



توضیح اجمالی:

نظام توزیع کالا به عنوان شاهرگ حیاتی اقتصاد، نقشی تعیین کننده در رشد و توسعه اقتصادی کشور به ویژه در حمایت از مصرف کنندگان، تولید کنندگان، امنیت غذایی و عدالت اجتماعی دارد؛ اما بررسی ها نشان می دهد که فقدان نگاه کلان و دانش محور، این بخش را به جای فضای رقابتی، به سمت «انحصارهای ساختاری» سوق داده است. نفوذ ذی نفعان در گلوگاه های کلیدی، زنجیره تأمین محصولات (کشاورزی، صنعتی و وارداتی) را با رفتارهای رانت جویانه و اطلاعات نامتقارن مواجه کرده است. این ناکارآمدی ساختاری، با تحمیل هزینه های مبادله سنگین، منجر به شکل گیری شکاف قیمتی ناعادلانه میان تأمین و مصرف شده است؛ وضعیتی که در آن سود اصلی به جای تولید کننده، در لایه های واسطه گری غیرضروری و دلالان ذی نفوذ رسوب می کند.

تداوم سازوکار فعلی، تولید کنندگان را از سود عادلانه محروم و بر معیشت مردم فشار بیشتری وارد می سازد. این عارضه نه تنها مانع رشد بخش های مولد و اشتغال پایدار می شود، بلکه با تخریب ساختار توزیع درآمد، تحقق «عدالت اقتصادی» را دشوارتر ساخته است. از منظر اقتصاد کلان، این وضعیت موجب کاهش کارایی سمت عرضه، تشدید تورم و افت تاب آوری جامعه در برابر تکانه های اقتصادی می گردد. در واقع، نظام فعلی توزیع محصولات به جای ارزش آفرینی، منجر به اتلاف منابع ملی شده است.

«سازوکارهای نوین عرضه مستقیم»، راهکاری فوری و کم هزینه

این پیشنهاد با کوتاه سازی مسیر «تأمین تا مصرف»، علاوه بر بهبود حاشیه سود تولید کننده و کاهش قیمت برای مصرف کننده، محرک قدرتمندی برای اشتغال زایی است. ایجاد این زیرساخت ها، فرصت های شغلی متعددی در حوزه های لجستیک، بسته بندی و خدمات پشتیبان ایجاد کرده و با افزایش قدرت خرید مردم، منجر به تحریک تقاضا و به تبع آن، رونق تولید و اشتغال بیشتر در کل بهبود چرخه اقتصادی کشور می گردد. تلاش دولت ها در ایران برای افزایش رقابت و کاهش فاصله قیمت تولید تا مصرف، سابقه ای بیش از ۱۷۴ ساله دارد. در سال های پس از انقلاب اسلامی هم تجارب موفق همچون ایجاد میادین میوه و تره بار منطقه ای و محلی به خصوص در دهه های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰، گواهی بر اثربخشی مداخله هوشمندانه دولت در ایجاد بسترهای عرضه مستقیم است. امروز نیز توسعه این بازارها، نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت استراتژیک برای اصلاح هم زمان سمت عرضه و تقاضا و بازگرداندن تعادل به اقتصاد ملی محسوب می شود. شایان ذکر است علی رغم وجود زیرساخت های قانونی مستحکم، عملیاتی سازی ایجاد بازارهای مناسب عرضه مستقیم محصولات، با کندی مواجه بوده است. کلیدی ترین تکالیف قانونی در این راستا عبارتند از:

- ماده ۱۶ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار (۱۳۹۰): تکلیف صریح شهرداری ها برای تأمین محل عرضه مستقیم محصولات تولید کنندگان کوچک و متوسط.
 - ماده ۱۱ قانون افزایش بهره وری بخش کشاورزی: تأکید بر کاهش فاصله قیمت مزرعه تا سفره.
 - سایر مستندات: بند ۱ ماده ۵۵ قانون شهرداری ها، ماده ۸۵ قانون نظام صنفی و ضوابط بهداشتی مرتبط.
- عدم پیگیری اجرای دقیق این قوانین، نظام توزیع کالا را در وضعیت «ناکارآمدی مزمن» نگاه داشته است.





چالش های اساسی:

۱. **تورم لایه های واسطه گری غیرمولد:** زنجیره تأمین در ایران با حداقل ۳ تا ۵ لایه واسطه گری مواجه است که بدون ایجاد ارزش افزوده واقعی، قیمت نهایی را بین ۱۰۰ تا ۳۰۰ درصد (به ویژه در بخش کشاورزی) افزایش می دهند. نکته کلیدی اینجاست که حتی با کاهش تعداد واسطه ها، به دلیل مشکلات ساختاری «نظام عرضه»، اجحاف قیمتی گسترده ای بر مصرف کننده تحمیل می شود.
۲. **استانداردهای قدیم، شکاف فناوری و بحران لجستیک:** فرسودگی ماشین آلات سبک و سنگین در ناوگان عرضه محصولات و عدم توجه به استانداردهای سخت افزاری و نرم افزاری پویا و مدرن برای فعالیت افراد (حقیقی و حقوقی) در زیرمجموعه لجستیک بار، منجر به ضایع شدن سالانه ۳۰ درصد از محصولات کشاورزی شده است. این خسارت ناشی از ضعف در خودروهای حمل و توزیع محصولات (به خصوص استفاده از خودروهای یخچالدار)، بطور مستقیم قیمت مصرف کننده را افزایش داده است. دولت ها نه تنها پیگیر تدوین استانداردهای پویا برای فعالیت در بخش محصولات درون و برون شهری نکرده بلکه در خصوص تأمین و عرضه این گونه خودروها هم اقدامات گسترده ای نشده است.
۳. **ساختار غیررقابتی و سنتی، برای دریافت مجوز فعالیت در عرضه محصولات:** نظام صنفی فعلی بر پایه محدودیت های جغرافیایی و سنتی بنا شده است. این ساختار در برابر مدل های دیگر عرضه محصولات (نظیر فروش آنلاین، عرضه مستقیم محصولات (حراج)، توزیع سیارو...) مقاومت کرده و با ایجاد مانع برای ورود متقاضیان جدید، عملاً از حاشیه سود بالای بنکداران و فعالان سنتی در یک فضای غیررقابتی صیانت می کند.
۴. **اختلال در شفافیت اطلاعات سمت ذخیره سازی، حمل و نقل و عرضه محصولات:** نفوذ اندک سامانه های نظارتی (مانند سامانه جامع تجارت) در لایه های میانی عرضه، منجر به فقدان شفافیت در انبارش و قیمت گذاری شده است. این عدم تقارن اطلاعاتی، بستری امن برای احتکار، قیمت سازی های جعلی و فرار مالیاتی دلالان بزرگ فراهم آورده است.
۵. **حاکمیت نظام «سلف خری»:** ضعف بنیه مالی کشاورزان باعث شده تا لایه دلالان با استفاده از توان نقدینگی خود، محصولات را پیش از برداشت خریداری کنند. در این چرخه، کشاورز به «کارگر دلالان» تبدیل شده و بخش عمده سود حاصل از زحمت تولید کننده، به جیب کسی می رود که قدرت مالی دارد.
۶. **هزینه های بالای سربار و اجاره بهای شهری:** در ساختار فعلی شبکه توزیع کالا، مصرف کننده نهایی قیمت بالایی برای خرید کالای مورد نیازش پرداخت می کنند، بخشی از هزینه های سنگین سربار ناشی از رشد بی رویه اجاره بهای مغازه ها و انبارهای شهری است. تأمین این هزینه ها برای ایجاد و فعالیت در عرضه محصولات را در شرایط فعلی برای بسیاری از افراد دشوار و حتی غیرممکن است، به تبع آن بهره وری نظام توزیع به مرور کمتر و کمتر شده است.





۷. ضعف برندینگ و استانداردسازی (تبانی در کیفیت):

توزیع فله‌ای و عدم هدایت و ترغیب فعالان بازار به برندسازی و بسته‌بندی نوین، ناشی از فضای غیررقابتی است. قدرت بالای دلالان و تبانی در بازار باعث شده تا آن‌ها بدون ارتقای کیفیت یا استفاده از روش‌های نوین عرضه، قیمت‌ها را در بالاترین سطح نگاه دارند و تمایلی به ارائه تخفیف یا بهبود کیفیت نداشته باشند.

تجربه سایر کشورها:

جدول مقایسه‌ای تجربیات موفق کشورها در آماده‌سازی و گسترش بازارهای عرضه مستقیم در جهان

نام مدل / کشور	نوع زیرساخت (سخت‌افزار)	تمرکز اصلی محصولات	منبع اعتبار علمی	دستاوردهای کلیدی
Michi-no-Eki (ژاپن)	ایستگاه‌های دائمی حاشیه جاده	محصولات محلی و صنایع دستی	وزارت زمین و ترابری (MLIT)	احیای اقتصاد محلی و ایجاد اشتغال پایدار جاده‌ای
Rythu Bazar (هند)	سکوها موقت شهری و ورودی	محصولات تازه کشاورزی	مؤسسه MANAGE هند	کاهش ۲۵ درصد قیمت و حذف کامل واسطه (دلال) در این بازارها
Mobile Markets (آمریکا/اروپا)	ناوگان خودروبی (وانت و کامیونت)	کالاهای اساسی و تازه	گزارش‌های FAO و USDA	دسترسی ارزان به غذا کالاهای دیگر در مناطق محروم شهری
طرح پیشنهادی (ایران)	ترکیب ایستگاه‌های جاده‌ای و ناوگان خودروبی	کالاهای اساسی، تولیدی و وارداتی	مدل بومی اقتصاد مقاومتی	حمایت دوطرفه از تولیدکننده و مصرف‌کننده

ماخذ: مطالعه بانک جهانی در مورد «برنامه میچی-نو-اکی: ایستگاه‌های کنار جاده‌ای چندمنظوره

- بخش کشاورزی، کمیسیون برنامه‌ریزی، دولت هند.

- تقویت کشاورزی شهری و حومه شهری به سمت سیستم‌های پایدار کشاورزی غذایی

این جدول نشان می‌دهد که چگونه کشورهای مختلف با اهدافی مشابه، زیرساخت‌های برای استفاده در تولید و اشتغال و معیشت عموم مردم قرار داده‌اند؛ برای نمونه دولت ژاپن با استفاده از اراضی کنار جاده‌های اصلی، ایستگاه‌هایی را ایجاد کرد که کشاورزان محلی محصولات‌شان را بصورت مستقیم به مسافران و شهروندان عرضه دارند. این طرح تبدیل به موتور محرک اشتغال روستایی و کاهش فقر در مناطق روستایی شده است. در هند (ایالت آندرا پرادش) شهرداری‌ها زمین‌های دولتی در نقاط استراتژیک و مبادی ورودی شهرها را شناسایی کرده و زیرساخت‌های لازم (سایه‌بان و پارکینگ) برای ایجاد بازار عرضه مستقیم محصولات به مصرف‌کنندگان فراهم کردند تا تولیدکنندگان محصولات را با خودروهای خود به مصرف‌کنندگان عرضه کنند. این بازارها منجر به کاهش ۲۰ درصدی قیمت برای مصرف‌کنندگان و افزایش ۲۰ درصدی درآمد برای کشاورزان (باحذف کامل واسطه) شده است. این اقدامات ثابت کرده که با کمترین هزینه آماده‌سازی زیرساخت‌ها (فقط تخصیص زمین)، می‌توان تلاطم بازار را کنترل کرد.

همچنین در اکثر کشورهای توسعه‌یافته، شهرداری‌ها زمین‌های رها شده در حاشیه بزرگراه‌ها را با زیرساخت‌های حداقلی (پارکینگ و سایه‌بان) در اختیار تامین‌کنندگان قرار می‌دهند. بنوعی «بازارهای عرضه مستقیم محصولات» را با استفاده از خودروهای مختلف به عنوان «سوپرمارکت‌های سیار» در مناطق مختلف شهرها و مناطق پیرامون، به‌ویژه مکان‌های که دسترسی مردم آن مناطق به این گونه محصولات کم است، ایجاد می‌نمایند. این خودروها در ساعات مشخصی از

روز در پارکینگ‌های معین یا ورودی محلات مستقر می‌شوند. این تجربه نشان می‌دهد که خودرو صرفاً وسیله حمل نیست، بلکه خودرو خودش «واحد صنفی معتبر» است که اشتغال ارزان ایجاد می‌کند





نکات کلیدی:

۱. راهکار فوری و ارزان: ایجاد زیرساخت‌های عرضه مستقیم در مبادی ورودی شهرها و حاشیه جاده‌های اصلی، راهکاری «فوری و کم‌هزینه» برای تعادل بخشی به اقتصاد کشور است. استفاده از زمین‌های غیرمسکونی حاشیه شهرها این امکان را فراهم می‌کند که کامیون‌های حامل بار بدون ورود به ترافیک شهری، محصولات خود را با هزینه حمل کمتر و رعایت استانداردهای ایمنی در اختیار خریداران قرار دهند. این اقدام با کاهش ترافیک هسته مرکزی و آلودگی هوا، نقش مکملی در بهبود زیست‌شهری ایفا می‌کند.

۲. اهرم قانونی: مطابق ماده ۱۶ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، شهرداری‌ها «موظفند» با همکاری وزارت راه و شهرسازی، مکان‌های مناسبی را برای عرضه محصولات تولیدکنندگان کوچک و متوسط (SMEs) فراهم کنند. امتیاز کلیدی این قانون، عدم نیاز به مجوز از تشکلهای صنفی برای تولیدکنندگان در این بازارهاست. همچنین طبق آیین‌نامه اجرایی، نرخ اجاره‌بها در این فضاها باید به گونه‌ای باشد که منجر به افزایش قیمت نهایی کالا نشود؛ امری که راه را برای رقابت واقعی باز می‌کند.

۳. مهندسی مجدد سود و قیمت: در این روش متداول در کشورهای دیگر، سود حذف شده از لایه‌های واسطه‌گری غیرمولد، میان تولیدکننده و مصرف‌کننده تقسیم می‌شود. به این معنا که «افزایش قیمت برای تولیدکننده» (سود عادلانه) هم‌زمان با «کاهش قیمت برای مصرف‌کننده» (رفاه معیشتی) رخ می‌دهد. استقرار این ایستگاه‌ها در ورودی شهرها، یک «شوک رقابتی» به بازار داخل شهر وارد می‌کند و خرده‌فروشان را ناچار می‌سازد برای حفظ مشتری، قیمت‌های خود را تعدیل کنند.

۴. اشتغال‌زایی مولد و کاهش ضایعات: این طرح محرک سریع بازار کار است و زنجیره‌ای از مشاغل پایدار در حوزه‌های لجستیک هوشمند، بسته‌بندی در محل، انبارداری خرد و مدیریت توزیع ایجاد می‌کند. همچنین با کوتاه‌سازی زمان ماندگاری کالا در زنجیره، ضایعات (به‌ویژه در بخش کشاورزی) به شدت کاهش یافته و انگیزه برای سرمایه‌گذاری در تولید محصولات باکیفیت و برندسازی تقویت می‌شود.

۵. امنیت و نظم بخشی در عرضه محصولات: ایجاد بازار عرضه مستقیم برای تولیدکنندگان در فضاهای «نظام‌مند، ایمن و دارای پارکینگ»، علاوه بر حفظ کرامت تولیدکننده، امنیت جاده‌ای را ارتقا داده و فرآیند نظارت بر کیفیت و قیمت را برای دستگاه‌های متولی تسهیل می‌کند.

جمع‌بندی و پیشنهادات:

پیشنهاد حاضر، گامی راهبردی در جهت عملیاتی‌سازی تکالیف قانونی معطل‌مانده از سال ۱۳۹۰ (موضوع ماده ۱۶ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار) است که با هدف صیانت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و با تکیه بر تجارب موفق بین‌المللی تدوین شده است. از آنجا که تمامی زیرساخت‌های حقوقی این طرح پیش‌تر تمهید شده، اجرای آن مستلزم فرآیندهای پیچیده قانون‌گذاری نبوده و صرفاً با اراده اجرایی و انسجام میان بخشی، تحولی





ملموس را در سفره مردم رقم خواهد زد. تحقق این پیشنهاد، نه تنها یک انتخاب اقتصادی، بلکه یک ضرورت حاکمیتی برای تزریق شفافیت، رقابت و عدالت به پیکره اقتصاد ملی است. بدین ترتیب با بهره گیری از اراضی پیرامونی و حریم جاده ها، شهرداری ها می توانند بدون نیاز به بودجه های کلان عمرانی، اقدامات زیر را انجام دهند:

۱. تسطیح، کف سازی سبک و تأمین روشنایی اراضی بایر ورودی شهر (با رعایت حریم قانونی جاده ها) با کمترین هزینه انجام شود.
۲. واگذاری فضاها به صورت غرفه های سبک یا اجازه استقرار خودروهای عرضه مستقیم در محیط های امن و دارای پارکینگ انجام شود.
۳. این بازارها با جذب تولیدات تازه در مبدأ ورودی، فشار ترافیک بر میادین داخلی شهر را کاهش داده و به عنوان «ضربه گیر قیمتی» عمل می کنند.

