



رئیس موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی یارانه‌های هدفمند را چگونه می‌بیند؟

رفاه کم درآمدها از رویا تا واقعیت

حامد نجفی

هدفمندسازی یارانه‌ها موضوع جدیدی در علم اقتصاد نیست، بلکه به دلیل آثار متعدد پرداخت فراگیر یارانه از جمله منطقی نبودن مصرف کالاهای یارانه‌ای، قاچاق این نوع کالاها، خروج کالاهای یارانه‌ای از سیستم توزیع (فساد)، انحراف در سرمایه‌گذاری، ایجاد انحصار و جلوگیری از رقابت پذیری همواره مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی بوده است. در این رابطه مصاحبه‌ای با مهندس محمود دودانگه، رئیس موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت بازرگانی به جنبه‌های گوناگون این طرح مهم اقتصادی پرداخته شده است.

به عنوان کسی که ریاست یکی از موسسات مطالعاتی کشور و بخش بازرگانی را در اختیار دارید، هدفمندسازی یارانه‌ها در کشور براساس چه ضرورتی صورت می‌پذیرد؟

یارانه‌ها از طریق اختلال در قیمت‌ها و افزایش کسری بودجه دارای آثار منفی بر اقتصاد هستند، از سوی دیگر دولت‌ها نیز دریافته‌اند که پرداخت یارانه به شیوه عام و فراگیر راه مناسبی برای مبارزه با فقر و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر نیست. به علاوه منافع گروه‌های پردرآمد از یارانه بسیار بیشتر از گروه‌های فقیر جامعه است. در چنین شرایطی اصلاح یارانه‌ها نه تنها برای بهبود کارایی ضروری به نظر می‌رسد، بلکه برای تامین مالی رشد اقتصادی کشورهای فقیر و رهاسازی

منابع برای ارائه خدمات اجتماعی ضروری به افراد کم درآمد نیز لازم است. نکته دوم این است که پرداخت یارانه‌های همگانی در کشورهای در حال توسعه همواره یکی از منابع کسری بودجه در اقتصاد این کشورها بوده و همین امر نابسامانی‌های زیادی را در اقتصاد این کشورها ایجاد کرده است. از سوی دیگر این کشورها در راستای الحاق به سازمان جهانی تجارت و رعایت ضوابط نهادهای بین‌المللی لازم است اصلاحات ساختاری در اقتصاد ایجاد کنند که یکی از این موارد کاهش و هدفمندسازی یارانه‌ها است. در اقتصاد ایران نیز در بیشتر سال‌ها، یارانه‌های پرداختی یکی از عوامل کسری بودجه بوده است. علاوه بر این، پرداخت همگانی یارانه‌ها، هزینه بسیار بیشتری دارد که در مقایسه با منفعی که به فقرا می‌رسد، قابل مقایسه نیست. از این رو هدفمندسازی یارانه‌ها و پرداخت آن به اقشار نیازمند یکی از الزام‌های اقتصاد است، اما برای اینکار طراحی برنامه‌ای هدفمند با ویژگی‌های خاص ضروری است که این امر در قالب طرح تحول اقتصادی پیش بینی شده است.

منظور شما از این ویژگی‌ها چیست؟

این برنامه باید دارای ۳ ویژگی مشخص باشد، به نحوی که چتر حمایتی ناشی از آن بایسد دارای کمترین هزینه برای دولت، بالاترین نرخ پوشش برای افراد فقیر و کمترین نرخ تراوش برای افراد بی‌نیاز باشد، در مقابل از هزینه‌های اجرایی و سیاسی پایینی نیز برخوردار باشد. برای این کار قدم اول، شناسایی خانوارهای نیازمند با خانوارهای آسیب‌پذیر است که این کار را

می‌توان به روش‌های مختلفی انجام داد، اما یکی از معیارهای مهم تعیین‌کننده سطح رفاه خانوارها، میزان درآمد آنها است. با تعیین درآمد و سپس مقایسه آن با خط فقری که برآورد شده، می‌توان واجد شرایط بودن یک خانوار را تعریف کرد.

اما همانطور که می‌دانید یکی از مشکلات اصلی، تعیین خط فقر است. در این زمینه چه پیشنهادی وجود دارد؟

بله همینطور است. تعیین درآمد خانوار یکی از مشکلات اساسی اقتصاد کشورهای در حال توسعه است. به ویژه این امر زمانی حادث می‌شود که شاغلان بخش رسمی (دولتی) کمتر از بخش غیردولتی باشند، لذا اقتصاددانان به دنبال معیارها و ملاک‌هایی رفته‌اند که به عنوان جانشین‌های بسیار خوبی برای برآورد درآمد خانوار بتوان از آنها استفاده کرد. به هر حال، روش‌های تشخیص خانوارهای نیازمند از خانوارهای بی‌نیاز، از مسائل حساسی است که باید با دقت خاص انجام شود. زیرا تحقق اصل هدفمندسازی یارانه‌ها علاوه بر در نظر گرفتن هزینه‌های اجرایی، مستلزم پرهیز از دو نوع خطا است. که در این راستا خطای نوع اول عبارتست از حذف بخشی از خانوارهای فقیر مشمول کمک‌های دولت و خطای دوم در نظر گرفتن بعضی از خانوارهای غیرفقیر در زمره خانوارهای نیازمند است. البته در این راستا به علت فقدان اطلاعات دقیق، کاهش خطای نوع اول، مستلزم افزایش خطای نوع دوم است. اگر دولت در پی پوشش حمایتی همه خانوارهای فقیر است، به ناچار باید خط فقر را بالا بگیرد؛ در این صورت درصدی از خانوارهای غیرفقیر نیز از مزایای یارانه‌ها

برخوردار می‌شوند. از این رو برای کاهش میزان بروز خطاهای دوگانه فوق در هدفمندسازی، شناسایی و تعیین دقیق خانوارهای فقیر و آسیب‌پذیر با استفاده از روش‌های مناسب الزامی است.

با این توضیحات منافع هدفمند کردن یارانه‌ها برای اقشار آسیب‌پذیر چیست؟

هدف اصلی هدفمندکردن یارانه‌ها، ارائه کالا و خدمات یارانه‌ای یا منافع آن به افراد و گروه‌های نیازمند است، زیرا پرداخت یارانه به یک شخص ثروتمند نه تنها فقر را کاهش نمی‌دهد، بلکه منابع مورد نیاز کاهش فقر را نیز به هدر خواهد داد. از سوی دیگر اگر تمام منافع در اختیار فقرا قرار گیرد، ضمن افزایش میزان منافع هر فرد، هزینه‌های برنامه نیز کاهش پیدا می‌کند. بنابراین نکته حائز اهمیت این است که هدفمندسازی بهتر به معنای پوشش بیشتر افراد فقیر است، اگر بیشتر فقرا تحت پوشش قرار نگیرند، تاثیر برنامه برای کاهش فقر تقلیل می‌یابد، بدین ترتیب هدفمندسازی هم اثربخشی برنامه را بهبود می‌بخشد و هم تاثیر مثبتی بر رفاه خانوارهای آسیب‌پذیر دارد.

تجربه هدفمندسازی یارانه‌ها در کشورهای مختلف چگونه به عنوان پشتوانه اجرای این طرح در ایران قرار گرفته است؟

بررسی تجارب کشورهای دیگر در زمینه هدفمندسازی یارانه‌ها، اطلاعات ارزشمندی در اختیار قرار می‌دهد. بررسی‌ها نشان می‌دهد برخورداری گروه‌های فقیر در برنامه‌های هدفمند در مقایسه با برنامه‌های عام، بسیار بیشتر است.

بیشترین سهم منافع ۴۰ درصد پایین جمعیتی (۴ دهک پایین) در یارانه‌های عام، حدود ۳۷ درصد است و کمترین مقدار این رقم در برنامه‌های هدفمند به ۵۹ درصد افزایش می‌یابد. به طور متوسط در پرداخت عام یارانه‌ها سهم ۴۰ درصد گروه پایین، ۳۳ درصد و در برنامه‌های هدفمند، ۷۲ درصد است. بررسی میزان برخورداری روش‌های هدفمندسازی بیانگر آن است که سطح وسیعی از برخورداری بین آنها وجود دارد، برای ۴۰ درصد پایین جمعیت این دامنه از ۵۹ تا ۸۳ درصد متغیر است، اما بین روش‌های مختلف این دامنه کمتر است. بر این اساس بررسی‌ها نشانگر این است که دامنه برخورداری ۴۰ درصد پایین جمعیتی در روش ارزیابی فردی وسیع‌تر و از ۵۹ تا ۸۳ درصد قرار دارد (میانگین آن ۷۳ درصد است). در هدفمندسازی جغرافیایی، این دامنه ۶۲ تا ۷۹ درصد است (میانگین ۷۲ درصد). در روش خود هدفمندی میزان برخورداری ۴۰ درصد پایین جمعیتی ۶۹ الی ۷۷ درصد منافع برنامه است. در طرح تحول اقتصادی نیز سعی شده است از تمامی این تجارب به صورت مطلوب استفاده شود.

راهکارهای حمایت از گروه‌های کم درآمد لایحه هدفمند کردن یارانه‌ها به چه صورت است؟

همانگونه که مطلع هستید سهم بالای یارانه‌های آشکار در هزینه‌های دولت بیانگر پتانسیل بالقوه یارانه‌ها در رشد پس‌اندازهای بودجه‌ای است، بنابراین با حذف یارانه‌ها این امکان وجود دارد که پس‌اندازها افزایش یافته و قسمتی از آن صرف جبران کاهش رفاه گروه‌های کم درآمد گردد. در نتیجه برای موفقیت‌آمیز بودن سرعت اصلاح یارانه‌ها تهیه منابع مالی برای جبران رفاه از دست رفته فقرا ضروری است. تهیه ابزارهای حمایت اجتماعی و ظرفیت‌های اجرایی مناسب جبران کاهش درآمد فقرا در اثر حذف یارانه‌ها، نه تنها به منابع مالی بلکه مستلزم سیستمی برای تحویل این منابع به افراد نیازمند است. اصلاح یارانه‌ها زمانی که کشور دارای ابزارهای حمایت اجتماعی مناسب باشد، می‌تواند با سرعت انجام شود. به علاوه در صورت نیاز به ایجاد شبکه جدید تامین اجتماعی باید ظرفیت‌های اجرایی و عملیاتی کردن آن برای خانوارهای کم درآمد وجود داشته باشد. مطالعه تجربه کشورهای دیگری که اصلاح تدریجی یارانه‌ها را انجام داده‌اند موید این نکته است. به طوری که این کشورها برای موفقیت در اصلاح یارانه‌ها با ابزارهای موجود تامین اجتماعی را بهبود بخشیده‌اند یا شبکه تامین اجتماعی جدیدی را ایجاد نموده‌اند. برای مثال کشورهای الجزایر ۹۶-۱۹۹۲، مصر ۹۷-۱۹۸۰، مجارستان ۹۴-۱۹۹۲، اندونزی ۲۰۰۰-۱۹۹۷، جامائیکا ۹۳-۱۹۸۴، اردن ۹۹-۱۹۹۴، سریلانکا ۸۲-۱۹۷۲، تونس ۹۹-۱۹۹۰ و اوکراین ۲۰۰۰-۱۹۹۵ دقیقاً بر این اساس عمل کرده‌اند.

یکی از پروژه‌هایی که در قالب طرح تحول اقتصادی مطرح است اصلاح نظام توزیع در کشور است. به طور کلی ارکان نظام توزیع در ایران چگونه باید اصلاح شود؟

حذف گلوگاه‌های نظام توزیع به معنای برچیدن قدرت انحصاری برخی توزیع‌کنندگان عمده‌است، به نحوی که بتوان از حقوق مصرف‌کنندگان دفاع کرد

نظام توزیع در ایران دارای ارکان مختلفی است. بازار یکی از ارکان اساسی نظام توزیع در ایران است. بازار مکان یا موقعیتی است که در آن خریداران و فروشندگان، کالا و خدمات را مبادله می‌کنند. فضایی که در این تعریف در ذهن متبادر می‌شود، تنها یک فضای فیزیکی نبوده و دارای اجزایی است که در ذهن همه افراد به عنوان یک نهاد پذیرفته شده است. از آنجایی که شبکه توزیع شامل کلیه فعالیت‌هایی است که کالا را از محل تولید به محل مصرف می‌رساند، لذا می‌توان گفت ساختارهای حاکم بر نهاد بازار همان فضای کسب و کار و فضای شبکه توزیع است؛ به عبارت دیگر، نهاد بازار در درون شبکه توزیع شکل می‌یابد. کارایی و رقابت پذیری از مهمترین ویژگی‌های چنین ساختاری است که این ساختار، بسستر فعالیت سایر بخش‌های اقتصادی را فراهم می‌کند. بخش دیگری از نظام توزیع کشور به مجموعه‌ای از واحدهای صنفی تعلق دارد که شبکه اصناف کشور را تشکیل می‌دهند.

به طور کلی در کشور ما برخورد مستقیم می‌توان به نظارت بر بازار، حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، حمایت از تولیدکنندگان در مقابل سیاست‌های دامپینگ و کالاهای وارداتی، تنظیم بازار و تامین نیازهای اساسی کشور اشاره کرد که بخشی از این وظایف در حوزه وزارت بازرگانی تعریف شده است. بر این اساس، نظام توزیع برای انجام وظایف خویش می‌تواند کالا را حسب شرایط کالا و توان بنگاه از مسیرهای متفاوتی گذرانده و به بازارهای مصرف عرضه کند.

کانال‌های توزیع کالا در کشور از مرحله تولید تا مصرف به چه صورت تعریف شده است؟

در حالت کلی چهار مسیر برای توزیع کالا قابل تصور است. انتخاب این مسیرهای چهارگانه به تناسب نوع کالا و شرایط موجود در اقتصاد انجام می‌پذیرد، به نحوی که مسیر اول که تولیدکنندگان (واردکنندگان) به طور مستقیم با مصرف‌کنندگان روبه‌رو می‌شوند، معمولاً به کالاهایی اختصاص دارد که بنگاه تولیدی، دارای مقیاس تولید بالا و نظام توزیع مناسب باشد و اغلب

با مصرف‌کنندگان که آخرین مرحله توزیع کالا و خدمات است، برعهده اصناف قرار دارد. در این مجموعه، هر شخص حقیقی یا حقوقی که در یکی از فعالیت‌های صنفی اعم از تولید، تبدیل، خرید، فروش، توزیع، خدمات و خدمات فنی فعالیت کند و به عنوان پیشه‌ور و صاحب حرفه و شغل آزاد، محصول یا خدمات خود را به طور مستقیم یا غیرمستقیم و به صورت کلی یا جزئی به مصرف‌کنندگان عرضه دارد، فرد صنفی شناخته می‌شود. از سوی دیگر، هر واحد اقتصادی که فعالیت آن در محل ثابت یا وسیله سیار باشد و از سوی فرد یا افراد صنفی با اخذ پروانه کسب دایر شده باشد، واحد صنفی شناخته می‌شود. همچنین نهاد بازار به عنوان حیطة فعالیت بخش بازرگانی دارای محدودیت‌هایی است که وظایفی را برای دولت ضروری می‌سازد، از آن جمله

کارکرد انحصاری نیز هستند، صدم می‌کند. در مسیر سوم و چهارم عوامل بیشتری در کانال‌های توزیع وجود دارد و عواملی نظیر عمده‌فروشی، نمایندگی‌ها و واسطه‌ها در این فرآیند مداخله مستقیم خواهند داشت. در این زیرشبکه‌ها معمولاً عمده‌فروشان و واسطه‌های عمده‌نظیر عوامل فروش و نمایندگی‌ها از قدرت عمل بیشتری برخوردارند و نقش تعیین‌کننده‌ای در جریان توزیع کالا ایفا می‌کنند؛ زیرا آنان بیشترین نقش را در تامین منابع مالی و سرمایه‌گذاری در شبکه توزیع دارند. به نظر می‌رسد که مسیرهای سوم و چهارم در نظام توزیع ایران بیشترین جایگاه را در بخش‌های کشاورزی و صنعت دارند، به طوری که محصولات کشاورزی به دلیل فصلی بودن تولید در مقاطع زمانی خاص و همچنین نظام بهره‌برداری خرده‌مالکی در حد اقتصاد معیشتی نیازمند گذر از فرآیندهایی نظیر انبار، سیلو صنایع غذایی هستند تا بتوانند ارزش افزوده لازم را فراهم آورند.

یکی از مشکلات نظام توزیع وجود انحصار در برخی از کانال‌های فوق است. در این خصوص در لایحه چه راهکاری اندیشیده شده است؟

یکی از چالش‌های مهم در این زمینه قدرت انحصاری تولیدکنندگان یا برخی از توزیع‌کنندگان عمده است، به طوری که اگر ابزارهای لازم نظیر قوانین ضد انحصار وجود نداشته باشد، مصرف‌کنندگان نهای آسیب خواهند دید. ساماندهی نظام حمایت از مصرف‌کنندگان و اجرایی کردن قوانین ضدانحصار از مواردی است که می‌تواند در این زمینه مفید باشد.

ویژگی نظام توزیع ایران در مقایسه با سایر کشورها چیست؟

نظام توزیع کالاها و خدمات در سراسر جهان در حال متحول شدن است. این روند با توجه به روند فزاینده و رو به رشد جهانی شدن اقتصاد و تجارت، در حال تغییر و دگرگونی است. این تغییرات بنیادین نه تنها قیمت کالاها و خدمات را متاثر کرده بلکه در حال تغییر ماهیت عرضه و تقاضا در سطح داخلی کشورها، متاثر ساختن تجارت بین‌الملل و حتی تشدید رقابت میان کالاها و خدمات تولیدی در کشورهای مختلف نیز هست. یکی از مهمترین تحولات در این خصوص تغییر و جایگزینی در نهادهای توزیعی و تبعات ناشی از این امر است. اگر در گذشته تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان عمده و خرد، بازیگران عمده در توزیع کالاها و خدمات بوده‌اند و در نهایت فروشگاه‌های کوچک و متوسط، وظیفه عرضه مستقیم کالاها و خدمات به مشتری را برعهده داشته‌اند، در حال حاضر نهادهایی به نام فروشگاه‌های زنجیره‌ای یا دیگر توزیع‌کنندگان زنجیره‌ای بخش عمده‌ای از وظیفه‌های قبلی را در زنجیره توزیع و حتی بخشی از تولید، برعهده گرفته‌اند. و برخی از این توزیع‌کنندگان زنجیره‌ای در سطح منطقه‌ای یا جهانی نیز فعال هستند و شعبه‌های خود را در اقصی نقاط جهان برای توزیع کالاها و خدمات برپا کرده‌اند.



موسسات توزیع زنجیره‌ای در کشورهای توسعه یافته از مهمترین مکانیزم‌های عرضه کالا و خدمات بوده و اینگونه موسسات درصددند تا کالاهایی کیفی با قیمت مناسب را به مصرف‌کنندگان عرضه کرده و در عوض با گسترش و افزایش فروش محصولات عرضه شده، سود بیشتری را نصیب خود کنند.

نقش موسسات زنجیره‌ای در اقتصاد چیست و چه مزیت‌هایی برای مصرف‌کنندگان ایجاد می‌کنند؟

ماهیت فعالیت این موسسات در زمینه افزایش رفاه مصرف‌کنندگان از طریق کاهش قیمت کالاها، افزایش کیفیت کالاها، کاهش هزینه‌های ایاب و ذهاب مشتری و عرضه متنوعی از کالاها و خدمات برای بی‌نیاز ساختن مشتریان از مراجعه به فروشگاه‌های دیگر است. این موسسات زنجیره‌ای همچنین از طریق استخدام کارکنان خویش نیز به رشد اشتغال در سطوح مختلف کمک می‌کنند. در عین حال، به دلیل عدم توان رقابت فروشگاه‌های کوچک و متوسط با آنان، اغلب فروشگاه‌های مذکور تعدیل می‌شوند. از سوی دیگر، نگرانی عمده‌ای در خصوص قدرت انحصاری این موسسات در خرید کالاها و خدمات و کاهش قدرت چانه‌زنی تجار و تولیدکنندگان در تعامل با این موسسات توزیعی زنجیره‌ای وجود دارد. شناخت ظرفیت‌های این نهادهای جدید توزیعی و گستره فعالیت آنان و استفاده از تجارب کشورهای موفق می‌تواند تا حدودی نحوه تعامل با آنان را روشن تر سازد.

به عنوان رییس موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت بازرگانی، ریشه‌های ناکارآمدی نظام توزیع را در چه می‌دانید؟

ریشه‌های ناکارآمدی نظام توزیع به ساختار و فرآیند و همچنین به قوانین مرتبط با ارکان نظام توزیع بر می‌گردد. همانطور که عرض کردم کالا در نظام توزیع حسب شرایط کالا و توان بنگاه‌ها از مسیرهای متفاوتی عبور کرده و به مصرف‌کننده عرضه می‌شود. یکی از مهمترین مشکلات و چالش‌های نظام توزیع در ایران فقدان نظام اطلاعاتی منسجم از وضعیت تولید و توزیع کالاها در مراحل مختلف است. برای نمونه این‌که چه سهمی از کالاها یا گروه‌های کالایی به طور مستقیم از تولیدکننده در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد یا روند تولید مصرف یا ورود اقلام چگونه است به صورت نظام‌مند در اختیار نیست. دومین ریشه ناکارآمدی بخش توزیع به سیستم حمل و پخش کالا در سطح کشور برمی‌گردد. افزایش درآمد، جمعیت و حجم مبادلات کشور، طراحی یک نظام حمل و نقل کارآمد را ضروری می‌سازد، بدین ترتیب که باید شرایط و ترتیبی اتخاذ گردد که کالاها در حداقل زمان و با کمترین هزینه به دست مصرف‌کننده برسد. البته به منظور ایجاد زمینه و ترتیبات لازم در جهت افزایش کارایی نظام حمل و نقل، افزایش تولید داخلی و حجم مبادلات خارجی ضرورت توسعه و گسترش اسکله‌ها، بنادر و ناوگان حمل و نقل و سایر زیر ساخت‌های لجستیکی مورد نیاز وجود دارد. تعدد

واحدهای صنفی یکی دیگر از عوامل ناکارآمدی نظام توزیع کالا در کشور است. نیروی انسانی این واحدها که اغلب نیروهای سنتی و تجربی هستند، با اتکا بر تجارب خود و بدون بهره‌وری کافی به فعالیت خود ادامه می‌دهند. وزارت بازرگانی در راستای وظایف و مأموریت‌های خود طی سال‌های اخیر سعی در گسترش فضاهای آموزش کلاسبیک در اصناف داشته است، به نحوی که سیاست‌گذاری لازم در جهت گسترش رشته‌های تحصیلی مناسب

شود. این امر علل گوناگونی دارد که برخی از آنها به ساختار تولید، توزیع و قوانین مربوط می‌شود.

توجه به حقوق مصرف‌کنندگان در بازارهای بین‌المللی چه جایگاهی دارد؟

در بازارهای بین‌المللی با توجه به گرایش‌های موجود در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، قوانین و مقررات مشخصی از سال‌های قبل در سطوح جهانی و منطقه‌ای به مورد اجرا گذاشته شده است.

نبود نظام اطلاعاتی منسجم از وضعیت تولید و توزیع کالاها یکی از چالش‌های عمده سیستم فعلی توزیع در کشور است

با رسته‌های صنفی انجام پذیرفته است. البته در این خصوص، ضرورت تدوین و تصویب قوانین مرتبط نیز وجود دارد. بالا بودن هزینه‌های شبکه توزیع کالا در کشور یکی دیگر از چالش‌های نظام توزیع است. از طرف دیگر مدت زمانی که طول می‌کشد کالا از تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان برسد، بسیار مهم است که این موضوع موجب افزایش سرعت مبادلات و در نتیجه افزایش حجم تجارت می‌شود. از طرف دیگر، این عامل موجب تحریک بخش تولیدی اقتصاد برای بالا بردن سطح تولیدات و افزایش رشد اقتصادی می‌شود. از زاویه دیگر توزیع صحیح کالاها موجب کاهش هزینه‌های انتقال کالا از تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان با رعایت استاندارد مطلوب انتقال، نگهداری و توزیع کالاها و کاهش واسطه‌های غیرضروری در امر توزیع که هیچ‌گونه ارزش افزوده‌ای را در فرآیند انتقال کالاها ایجاد نمی‌کنند، می‌شود.

نظام توزیع کارآمد که در طرح تحول مدنظر قرار گرفته، چه ویژگی‌هایی دارد؟

از جمله فواید توزیع کارآمد و صحیح کالاها، بهبود عدالت اجتماعی و بهینه‌سازی الگوی مصرف کالاها و از همه مهم‌تر رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و مردم است.

بنابراین می‌توان گفت که در نظام توزیع کالا در ایران، رفاه مصرف‌کنندگان به طور کامل مورد توجه قرار نمی‌گیرد؟

بله. این امر به دلیل افزایش غیرواقعی و کاذب هزینه‌ها و بهای تمام شده کالاها و خدمات و هم به دلیل زمان توزیع و کیفیت کالاها و خدمات بعد از فروش نامناسب کاهش می‌یابد. از سوی دیگر، رفاه تولیدکنندگان به دلیل کاهش تقاضای موجود برای محصولات تولیدی، کاهش می‌یابد. اگر زنجیره تولید و مصرف یک فرآورده را به طور ساده شامل تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده بدانیم، هر یک از این عوامل دارای حقوقی هستند. در چند دهه اخیر در موارد بسیاری دفاع از حقوق تولیدکننده و توزیع‌کننده در اولویت برنامه‌ها بوده است. اما آنچه کمتر راجع به آن بحث شده حقوق مصرف‌کننده و مراد است که باید در مورد وی رعایت

بسیاری از مشکلات از جمله قاچاق کالا، بی‌کیفیتی تولیدات، ضعف در وصول درآمدهای مالیاتی، دشواری تجارت، هزینه‌های بالای تولید و واسطه‌های غیر ضروری را از میان بردارد و به فعالیت‌های اقتصادی و تجاری شفافیت بخشد. با توجه به این موارد است که پیاده‌سازی کامل ایران کد یکی از اولویت‌های شبکه توزیع کشور است.

به عنوان آخرین سؤال، یکی دیگر از مشکلات نظام توزیع کالا و خدمات فقدان نهادی است که بتواند تمام تصمیم‌های مربوط به تنظیم بازار کالا در آن اتخاذ گردد، آیا این در طرح تحول اقتصادی دیده شده است؟ برای تحول در نظام توزیع چه اقداماتی در دست انجام است؟

برای این‌که توزیع کالاها از نظام مناسبی برخوردار شود، باید نسبت به ایجاد نهادی که بتواند پایش بازار و به ویژه برای کالاهای مهم و حساس را به صورت مستمر انجام دهد اقدام کرد. این نهاد باید مسئول برنامه ریزی و سیاست‌گذاری و گردآوری آمار و اطلاعات در مورد جریان کالاها، تولید، توزیع، مصرف، قیمت‌ها و همچنین پیش‌بینی آنها باشد تا امکان مدیریت مطلوب بازار فراهم شود. در وضعیت موجود به لحاظ پراکندگی مسئولیت و اختیارات تولید و توزیع کالاها در دستگاه‌ها و نهادهای مختلف امکان مدیریت مناسب و تنظیم کامل بازار وجود ندارد. در همین رابطه باز مهندسی ساختار و فرآیندهای مرتبط با توزیع در سطح دولت ضروری است.

از طرف دیگر تحول در نظام توزیع کالا از طریق تقویت زیرساخت‌ها و ایجاد نرم افزارهای موجود شبکه توزیع، در چارچوب مجموعه‌ای از برنامه‌ها و فعالیت‌ها امکان پذیر و قابل دستیابی است و برای آنکه نوین‌سازی و اصلاح نظام توزیع کالا و خدمات به شکلی مطلوب محقق شود، لازم است پروژه‌های عملیاتی با توجه به ابعادی نظیر تقویت مدیریت شبکه توزیع، منطقی کردن تعداد و فعالیت عوامل توزیع (کوتاه شدن فاصله تولید تا مصرف)، تسهیل نظارت و کنترل و سیاست پذیرکردن جریان توزیع کالا در کشور، فراهم کردن زمینه‌های امکان استفاده از صرفه جویی‌های ناشی از مقیاس، منطقی کردن حاشیه سود عوامل توزیع، بهبود اثربخشی سیاست‌های تنظیم بازار، تسهیل رقابت در بازار پیگیری شود. بر این مبنا طرح‌های عملیاتی ایجاد اتحادیه‌های کشوری، ایجاد پایگاه اطلاع رسانی اصناف و بازرگانان، ملت کارت اصناف کشور، ساماندهی پخش کالا، ایجاد شبکه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی کالا، نظام طبقه بندی و کدینگ ملی کالا، ساماندهی و ایجاد اعتماد برای سایت‌های فروش اینترنتی، پنجره واحد تسهیل صادرات و واردات کشور، تشکیل نهادهای غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تاسیس NGOهای مصرف‌کننده در ایران و تشکیل نهادهای اجرایی تسهیل رقابت و کنترل انحصار، تعریف و در دست پیاده‌سازی است که انتظار می‌رود با پیاده‌سازی کامل طرح‌های فوق در ماه‌های آتی شاهد تحول در نظام توزیع باشیم.

آیا نظام کدینگ کالایی در کشور نیز می‌تواند به این امر کمک کند؟

یکی از پیش‌نیازهای اصلاح نظام توزیع کالاها در کشور، پیاده‌سازی نظام کدینگ ملی کالاها و خدمات در کشور است. با راه‌اندازی ایران کد در واقع اولین گام نوین‌سازی توزیع کالاها در کشور برداشته شده است. ظرفیت‌سازی اقتصادی، تسهیل فرآیندهای تجاری، روان‌سازی و تولید فرصت‌های اقتصادی و نوسازی مدیریت سنتی به مدیریت نوین مبتنی بر تجارت الکترونیک و اطلاعات از جمله مزیت‌های استفاده از نظام کدینگ ملی است. همچنین وجود بستری چون ایران کد می‌تواند