

اظهار نظر کارشناسی درباره:
«لایحه تشکیل وزارت بازرگانی»

میلاذ بیگی،^۱ سعید شجاعی،^۱ پژمان اعلائی بروجنی،^۱ حجت ورمزیاری،^۲ محمد برزگر خسروی،^۲
فاطمه میرجلیلی،^۲ موسی شهبازی غیائی،^۳ محمدحسن معادی رودسری،^۳ حبیب‌اله ظفریان^۳

مخصوص صحن علنی

مشخصات لایحه

دوره یازدهم - سال سوم

شماره ثبت:

۸۸۵

تاریخ چاپ:

۱۴۰۲/۲/۱۹

مشخصات گزارش

دفاتر فرعی:

مطالعات انرژی، صنعت

و معدن

مطالعات زیربنایی

شماره مسلسل:

۲۲۰۱۸۹۸۱-۱

تاریخ انتشار:

۱۴۰۲/۳/۲۰



دفتر مطالعات اقتصادی



مقدمه

دولت سیزدهم لایحه‌ای را متشکل از ماده‌واحد و ۶ تبصره با عنوان لایحه «تشکیل وزارت بازرگانی» به مجلس شورای اسلامی ارائه کرده است که دو فوریت این لایحه در جلسه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۲ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. در نهایت این طرح در کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی مورد بررسی قرار گرفت و با ایجاد تغییراتی در لایحه ارسالی دولت در یک ماده واحد و ۸ تبصره به تصویب رسید. بر اساس این مصوبه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران، سازمان توسعه تجارت ایران، شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، صندوق ضمانت صادرات ایران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و مرکز ملی فرش ایران به همراه تمامی امکانات، تعهدات، وظایف و مأموریت‌ها، ساختار و نیروی انسانی و اموال منقول و غیرمنقول آنها و کلیه وظایف و مسئولیت‌های حوزه بازرسی بازار، حسب مورد از وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت و جهاد کشاورزی منتزع و به وزارت بازرگانی ملحق می‌شود. همچنین دولت باید با اصلاح اساسنامه شرکت سهامی پشتیبانی امور دام کشور، کلیه وظایف این شرکت در امور بازرگانی و تنظیم بازار را در قالب ساختار متناسب به وزارت بازرگانی واگذار نماید. علاوه بر این‌ها بر اساس این مصوبه دولت مجاز است سایر دستگاه‌های زیر مجموعه وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های اجرایی مرتبط با حوزه بازرگانی را با تصویب هیئت وزیران به وزارت بازرگانی منتقل کند.

تاریخچه تفکیک وزارتخانه‌های صنعت و بازرگانی

سیر تطور تفکیک و ادغام حوزه‌های صنایع و معادن با حوزه بازرگانی در اقتصاد ایران نود سال قدمت دارد (۱۳۰۸-۱۳۹۸). تغییرات ساختاری در این دو حوزه تا پیش از انقلاب اسلامی بیشتر در قالب ادغام در وزارت اقتصاد و یا تفکیک از آن انجام می‌شد و این موضوع تا سال ۱۳۵۲ ادامه داشت، اما در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی، وزارت اقتصاد و وزارت بازرگانی مستقل بوده و دستخوش جرح و تعدیل ساختاری نشدند و عمده این تحولات ادغام یا تفکیک به داخل حوزه صنایع و معادن متمرکز شد؛ تا اینکه در تیرماه ۱۳۹۰ پس از یک دوره ثبات چهل‌ساله در شکل‌گیری وزارت بازرگانی مستقل مجدداً دو حوزه صنایع و معادن و بازرگانی به موجب «قانون تشکیل دو وزارتخانه تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صنعت، معدن و تجارت مصوب ۱۳۹۰/۴/۰۸» با هم ادغام شدند. پس از این ادغام و در راستای هماهنگ‌سازی سیاست‌های تولیدی و تجاری در بخش کشاورزی، با تصویب «قانون تمرکز وظایف و اختیارات مربوط

۱. تهیه و تدوین‌کنندگان.

۲. اظهار نظر کنندگان.

۳. ناظران علمی.

به بخش کشاورزی در وزارت جهاد کشاورزی» در ۱۳۹۱/۱۱/۲۴، تمشیت امور بازرگانی بخش کشاورزی به وزارتخانه تخصصی این موضوع یعنی وزارت جهاد کشاورزی واگذار شد. مرکز پژوهش‌های مجلس نیز در سال‌های اخیر گزارش‌های کارشناسی را در این باره تهیه و منتشر کرده است.^۱

اهم چالش‌های گزارش کمیسیون اجتماعی بر لایحه «تشکیل وزارت بازرگانی»

اگرچه موافقین تشکیل وزارت بازرگانی با ارائه دلایلی همچون ماهیت فرابخشی بازرگانی، عدم موفقیت سناریوی ادغام در ساختار فعلی و لزوم تمرکز در وظایف مرتبط با تنظیم بازار، این اصلاح ساختار را ضروری می‌دانند اما ایرادات مختلفی را می‌توان به تشکیل این وزارتخانه به‌ویژه با توجه به وضعیت اقتصادی کشور و تجربه‌های گذشته ارائه کرد که به برخی از آنها به شرح ذیل پرداخته می‌شود:

۱. لزوم اتخاذ سیاست‌های یکپارچه در حداکثر شدن ایجاد ارزش افزوده در زنجیره ارزش: یکی از مهم‌ترین موضوعات در تدوین و استراتژی توسعه صنعتی کشور لزوم یکپارچگی در سیاست‌های صنعتی و تجاری کشور است. سیاست‌های تجاری باید در خدمت تولید قرار گیرد و از این‌رو سیاست‌های تجاری و صنعتی باید به‌صورت یکپارچه اتخاذ شود. بدون سیاست تجاری هماهنگ با صنعت، در شرایطی که در طول سالیان گذشته توان تولیدی کشور تضعیف شده است نمی‌توان تولید کشور را ارتقا داد. همچنین زنجیره کامل از تولید به مصرف در اختیار یک وزارتخانه خواهد بود که می‌تواند زمینه حداکثر شدن ایجاد ارزش افزوده در زنجیره ارزش را ایجاد کند.

۲. تداخلات نهادی و تشتت در حوزه‌های تصمیم‌گیری در شرایط ابهام در وظایف، اختیارات و مأموریت‌های دو

وزارتخانه: به منظور بهینه شدن فرایند تولید و تأمین، لازم است کل زنجیره تولید و تأمین در هر زمینه در یک ساختار به شکل متمرکز پیگیری شود. مدیریت یکپارچه سبب حداکثر شدن ایجاد ارزش افزوده در زنجیره ارزش و پاسخگویی بهتر دستگاه‌ها و عدم تداخل وظایف و اختیارات می‌شود. نکته حائز اهمیت در این خصوص بروز اختلال در اجرای وظایف وزارتخانه‌ها و نهادهای ذیل آنها پس از تفکیک بخش بازرگانی از وزارتخانه‌های «جهاد کشاورزی» و «صنعت، معدن و تجارت» به عنوان متولی تخصصی تولید در حوزه‌های تخصصی است. به عنوان نمونه نهادهایی مانند «سازمان مرکزی تعاون روستایی»، «شرکت بازرگانی دولتی ایران» و «شرکت پشتیبانی امور دام» که براساس وظایف اساسنامه‌ای خود مسئول بخش‌هایی از زنجیره عرضه نهاده‌ها و محصولات کشاورزی هستند، پس از تشکیل «وزارت بازرگانی» دچار تشتت در وظایف می‌شوند که سازگاری آنها با ساختار جدید هزینه‌های زیادی ایجاد خواهد کرد و به نوعی فرصت‌سوزی محسوب می‌شود. برای مثال سازمان مرکزی تعاون روستایی طبق قانون تشکیل خود دارای وظایف حیاتی در بخش کشاورزی در زمینه یکپارچه‌سازی اراضی کشاورزی، توسعه تعاونی‌ها و نظام‌های بهره‌برداری، تأمین خدمات توسعه کسب‌وکار، بازاریابی و ... است. حال پس از انتقال این سازمان به وزارت بازرگانی، اجرای وظایف حیاتی فوق وضعیت نامشخصی پیدا خواهد نمود. همچنین نظام‌های بهره‌برداری و شرکت‌های بخش کشاورزی از جمله شرکت‌های تعاونی تولید، سهامی زراعی، تعاونی‌های عشایری، تعاونی‌های روستایی، تعاونی‌های زنان روستایی که بخشی از آنها دارای قانون خاص مصوب مجلس با سابقه بیش از ۵۰ سال هستند، طبق قانون خود وظیفه بازرگانی بخش کشاورزی را برعهده دارند. این وظیفه با رویکرد زنجیره‌ای در کنار سایر وظایف بخش کشاورزی برعهده آنها گذاشته شده است. مشخص نیست در صورت تصویب نهایی

۱. گزارش‌های کارشناسی با شماره مسلسل ۱۶۰۷۵ و ۱۶۶۲۱.

طرح تشکیل وزارت بازرگانی، شرکت‌های سهامی زراعی و تعاونی‌ها چه سرنوشتی پیدا خواهند کرد. این موارد بخشی از شواهدی است که نشان می‌دهد وزارت بازرگانی منجر به اختلال در امور اداری امنیت غذایی کشور شده و تشکیل آن، خلاف اصول صحیح نظام اداری تأکید شده در اسناد بالادستی است. در این زمینه می‌توان به بند «۱۰» از اصل (۳) قانون اساسی، مبنی بر ایجاد نظام اداری صحیح و حذف تشکیلات غیرضرور، بندهای «۱۰» و «۱۲» از سیاست‌های کلی نظام اداری، مبنی بر چابک‌سازی، متناسب‌سازی و منطقی‌سازی تشکیلات نظام اداری و توجه به اثربخشی و کارایی در فرایندها و روش‌های اداری و بند «۱۶» از سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مبنی بر منطقی‌سازی اندازه دولت و حذف دستگاه‌های موازی و غیرضرور و هزینه‌های زائد اشاره کرد. هرچند در کمیسیون اجتماعی در رابطه با لایحه تشکیل وزارت بازرگانی به انتزاع «شرکت بازرگانی دولتی ایران» از وزارت جهاد کشاورزی و الحاق آن به وزارت بازرگانی تصریح شده است ولی این موضوع رافع دغدغه مزبور نیست. همچنین، قوانین متعددی از جمله قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی، قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی، قانون تضمین خرید محصولات اساسی کشاورزی، سیاست‌های کلی نظام در بخش کشاورزی، اساسنامه سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران و ... که مربوط به بخش کشاورزی است در ۱۰ سال گذشته تصویب شده‌اند که عملاً متولی اجرا و اساس پیگیری صحیح آنها بر مبنای تمرکز دو بخش صنعت و بازرگانی در یک نهاد بنا شده است که با تفکیک بخش بازرگانی عملاً کارکرد این قانون و قوانین مشابه نیز مختل خواهد شد.

۳. مسئله‌شناسی اشتباه از افزایش قیمت‌ها در بازار: افزایش قیمت کالاها در بازار به میزان زیادی به مسئله تورم در کشور ارتباط دارد که آن نیز معلول افزایش نقدینگی در بلندمدت و رشد نرخ ارز در کوتاه‌مدت است. از این رو تأکید بر ابزار بازرگانی که به صورت تاریخی در ایران به عنوان واردات شناخته می‌شود یک مسئله‌شناسی غلط و پرداختن به معلول به جای علت است. گفتنی است که هرچند مواردی از جمله سطح تمرکز در بازارها، نظام توزیع، شفافیت بازار و ... عوامل مؤثر بر قیمت کالاها هستند، اما حتی این موارد نیز هیچ‌گاه به عنوان کانون سیاست‌گذاری‌های حوزه بازرگانی مطرح نبوده‌اند و در لمصوبه کمیسیون اجتماعی نیز به آنها اشاره‌ای نشده است. علاوه بر این، در حال حاضر، یکی از مهم‌ترین دلایل گران بودن محصولات کشاورزی، حاکمیت واسطه‌های غیرضرور است که حتی سبب افزایش چندبرابری و غیرمنطقی قیمت محصولات کشاورزی از مزرعه تا سفره می‌شود. مهم‌ترین ابزار در تنظیم بازار و حذف واسطه‌های غیرضرور، توسعه و توانمندسازی تشکلهای و اتحادیه‌های تولیدی هستند که در حوزه تخصصی خود تمشیت می‌شوند و وظایف بازرگانی را در کنار سایر خدمات توسعه کسب‌وکار برعهده دارند. سؤال اساسی آن است که وزارت بازرگانی آیا چنین ابزاری را برای تنظیم بازار و توسعه تجارت خارجی برعهده خواهد داشت یا اینکه دنبال فلسفه دولتی کردن امور و ورود دولت به خرید و فروش و سایر امور تصدیگرانه بازار خواهد بود؟ کمالینکه چنین ایراداتی در بازار مسکن و دارو نیز وجود دارد ولی انتزاع آنها از وزارتخانه‌های مرتبط و واگذاری بازار این اقلام به وزارت بازرگانی در لایحه فعلی ذکر نشده است. ضمن اینکه ورود مستقیم دولت به امور تجاری و بازرگانی، مغایر با سیاست‌های کلی نظام است و از طرفی سیاست‌گذاری هماهنگ برای این امور، نیازی به تشکیل یک وزارتخانه مستقر تا سطح استان و شهرستان ندارد.

۴. عدم امکان هماهنگی میان تولید و بازرگانی از طریق ساختارهای شورایی: یکی از راه‌هایی که برای جلوگیری از ناهماهنگی میان تولید و بازرگانی در صورت انتزاع وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت به نظر می‌رسد، هماهنگی میان این دو بخش در یک ساختار دیگر در داخل دولت است. اما تنها امکان تشکیلاتی آن در ایران، ایجاد ساختارهای شورایی

به‌منظور هماهنگی است. اما باید توجه کرد که در صورت تفکیک دو مقوله سیاست‌های تجاری و تولیدی در بین دو وزارتخانه نمی‌توان این انفکاک و ازهم‌گسستگی را با تشکیل ساختارهای شورایی برای هماهنگی سیاست‌ها جبران کرد چراکه تجربه تصمیمات شورایی در موضوعاتی نظیر پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری و انسجام تصمیمات تجربه چندان موفق نبوده است. از جمله محورهای بازنگری در قانون اساسی در سال ۱۳۶۸، نفی مدیریت شورایی بوده است. این ساختارها بر ابهام در حوزه‌های مسئولیتی و پاسخگویی خواهد افزود. همچنین ناکامی در تشکیل شورای عالی برای ایجاد ارتباط میان‌دستگاهی در حوزه‌های مرتبط و یا تشکیل شورای بین‌وزارتی با نام شورای سیاست‌های صنعتی به‌عنوان جایگاه نظام سیاستگذاری صنعتی کشور و تجربه نامناسب شورای عالی صادرات غیرنفتی در همگرایی سیاست‌های تجاری و صنعتی از دلایل مطرح شده است.

۵. غفلت از اهداف در نظر گرفته شده در ادغام وزارتخانه‌ها: جلوگیری از واردات بی‌رویه، جلوگیری از خام‌فروشی و ایجاد ارزش‌افزوده برای کالاهای صادراتی و همچنین حذف وظایف موازی و تکراری و تجمیع وظایف متجانس در یک دستگاه واحد، از جمله اهداف پیش‌بینی شده برای ادغام این دو وزارتخانه بوده است و با تفکیک مجدد این اهداف مغفول خواهد ماند.

۶. غلبه پیدا کردن سیاست‌های واردات بی‌رویه و سرکوب قیمت برای تنظیم بازار داخلی: اقتصاد کشور در سال‌های گذشته با شرایطی روبه‌روست که بی‌ثباتی‌هایی به‌صورت مکرر در بازارهای مختلف رخ می‌دهد. در این شرایط با تشکیل وزارت بازرگانی بدیهی است که با توجه به انتظاراتی که از این وزارتخانه وجود دارد، تمام تلاش خود را برای تنظیم بازار و جلوگیری از گرانی در بازار معطوف خواهد داشت، حال این سؤال ایجاد می‌شود که وقتی وزیری مسئولیت تنظیم بازار را برعهده می‌گیرد، آیا می‌توان از وی انتظار داشت که به دنبال رفع موانع تولید برای افزایش عرضه محصول در بازار باشد در شرایطی که این امر در حوزه مسئولیتی وی نیست؟ تجربه دهه‌های گذشته در اقتصاد ایران نشان داده است که سیاستگذار برای مقابله با شوک‌های قیمتی و بی‌ثباتی در بازار همواره از دو ابزار بسیار مخرب بهره برده است: ۱. تسهیل واردات بی‌رویه به منظور عرضه گسترده و کاهش قیمت‌ها در بازار به شکل تصنعی، ۲. تشدید قیمتگذاری غیرمنصفانه و گسترده. اما این شکل از سیاستگذاری برای تنظیم بازار، کشور را وارد یک چرخه مخرب تولید و تشدیدکننده تورم و بحران خواهد کرد.

جمع‌بندی

در مجموع، با توجه به لزوم یکپارچگی سیاست‌های صنعتی و تجاری به‌عنوان الزام نظام سیاستگذاری صنعتی و یک اصل خدشه‌ناپذیر، الزامات سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و احکام برنامه ششم توسعه، ضرورت هماهنگی تصمیمات مربوط به بازار و سیاست‌گذاری تولید در حوزه کشاورزی، نبود تجربه مناسب از ادغام واقعی دو حوزه صنعت و بازرگانی (که حاکی از تجربه ناموفق ادغام دو وزارتخانه باشد)، فقدان وظایف و اختیارات وزارتخانه جدید و ابهامات نسبتاً زیاد در مفاد لایحه (به‌طور خاص ناظر بر ابهام در حوزه‌های بازرگانی داخلی و خارجی وزارتخانه متبوع)، و نظر به مغایرت مفاد لایحه با قانون اساسی و اسناد بالادستی، مرکز پژوهش‌های مجلس با کلیات مصوبه کمیسیون اجتماعی در خصوص تشکیل «وزارت بازرگانی» مخالف است.

جدول ۱. اظهار نظر مختصر در خصوص مواد

شماره ماده	موافق	مخالف	موافق به شرط اصلاح	ارجاع به کمیسیون
ماده واحده		*		
تبصره ۱ ماده واحده		*		
تبصره ۲ ماده واحده		*		
تبصره ۳ ماده واحده		*		
تبصره ۴ ماده واحده		*		
تبصره ۵ ماده واحده		*		
تبصره ۶ ماده واحده		*		
تبصره ۷ ماده واحده		*		
تبصره ۸ ماده واحده		*		

جدول ۲. بررسی مواد گزارش کمیسیون اجتماعی در خصوص «لایحه تشکیل وزارت بازرگانی»

شماره ماده	مصوبه کمیسیون	موافق	مخالف	موافق به شرط اصلاح	ارجاع به کمیسیون	نظر کارشناسی
ماده واحده	به منظور تمرکز سیاستگذاری، راهبری، برنامه‌ریزی، نظارت و ساماندهی امور مرتبط با حوزه بازرگانی، توزیع و تنظیم بازار، با انتزاع اهداف، مأموریت‌ها و وظایف مربوط به امور بازرگانی (داخلی و خارجی) از وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت و جهاد کشاورزی، «وزارت بازرگانی» تشکیل می‌شود و نام وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت به وزارتخانه صنایع و معادن اصلاح می‌شود.		*			به منظور بهینه شدن فرآیند تولید و تأمین، لازم است کل زنجیره تولید و تأمین در هر زمینه در یک ساختار به شکل متمرکز پیگیری شود. مدیریت یکپارچه سبب حداکثر شدن ایجاد ارزش افزوده در زنجیره ارزش و پاسخ‌گویی بهتر دستگاه‌ها و عدم تداخل وظایف و اختیارات می‌شود. به عبارت دیگر محول نمودن وظایف بازرگانی و تجارت خارجی، به وزارتخانه‌های «جهاد کشاورزی» و «صنعت، معدن و تجارت» که در حوزه خود متولی تخصصی تولید هستند، بر اساس نگاه زنجیره‌ای به تولید صورت گرفته و در حقیقت اقدامی به منظور مدیریت واحد اجزای زنجیره عرضه است که اتفاقاً تأثیر مثبت قابل توجهی بر کارآمدی کل زنجیره، در راستای انطباق تولید با نیازهای بازار دارد. حال اگرچه در ماده واحده، انسجام سیاستی به منظور پیشبرد هدف (تنظیم بازار) در حوزه بازرگانی مطرح شده است اما به دلیل مسئله شناسی اشتباه و عدم آسیب شناسی دقیق دلایل آشفتگی بازار، راهکاری (تشکیل وزارت بازرگانی) ارائه شده که مطمئناً برآورده کننده هدف مدنظر نخواهد بود و بخش تولید را نیز متضرر خواهد کرد.

شماره ماده	مصوبه کمیسیون	موافق	مخالف	موافق به شرط اصلاح	ارجاع به کمیسیون	نظر کارشناسی
						لازم به ذکر است که مشخص نیست در شرایطی که تقویت زنجیره‌ها بعد از نه (۹) سال، آن هم با مقاومت‌ها و اخلاص فراوان، در ساختار فعلی وزارتخانه‌های مذکور جا افتاده است، چرا باید چنین وظایفی مجدداً از این وزارتخانه‌ها تفکیک شده و ذیل یک وزارتخانه مجزا قرار گیرد
تبصره ۱	سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران، سازمان توسعه تجارت ایران، شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، صندوق ضمانت صادرات ایران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و مرکز ملی فرش ایران به همراه تمامی امکانات، تعهدات، وظایف و مأموریت‌ها، ساختار و نیروی انسانی و اموال منقول و غیرمنقول آنها و کلیه وظایف و مسئولیت‌های حوزه بازرسی بازار، حسب مورد از وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت و جهادکشاورزی منتزع و به وزارت بازرگانی ملحق می‌شود.		*			انتقال سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با حفظ ساختار و مأموریت‌های فعلی علاوه بر آنکه تأثیری در افزایش کارایی و عملکرد این سازمان نخواهد داشت حتی موجب تعارضاتی بخصوص در بخش حمایت از تولید با وزارت صمت می‌شود. اگر هدف حمایت از مصرف‌کننده است مطمئناً نیاز به اصلاح قانون حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و تعیین مأموریت دقیق برای این سازمان است. همچنین از آنجایی که «مرکز ملی فرش ایران» وظایف تولیدی در کنار بازرگانی نیز دارد، با این انتقال مأموریت‌های تولیدی این شرکت تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد. تجارت تولیدات کارخانه‌ای مطابق گزارش یونیدو ۲۰۲۲ روند رو به بهبودی در ساختار صادرات کشور طی دو دهه اخیر داشته به نحوی که سهم صادرات صنعتی از کل صادرات غیرنفتی کشور روند صعودی را تجربه کرده اما در مقایسه نسبی با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز بیست ساله، جایگاه ایران همچنان با شرایط مطلوب فاصله دارد. براین اساس لزوم تمرکز و اصلاح برخی روندها در آن ضروری بنظر می‌رسد اما مطمئناً راهکار ارتقای آن انتقال سازمان توسعه تجارت که نقشی اساسی در یکپارچگی سیاست‌های تولیدی و تجاری دارد نخواهد بود. لازم به ذکر است که از آنجایی که بازار مهمترین مشوق تولید است که نقش اساسی در تحقق درآمد و قدرت خرید مناسب برای تولیدکننده دارد، محول کردن ابزارهای تنظیم بازار، مانند خریدهای

شماره ماده	مصوبه کمیسیون	موافق	مخالف	موافق به شرط اصلاح	ارجاع به کمیسیون	نظر کارشناسی
						داخلی و خارجی، به وزارتخانه دیگر (وزارت بازرگانی) از طریق انتقال شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران، باعث استتکاف متولی تولید (وزارت جهاد کشاورزی) از مسئولیت خود در زمینه تقویت تولید و خودکفایی خواهد شد.
تبصره ۲	دولت موظف است ظرف مدت سه ماه با اصلاح اساسنامه شرکت سهامی پشتیبانی امور دام کشور، کلیه وظایف این شرکت در امور بازرگانی و تنظیم بازار را در قالب ساختار متناسب به وزارت بازرگانی واگذار نماید.		*			با توجه به وظایف تولیدی و بازرگانی شرکت پشتیبانی امور دام، انتزاع وظایف بازرگانی و تنظیم بازار شرکت پشتیبانی امور دام کشور از این شرکت، برخلاف بند «۷» از سیاست‌های کلی نظام در بخش کشاورزی، مبنی بر ساماندهی فرآیند تولید توأم با اصلاح نظام بازار، است.
تبصره ۳	اعضای هیات مدیره و مدیرعامل بانک توسعه صادرات به پیشنهاد وزیر بازرگانی و تصویب مجمع عمومی بانک مذکور و با حکم وزیر امور اقتصادی و دارایی منصوب می شوند.		*			توسعه صادرات کشور که در ماده ۲ اساسنامه بانک توسعه صادرات به آن اشاره شده است مستلزم توجه به فرآیند تولید حتی قبل از رسیدن به مرحله صادرات نیز هست. مهمترین موید این مدعا، بند (۶) ماده (۳) اساسنامه بانک است که به درستی اقدام زیر را به عنوان یکی از موضوع فعالیت بانک توسعه صادرات قلمداد کرده است : ۳- اعطای تسهیلات و انجام هرگونه عملی که موجب ارتقاء کیفیت و بالا بردن وضعیت رقابتی صادرات کشور میشود. به عبارت روشن‌تر ممکن است سیاست‌گذاری صنعتی در کشور مستلزم تأمین مالی از بنگاهی باشد که هنوز به مرحله صادرات نرسیده است اما افق صادراتی دارد و بانک توسعه صادرات طبق بند مذکور موظف است تأمین مالی آن بنگاه را بر عهده بگیرد. توجه به این نکته، از این حیث ضروری است که پیشنهاد هیات مدیره این بانک توسط وزیر بازرگانی ممکن است منجر به کاهش اهمیت تأمین مالی بنگاه‌هایی شود که هنوز به مرحله صادرات نرسیده‌اند اما رویکرد توسعه صادرات

شماره ماده	مصوبه کمیسیون	موافق	مخالف	موافق به شرط اصلاح	ارجاع به کمیسیون	نظر کارشناسی
						کشور مستلزم تامین مالی آن‌ها برای بالفعل کردن ظرفیت صادراتی بالقوه آنهاست.
تبصره ۴	سازماندهی ساختار دستگاه‌های مشمول این قانون با استفاده از ساختار موجود و بدون هرگونه توسعه تشکیلاتی حداکثر ظرف مدت سه ماه از تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون به تأیید سازمان اداری و استخدامی کشور خواهد رسید. انتزاع و انتقال سایر دستگاه‌های زیر مجموعه وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های اجرایی با هدف تمرکز سیاست گذاری، راهبری، برنامه‌ریزی، نظارت و ساماندهی حوزه بازرگانی و تنظیم بازار و با تأکید بر رویکرد جمعیت، ادغام و کاهش تشکیلات و ساختارهای دستگاه‌های اجرایی مذکور با تصویب هیات وزیران مجاز است.		*			انتزاع و انتقال سایر دستگاه‌های زیرمجموعه وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های اجرایی با تصویب هیات وزیران، مغایر با تفویض وظایف نمایندگی به غیر موضوع اصل ۸۵ قانون اساسی است.
تبصره ۵	از تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون، تمامی وظایف و اختیارات موضوع بند «الف» ماده (۱) قانون تمرکز وظایف و اختیارات مربوط به بخش کشاورزی در وزارت جهاد کشاورزی مصوب ۲۴/۱۱/۱۳۹۱ به وزارت بازرگانی منتقل می‌شود. وزارت بازرگانی مکلف است در اجرای این قانون ضوابط ماده (۱۶) قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی مصوب ۲۳/۴/۱۳۸۹ با اصلاحات و الحاقات بعدی را رعایت نماید.		*			از آنجایی که وظایفی همچون تعیین قیمت تضمینی محصولات اساسی کشاورزی؛ تعیین نحوه خرید توسط بخش دولتی و غیردولتی؛ تعیین سیاست‌های حمایتی و سیاست‌های اجرایی صادرات و واردات محصولات اساسی کشاورزی، به موجب «قانون تضمین خرید محصولات اساسی کشاورزی» به «شورای قیمت‌گذاری و اتخاذ سیاست‌های حمایتی محصولات اساسی کشاورزی» محول شده است لازم است در این تبصره رعایت ضوابط قانون مذکور نیز ذکر شود.
تبصره ۶	به منظور رصد و پایش بازار کالا و خدمات با رویکرد استقرار حکمرانی داده و با هدف پیش‌بینی نیازهای مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، وزارت بازرگانی مکلف است با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های اجرایی متولی نسبت به ایجاد پیشخوان (دانشبورد) مدیریتی با تأکید بر ایجاد ارتباط بین سامانه‌های موجود در حوزه زنجیره تأمین، تولید و توزیع، با اولویت کالاهای اساسی و نهاده‌های اولیه حداکثر ظرف مدت سه ماه از تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون اقدام نماید.		*			

شماره ماده	مصوبه کمیسیون	موافق	مخالف	موافق به شرط اصلاح	ارجاع به کمیسیون	نظر کارشناسی
تبصره ۷	کلیه وظایف، اختیارات و مسئولیت‌های مقرر در قوانین و مقررات مختلف که برعهده وزیر و یا وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزیر یا وزارت جهادکشاورزی و یا سایر دستگاه‌های اجرایی بوده است، حسب اهداف و مأموریت‌های مندرج در این قانون برعهده وزیر یا وزارت بازرگانی حسب مورد قرار می‌گیرد.		*			عبارت «حسب اهداف و مأموریت‌های مندرج در این قانون» تفسیرپذیر است و ممکن است مورد سوءاستفاده قرار گیرد. اساساً لزومی به درج این تبصره نیست؛ چراکه در سایر تبصره‌ها هرجایی موضوع انتقال مطرح شده، وظایف، مأموریت‌ها و مسئولیت‌ها نیز عنوان شده است.
تبصره ۸	آئین نامه اجرایی این قانون ظرف مدت سه ماه از تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون توسط سازمان اداری و استخدامی کشور تهیه و به تصویب هیات وزیران می‌رسد.		*			

