

# انظری جسمالی بر عوامل مؤثر بر توزیع کالا در کشور

کمترا تفاق میافتد مسایل و مشکلات اقتصادی کشور طرح شود ولی سخنی از توزیع کالا نرود، بلکه برعکس در اغلب بحثها و طرح مشکلات، بحث توزیع جایگاهی ویژه و خاص را احراز مینماید. در کمتر زمانی توزیع کالا این چنین در راس مسایل جای داشته است، بطوریکه امروز بسیاری از افراد، اغلب مشکلات اقتصادی کشور را ناشی از نارسائیهای توزیع میدانند. بدیهی است مقداری از این توجه بیش از حد از آنجا ناشی میشود که امر توزیع به مصرفکننده که اساساً "عموم مردم هستند مربوط میشود، در حالیکه بسیاری از عوامل مؤثر بر توزیع در بر خورد اول از نظر او دیده مصرفکننده غایب میباشند. مصرفکننده معمولاً "در صدد رفع نیاز خود با نازلترین قیمت است، کالای بدیای قیمت نازل و یا حداکثر متناهی آن، در دسترس او قرار گیرد. چنانچه این فرآیند دچار نارسائی و یا توقف گردد و راهبها اعتراض او میدارد.

مصرفکننده، خریدار است و زیادنگران آن نیست که کالا چگونه با بدتایمین و در اختیار او گذاشته شود، و یا مشکلات تولید و واردات آن کالا چیست و سهم عوامل دیگر در کالای نارسائی و بازاری نارسائی کالای قدر است.

مشکل توزیع، مشکل خاص کشور ما نیست. تقریباً " کلیه کشورهای جهان سوم بنوعی با آن درگیر میباشند. ریشه اصلی پیدایش چنین مشکلی، اساساً "در طرحهای توسعه اقتصادی و تلاش کشورهای جهان سوم در راهائی از وابستگی و عقب ماندگی اقتصادی است. طرحهای توسعه اقتصادی باعث میشود که آرمانها و تلاشها فراتر از ظرفیت موجود

اقتصادی قرار گیرند و بنا بر این تنگناهای متعددی بوجود آید. بروز تنگناها، زمینه مساعدی جهت بروز مشکل در توزیع کالا است. مشکل توزیع کالا خاص زمان ما و یا پس از انقلاب اسلامی نیز نیست، چه پیش از آن نیز وجود داشته است. اگر زیاده عقب برنگردیم باید گفت که در سالهای افزایش بهای نفت این مشکل، بشکل خاص پدید آمد و آن متعاقب سرمایه‌گذاریهایی بسیار زیاد در ساختمان سازی بود. نه فقط بخش خصوصی سرمایه‌گذاریهایی کلان در دست اجرا داشت، بلکه طرحهای عمرانی و نظامی رژیم گذشته نیز ملازمه با مصرف مقدار زیادی مصالح ساختمانی داشت که اصلاً "تناسبی با توان تولیدی جامعه در این خصوص نداشت. واردات مصالح ساختمانی روز بروز تشدید شد ولی مشکلات عدیده پیش‌بینی نشده بروز میکرد و تقاضا فراتر و فراتر میرفت. لذا مشکل توزیع سیمان و برخی دیگر از مصالح و لوازم ساختمانی در سالهای ۵۲ ببعده خودنمایی کرد. دولت در توزیع سیمان مداخله کرد و آجر دارای دوزخ آزاد و تعیین شده شد.

در دوران انقلاب عرصه توزیع نیز همچون عرصه‌های دیگر، آنجا که مشکل پیش می‌آمد، منصفانه همکاری انقلابی مردم بود، که این خود وسیله‌ای در جهت اتحاد و ایثار لازم بشمار میرفت. پس از پیروزی انقلاب به یمن ایثار و بلند نظری مردم که همراه با شکوفایی روحیه و شادمانی از پیروزی انقلاب بود تا شروع جنگ تحمیلی مشکلی بنام مشکل توزیع کم‌تر وجود داشت.

پس از شروع جنگ تحمیلی و اشغال قسمتی از خاک کشورمان توسط قوای بیگانه بسیاری از مراکز تولیدی زحمات وارده و یا متاثر از لطمات و آثار جنگ غیرفعال گشت و یا از ظرفیت تولید آن کاسته شد.

جنگ که متعاقب تحریم اقتصادی پیش آمد تشدیدکننده آن شد و بدین ترتیب کمبودهای متعددی درجا معه بروز نمود. مسئولان وقت برای کاهش صدمات و تقسیم عادلانه خسارتها و کمبودها، سیاست سهمیه بندی کالاهای اساسی را اتخاذ و اعلام نمودند. بدین ترتیب در مورد توزیع اینگونه از کالاها، دولت دخالت مستقیم نمود. ضابطه توزیع کالاهای اساسی و تعیین میزان سهمیه افراد، نیازمندیهای انسان و مقدرات جامعه بود. با ادامه جنگ تحمیلی و استمرار ضرورت، سهمیه بندی همچنان ادامه یافته است. مشکلات توزیع در سیاست و اجرا همچنان وجود دارد و با احتمال زیاد مدت مدیدی همچنان باقی خواهد ماند. توزیع مشکلی نیست که بتوان در کوتاه مدت آنرا حل کرد و تنها میتوان آنرا کاهش داد. پائین آوردن توقعات مردم و سطح تقاضا و نیز افزایش ظرفیت تولید و تامین یک جامعه در کوتاه مدت میسر نیست، بویژه اینکه کشور در وضعیت جنگی نیز بسر میبرد. باید توجه داشت که کشور ما، بعنوان کشوری جهان سومی، که دارای طرحهای توسعه اقتصادی است مجبور است و باید از اغلب عوامل تولید یا از در دسترس ترین آنها بیش از حد ظرفیت استفاده نماید و این خود موجب ناهماهنگیها در تقاضا و عرضه کالا خواهد شد، که نتیجه ای جز مشکل توزیع بدنبال نخواهد داشت. اما میتوان و باید تا آنجا که ممکن است از مشکلات توزیع و خسارات ناشی از نارسائیهای آن کاست. نیل به این مقصود تنها با شناخت عوامل موثر بر توزیع و اعمال سیاستهای لازم در رابطه با این عوامل است که میسر مییابد.

## عوامل موثر بر توزیع گسالا

### ۱- نحوه تامین

.....

یکی از عوامل مهمی که بر توزیع گسالا موثر است اینست که گسالا ز محل تولید داخلی و یا واردات، کدایک تا مین می شود. زیرا واردات گسالا در مراحل خرید، حمل، تخلیه و ترخیص از گمرک و مراحل دیگر مراتب و ویژگی‌هایی دارد که هر کدایک مبنوبه و در جای خود بر توزیع اثر میگذارد

گسالا در مرحله تولید نیز دارای ویژگی‌های متفاوتی است. گسالا که در گسالا نه تولید می شود با گسالا که در مزرعه و یا در گسالا نه تولید می گردد همه دارای مراحل توزیع یکسانی نیستند. اقتصادی که خود مصرف است و اساساً "متکی به مصرف آن چیزی است که خود تولید می کند" رای مشکلات توزیع بمراتب کمتری است آنچه در مزرعه تولید شده است پس از ردیون و ما زاد آن، به گسالا نه حمل و نگهداری و مصرف می شود.

وقتی که بسیاری از روستاهای کشور تولیدکننده و مصرفکننده گسالا باشند توزیع گسالا در روستاها مسئله خاصی ندارد. لکن زمانی که دولت، فرضاً "بخواهد گسالا فعلی این روستاها را خود تا مین و بین آنان توزیع نماید آنگاه مسایل و مشکلات توزیع گسالا بروز خواهد کرد.

چنانچه گسالا را بجا ی مزرعه، فرضاً "در یک یا دو گسالا نه تولید شود، آنگاه مساله توزیع شکل دیگری خواهد داشت. زیرا آنچه بدین ترتیب تولید گردد جمع و جور بوده میتواند بصورت عمده بفروش برسد و بعلاوه در صورت نیاز از سرمنشاء قابل کنترل است. در حالیکه محصولی را که در گسالا نهها و یا در گسالا رگاها ی متعددی تولید می شود نمیتوان جمع و جور

کرد و یا توزیع آنها را از سر منشاء تحت کنترل در آورد. در اینجا حداقل چندواحد جذب اولیه باید وجود داشته باشد که از کارگاه های کوچک بگیرند، جمع کنند و سپس توزیع و یا پراکنده سازند. چنانچه کالا از طریق واردات تامین گردد خود دارای یک سری ویژگیهای توزیعی خواهد بود. برنج را اگر خود تولید کنیم کمتر از لحاظ طعم و سلیقه و بنا بر این توزیع، مسئله ایجا دمیکند. در مورد واردات همیشه باید به فکر بود که چه موقع و چه مقدار کالا وارد کرد و چگونه نگهداشت و در چه زمانهای مناسبی توزیع نمود که در توزیع آن کمتر مسئله پیش آید. به عبارتی ساده، در کالای تولیدی داخل با شبکه توزیع سنتی و جا افتاده ای مواجه هستیم که علی رغم ضعفهای خود، بومی و جا افتاده است، در حالیکه در واردات با شبکه تامین و توزیع غیر سنتی مرکب از دولت و بخش خصوصی روبرو میباشیم که به جهت هماهنگی با مراحل و مراتب بازاری جهانی با اجبار دارای حرکات و عکس العملهای مشابهی هستند. همینکه مصرف کنندگان کمتر با بازاری جهانی تماس دارند و با آن روبرو نمیشوند، در حالیکه با بازار داخلی تماس مکرری داشته و با آن روبرو هستند این تفاوت را پیش میآورد که در توزیع کالای وارداتی، وارد کنندگان بتوانند از این عدم اطلاع کافی بمنفع خود سوء استفاده نموده و یا اختلالاتی در توزیع آن پیش آورند.

بنا بر این هر چه کشوری از لحاظ تامین، بیشتر به واردات متکی باشد در توزیع، بیشتر با مشکل روبرو خواهد شد و نیاز به کنترل شبکه توزیع که امری پرخرج و مشکل است بیشتر خواهد آمد.

## ۲- عاملین توزیع

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

عاملین توزیع شامل شخصیت های حقیقی و حقوقی شاغل در

با زارسانی کا لاسٹ . عالمین توزیع کسانے هستندکه غالباً " مردم آنها را مسئول میداند و مصرف کنندگان هرگونه اجناس و نارسائی و فشار را از سوی آنان میبینند . عالمین توزیع به بخش دولتی ، تعاونی و خصوصی بر میگردد ، که شامل نمایندگیهای فروش ، عالمین خرده فروش و عمده فروش ، فروشگاههای بزرگ دولتی و خصوصی ، دولت و تعاونیهای مصرف میشود .

"عالمین توزیع را چنانچه در مجموعه ای از ارتباطات فی مابین در نظر بگیریم شبکه توزیع را تشکیل میدهند . ارتباطات عبارت از روابط تجاری معینی بین تولیدکننده و بنکدار ، بین بنکدار و عمده فروش و ... میباشد . وضع بهینه در این بین وقتی است که مجموعه این ارتباطات حداقل هزینه را ایجاد نماید .

تفاوت عالمین توزیع بسیار است و تا ثیر آنها با اعتبار نوعشان بر توزیع کالاهای مختلف است . عالمین توزیع دولتی ، علی الاصول مجری و بلکه پیشاهنگ اجرای سیاستهای دولت میباشد . در بخش خصوصی الزاماً چنین نیست و بسیاری از آنان تا آنجا و یا تا وقتی که نظارت میشوند تابع سیاستهای دولت اند و در اوقات دیگر اساساً "دنیالهر و منافع خصوصی خود میباشد و قوانین و مقررات را نیز در همین جهت تفسیر نموده ، نسبت به آنها واکنش نشان میدهند . بخش تعاونی مرکب از شرکتهای تعاونی است که بر اساس خط مشی مجمع عمومی و هیئت مدیره خود ، حرکت میکنند . این بخش با اعتبار ما هیئت و سابقه وجودی ، گرچه بخش چندان فعالی را در جامعه تشکیل نمیدهد ، لکن در سایه حمایتها و دولتی ، مجری و پیرو سیاستهای دولت است . سرمایه گذاری بخش خصوصی در توزیع کالاهای مقایسه با بخش دولتی نیست و در سطح شهرهای بزرگ و کوچک ، صدها هزار مغازه و انبار

پاساژ، سراسراچه وجود دارد که اشتغال آنها، فروش کالا در سطح عمده و خرده فروشی است. عاملین توزیع خصوصی با توجه به هزینه فرصت، جهت سرمایه گذاری خود با استفاده از فرصتهای زمانی و مکانی و عرضه خدمات توزیعی در شرایط شبه انحصاری، هر یک در حد خود مطلوب ترین قیمتتهای قابل حصول را از مصرف کننده دریافت میکنند. بعبارت دیگر تا هر جا که مصرف کننده هنوز راضی به پرداخت آخرین دیناری باشد، برای جذب آن دینار مغازه ای یا دکه ای و یا بهتر عامل توزیعی - به شکل که باشد - ایجاد میشود.

آشکاراست که مشغله عده ای از عوامل فعلی توزیع در بخش عمده خرده فروشی، اقتصادی و مفید نیست یعنی برداشت آنها از درآمد ملی بسیار بیش از پاداش خدمات آنهاست. چنانچه نرخ سود سرمایه در بخش توزیع کالا بالاتر از بخش صنعت و کشاورزی باشد لطفاً بسیاری بر اقتصا د کشور وارد ساخته موجب حرکت سرمایه و عوامل از بخش تولید به توزیع خواهد شد. تصحیح این گرایش مضر و خطرناک تنها در بلندمدت میسر است و تنها با اعمال سیاستهای هماهنگ و صحیح پولی و مالی در چارچوب برنامه های سنجیده اقتصا دی است که میتوان سهم بخش خدمات از اقتصا د کشور را در حد معقولی برقرار نموده با رشد نامعقول آن جلوگیری کرد.

### ۳- مصرف کننده

oooooooooooooooooooo

یکی از مهمترین عوامل موثر بر توزیع کالا، تعداد و نوع مصرف کنندگان است. هرچه تراکم جمعیت مصرف کننده بالاتر و سکونت در مناطق شهری بیشتر باشد تعداد واسطه ها و عاملین توزیع به نسبت بیشتر - افزایش میابد. الگوی مصرف و سطح درآمد مصرف کنندگان نیز در توزیع

کالاموثر میباشد. زیرا آنچه حرکت کالاهای را شکل میبخشد نهایتاً تقاضای مصرف کنندگان در مناطق توزیع است و همه کالاهای در همه جا به یک نسبت مصرف نمی شوند. آنگاه از الگوی مصرف، بویژه برنامهریزان توزیع را بکار می آید. زیرا هر قدر این آگاهی دقیقتر باشد هزینه و زمان لازم برای توزیع کاهش خواهد یافت و هزینه های جهت رفت و برگشت مضاف و زائد پرداخت نخواهد شد. برنجی که در روستا مصرف ندادند آنجا نخواهد رفت و توتون و تنباکوی که مصرف روستائی دارد در دست افراد شهری و مغازه های شهری نفرین نخواهد شد. شناخت الگوی مصرف و متغیرهای موثر بر شکل بخشی آن، سنگ بنای برنامه ریزی توزیع را تشکیل میدهد.

از دیگر عوامل موثر مربوط به مصرف کننده، نوع مصرف، سطح مصرف و سطح درآمد مصرف کنندگان است. بعلاوه چگونگی توزیع درآمد خود بر توزیع کالانیز تاثیر میگذارد. در جاهایی که توزیع درآمد عادلانه تر باشد افزایش مصرف کالاهای اساسی و ضروری، شدیدتر است و برعکس وقتی که توزیع درآمد عادلانه تر باشد افزایش مصرف کالاهای لوکس و تجملی از شتاب بیشتری برخوردار می باشد. بدین ترتیب سطح درآمد، نوع توزیع آن، جمعیت و مهمتر از همه الگوی مصرف از پارامترهای مهمی هستند که بر نوع و حجم کالای قابل توزیع تاثیر میگذارد.

#### ۴- تسهیلات زیربنائی

.....

مشکل توزیع را عموماً " با تسهیلات زیربنائی و کمبودهای آن می شناسند. بعبارت دیگر بمجرد طرح بحث توزیع، حمل و نقل و اینگونه مباحث در ذهن متبادر میگردد. بحث تسهیلات زیربنائی گرچه بصورت حاد آن در کشورهای جهان سوم مطرح است، لکن بصورت



معمولی آن در مورد سیاست توزیع اغلب کشورها، موثر واقع می‌شود. توزیع تا آن اندازه متاثر از حمل و نقل است که گاه در بر خسورد اول با آن یکسان گرفته می‌شود. نقل و انتقال مکانی کالاممکن است از مزرعه، کارخانه، کارگاه، بندر و ده به شهر، روستا، انبار و یا محل تقاضا و مصرف باشد. ممکن است انتقال کالای از انباری به انبار دیگری، از شهری به شهر دیگری، از کارخانه به عمده فروشان بازار و از آنجا به دکاکین خرده‌فروشی و از این قبیل باشد.

اگر حمل و نقل کالای در کشورهای در حال توسعه بدون مساله و باسانی صورت می‌گرفت، با توجه به طرحها و نیازهای این قبیل کشورها، برنامه‌های عمرانی اقتصادی بسیار زودتر به نتیجه می‌رسید و چه بسا برنامه‌های غیرممکن که ممکن می‌گشت.

"حمل و نقل را چه از نظر متغیرهای موثر بر آن و چه از نظر ابعاد گوناگون تاثیرات آن میتوان مورد مطالعه قرار داد. حمل و نقل بر توزیع، هم بلحاظ کمی و هم بلحاظ کیفی تاثیر می‌گذارد. در کشورهای توسعه یافته، هزینه‌های ناشی از حمل و نقل بسیار پائین تر از کشورهای کمتر توسعه یافته است. از مهمترین این هزینه‌ها البته نرخ تعرفه حمل و نقل و ضایعات ناشی از حمل است. در کشورهای توسعه یافته هزینه ضایعات ناشی از حمل بسیار پائین تر از کشورهای در حال توسعه میباشد."

حمل و نقل نه تنها در رساندن کالا به بازار مصرف نقشی حیاتی به عهده دارد، بلکه در توزیع کالاهای واسطه‌ای و حرکت چرخهای تولید کشور نیز از اهمیت به سزائی برخوردار میباشد. در ارتباط بنادر با انبار و سردخانه و یا میعادگاه مصرف و تولید، حمل و نقل است که کارسازی مینماید. از انواع حمل و نقل بی‌شک حمل و نقل

جاده‌ای تاثیرش بر توزیع بسیار حیاتی تر و بیشتر از سایر انواع آن می‌باشد. شبکه ارتباطات اقتصادی کشور طوری پی ریزی شده که اساساً " بستر خودروها باشد. در مملکت ما راه آهن نقش لازم خود را در حمل و نقل نداشته و ندارد. بی شک اگر زمانی بتوان هر چه بیشتر در حمل و نقل از راه آهن استفاده نمود و وسایل موتوری جاده‌ای را محدود ساخت، کشور توزیعی هماهنگ تر و بهتر خواهد داشت و استهلاک سرمایه نیز به مراتب کمتر خواهد بود .

از دیگر تسهیلات زیر بنائی که بر توزیع کالا و سیاستهای مربوط بدان موثر است انبار و انبارداری است . انبار از قدیم - الایام وجود داشته است . تاپوها و سیلوهای کوچک گلی - برای نگهداری آرد از گذشته مرسوم بوده و حال نیز کم و بیش مورد استفاده قرار میگیرد . انبار بنا به نوع محصولات ، متفاوت و عبارت از انبار ، دپو ، سیلو ، سردخانه و کانتینر ثابت میباشد .

انبارداری دارای دو بعد مثبت و منفی است . مثبت است چون از ضایعات کالا در ایستگاههای شبکه توزیع می‌کاهد و هماهنگیهای زمانی لازم در حجم کالای عرضه شده را میسر میسازد . اما دارای بعد منفی نیز هست یعنی انبار و انبارداری آمیخته با سوسه سودپرستی ، احتکار و یا وسیله‌ای برای احتکار میگردد و یا در فواصلی فرصت غش در معامله را یا غش در کالای مورد معامله را پدید میآورد . سیلو و سردخانه امروزه تا حدودی جنبه استراتژیستیک دارند ، زیرا بدون این دو ، تامین آرد غلات و مواد گوشتی و پروتئینی - که در جهان امروز مواد غذایی استراتژیک بشمار میروند - همراه با پیش بینی دوره‌های احتیاطی و ذخایر احتیاطی لازم غیر -

ممکن است و کشور دیر یا زود در معرض تهدید از جانب کشورهای  
استعماری عرضه کننده مواد غذایی واقع شده و جهت قبول و اجرای  
سیاستهای آنها و تامین منافعی آنها تحت فشار قرار میگیرد. بنا بر  
این مهمترین ابزار تنظیم و کنترل توزیع کالاهای اساسی غذایی  
و استراتژیک تامین انبارهای مجهز، سیلوها و سردخانهها میباشد  
سرمايه‌گذاري در تسهيلات زير بنايي، از ضروريات  
کشورهای در حال توسعه است و نه فقط برای محصولات وارداتی، که  
برای توزیع محصولات تولید داخلی نیز لازم است. اگر کشور دارای  
حمل و نقل سریع و ارزان باشد، نه تنها تولیدات داخلی کمتر  
ضایع و مستهلک میگردد، بلکه امکان جذب بیشتری برای مصرف و  
صادرات پیدا میکند. اگر انبار در بنا در لازم است، اگر سردخانه  
مجهز در مراکز تخلیه لازم است، انبار و سردخانه برای نگهداری  
و توزیع تولیدات داخلی نیز لازم است و آنچه در این میان باعث  
تمایز میگردد اولویتهای یک کشور، برنامه‌های توسعه اقتصادی و  
اوضاع و احوال اقتصادی حاکم است. اگر کشور متکی به مصرف  
تولیدات داخلی باشد و در جهت تکافوی تولیدات و صادرات آن تلاش  
نماید طبیعی است که از نظر نوع، زمان و مکان، سیستم حمل و نقل  
و نگهداری خاصی را نیاز خواهد داشت، که با کشور دیگر که درصد  
رفع نیازهای خود، بیشتر از طریق صادرات و واردات کالاست متفاوت  
میباشد. طبق برآورد کارشناسان سازمان ملل ضایعات گندم  
در کشورهای آسیای حدود ۱۶/۵ درصد است که در مراحل مختلف  
حمل و نقل، بوجاری، انبار و تبدیل آن به سایر محصولات بوجود  
میآید. به همین ترتیب ضایعات پياز و سیب زمینی حدود ۳۰ درصد

و تخم مرغ و گوشت ۱۵ درصد برآورد شده است (۱). ارقام مزبور گرچه تاسف‌بار است ولی عبرت‌انگیز نیز هست و نشان می‌دهد که چنانچه در امر توزیع کالا و تسهیلات زیر بنائی مورد نیاز آن برنامه ریزی‌های لازم صورت گیرد تا چه حد بنوبه خود کمک تولیدات داخلی و تامین کالا از خارج خواهد شد و بعبارت دیگر چه قدم مهمی در مسیر خود کفائی و گسستن از وابستگی درایمن زمین‌ها خواهد بود .

#### ۵ - عوامل سیاسی

oooooooooooooooooooo

عوامل سیاسی به تبع خود روابط کشورها را از نظر بازرگانی نیز متاثر می‌سازد . روابط سیاسی گرم و دشمنانه در صورت وجود زمینه‌های لازم روابط گسترده بازرگانی را نیز بدنبال خواهد داشت و روابط سرد سیاسی متعاقبا " روابط هر چه محدودتر بازرگانی را بین دو کشور برقرار خواهد ساخت . بدین ترتیب با تغییرات عوامل سیاسی، یعنی با چگونگی تعیین رابطه سیاسی بین دو کشور، روابط تجاری و بازرگانی نیز تغییر می‌یابد و شکل تازه‌ای می‌گیرد. در رابطه با راه‌های ورود و صدور، وسایل حمل و نقل، هزینه حمل و نقل، کیفیت و نوع کالاهای قابل مبادله و یا ترانزیت و ارزش مورد توافق برای تسویه حسابها مسایل خاصی و با عبارت بهتر، مسایل جدیدی پیش می‌آید .

---

(۱): مرکز پژوهش‌های بازرگانی . نظام توزیع محصولات منتخب

عوامل سیاسی داخلی نیز اغلب بر توزیع و سیاستهای آن اثر میگذارد. وقتی مسئله انتخابات مجلس، رئیس جمهور و سیاستها را فراموش کنیم، توجه سیاسی جامعه را بخود معطوف کرده است شرایطی پیش میآید که کمترین نارسائیهها و یا افزایش در نارسائیهها، بزیان یک کاندیدا و منفعت کاندیدای دیگر ممکن است تمام شود. بنا براین افراد، احزاب و گروههای ذیربط در جریانهای سیاسی جامعه سعی دارند از عملکرد مثبت یا منفی توزیع، در جهت پیروزی خود بهره‌برداری نمایند در نیل به همین مقصود است که به سهم خود در روند و سیاستهای توزیع کالا موثر واقع میشوند. بعلاوه نامزدهای انتخاباتی و یا دولت در تحصیل تأیید مردم در جریان فرآیند اغلب وعده بهبود و اصلاح امور را به مردم میدهند و وقتیکه زبانه‌ترین مسائل و مشکلات، توزیع کالا باشد، طبیعی است که راجع به توزیع بهتر و ارزانتر کالا و کنترل قیمتها و تورم، لواحق جدید، طرحها و سیاستهای جدید به مردم عرضه و نوید داده میشود. بعلاوه وقتیکه دولت از پشتوانه مردمی برخوردار است میتواند با اتکا به مردم مشکلات توزیع کالا را سریعتر و ارزانتر و در راستای اهداف و اولویتهای مورد نظر جامعه حل نماید. نیروی مردم میتواند بهترین عامل شکست نظام مصرف‌گرای کسبه میراث غرب ورژیم گذشته است باشد. نیروی مردمی بهترین کمک در جهت شناخت نیازمندان از غیرنیامندان است.

" مجلس نیز با تدوین قوانین مرتبط، با تعیین حدود سود در تجارت و اشکال استفاده از اموال و سرمایه در تجارت از نقطه نظر قانونی میتواند ابهامات حقوقی و سیاسی موثر بر-

توزیع را تا حدودی برطرف نماید " .

" مجلس مرجعی قدرتمند و رسمی جهت اخذ اطلاعات و نظرات مردم در مورد مسائل گوناگون، از جمله بازرگانی و توزیع است . تذکرات نمایندگان میتواند در جهت رفع اشکالات قابل حل در کوتاه مدت در بخش تامین و عرضه کالا و همچنین نسبت به راهها و وسایل حمل و نقل و امکانات دیگر شبکه توزیع و اشکالات جزئی موجود در اجرای ضوابط عادلانه توزیع و میزان سهمیه های استانها و شهرستانهای کشور بسیار مفید واقع شود " . " اصلاح قوانین و مقررات کالارسانی کشور، گسترش امکانات قانونی جهت توسعه خدمات بازرگانی مناسب با نیاز کشور، از موارد مهم تاثیر مجلس بر توزیع است . " بهره برداریها و اعمال ضد انقلاب، عدم وجود ضوابط صحیح و اطلاعات و ارتباطات سالم و صحیح، عملکرد صادقانه بسیاری از مسئولین، سوء استفاده از روابط و دوستیها در برخی از جاها، تحریم و محاصره اقتصادی از عوامل اجتماعی-سیاسی دیگری هستند که بر توزیع کالا در کشور موثر میباشند .

### عهد جنگ تحمیلی

oooooooooooooooooooo

در تاریخچه ن کمتر پدیده هایی به اندازه جنگ و قحطی بر توزیع کالا موثر بوده اند . قحطی زمانی اتفاق می افتد که بر اثر عوامل طبیعی، چند سال پیاپی محصولات غذایی بمقدار زیادی از بین برود و برای کشور تا مین این مواد از خارج بهر دلیلی مقدور نباشد . امروزه قحطی کمتر اتفاق می افتد اما بهر جهت در برخی از کشورهای آفریقایی و آسیایی گهگاه اتفاق می افتد و هزاران قربانی

میگیرد . قحطی برای کشورهای با جمعیت متناسب کمتر پیش میآید و عمدتاً " پیشآمد آن بر اثر جنگ با دشمن یا نتیجه جنگ بین کشورهای دیگر است .

اما جنگ از قدیم الایام مهمترین عامل اختلال در توزیع کالا بوده است . در اغلب جنگها مردم به ذخیره سازی احتیاطی پرداخته و سوداندوزان به احتکار کالا مبادرت ورزیده اند آنان برای اینکه در بحبوحه جنگ چیزی برای خوردن خود و خانواده داشته باشند و اینان برای اینکه در لحظات بحرانی کالاها را بچند برابر قیمت به مردم مستضعف و مضطر بفروشند و ثروت بیشتری اندوخته سازند .

بواسطه جنگ تحمیلی ، توزیع و کالارسانی مختل شد و متعاقب آن بازرگانی خارجی کشور لطمه دید . صادرات دچار وقفه شد - هم صادرات نفتی و هم صادرات غیرنفتی - و اگر کشور مجهز به ذخایر ارزی لازم نبود چه بسا مضایق بسیار شدیدتری که به ملت وارد میآمد . واردات نیز دچار وقفه گشت زیرا که تعدادی از کشتیها از حرکت بازماندند . اغلب کشتیها بار خود را در بنادر ، جزایر و کشورهای خلیج فارس و دریای عمان تخلیه کردند و از آن پس مقدار معتنا بهی از واردات کشور تا مدتی از طریق همین کشورها تامین گشت . جنگ تحمیلی فشار بسیار زیادی بر تامین و توزیع سوخت و سائط نقلیه و منازل وارد کرد . زیرا از یکطرف نیازهای جبهه به مواد سوختی بسیار بود و از طرف دیگر لطماتی که تولید نفت پالایش شده و مواد سوختی نفتی از حملات هوایی و توپخانه دشمن دید ، عرضه این گونه مواد را بسیار محدود ساخت .

همراه با جنگ است که اغلب سهمیه بندی بر توزیع کالاهای

اساسی حاکم می‌گردد. یعنی جنگ پای دولت را به عرصه دخالت مستقیم در توزیع باز مینماید. با پیدایش سهمیه‌بندی و تثبیت قیمت کالاهای سهمیه‌بندی شده عملاً "بازار سیاه ایجاد می‌شود. در بازار سیاه، معیار و ضابطه تعلق کالا به هم‌میزان که باشد فقط قدرت پرداخت خریدار است و بنا بر این بازار است تقریباً" انحصاری و برای تعداد محدودی خریدار که اساساً "تقاضایشان با سهمیه عادی تامین نمی‌شود و به همین دلیل نسبت به قیمت کالاهای کوپنی نیز کشش پذیر نیستند، یعنی در بازار سیاه، قیمت‌ها در حد اکثر ممکن همانگونه که در شرایط انحصاری است تعیین می‌گردد. این، دیگر شیوه توزیع غیر رسمی است. خریدار کوپن هم گاه باید فرسنگ‌ها بدنبال تبدیل کوپن به کالای سهمیه آن طی طریق نماید.

جنگ تحمیلی استکبار جهانی بوسیله عراق علیه ایران از آنجاکه در ابتدا با اشغال بخشی از کشور و هجوم به مردم بی پناه و کشتار آنان و غارت اموالشان همراه بود، موج‌های عظیم مهاجرت جمعیت را در پی داشت که موجب اختلال در توزیع کالا شد. بطول جوری که وحشیگری دشمن متجاوز در مناطق روستائی اشغال شده بوجود آورد همراه با مشکلات زندگی در این روستاها بر موج مهاجرت بی‌شهرهای امن افزوده و بیش از آن، اینکه پس از آن نیز در امر برنامه‌ریزی توزیع مدام ایجاد اشکال نمود، زیرا که برنامه‌ریزان و مسئولان شه با جمعیت معین مصرف‌کننده که با جمعیتی مواج روبرو بودند که گاه روزانه حجم آن تغییری می‌نمود. "مهاجرت ساکنین شهرهای جنگ‌زده به استانهای دیگر و



ایجاد شهرک‌های بنیاد مهاجرین جنگ تحمیلی در نقاط مختلف و تفکیک ساکنین آنها به " زیر پوشش " و " خودکفا " شکل نوینی از توزیع کالا را ایجاد میکرد، زیرا خانوارهایی که همهمکانات رفاهی زندگی خود را از دست داده اند و ساکن نقاط گرم شده اند احتیاج به فرش، کولر، یخچال، پنکه و نظایر آن دارند .

جنگ تحمیلی بر تولیدات مناطق درگیرجنگ - در زمان اشغال - اثر فاحش گذاشت و آنان را به جمعیت مصرف‌کننده تبدیل ساخت . فرهنگ مصرف در جمعیت تولیدکننده در غالب ابعاد، متفاوت از فرهنگ مصرفی جمعیت مصرف‌کننده است .

جنگ ، سهمیه بندی و خلاصه توزیع کنترل شده کالامتضمن هزینه‌های اضافی در امر توزیع است . اگر ضابطه توزیع کالا قدرت پرداخت باشد آنگاه برخی از افراد برای کسب وسیله قدرت خرید یعنی پول ، حتی به دزدی نیز مبادرت می‌ورزند . زمانیکه ضابطه توزیع کالا، نه قدرت پرداخت بلکه نیاز شخص باشد آنگاه تعدادی فرصت طلب و زیاده خواه بدروغ خود را نیازمند معرفی مینمایند و سپس نیاز به تحقیق پیش می‌آید . جامعه شهری، جامعه کوچک - بسته‌ای نیست و افراد برای یکدیگر شناخته شده نیستند ، بنابراین این برای کسب شناخت در زمینه نیاز افراد باید متقبل وقت و هزینه شد که چنانچه دقت و محاسبات لازم در صرف وقت و هزینه بعمل نیاید آنگاه نتیجه کنترل و دخالت دولت در امر توزیع نه تنها مثبت نبوده بلکه از نظر ارزش افزوده منفی بوده است . یکی از این دقایق و محاسبات آگاهی و ایمان مردم از یکطرف و یاری آنها با دولت از طرف دیگر است .

" مسلما " تصمیم گیری های ناشی از برخوردهای روزانه بدون بررسی فواید و ضررهای آینده برای همیشه راهی صحیح نخواهد بود " حمایت ایثارگرانه مردم ایجاب میکند که از منافع کوتاه مدت سیاست حمایت از منافع قشری فرصت طلب و سوداندوز - جلب سرمایه ها در تولید و توزیع - صرف نظر شود چراکه پیاده کردن عدالت اجتماعی و تحقق سیستم توزیعی که خود پشوانه توزیع عادلانه تر درآمد باشد بدون برخورد با قشر صرفا " رفاه طلب و سود اندوز میسر نیست . (۱)

#### ۷ - سازمانها و نهادهای دخیل در توزیع و یا ذهریط با آن

وزارت بازرگانی بازوی اصلی دولت در امر توزیع کالا است . بسیاری از سیاستها و لوایح مربوط به توزیع در وزارت بازرگانی تهیه و تدوین و پس از تصویب مراجع قانونی بوسیله تشکیلات همیمن وزارتخانه با جرادرمیآید . وزارت بازرگانی و سازمانهای تابعه آن نه تنها در امر توزیع کالا، قیمت گذاری و هدایت زمانی و مکانسی مسیر توزیع ، مسئول نظارت و هدایت های لازم میباشند ، بلکه امر توزیع قند و شکر ، چای و گندم و آرد نانویان ، منحصر " توسط سه شرکت وابسته باین وزارتخانه انجام میگیرد . مراکز تهیه و توزیع کالا که پس از پیروزی انقلاب اسلامی تشکیل شده اند، به غیر از واردات کالا، در امر توزیع نیز تاثیر عمده ای دارند . پیدایش مراکز

(۱) : موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، " بررسی مقدماتی توزیع کالا "، ۱۳۶۳ . نقل بمعنی از بخش " بنیاد مهاجرین جنگ تحمیلی و تاثیر آن بر توزیع کالا " .

تهیه و توزیع کالا و گسترش سریع فعالیت آنها در واقع شکل دخالت دولت در تهیه و توزیع کالاهاست. تقسیم کار و فعالیت بین این مراکز و ایجاد مراکز متعدد با تخصص های جداگانه دلیل بر نیاز دولت بر پیدایش آنها بوده است. امروزه برخی از این مراکز تا آنجا که دولت لازم دیده است بر عمده توزیع کالای تحت پوشش خود نظارت دارند. برخی از کارخانجات کارنامه تولیدشان آنجاست و بر طبق لیست تعیین شده تولید خود را تقسیم مینمایند. هم اکنون ۱۲ مرکز تهیه و توزیع وابسته به وزارت بازرگانی دایر میباشد. علاوه بر وزارت بازرگانی، ستاد بسیج اقتصادی است که در مهرماه سال ۱۳۵۹ پس از بروز جنگ تحمیلی بوجود آمد. ستاد بسیج اقتصادی اساساً با انگیزه چاره اندیشی برای مصائب و مشکلات اقتصادی ناشی از جنگ تحمیلی و نیز با انگیزه چاره جوئی برای برطرف کردن مشکلاتی تشکیل شد که حل آنها از حدی که دو وزارتخانه خارج بود. ستاد دارای کمیته های وابسته بناهای کمیته سوخت و انرژی، کمیته هماهنگی امور حمل و نقل، کمیته هماهنگی توزیع کالاهای اساسی، کمیته صنعت و کار و کمیته پول و بانک میباشد. عملکرد ستاد بسیج اقتصادی و وزارت بازرگانی و اقماران طی سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی خود را هدی عینی بر نقش و تاثیر آنها در توزیع کالا است.

از آنجا که تا مین عدالت اجتماعی از اولویتهای نظام جمهوری اسلامی است و عدالت اجتماعی بدون توزیع عادلانه درآمد و کالا میسر نیست، لذاست که بر تاثیر و نقش نهادها و دستگاههای ذیربط دولتی و مسئولیت آنها افزوده خواهد شد که نخواهد شد. تا زمانیکه اقتصاد

چاره‌ی بگونه‌ای تغییرنیا بدکه خود بخود بتوانند شرایط توزیع عادلانه  
 درآمد و کار را ایجاد نماید و وجود نظارت، هدایت، کنترل و دخالت دولت  
 در این امر لازم بشمار میرود. بر مسئولین، متفکرین و محققین است که  
 با استفاده از تتبعات و انجام تحقیقات لازم بتوانند برنامه‌ها و  
 سیاست‌های لازم را در جهت بهبود شبکه توزیع ارائه نمایند.

از مطالب ارائه شده در نظر اول چنین استنباط میشود که نظریه  
 سهم قابل توجه واردات در تامین کالاهای مصرفی و واسطه‌های مورد نیاز،  
 تعیین تکلیف لایحه دولتی کردن بازرگانی خارجی، قدم مهمی در امر  
 بهبود توزیع کالاهای وارداتی است. همراه با این مسئله ضروریست که  
 نقش و مسئولیت عاملین توزیع در اقتصاد کشور مشخص گردد و محیطه و حدود  
 عملکرد و فعالیت بخشهای دولتی، تعاونی و خصوصی در امر توزیع روشن  
 شود. کارآئی سرمایه و نیروی کار در ایجاد ارزش واقعی و یا افزایش ارزش  
 واقعی کالاهای در بخش توزیع پائین است و چنانچه بتوان رقابت سالم  
 و سازنده بین عاملین بخشهای مختلف دولتی، تعاونی و خصوصی را تشدید  
 نمود، کارآئی واقعی از طریق کاهش واسطه‌ها و تغییر نحوه عملکرد  
 آنها با لاخواهد رفت. مصرف کننده نیز باید عناصر ناپسند را از الگوی  
 مصرف خود طرد کرده همگام با تولیدکنندگان، نیل به استقلال، خودکفائی  
 و تشویق به استفاده از کالاهای تولیدی داخل را که از اولویت‌های  
 جمهوری اسلامی ایران است تحقق بخشد. حتی المقدور باید به بهبود و  
 توسعه زیربنای اقتصادی لازم پرداخت و از بهبود و توسعه شبکه  
 حمل و نقل و انبارداری هماهنگ با اهداف فائقه تولید داخلی، کاهش  
 واردات و وابستگی، در بخت نورزید که از مهمترین عوامل افزایش  
 کارآئی شبکه توزیع، همین حمل و نقل، بسته‌بندی و انبارداری

تا تیر عوامل سیاسی و جنگ تحمیلی و نهادهای سازمانهای ذیربط  
 بر توزیع کالاهای اساسی و بر مسئولین دستگاہها و نهادهای قانونگذاری ،  
 اجرائی و قضائی کشور است که همچنانکه جنگ ما دفاع از عدالت تلقی  
 میشود تلاش شود در شرایطی که "جنگ در راه امور است" سیاستها ، فعالیتها و  
 قضاوتها در امور مربوط به توزیع کالاهای اساسی باشد که نهایتاً "بمنفع مستضعفین  
 جامعه و رزمندگان جبههها باشد .

تشبیه نسبی قیمتها و مبارزه با گرانفروشی نیز چنانچه بنحوی جدی  
 اجرا و پیگیری شود اهرمی است که ضمن رفع برخی از نارسائیهایی که کاهش  
 بعضی از ناملایمات در توزیع کالاهای اساسی میتواند زمینه ساز اقتصادی سالم و از  
 عوامل تأمین کننده عدل و قسط اسلامی باشد .

۱- مبادا سیاست انشاء... بیاری خداوند متعال و برنا مهریزی  
 و اجرای صحیح توسط مسئولین و دست اندرکاران ذیربط و همکاری و همیاری  
 ملت مسلمان و شهیدپرور ایران، نظام عادلانه توزیع کالاهای  
 در کوتاه مدت که حداقل در بلندمدت تحقق یابد انشاء... .

- منابع و مأخذ:
- ۱- موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی . بررسی مقدماتی توزیع کالا  
 ۱۳۶۳ .
  - ۲- مرکز پژوهشهای بازرگانی . ضرورت تجدیدنظر در سیستم قیمت گذاری  
کالاهای خدمات . بی تا .
  - ۳- مرکز پژوهشهای بازرگانی . خلاصه برای مدیران ، نظام توزیع محصولات  
منتخب کشاورزی در ایران . بی تا .
  - ۴- موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی . نظری اجمالی به جنبه های  
اقتصادی تورم . ۱۳۶۴ .
  - ۵- وزارت بازرگانی . طرحها و لوایح توزیع .
  - ۶- ستاد بسیج اقتصادی . کالای اساسی ، طرح توزیع عادلانه کالا . ۱۳۶۱ .
  - ۷- وزارت بازرگانی ، اداره کل بازرگانی استان کردستان . روشنی نو  
در سیستم نظارت بر توزیع کالا . ۱۳۶۳ .
- تذکر: نقل قولها همه جا از منبع شماره (۱) است .