعیت نظام توزیع کالاهای تند مصرف (FMCG) در کشور اسپانیا و درس هایی برای ایران" جهت استحضار تقدیم می گردد.

احمد تشکینی

* نامهای صادره بدون مهر برجسته اتوماسیون اداری فاقد اعتبار می باشد *



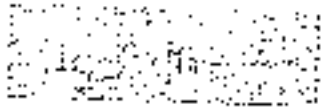
وزارت صنعت، معدن و تجارت

بسته‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

۱۴۰۱/۳۲۴۸

۱۴۰۱/۱۲/۰۸



" تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین "

پرست

- جناب آقای شافعی - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خوانساری - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
- جناب آقای قاسمی - رئیس محترم مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای خلیلی عراقی - رئیس محترم هیات مدیره انجمن مدیران صنایع
- جناب آقای سهل آبادی - رئیس محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای مرتضوی - دبیر کل محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران
- جناب آقای غزنوی - دبیر کل محترم مجمع کارآفرینان ایران
- جناب آقای عرب مازار - رئیس محترم هیات مدیره انجمن علوم سیستم‌های ایران
- جناب آقای بهرامن - رئیس محترم هیات مدیره خانه معدن ایران

با سلام و احترام؛ با هدف انعکاس تحلیل‌ها و نظرات این موسسه، دیدگاه شماره (۱۰۰۹) تحت عنوان "یورسی وضعیت نظام توزیع گالاهای تند مصرف (FMCG) در کشور اسپانیا و درس‌هایی برای ایران" جهت استحضار تقدیم می‌گردد.

احمد تشکینی

رونوشت:

- دفتر حوزه ریاست؛
- مدیریت یکپارچه سازی سیاست‌ها؛
- دبیرخانه.

* نامه‌های صادره بدون مهر برجسته اتوماسیون اداری فاقد اعتبار می‌باشد *

میدان، خیابان کارگر شمالی، پلاک ۱۵ پلوار کشاورز، ساختمان شماره ۱۴۰۲، تلفن: ۸۰ - ۶۶۴۲۲۷۸۷، فکس: ۶۶۹۲۹۶۲۴، صندوق پستی: ۶۷۱ - ۱۶۹۸۵
پست الکترونیکی: info@isat.ir، گشایی سایت: www.isat.ir