

تحلیل آسیب‌ها و تهدیدهای ناشی از ساختار توزیع کالا

میلاد میر^۱

چکیده

به دلیل سنتی بودن ساختار شبکه توزیع و تعدد توزیع کنندگان، تنها ۱۵ درصد از کالاها به شکل بی‌واسطه در بازار خرده‌فروشی توزیع می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در حال حاضر، به‌ازای هر واحد صنفی تولیدی، ۴ واحد صنفی توزیعی در کشور وجود دارد. تعداد واحدهای صنفی توزیعی و تولیدی در کشور، حدود ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد برآورد شده که از این تعداد، ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار واحد متعلق به بخش توزیع است. تقریباً به‌ازای هر ۳۰ نفر، یک واحد صنفی توزیعی در کشور وجود دارد. این در حالی است که نتایج مطالعات صورت‌گرفته در زمینه ساختار نظام توزیع کالا در کشورهای پیشرفته، نشان می‌دهد که به‌ازای هر ۸۵۰ نفر، یک مرکز خرید بزرگ وجود دارد. سنتی بودن شبکه توزیع و تعدد توزیع کنندگان، حاشیه سود بالا و تقویت کردن بخش واسطه‌گری و سوداگری، بالا بودن هزینه شبکه توزیع، رعایت نکردن استانداردهای لازم، تخلفات مربوط به اجحاف در فروش کالا و قاچاق در شبکه توزیع از جمله آسیب‌های موجود در شبکه توزیع کالا در کشور است که باعث شده است نظام توزیع کالا از کارایی مطلوب برخوردار نباشد. برای بهبود عملکرد نظام توزیع کالا، راهکارهایی از جمله ارائه تسهیلات و در نظر گرفتن تخفیف مالیاتی برای فروشگاه‌های زنجیره‌ای در راستای تسریع در روند گسترش آن‌ها، افزایش عوارض ساخت واحدهای توزیعی کوچک و... پیشنهاد می‌شوند.

واژگان کلیدی: شبکه توزیع، واسطه‌گری، اخذ مالیات.

مقدمه

شبکه توزیع کالا از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی کشورهاست که به‌عنوان مجموعه فرایندهای موجود بین تولید تا مصرف در نظر گرفته می‌شود. بخش توزیع کالا وظیفه ارائه کالا از تولیدکنندگان داخلی و خارجی به مصرف‌کننده را دارد. در فرایند توزیع کالا، از سویی، کالا از تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان منتقل می‌شود و از سوی دیگر، نقدینگی و پول از مصرف‌کنندگان به تولیدکنندگان انتقال می‌یابد. در نتیجه، بخش توزیع کالا به‌نوعی، هم‌موتور رشد تولید و اشتغال و هم تأمین‌کننده نیازهای مصرفی مردم است.

کشورهای توسعه‌یافته با بهره‌گیری از روش‌های نوین توزیع کالا، به‌عنوان موتور محرک اقتصاد و اشتغال‌زایی در نظر گرفته می‌شوند. در حالی که در کشورهای در حال توسعه، بخش توزیع کالا به‌عنوان یک مانع از رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی در نظر گرفته می‌شود. در این مقاله، به بررسی آسیب‌ها و تهدیدهای ناشی از ساختار توزیع کالا در ایران پرداخته می‌شود. همچنین راهکارهایی برای بهبود عملکرد این بخش ارائه می‌گردد.

به صورت سنتی در تعداد بسیار زیاد، در مترایهای کوچک و عدم رعایت اصول شهرسازی و پیش‌نیازهای رفاهی مصرف‌کنندگان مانند داشتن پارکینگ مناسب، ایجاد شده و گسترش یافته‌اند.

در سال‌های اخیر، شاهد رشد سریع تعداد واحدهای صنفی نسبت به جمعیت کشور بوده‌ایم که بخش اعظم این واحدها، به شکل سنتی اداره می‌شوند و تعداد زیادی از واحدهای صنفی، بدون مجوز پروانه کسب، مشغول فعالیت هستند. این موضوع منجر به افزایش هزینه مبادله و ممکن نبودن اجرای روش‌های مدرن فروش و حسابداری و برخی مشکلات در حوزه سلامت و رفاه مصرف‌کنندگان شده است.

سنتی بودن و تعدد مراکز توزیع، موجب شده است که تنها ۱۵ درصد از کالاها به شکل بی‌واسطه در بازار خرده‌فروشی توزیع شود و دیگر کالاها از طریق واسطه‌گران به دست مصرف‌کننده برسند. در حال حاضر، حدود ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد صنفی تولیدی و توزیعی در کشور وجود دارد که از این میزان، حدود ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار واحد صنفی متعلق به بخش توزیع است؛ یعنی به‌ازای هر واحد صنفی تولیدی، ۴ واحد صنفی توزیعی در کشور وجود دارد. این موضوع، اقبال بیشتر عموم مردم را به راه‌اندازی واحدهای توزیعی نشان می‌دهد.

همچنین، سرانه تعداد واحدهای صنفی توزیعی در کشور، نشان‌دهنده آن است که تقریباً به‌ازای هر ۳۰ نفر، یک واحد صنفی توزیعی در کشور وجود دارد. این در حالی است که نتایج مطالعات صورت‌گرفته در زمینه ساختار نظام توزیع کالا در کشورهای

توزیع آن‌ها، همه استانداردهای مرتبط با بهداشت و سلامت کالاها مورد توجه باشد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که نظام فعلی توزیع کالا در کشور ما، دچار مشکلات متعدد است. در حال حاضر، چندنرخ بودن بسیاری از کالاها در کنار افزایش بی‌رویه قیمت‌ها از جمله مهم‌ترین مشکلاتی است که کشور در زمینه توزیع کالا با آن مواجه است و می‌توان آن را ناشی از ساختار نظام توزیع کالا و کمبود نظارت جدی و قانونمندی دانست.

تعداد بالای واحدهای صنفی در حد خرده‌فروشی، فاصله میان بهای پرداختی به تولیدکننده و قیمتی که مصرف‌کننده می‌پردازد، نبود اطلاعات کافی از فعالیت‌های توزیع، نامطمئن بودن و عدم پاسخ‌گویی شبکه‌های پخش و وجود انحصار در بسیاری از بازارها، بیان‌کننده کارکرد ناصحیح نظام توزیع کالا در کشور است.

در این گزارش، به بررسی آسیب‌ها و تهدیدهای ناشی از ساختار توزیع کالا پرداخته می‌شود. در بخش اول، نظام توزیع کالا مورد بررسی قرار می‌گیرد. بخش دوم به آسیب‌شناسی شبکه توزیع کالا اختصاص یافته است. بخش سوم به ملاحظات امنیت اقتصادی می‌پردازد و در نهایت، در بخش چهارم، جمع‌بندی و پیشنهادها ارائه می‌شوند.

۱- نظام توزیع کالا در کشور

یکی از تفاوت‌های اساسی وضعیت اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایران با دیگر کشورها، به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته، در شکل، شیوه و ساختار توزیع کالا است. بدین ترتیب، واحدهای صنفی

فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای با استفاده از آخرین ابزار و روش‌های نوین تجاری انجام می‌دهند، اما در ایران، مشاهده می‌شود که هنوز روند گسترش تعداد واحدهای صنفی خرده‌فروشی در متراژ کوچک با عدم گرایش به فعالیت در فضایی رقابتی و استفاده از ابزار نوین تجاری ادامه دارد.

– بالا بودن هزینه شبکه توزیع

بر اساس بررسی‌های صورت‌گرفته، سهم هزینه حمل‌ونقل از قیمت تمام‌شده کالای نهایی در ایران، ۱۲ درصد است که این سهم در جهان، حدود ۶ درصد است. همچنین، سهم هزینه انبارداری و نگهداری از قیمت تمام‌شده کالای نهایی در ایران، ۶/۵ درصد و در جهان، حدود ۳/۳ درصد است. همچنین، کل سهم هزینه‌های لجستیکی از قیمت تمام‌شده کالای نهایی در کشور، حدود ۱۹/۴ درصد و در جهان، ۱۱/۳ درصد برآورد شده است. بنابراین، هزینه‌های توزیع در کشور، تقریباً دو برابر متوسط و استاندارد جهانی است که این موضوع، بالا بودن قیمت تمام‌شده کالای نهایی و در نتیجه آن، کاهش قدرت خرید خانوار را به دنبال داشته است.

– عدم رعایت استانداردهای لازم

ساختار نظام توزیع در کشور به‌گونه‌ای است که در شبکه توزیع کالا، تمایل زیادی به استفاده از ابزار و روش‌های نوین توزیع کالا وجود ندارد و بخش بزرگی از توزیع کالا در کشور، به روش سنتی و توسط واحدهای خرده‌فروشی صورت می‌گیرد و بعضاً در برخی از واحدهای خرده‌فروشی، در فرایند توزیع کالا، استانداردهای مورد نیاز برای سلامت و بهداشت محصول در حمل‌ونقل، نگهداری و پخش

پیشرفته، نشان می‌دهد که به‌ازای هر ۸۵۰ نفر، یک مرکز خرید بزرگ وجود دارد.

۲- آسیب‌ها و تهدیدهای شبکه توزیع کالا

در بیشتر کشورها، گسترش استفاده از ابزار و روش‌های نوین نگهداری، چیدمان، حمل‌ونقل، توزیع کالا و خدمات، با صرف کمترین هزینه و زمان در فرایند مربوط و رعایت استانداردهای مرتبط با حقوق مصرف‌کنندگان، به‌عنوان شاخص‌های توسعه و پیشرفت در نظر گرفته می‌شوند؛ زیرا رشد و توسعه بخش‌های تولیدی در اقتصادی پویا، نیازمند وجود نظام توزیع کاراست. اگر نظام توزیع کالا از شفافیت لازم برخوردار باشد، اطلاعات بازار به‌صورت واقعی در اختیار تولیدکننده قرار خواهد گرفت که این اتفاق به سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت‌های اقتصادی منجر می‌شود. از سوی دیگر، مصرف‌کننده نیز قیمت واقعی کالا و خدمات را پرداخت می‌کند و قدرت مانور دلالت و واسطه‌ها به حداقل ممکن کاهش می‌یابد.

باین‌حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که نظام فعلی توزیع کالا در کشور، با آسیب‌هایی مواجه است که منجر به فقدان کارکرد صحیح نظام توزیع کالا و خدمات شده‌اند. در ادامه، به برخی از مهم‌ترین آسیب‌های شبکه توزیع کالا در کشور پرداخته می‌شود.

– سنتی بودن شبکه توزیع و تعدد توزیع‌کنندگان

واحدهای صنفی توزیعی خرده‌فروشی و عمده‌فروشی در ایران، برعکس روند تحولات نظام توزیع کالا در بیشتر کشورهای جهان عمل می‌کنند. در حال حاضر، بخش اعظم توزیع کالا در جهان را

سمت فعالیت‌های واسطه‌گری می‌شود. مهم‌ترین نوع واسطه‌گری، سوداگری است که نقش بسزایی در نابسامانی‌های اقتصاد دارد. سوداگری به معنای خرید و فروش کالا به انگیزه کسب سودهای هنگفت و بادآورده است. در فرایند سوداگری، خریداران بدون ایجاد تغییر در کالاها، صرفاً با بهره‌گیری از شرایط نامتعادل عرضه و تقاضا، کالاهای خریداری‌شده را با سودهای کلان به دیگران می‌فروشند.

- قاچاق در شبکه توزیع

یکی از ایرادات شبکه توزیع کالا در کشور، غیررسمی بودن کانال‌های توزیع است که در اصطلاح به آن قاچاق کالا گفته می‌شود. قاچاق کالا زمانی صورت می‌گیرد که کالا به روش‌های مختلف و خارج از شبکه رسمی تولید وارد کشور می‌شود. قاچاق کالا افزون‌بر آنکه درآمدهای گمرکی و مالیاتی دولت را کاهش می‌دهد، امکان کنترل استانداردهای تولید کالا را از بین می‌برد. همچنین، گسترش پدیده قاچاق به رشد و گسترش شبکه‌های غیررسمی توزیع کالا دامن می‌زند و قاچاق کالا در حجم بالا، تولید داخل را به چالش می‌کشد.

قاچاق کالا باعث می‌شود که نظام اطلاعات و آمار عرضه و تقاضای آن دسته از کالاهایی که قاچاق می‌شوند، در کشور مختل شود که این موضوع باعث اختلال و انحراف در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی می‌شود که در پی آن، کارایی و تأثیرگذاری تصمیمات سیاستی نیز کاهش می‌یابد. از این‌رو توجه به موضوع قاچاق کالا در کشور، از اهمیت بسزایی برخوردار است و مبارزه با آن، افزون‌بر حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، گامی مهم در راستای توسعه اقتصادی کشور به شمار می‌آید.

کالا، به‌ویژه در بخش کشاورزی، رعایت نمی‌شود. با توجه به مساحت کم واحدهای خرده‌فروشی و هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری برای فراهم کردن فضای مناسب، رعایت استانداردهای مطلوب در راستای نگهداری کالاها در شرایط بهداشتی، کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. در این باره می‌توان به عرضه کالاهایی اشاره کرد که به‌رغم داشتن برچسب عدم نگهداری در مقابل نور آفتاب، در قفسه‌ها و ویترین‌های واحدهای خرده‌فروشی، در مقابل نور مستقیم خورشید نگهداری می‌شوند.

- تخلفات مربوط به اجحاف در فروش کالا

داشتن برچسب قیمت و درج دیگر مشخصات کالا بر آن و ارائه فاکتور به خریداران، از پیش‌نیازهای فروش کالا در فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای است درحالی‌که موارد مذکور، لزوماً در واحدهای خرده‌فروشی رعایت نمی‌شود و برای همین، امکان تخلف و اجحاف در فروش کالا در واحدهای خرده‌فروشی بیشتر است. از سوی دیگر، به دلیل تعدد و پراکندگی واحدهای خرده‌فروشی، بازرسی و نظارت بر این واحدها، هزینه‌های نسبتاً زیادی برای دولت دارد که باعث شده است در عمل، نظارت چندانی بر این واحدها صورت نگیرد.

- تقویت کردن بخش واسطه‌گری و سوداگری

سود نسبتاً زیاد واسطه‌گران و توزیع‌کنندگان نسبت به تولیدکنندگان در بازار کالا، موجب کاهش انگیزه‌های تولید و هدایت سرمایه به سمت فعالیت‌های واسطه‌گری می‌شود. سودآوری بالا و مخاطرات پایین در بخش توزیع، در مقابل سودآوری کمتر و مخاطرات بیشتر در بخش تولید، موجب هدایت سرمایه‌ها به

۳- ملاحظات امنیت اقتصادی

وضعیت نامطلوب نظام توزیع کالا و خدمات در کشور، باعث از بین رفتن فضای رقابتی برای ایجاد واحدهای توزیع استاندارد و مدرن در کشور، و درعین‌حال، گسترش واحدهای خرده‌فروشی سنتی می‌شود. این موضوع آثار و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی را در بخش‌های مختلف اقتصادی از جمله در بخش مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به دنبال دارد.

به دلیل نبود معیار تشخیص کیفیت، نبود برند معتبر و قابل اعتماد در بسیاری از کالاها از جمله پوشاک، کیف و کفش، لوازم منزل و... و فقدان قوانین الزام‌آوری که مانع از سوءاستفاده از نام‌های تجاری شود، در نظام کنونی توزیع کالا، مشتریان معمولاً قیمت بالای کالا را معیار کیفیت قرار می‌دهند. برای مثال، افراد از اینکه پیراهنی را در مناطق مرفه‌نشین تهران به قیمت سه برابر همان پیراهن در بازار تهران تهیه کنند، احساس زیان نمی‌کنند؛ زیرا گمان می‌کنند که تفاوت در قیمت‌ها، به دلیل تفاوت در کیفیت کالا است و معمولاً کیفیت پایین کالا را دلیل قیمت پایین‌تر آن می‌دانند. این موضوع، یکی از دلایلی است که باعث شده است در نظام فعلی توزیعی کالا در کشور، رقابت در کاهش قیمت‌ها معنای چندانی نداشته باشد.

نظام فعلی توزیع کالا در ایران، مانند گلوگاهی ناکارآمد، هم بازدهی نظام تولید را کاهش و هم هزینه‌های زندگی مردم را به شدت افزایش داده است. از طرفی، تولیدکنندگان برای پرداخت حقوق کارگران، تأمین مواد اولیه و بازپرداخت وام‌های خود، نمی‌توانند خط تولید را به دلیل مساعد نبودن قیمت‌ها در بازار تعطیل کنند و از طرف دیگر، مردم بابت رفع نیازهای روزمره خود، نمی‌توانند به دلیل قیمت‌های بالا یا کیفیت‌های نامطلوب، مصرف خود

را در بسیاری از کالاها متوقف کنند یا به تعویق بیندازند. تنها توزیع‌کنندگان می‌توانند هر زمان که مناسب است، خرید کنند و هر زمان که می‌خواهند، کالاهای خود را بفروشند و نتیجه چنین فضایی در اقتصاد، چیزی جز گرانی برای مصرف‌کنندگان و عدم بهره‌وری در تولید نخواهد بود.

جمع‌بندی و پیشنهادها

افزون‌بر نقش مهم شبکه توزیع کالا در حمایت از مصرف‌کنندگان، وجود نظام توزیع کارا لازمه رشد و توسعه بخش‌های تولیدی در اقتصاد پویاست؛ به‌طوری‌که نظام توزیع را می‌توان موتور رشد بخش‌های تولیدی در اقتصادی دانست.

ضمن رعایت استانداردهای لازم و حفظ سلامت کالا، هرچه کالا در زمان کمتر و با هزینه‌های پایین‌تر در فرایند توزیع، از تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان برسد، شبکه توزیع کاراتر عمل کرده است.

آسیب‌شناسی نظام توزیع کالا در کشور، نشان‌دهنده آن است که عواملی از جمله سنتی بودن شبکه توزیع و تعدد توزیع‌کنندگان، رعایت نکردن استانداردهای لازم، حاشیه سود بالا و قاچاق در شبکه توزیع، حلقه بین انتقال کالا از تولیدکننده به مصرف‌کننده را دچار اختلال کرده و باعث شده است که شبکه توزیع در رساندن کالای تولیدشده به مصرف‌کنندگان، از کارایی لازم برخوردار نباشد. از این‌رو، نوسازی شبکه توزیع و منطقی کردن تعداد عوامل توزیع، ضروری به نظر می‌رسد. براین‌اساس، راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

– ارائه تسهیلات و تخفیف مالیاتی در راستای گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای: از معیارهای نشان‌دهنده نوین

به سرمایه بالا برای تأسیس واحدهای توزیعی کوچک و ایجاد نکردن فرصت‌های شغلی کافی در دیگر بخش‌های اقتصاد، باعث روی آوردن بخشی از افراد بیکار به سمت فعالیت‌های توزیعی شده است.

از این رو اتخاذ اقداماتی مانند افزایش عوارض ساخت واحدهای توزیعی کوچک، سخت‌گیری بیشتر در اخذ مالیات از واحدهای توزیعی برای واقعی شدن مالیات پرداختی آن‌ها و تشدید نظارت بر مسائل بهداشتی واحدهای توزیعی، در منطقی کردن حاشیه سود و کنترل رشد واحدهای توزیعی سنتی مؤثر است.

– مقابله با قاچاق کالا: قاچاق کالا یکی از آسیب‌های شبکه توزیع کالا است که افزون‌بر تضعیف تولید داخلی، امکان توزیع کالاهای غیراستاندارد را نیز به همراه دارد. از این رو مقابله با قاچاق کالا افزون‌بر حمایت از تولید داخلی، راهکاری برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نیز شمرده می‌شود. در این خصوص، در نظر گرفتن جریمه‌های نقدی، پلمپ و لغو پروانه کسب واحدهای صنفی توزیع‌کننده کالای قاچاق در مقابله با قاچاق کالا مؤثر است.

منابع

- آسیب‌شناسی نظام تأمین و توزیع کالا و خدمات و ارائه پیشنهادها اصلاحی، مرکز پژوهش‌های مجلس.
- بررسی وضعیت نظام توزیع کالا و خدمات در ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- شریفی، کیومرث، طراحی مدل شبکه‌ی تهیه و توزیع کالا در ایران، دوفصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، دوره ۴، شماره ۷.

بودن شبکه توزیع کالا در هر کشور، سازمان‌دهی بخش خرده‌فروشی آن است. فروشگاه‌های زنجیره‌ای که از آن‌ها به‌عنوان بخش سازمان‌دهی شبکه توزیع نام برده می‌شود، نقش مهمی در نظام بازار دارند. در حال حاضر، بخش اعظم توزیع کالاها در کشورهای پیشرفته، از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای صورت می‌گیرد. این گونه فروشگاه‌ها ضمن آنکه تا حد امکان استانداردهای نظام توزیع را رعایت می‌کنند، با امکانات وسیع در محل‌های مناسب و با مساحت‌های گسترده، تعداد بسیار زیادی از کالاهای مختلف را با مناسب‌ترین قیمت در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند. بررسی تجربه کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد که ساختار فروشگاه‌های زنجیره‌ای مبتنی بر صرفه‌جویی‌های مقیاس است و به کاهش قیمت و هزینه‌های توزیع کالا منجر می‌شود. همچنین، بررسی روند گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای و عملکرد آن‌ها در کشورهای در حال توسعه، نشان می‌دهد که در حال حاضر، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و سوپرمارکت‌ها در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به‌واسطه مشتریان طبقه متوسط جامعه، حجم عمده‌ای از بازار را به دست آورده‌اند که این موضوع فوایدی از جمله کاهش هزینه‌های توزیع، کاهش قیمت مواد غذایی برای مصرف‌کنندگان و ارائه کالاهای متنوع و باکیفیت‌تر را به دنبال داشته است. انجام دادن اقداماتی مانند ارائه تسهیلات و تخفیف مالیاتی به فروشگاه‌های زنجیره‌ای، در تسریع روند گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای مؤثر است.

– منطقی کردن حاشیه سود واحدهای سنتی توزیع: در سال‌های اخیر، بالا بودن حاشیه سود توزیع کالا یکی از مهم‌ترین دلایل روی آوردن افراد زیاد به سمت فعالیت در حوزه توزیع کالا شده است. افزون‌بر این، نیاز نداشتن