

گیلان؛ بی کمبود در بحران



علیرضا تهیدست رئیس اتاق اصناف مرکز گیلان

اتفاقات یک سال گذشته، از فشارهای ناشی از تحریم‌های بیرونی تا شرایط ویژه‌ای که کشور با آن مواجه شد، بار دیگر اهمیت مدیریت میدانی بازار و نقش شبکه گسترده اصناف را آشکار کرد. روشن است که اگر کشور از چنین شبکه موثرگی و فراگیری برخوردار نبود، امکان داشت فشارهای اقتصادی و روانی، تلاطم‌های سنگین‌تری را ابتدا برای اصناف و سپس برای مردم ایجاد کند.

اما تجربه ایران در سال‌های گذشته، از جمله در دوران کرونا، نشان داده است که اصناف فقط بخشی از اقتصاد کشور نیستند؛ آنها شبکه‌ای زنده، گسترده و در تماس مستقیم با مردم‌اند که در بزنگاه‌ها می‌توانند در کنار دولت، نقش مؤثری در حفظ آرامش بازار ایفا کنند. همان شبکه‌ای که در دوران کرونا در مدیریت التهاب‌ها و تأمین دولت با اصناف مردم کارآمدی خود را نشان داد، در شرایط اخیر نیز بار دیگر به یاری دولت آمد.

اصناف، اتحادیه‌ها، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و کسبه در کنار مجموعه‌های دولتی توانستند با برنامه‌ریزی مشترک، آثار تحریم‌ها و فشارهای ناشی از شرایط ویژه کشور را تا حد امکان کاهش دهند. نتیجه این همکاری، حفظ جریان تأمین و توزیع کالا و جلوگیری از ایجاد اختلال در زندگی روزمره مردم بود. اهمیت شبکه اصناف در روزهای سخت، تنها به توزیع کالا محدود نمی‌شود. این شبکه به دلیل حضور در همه شهرها، شهرستان‌ها و حتی نقاط کوچک‌تر، اولین مجموعه‌ای است که تغییرات بازار، افزایش تقاضا و نیازهای فوری مردم را احساس می‌کند. به همین دلیل، ارتباط مستمر دولت با اصناف و استفاده از اطلاعات میدانی آنها، می‌تواند سرعت و دقت تصمیم‌گیری‌ها را افزایش دهد.

در شرایطی که تحریم‌ها و تحولات بیرونی می‌توانند بر هزینه‌های تولید، تأمین و توزیع اثر بگذارند، همراهی اصناف با دولت نقشی تعیین‌کننده دارد. این همراهی سبب می‌شود برنامه‌ریزی برای تأمین کالا، توزیع مناسب و پاسخ سریع به نیازهای احتمالی مردم، با واقع‌بینی بیشتری انجام شود.

واقعیت این است که حفظ آرامش بازار، حاصل فعالیت یک دستگاه یا نهاد خاص نیست؛ بلکه محصول یک زنجیره هماهنگ از دولت، دستگاه‌های

اجرایی، تولیدکنندگان، شبکه حمل و نقل، عمده‌فروشان، خرده‌فروشان، اتاق‌های اصناف، اتحادیه‌ها و البته همراهی مردم است. هرچه این زنجیره منسجم‌تر عمل کند، تاب‌آوری اقتصاد و بازار

کشور نیز افزایش می‌یابد.

یکی از موضوعات مهم اقتصادی در یک سال گذشته، تغییر در سیاست ارز ترجیحی و حذف آن بود. طبیعی است که چنین تغییری می‌تواند بر قیمت تمام‌شده برخی کالاها اثرگذار باشد و نیازمند مدیریت دقیق در مسیر اجراءست. با این حال، نگاه حاکم بر این سیاست، حرکت به سمت اقتصادی رقابتی‌تر و ایجاد فضایی شفاف‌تر برای فعالیت تولیدکنندگان و فعالان بازار بوده است. حذف ارز ترجیحی، از نگاه بسیاری از فعالان اقتصادی، اقدامی مؤثر برای تقویت فضای رقابتی در کشور به شمار می‌رود. رقابتی شدن اقتصاد، در صورت استمرار سیاست‌گذاری دقیق و نظارت مناسب، می‌تواند به بهبود سازوکار تأمین کالا، شفافیت بیشتر و پایداری عرضه در بازار کمک کند. البته شرایط خاصی که پس از اجرای این سیاست برای کشور رقم خورد، از جمله فشارهای بیرونی و تحولات ناشی از وضعیت جنگی، اجازه نداد همه آثار و اهداف این سیاست به‌سرعت و به‌طور کامل نمایان شود. اما آنچه در میدان دیده شد، تداوم تأمین کالا و حفظ جریان عرضه در بسیاری از استان‌ها بود؛ اتفاقی که نشان می‌دهد زیرساخت‌های تولید و توزیع کشور، با وجود همه دشواری‌ها، توان پاسخگویی مناسبی داشته‌اند.

گیلان در دوره جنگ و در شرایطی که با ورود شمار زیادی از مسافران روبه‌رو بود، یکی از نمونه‌های قابل توجه مدیریت بازار و تأمین کالاهای اساسی به شمار می‌رود. افزایش جمعیت حاضر در استان، به‌طور طبیعی فشار بیشتری بر زنجیره تأمین و شبکه توزیع وارد می‌کرد، اما با وجود این شرایط، گیلان با کمبود کالاهای اساسی مواجه نشد.

این موفقیت، نتیجه برنامه‌ریزی پیش‌دستانه و فعالیت کارگروه‌های تنظیم بازار در استان بود. کارگروه‌های تنظیم بازار در هر استان، با شناخت ظرفیت‌ها و نیازهای محلی، به‌صورت مستقل برنامه‌ریزی می‌کنند تا در زمان افزایش تقاضا، ورود مسافران با شرایط پیش‌بینی نشده، بازار بتواند پاسخ مناسبی به نیاز مردم بدهد.

در گیلان نیز برای ورود مسافران و افزایش مصرف، تدابیر لازم در نظر گرفته شد تا روند تهیه و توزیع کالاهای اساسی بدون وقفه ادامه یابد. این

برنامه‌ریزی نشان داد که واگذاری اختیارات اجرایی و افزایش قدرت تصمیم‌گیری در استان‌ها، می‌تواند در شرایط ویژه به مدیریت سریع‌تر و دقیق‌تر بازار کمک کند.

یکی از ظرفیت‌های مهم گیلان در حوزه تأمین کالاهای اساسی، توان تولید و تأمین مرغ است. این استان در شمار تولیدکنندگان اصلی مرغ کشور قرار دارد و جایگاه دوم با سوم تأمین این محصول در کشور، ظرفیت مهمی برای پشتیبانی از بازار داخلی و استان‌های همجوار ایجاد کرده است.

همین توان تولیدی سبب شد گیلان نه‌تنها نیاز بازار خود را تأمین کند، بلکه بتواند به تعهدات خود در قبال استان‌های همجوار نیز پاسخ دهد. در روزهایی که افزایش تقاضا می‌توانست بازار بسیاری از نقاط کشور را تحت فشار قرار دهد، ظرفیت تولید مرغ گیلان به کمک زنجیره تأمین آمد و از شکل‌گیری کمبود جلوگیری کرد.

در این زمینه، عملکرد مجموعه جهاد کشاورزی استان، منطقی و قابل اتکا بود. مدیریت مناسب تأمین، رصد مستمر وضعیت عرضه و هماهنگی با تولیدکنندگان و شبکه توزیع، موجب شد این کالای پرمصرف با ثبات مناسب در دسترس مردم قرار گیرد. این تجربه نشان می‌دهد که تقویت تولید محلی و اتصال آن به شبکه توزیع، یکی از مهم‌ترین راه‌های حفظ امنیت غذایی در شرایط خاص است. در کنار تأمین مناسب کالا، نظارت مستمر بر بازار نیز نقش مهمی در کاهش تخلفات و حفظ حقوق مردم داشت. در این مدت، گشت‌های مشترک دستگاه‌های نظارتی و همچنین گشت‌های خوداداری اتاق اصناف و بازرسی‌های صنفی، به‌صورت پیوسته در بازار حضور داشتند.

این نظارت‌ها فقط با هدف برخورد با تخلف نبود، بلکه به ایجاد نظم، افزایش شفافیت، پیشگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی و تقویت اعتماد عمومی کمک کرد. حضور میدانی بازرسان اتاق اصناف و همکاری آنها با دستگاه‌های مسئول، سبب شد تخلفات به حداقل برسد و فعالان اقتصادی نیز با اطمینان بیشتری به فعالیت خود ادامه دهند. تجربه گیلان در روزهای سخت، بار دیگر ثابت کرد که بازار زمانی آرام می‌ماند که تأمین به‌موقع، تولید کافی، توزیع منظم، نظارت هوشمند و همراهی اصناف در کنار یکدیگر قرار بگیرند. اصناف در این مسیر، نه فقط مجری توزیع کالا، بلکه بازی مؤثر دولت برای حفظ ثبات، آرامش و اطمینان در بازار هستند.

• نگاه •



• درنگ •

روایت مدیریت بازار در بحبوحه جنگ؛ درس‌هایی از مازندران

تا ساعت ۱۱:۳۰ شب، گزارش‌ها و مسائل از شهرهای کوچک استان به مرکز مازندران و سپس به صورت فوری به وزارتخانه منتقل می‌شد تا برای رفع آن تصمیم‌گیری شود.

این ارتباط سریع و چندلایه میان شهرستان‌ها، مرکز استان و دستگاه‌های ملی، اجازه نداد شکافی در زنجیره تأمین و توزیع کالاهای اساسی شکل گیرد. اگر در مقاطعی نگرانی یا التهاب روانی در بازار دیده می‌شد، ریشه اصلی آن را باید در خریدهای هیجانی و افزایش ناگهانی تقاضا جست‌وجو کرد، نه در نبود کالا یا ضعف در تأمین نیازهای مردم.

بزرگ‌ترین چالش بازار مازندران در آن مقطع، کمبود واقعی کالا نبود؛ بلکه رفتار سوداگران‌ه معدودی از افراد بود که تلاش کردند از فضای نگرانی ناشی از جنگ سوءاستفاده کنند. نمونه روشن این مسأله، نوسان ناگهانی قیمت سیب‌زمینی بود؛ کالایی که قیمت آن در فاصله‌ای کوتاه و در بازه‌ای حدود ۲۴ ساعته، از ۳۵ هزار تومان به ۱۸۰ هزار تومان رسید.

چنین جهشی را نمی‌توان به کمبود کالا یا قصور دستگاه‌های مسئول نسبت داد. آنچه رخ داد، بیشتر نتیجه رفتار منفع‌طلبانه برخی عوامل در میدان‌های بار بود؛ افرادی که با خرید انحصاری محصولات و ایجاد اختلال در مسیر طبیعی عرضه، تلاش می‌کردند فضای بازار را ملتهب نشان دهند. این رفتارها نه با منطق اقتصادی سازگار است و نه با اخلاق حرفه‌ای و سنت اصیل بازار ایرانی.

در برابر این وضعیت، اتاق اصناف بر تقویت نظارت‌های میدانی و احیای منش اخلاقی بازار تأکید کرد. تکیه بر تذکر لسانی، مسئولیت‌پذیری بازاریان باوجدان و همراهی کسبه‌ای که منافع مردم را بر سود کوتاه‌مدت ترجیح می‌دهند، در کنار بازرسی‌های مشترک و پیگیری دستگاه‌های نظارتی، به‌عنوان راهکاری برای کنترل این ناهنجاری‌ها در دستور کار قرار گرفت.

واقعیت آن است که بازار فقط با بخشنامه و برخورد اداری اداره نمی‌شود. بازار به اخلاق، اعتماد و احساس مسئولیت جمعی نیز نیاز دارد. بازاری که در آن فروشند، توزیع‌کننده، عمده‌فروش و تولیدکننده خود را شریک آرامش جامعه بدانند، در شرایط سخت نیز می‌تواند از مردم و اقتصاد کشور پشتیبانی کند. نوسانات قیمتی آن روزها در شرایطی رخ داد که کشور پیش از جنگ نیز با تورم و نوسان در زنجیره تأمین روبه‌رو بود. از سوی دیگر، تفاوت میان قیمت کالاهایی که اصناف پیش‌تر خریداری کرده بودند با قیمت خریدهای جدید، چالش‌هایی را در نظام قیمت‌گذاری ایجاد می‌کرد. اصناف نیز در این میان باید هم هزینه‌های واقعی خود را در نظر می‌گرفتند و هم مراقب بودند فشار مضاعفی به مردم وارد نشود.

• نگاه •

گیلان در دوره جنگ و در شرایطی که با ورود شمار زیادی از مسافران روبه‌رو بود، یکی از نمونه‌های قابل توجه مدیریت بازار و تأمین کالاهای اساسی به شمار می‌رود. افزایش جمعیت حاضر در استان، به‌طور طبیعی فشار بیشتری بر زنجیره تأمین و شبکه توزیع وارد می‌کرد، اما با وجود این شرایط، گیلان با کمبود کالاهای اساسی مواجه نشد



• یادداشت •

حمیدرضا رستگار رئیس اتاق اصناف تهران

در روزهایی که اقتصاد کشور به‌طور هم‌زمان زیر فشار تحریم‌های سخت، وضعیت جنگی و تنش‌های اقتصادی قرار گرفته است، پرسش از کارآمدی ساختارهای سنتی مدیریتی بیش از گذشته جدی شده است. شرایط ویژه امروز، ضرورت بازنگری در شیوه اداره اقتصاد و بازار را دوچندان می‌کند؛ چراکه در موقعیت‌های بحرانی، سرعت تصمیم‌گیری، شناخت دقیق میدان و توان واکنش به‌موقع، تعیین‌کننده است. اگر دولت در چنین شرایطی، بیش از آنکه درگیر اجرای مستقیم و جزئیات امور باشد، نقش سیاستگذار، هدایتگر و ناظر را ایفا کند و اجرای امور را به شبکه زنده، گسترده و منتخب مردم یعنی اصناف، اتحادیه‌ها، بخش خصوصی و تشکل‌های مردمی بسپارد، می‌تواند ظرفیت کشور را برای پیشگیری از بحران‌های احتمالی و مدیریت بهتر شرایط افزایش دهد.

کشور در حالی با ظالمانه‌ترین تحریم‌ها و وضعیت جنگی دست‌وپنجه نرم می‌کند که ضرورت تغییر رویکرد در مدیریت اقتصادی بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. در این میان، طرح مردمی شدن اقتصاد از سوی رئیس جمهوری و دولت دنبال می‌شود، می‌تواند مسیر تازه‌ای برای تجربه و خواسته‌های مردمی است که در آن، مردم و فعالان واقعی اقتصاد فقط مخاطب تصمیم‌ها نیستند، بلکه در اجرای امور و مدیریت بازار نیز نقش مؤثر دارند.

این رویکرد مستلزم آن است که بخش وسیعی از مسئولیت‌هایی که اکنون بر دوش دولت قرار دارد، به بخش خصوصی، مردم، اصناف و تشکل‌های مردمی واگذار شود تا دولت بتواند بر وظیفه اصلی خود، یعنی سیاستگذاری، نظارت و هدایت تمرکز کند. دولت در این الگو همچنان مسئول حفظ چارچوب‌ها، تنظیم‌گری، نظارت بر اجرای قوانین و حمایت از منافع عمومی است، اما اجرای امور را به مجموعه‌هایی واگذار می‌کند که هم تجربه عملی دارند و هم به‌صورت روزانه با واقعیت‌های اقتصاد و بازار در ارتباط هستند. قرار گرفتن دولت در برابر تحریم‌های سنگین و وضعیت جنگی، ایجاب می‌کند که دیدگاه ریاست‌جمهوری درباره مردمی شدن اقتصاد هرچه سریع‌تر به مرحله اجرا برسد. دستورهای صادرشده از سوی مقامات ارشد اجرایی مبنی بر واگذاری بخشی از امور به بخش خصوصی و مردم، گام‌های مثبتی در این مسیر به شمار می‌رود؛ اما اهمیت اصلی در آن است که این نگاه به صورت کامل، منسجم و عملیاتی دنبال شود.

با اجرای کامل این طرح، بخش بزرگی از مسئولیت‌ها از دایره محدود دستگاه‌های دولتی خارج شده و به دست تشکل‌ها و مجموعه‌های منتخب مردم می‌افتد. در چنین ساختاری، دولت به جای آنکه توان خود را صرف درگیری با جزئیات اجرایی کند، بر مدیریت کلان، سیاستگذاری، نظارت بر روندها و اصلاح مسیرها متمرکز خواهد شد. این تغییر نگاه، هم سرعت عمل را افزایش می‌دهد و هم زمینه استفاده از ظرفیت‌های گسترده مردمی و بخش خصوصی را فراهم می‌سازد.

مردمی‌سازی اقتصاد، به معنای کاهش مسئولیت دولت نیست؛ بلکه به معنای دقیق‌تر شدن نقش دولت است. دولت باید در جایگاه تنظیم‌گر و ناظر مقتدر قرار گیرد و از سوی دیگر، زمینه اعتماد، مشارکت و نقش‌آفرینی بخش‌های مردمی اقتصاد را فراهم کند.

هر اندازه این تقسیم کار روشن‌تر باشد، اقتصاد کشور در برابر فشارها و اتفاقات پیش‌بینی نشده، انعطاف‌پذیرتر و آماده‌تر خواهد بود.

در کنار واگذاری امور به مردم و بخش خصوصی، افزایش اختیار استان‌ها و استنادی‌های نیز برای مدیریت سناریوهای پیش‌بینی نشده آینده، یک راهبرد ضروری است. تمرکز کامل تصمیم‌گیری در مرکز، در شرایطی که سرعت واکنش اهمیت بالایی دارد، ممکن است روند مدیریت مسائل را کند کند. در حالی که هر استان، شرایط، ظرفیت‌ها، نیازها، الگوی مصرف و ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود را دارد. تقسیم کار میان مرکز و استان‌ها می‌تواند به تصمیم‌گیری سریع‌تر و مدیریت منعطف‌تر مسائل در شرایط بحرانی کمک کند. مرکز باید چارچوب‌های اصلی، سیاست‌های کلان، منابع و نظارت را در اختیار داشته باشد و استان‌ها نیز بتوانند متناسب با واقعیت‌های میدانی خود، از ظرفیت‌های محلی برای حل مسائل استفاده کنند. استناداری‌ها در صورت برخورداری از اختیارات لازم، می‌تواند با اتکا به اصناف، مجموعه‌های مردمی، سریع‌تر به نیازهای بازار پاسخ دهند. این شیوه، علاوه بر افزایش سرعت تصمیم‌گیری، به کاهش فاصله میان سیاستگذار و واقعیت‌های روزمره بازار کمک می‌کند و امکان مدیریت دقیق‌تر شرایط را در هر منطقه فراهم می‌سازد.

در این میان، جایگاه اتاق اصناف به

اصناف؛ نبض زنده بازار

عنوان بزرگ‌ترین تشکل اقتصادی کشور نباید نادیده گرفته شود. اتحادیه‌ها و اتاق‌های اصناف، تشکل‌های منتخب مردم هستند که اعضای آنها از سوی خود مردم و فعالان صنفی انتخاب شده‌اند. این مجموعه‌ها به دلیل ارتباط مستمر با بازار، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان، از ظرفیت ویژه‌ای برای مدیریت بهتر امور اقتصادی برخوردارند. اگر بتوان در چارچوب قانون از این نهادها حمایت کرد و به آنها اعتماد داشت، مدیریت بازار می‌تواند با کارآمدی بیشتری پیش برود. اصناف تنها مجموعه‌هایی برای پیگیری مسائل محدود صنفی نیستند؛ بلکه شبکه‌ای فراگیر از فعالان اقتصادی‌اند که در سراسر کشور حضور دارند و می‌توانند در تأمین، توزیع، نظارت و آرامش بازار نقش‌آفرین باشند.

ممکن است در مسیر تقویت این نهادها، بحث تعارض منافع مطرح شود، اما واقعیت آن است که ظرفیت‌های این مجموعه‌ها برای مدیریت امور اقتصادی کشور، بسیار فراتر از بحث‌های محدود صنفی است. راه درست، کنار گذاشتن این ظرفیت‌ها نیست؛ بلکه ایجاد سازوکارهای شفاف، قانونی و نظارتی است تا هم از توان اصناف

استفاده شود و هم منافع عمومی در اولویت باقی بماند. اصناف و کسب و کارها را لاین مجموعه‌هایی هستند که تغییرات عرضه و تقاضا، نیازهای جدید مصرف‌کننده و کوچک‌ترین نشانه‌های کمبود یا اختلال در بازار را حس می‌کنند. شبکه توزیع و خدماتی اصناف، شبکه‌ای دارای برنامه، تجربه و خواسته‌های مردمی است که مستقیماً با تولیدکننده و مصرف‌کننده در ارتباط قرار دارد. اطلاعات میدانی این شبکه، می‌تواند یکی از ارزشمندترین ابزارها برای تصمیم‌گیری دقیق در حوزه تأمین و توزیع کالاهای اساسی باشد.

در حوزه تأمین کالاهای اساسی، وزارت جهاد کشاورزی در دوران جنگ و تنش‌های اقتصادی تمام‌قد در میدان حضور داشته است. عملکرد این وزارتخانه در مدیریت شرایط و از بروز کمبودهای خاص در بازار، قابل ارزیابی است. با این حال، برای عبور مطمئن‌تر از وضعیت فعلی و تسلط کامل بر شرایط، باید مسیر قانونی و همکاری با جامعه اصناف و اتحادیه‌ها با جدیت بیشتری دنبال شود.

یکی از چالش‌های موجود، ناهماهنگی در برخی اقدامات است؛ به‌گونه‌ای که گاه مشاهده می‌شود وزارت جهاد کشاورزی اقداماتی را خارج از شبکه اصناف انجام می‌دهد. در حالی که مسیر درست برای اجرای بسیاری از امور، از میان کسب‌وکارها و فعالانی می‌گذرد که به‌طور مستقیم در بازار حضور دارند و از جزئیات عرضه، توزیع و تقاضا اطلاع دارند. جلسات و پیگیری‌های دو جانبه میان اصناف و وزارت جهاد کشاورزی افزایش باید تا از تداخل وظایف و ناهماهنگی‌ها جلوگیری شود. همکاری نزدیک‌تر میان این دو بخش، نه‌تنها به شفافیت بیشتر در بازار کمک می‌کند، بلکه موجب می‌شود تصمیم‌ها با آگاهی بیشتر از واقعیت‌های میدان اتخاذ شوند.

برای دستیابی به پایداری در زنجیره تأمین، تعامل میان وزارت جهاد کشاورزی و اصناف نباید صرفاً به زمان بحران محدود شود. این ارتباط باید به صورت مستمر و سازمان‌یافته، از طریق نشست‌های منظم، تبادل اطلاعات و استفاده از گزارش‌های میدانی اصناف شکل بگیرد. ارتباط دائمی با بازار، به سیاستگذار اجازه می‌دهد پیش از آنکه یک مسأله به چالش تبدیل شود، نشانه‌های آن را شناسایی و برای آن تدبیر کند.

اگر تصمیمات مربوط به بازار بدون حضور نمایندگان اصناف اتخاذ شود، بخشی از واقعیت‌های بازار از دید سیاستگذار پنهان خواهد ماند. آمارها و گزارش‌های رسمی، برای تصمیم‌گیری ضروری هستند؛ اما در کنار آن، داده‌های زنده و اطلاعات میدانی نیز اهمیت فراوانی دارد.

تکیه‌بر ابزارهای سیاستگذاری و داده‌های آماری وزارت جهاد کشاورزی با اطلاعات لحظه‌ای و میدانی اصناف، می‌تواند دقت تصمیم‌گیری‌ها را به‌طور چشمگیری افزایش دهد.

تجربه روزهای اوج تنش نیز نشان داد که شبکه تأمین و توزیع اصناف، حتی در روزهای تعطیل، با جدیت پای کار بود تا از بروز هرگونه اختلال در روند عرضه کالا جلوگیری کند. این شبکه گسترده، هم توان برنامه‌ریزی دارد و هم از اهلیت و تجربه لازم برخوردار است. استفاده درست از ظرفیت آن، می‌تواند بخش بزرگی از مسائل و نگرانی‌های مردم را برطرف سازد.

در نهایت، استفاده از ظرفیت بخش خصوصی، استان‌ها و تشکل‌های صنفی در کنار حفظ نظارت دولت، راهی مؤثر برای واکنش سریع در برابر بحران‌ها و

• نگاه •

مدیریت بازار می‌تواند با کارآمدی بیشتری پیش برود. اصناف تنها مجموعه‌هایی برای پیگیری مسائل محدود صنفی نیستند؛ بلکه شبکه‌ای فراگیر از فعالان اقتصادی‌اند که در سراسر کشور حضور دارند و می‌توانند در تأمین، توزیع، نظارت و آرامش بازار نقش‌آفرین باشند