

معرفی شرکت بازرگانی دولتی ایران جهت درج در پرتال شرکت

• مقدمه :

شرکت بازرگانی دولتی ایران، به عنوان متولی اجرای مصوبه‌های تکلیفی مراجع ذیصلاح بالادستی و پیش از آن، به عنوان متولی تهیه برنامه زمان‌بندی خرید و واردات کالاهای اساسی و ضروری و تدارک کالاهای مورد نیاز کشور از منابع بازارهای داخلی با هدف مشارکت در اجرای سیاست‌های تنظیم بازار و ... ، در سال‌های برنامه‌های توسعه کشور به ویژه از آغاز دولت دوازدهم، همواره تلاش کرده است با تمام توان کارشناسی نسبت به اجرای تکالیف قانونی مترتب بر شرکت اقدام کرده و تمامی وظایف و مأموریت‌های محوله از سوی دولت و وزارت جهاد کشاورزی را به طور کامل به اجرا گذارد.

این در حالی است که تهیه و تامین کالاهای استراتژیک - از جمله گندم، برنج، روغن خام و شکر خام - بهسازی امور توزیع و فروش و ذخیره‌سازی و نگهداری کالا و نظارت کامل بر آنها و افزون بر این، همسویی و اهتمام کامل در اجرایی شدن برنامه توسعه دولت الکترونیک و هوشمندسازی اداری با هدف محقق شدن نظام اداری بهره‌ور، تمامی بیانگر حضور فعال شرکت بازرگانی دولتی ایران در عرصه اقتصاد کشور است و این شرکت را به عنوان مهم‌ترین بازوی وزارت جهاد کشاورزی و همچنین دولت در جهت تامین خدمات مورد نیاز بازرگانی - تجاری کشور و تعدیل و تنظیم بازار درآورده است.

به بیان دیگر، شرکت بازرگانی دولتی ایران در حصول به اهداف اقتصاد مقاومتی که در زمره برنامه‌های جدی وزارت جهاد کشاورزی قرار دارد، به عنوان مهم‌ترین بازوی اجرایی دولت و وزارت جهاد کشاورزی در تامین امنیت غذایی و تامین ذخایر راهبردی و تنظیم بازار داخلی کالاهای اساسی در کشور و ... ، با الهام از سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی مرتبط با بخش کشاورزی و منابع طبیعی وفق برنامه‌های راهبردی بخش کشاورزی و سیاست‌های اجرایی مترتب بر آن، همواره تلاش کرده است تا برنامه‌های کلیدی و عملیاتی (اقدام‌های برنامه‌ای) خود را با هدف تامین به موقع کالاهای اساسی مورد نیاز با تاکید بر جلوگیری از واردات بی رویه، تنظیم اثربخش بازار، مدیریت حفظ سطوح ذخایر راهبردی و مدیریت موثر در مبادلات تجاری (واردات و صادرات) و ... تهیه و تدوین کرده و در یک نظام برنامه‌ای و با هماهنگی درون سازمانی میان واحدهای تخصصی ستادی و تعامل برون سازمانی با مدیریت غله و خدمات بازرگانی استانهای کشور (شرکت‌های غله و خدمات بازرگانی مناطق) و بخشهای بالادستی (دستگاههای اجرایی و نهادهای رسمی کشوری) با رویکرد اثربخشی و کارایی در برنامه‌ها، برنامه‌های مزبور را با هدف بهبود و ارتقای بهره‌وری شرکت جاری و عملیاتی نماید.

از آنجایی که دستیابی به این مهم با توجه به الزام‌های قانونی آن در طی مراحل مختلف توسعه و بالندگی شرکت صورت گرفته است، در ادامه به این سیر ادغام و تغییر سازمانی اشاره می‌شود :

• روند شکل‌گیری شرکت بازرگانی دولتی ایران :

به استناد ماده ۷ قانون تشکیل وزارت بازرگانی مصوب ۳۰ تیر ماه سال ۱۳۵۳، شرکت سهامی گسترش خدمات بازرگانی تشکیل و اساسنامه آن در تاریخ ۱۲ تیرماه ۱۳۵۴ به تصویب رسید. در سال‌های پایانی برنامه دوم و در طول برنامه سوم توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران (۸۳-۱۳۷۹)، ۴ ادغام و انحلال براساس مصوبه‌های شورای عالی اداری و برنامه‌های توسعه کشور و با هدف تمرکز کامل امور بازرگانی دولتی در یک شرکت مادر تخصصی به شرح ذیل به مرحله اجرا گذاشته شد:

ادغام اول: ادغام معاونت خدمات بازرگانی وزارت بازرگانی در شرکت سهامی گسترش خدمات بازرگانی و اصلاح نام آن به "سازمان گسترش خدمات بازرگانی" (خرداد ۱۳۷۷)

ادغام دوم: انحلال شرکت سهامی قند و شکر کشور و واگذاری وظایف و مأموریت‌های آن به "سازمان گسترش خدمات بازرگانی" (خرداد ۱۳۷۷)

ادغام سوم: ادغام شرکت سهامی بازرگانی دولتی ایران طبق مصوبه شماره ۱۳/۵۶۱ ط مورخ ۱۳۸۱/۲/۲۸ شورای عالی اداری در "سازمان گسترش خدمات بازرگانی" و تغییر نام آن به "شرکت بازرگانی دولتی ایران" (خرداد ۱۳۸۱)

ادغام چهارم: انحلال سازمان غله کشور در اجرای بند ۲ مصوبه شماره ۱۳/۵۶۱ ط مورخ ۱۳۸۱/۲/۲۸ شورای عالی اداری و واگذاری وظایف و مأموریت‌های آن به "شرکت بازرگانی دولتی ایران" (اسفند ماه ۱۳۸۲)

با توجه به اینکه شرکت بازرگانی دولتی ایران علاوه بر سیاست‌گذاری در زمینه تنظیم بازار و خرید، نگهداری و توزیع کالاهای اساسی، حساس و ضروری کشور با راهبری شرکت‌های تابعه خود (مدیریت غله و خدمات بازرگانی استان‌ها) در سراسر کشور اجرای این سیاست‌ها و سایر تکالیف و سیاست‌های ابلاغی را بر عهده دارد، این شرکت در زمره "شرکت‌های مادر تخصصی" قرار داشته است و تا سال ۱۳۹۰ به عنوان زیرمجموعه وزارت بازرگانی و از تاریخ ۱۳۹۰/۴/۱۱ با تشکیل وزارت صنعت، معدن و تجارت (ادغام وزارت‌خانه‌های بازرگانی و صنایع و معادن) به عنوان زیرمجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت به شمار می‌رفت. با این توضیح که پس از تصویب و اجرای قانون تمرکز وظایف و اختیارات مربوط به بخش کشاورزی در وزارت جهاد کشاورزی (مصوب ۱۳۹۱/۱۱/۲۴ مجلس شورای اسلامی و آیین‌نامه اجرایی شماره ۱۸۱۵۵۷/ت مورخ ۱۳۹۲/۱۲/۶ مصوب هیأت وزیران و بخشنامه شماره ۷۷۲۵۶/ت مورخ ۱۳۹۳/۷/۸ معاون اول رییس جمهور)، شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران از وزارت صنعت، معدن و تجارت منتزع و هم‌زمان با اجرای قانون مزبور و تا کنون زیر نظر وزارت جهاد کشاورزی، مأموریت‌ها و تکالیف حاکمیتی خود را انجام می‌دهد.

"سازمانی کوچک، منعطف و چابک با مدیریت و راهبری شبکه‌های تجاری بزرگ"

در راستای افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌های مبادله، توسعه بازارهای داخلی به خارج از کشور، کاهش ریسک تجاری تولید و افزایش رقابت‌پذیری در بخش کشاورزی، شرکت بازرگانی دولتی ایران در نگاه به آینده و دورنمای شرکت، سازمانی کوچک، منعطف و چابک برای مدیریت و راهبری شبکه‌های تجاری بزرگ است که با هدف‌های ذیل کارسازی می‌شود:

۱. تضمین امنیت غذایی و آرامش روانی کشور با حفظ ذخایر استراتژیک و مدیریت بازار (موضوع بند ۷ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی)
۲. توسعه بازار محصولات کشاورزی با بهره‌گیری از ابزارهای مالی نوین بازار سرمایه و بازار بدهی.
۳. ایجاد خوشه‌های صادراتی در جهت هدایت نگاه‌های کوچک به تولید محصولات صادرات‌گرا (برونگرایی اقتصاد موضوع بند ۱۰ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی).
۴. بهره‌گیری از توان بخش خصوصی در اجرای ماموریت‌های محوله.
۵. تقویت رقابت‌پذیری در راستای کاهش قیمت تمام شده محصولات مورد عمل و افزایش رفاه خانوار (موضوع بند ۳ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی).

بنابراین، ماموریت‌های شرکت مترتب بر محوریت چشم‌انداز، ذیل ترسیم می‌شود:

- ۱- رعایت شرط برآورده کردن رضایت ذی‌نفعان اعم از جامعه، سهام‌داران، دولت و شرکا
- ۲- آرایه محصولات با کیفیت بالا در زنجیره عرضه کارآمد محصولات کشاورزی
- ۳- توسعه و نوسازی صنعت خدمات بازرگانی کشور
- ۴- ارتقای رقابت‌پذیری
- ۵- کاهش هزینه مبادله
- ۶- تامین بهینه و تسهیل خدمات بازرگانی
- ۷- توسعه، مدیریت و ایجاد تحول در بازار محصولات کشاورزی
- ۸- کاهش ریسک فعالان بخش کشاورزی و بخش صنعت
- ۹- تبدیل شدن به یک زنجیره پویا و مدرن لجستیکی در حوزه کالاهای اساسی

• **هدف‌های استراتژیک شرکت بازرگانی دولتی ایران (در سال‌های برنامه ششم توسعه کشور: ۱۴۰۰ - ۱۳۹۶)**

- ۱- واگذاری تصدی‌های موجود در ماموریت شرکت و همچنین شرکت‌های غله و خدمات بازرگانی مناطق به بخش خصوصی در راستای سیاست‌های کلی اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی
- ۲- بسط و توسعه ابزارهای مالی و گسترش بازار با بهره‌گیری از ظرفیت بازار سرمایه و صادرات (موضوع بند ۱۹ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی)
- ۳- انجام و تکمیل زنجیره عرضه از تامین تا مصرف‌کننده نهایی با بهره‌گیری از ظرفیت بخش خصوصی و تقویت ارتقای برند شرکت بازرگانی دولتی ایران برای بازاریابی و ایجاد خوشه‌های صادراتی
- ۴- پایش رفتار بازارهای خارجی و داخلی و تلاش در جهت ایجاد قدرت پیش‌بینی متغیرهای حاکم بر آن و برنامه‌ریزی جهت رفتار متقابل و مناسب جهت جلوگیری از نوسانات شدید بازار داخلی و ایجاد سهم‌بری عادلانه در زنجیره تولید، تامین، توزیع و مصرف (موضوع بند ۵ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی)
- ۵- ارتقای دانش فنی زنجیره و یکپارچه با تبدیل به یک شرکت مبتنی بر دانش فناوری اطلاعات و اصلاح ساختارهای مالی، انسانی و تجاری شرکت

• **اهم برنامه‌های کلیدی شرکت بازرگانی دولتی ایران مترتب بر سیاست‌های اجرایی بخش کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی - وفق راهبردهای اقتصاد مقاومتی بخش کشاورزی**

برنامه راهبردی:

سیاست اجرایی:

- ۱- تنظیم بازار داخلی محصولات کشاورزی و فرآورده‌های آن
۱-۱. تنظیم اثربخش بازار
۱-۲. پایش بازار داخلی محصولات کشاورزی

برنامه‌های کلیدی:

۱. خرید تضمینی گندم داخلی توسط شرکت
۲. خرید تضمینی دانه های روغنی توسط شرکت (کلزا، سویا، گلرنگ و آفتابگردان)
۳. خرید تضمینی برنج پر محصول داخلی توسط شرکت
۴. نظارت بر تامین گندم مصارف نانوائی در کشور (فروش گندم مصارف نانوائی به کارخانه های تولید آرد - ۶۶۵۰ ریالی و ۹۰۰۰ ریالی)
۵. نظارت بر فروش گندم به واحدهای صنف و صنعت در کشور (۹۰۰۰ ریالی)
۶. نظارت بر فروش آرد به واحدهای نانوائی در کشور (سامانه بانک سپه)
۷. برنامه ریزی و نظارت بر قرارداد عملیات تصفیه شکر خام

برنامه راهبردی:

سیاست اجرایی:

- ۲- تامین ذخایر راهبردی محصولات کشاورزی
۲-۱. مدیریت حفظ سطح ذخایر راهبردی کالاهای اساسی

برنامه‌های کلیدی:

۸. نظارت و مدیریت ذخایر استراتژیک گندم (طبق مصوبه های ابلاغی هیات وزیران و
۹. نظارت و مدیریت ذخایر استراتژیک روغن خام (طبق مصوبه های ابلاغی هیات وزیران و
۱۰. نظارت و مدیریت ذخایر استراتژیک شکر خام (طبق مصوبه های ابلاغی هیات وزیران و
۱۱. نظارت و مدیریت ذخایر استراتژیک برنج (طبق مصوبه های ابلاغی هیات وزیران و
۱۲. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل گندم در داخل کشور
۱۳. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل روغن خام در داخل کشور
۱۴. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل شکر خام در داخل کشور
۱۵. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل برنج در داخل کشور

برنامه راهبردی:

سیاست اجرایی:

- ۳- پایش تجارت خارجی محصولات و فرآورده‌های کشاورزی
۳-۱. مدیریت موثر مبادلات تجاری (واردات و صادرات) محصولات کشاورزی

برنامه‌های کلیدی:

۱۶. خرید گندم وارداتی مصوب
۱۷. خرید روغن خام وارداتی مصوب
۱۸. خرید شکر خام وارداتی مصوب
۱۹. خرید برنج وارداتی مصوب
۲۰. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل گندم خریداری شده به مبادی ورودی کشور
۲۱. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل روغن خام خریداری شده به مبادی ورودی کشور
۲۲. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل شکر خام خریداری شده به مبادی ورودی کشور
۲۳. برنامه ریزی و نظارت بر عملیات حمل برنج خریداری شده به مبادی ورودی کشور

۲۴. برنامه ریزی و اجرای عملیات امور گمرکی، بیمه و ترخیص گندم وارداتی
۲۵. برنامه ریزی و اجرای عملیات امور گمرکی، بیمه و ترخیص روغن خام وارداتی
۲۶. برنامه ریزی و اجرای عملیات امور گمرکی، بیمه و ترخیص برنج وارداتی
۲۷. برنامه ریزی و اجرای عملیات امور گمرکی، بیمه و ترخیص شکر خام وارداتی
۲۸. تهیه و ارایه گزارش اتمام تخلیه کشتی های مورد اجاره هر یک از کالاهای مورد عمل شرکت (با تأکید بر انجام محاسبات ارزی مربوط به دیرکرد / تعجیل در تخلیه کشتی - دمو راژ / دیسپاچ)
۲۹. فروش گندم معمولی (مازاد بر مصرف داخلی) در بورس کالا
۳۰. فروش گندم دروم (مازاد بر مصرف داخلی) در رینگ صادراتی بورس کالا
۳۱. فروش صادراتی آرد در بورس کالا

برنامه راهبردی :

سیاست اجرایی :

- ۴- توسعه بازار محصولات کشاورزی
- ۴-۱. شناسایی و توسعه بازارهای هدف صادراتی و مصرف (منطقه ای و بین المللی)
- ۴-۲. نوین سازی و بهبود فضای کسب و کار واحدهای نانوائی و بهداشت نانوائان
- ۴-۳. حمایت از توسعه و توانمندسازی تشکلهای صنفی و صنعتی در حوزه بازرگانی

برنامه های کلیدی:

۳۲. بررسی وضعیت بازارهای مصرف کالاهای مورد عمل شرکت به منظور شناسایی بازارهای مصرف برای صادرات آنها (تهیه و ارایه گزارشهای موردی)
۳۳. بهسازی و نوسازی واحدهای نانوائی
۳۴. راهبری سیلوه‌ها و مراکز ذخیره سازی دولتی توسط بخش خصوصی (نظارت بر قراردادهای برون سپاری)
۳۵. راهبری و نظارت بر طرحهای در حال اجرای واحدهای تولید نان صنعتی (خصوصی و تعاونی)

برنامه راهبردی :

سیاست اجرایی :

- ۵- استانداردسازی محصولات و فرآورده‌های کشاورزی
- ۵-۱. کاهش ضایعات در زنجیره تامین، توزیع و مصرف
- ۵-۲. نظارت بر اعمال استانداردهای کیفی تولید و نگهداری محصولات و فرآورده‌های کشاورزی

برنامه های کلیدی:

۳۶. برنامه ریزی و نظارت بر اختلاط گندم در کشور با هدف افزایش کیفیت تولید نان
۳۷. اجرای طرحهای پژوهشی با تأکید بر ضرورت ارتقای بهره وری در شرکت و ارتقای کیفیت نان
۳۸. برنامه ریزی و نظارت بر تامین و تخصیص سموم گازی مورد نیاز جهت ضدعفونی کردن گندم ها
۳۹. تعیین و سنجش کیفیت گندم خرید داخلی و وارداتی (تدوین گزارش)
۴۰. نظارت بر تجهیز، نگهداری و بازسازی مراکز ذخیره سازی و سیلوه‌های دولتی در کشور
۴۱. ارزیابی شرایط کیفی و وضعیت بهداشتی مراکز ذخیره سازی گندم و سایر کالاهای مورد عمل شرکت (تهیه و تدوین گزارش)
۴۲. نظارت بر تکمیل سیلوه‌های نیمه تمام (دولتی)

برنامه راهبردی :

سیاست اجرایی :

- ۶- طراحی سامانه ایجاد تعادل تولید، مصرف و تجارت محصولات
- ۶-۱. طراحی و ایجاد سامانه‌ها و سیستم‌های نگهداری ذخایر استراتژیک در کشور

برنامه کلیدی:

۴۳. راهبری و نظارت بر طرح جامع فناوری اطلاعات شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران (سامانه جامع بازرگانی شرکت)

برنامه راهبردی :

سیاست اجرایی :

۷- طراحی و استقرار شبکه توزیع کالاهای اساسی

۷-۱. نظارت و مدیریت بر فرآیند توزیعی کالاهای اساسی

برنامه‌های کلیدی:

- ۴۴. نظارت بر نحوه توزیع و فروش شکر خام و شکر آماده مصرف (شکر سفید) در قالب سهمیه های ابلاغی (از طریق بورس کالا و خارج از بورس)
- ۴۵. نظارت بر نحوه توزیع و فروش روغن خام
- ۴۶. برنامه ریزی فروش دانه های روغنی (کلزا ، سویا ، گلرنگ و آفتابگردان)
- ۴۷. فروش برنج در قالب سهمیه های ابلاغی (از طریق بورس کالا و خارج از بورس)
- ۴۸. برنامه ریزی عرضه کالای گندم در بورس

