### تکرار خطاهای راهبردی و اصرار بر سیاست‌های شکست‌خورده در مدیریت بازار

# سفره مردم زیر آوار بی‌تدبیری



کیمیا ملکی: **بازار مواد غذایی ایران در شرایطی وارد نیمه دوم پاییز شده که افزایش قیمت کالاهای اساسی، دیگر به یک یا دو محصول محدود نیست و به بخش‌های مختلف سبد مصرفی خانوار سرایت کرده است. گوشت قرمز، مرغ و برنج که از اصلی‌ترین اقلام سفره ایرانی به شمار می‌روند، هر یک با مجموعه‌ای از مشکلات در زنجیره تولید، واردات و توزیع مواجه‌اند؛ مشکلاتی که در نهایت خود را در قیمت‌های پرداختی مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند.**

**در این میان، آنچه بیش از افزایش قیمت‌ها اهمیت دارد، ناتوانی سیاست‌گذار در ایجاد ثبات و پیش‌بینی‌پذیری در بازار است. از یک سو، تولیدکننده از افزایش هزینه نهاده‌ها و دشواری تامین مواد اولیه می‌گوید، واردکننده با مشکلات ارزی و ترخیص کالا دست‌وپنجه نرم می‌کند و از سوی دیگر، مصرف‌کننده با قیمت‌هایی روبه‌روست که گاه فاصله قابل‌توجهی با نرخ‌های اعلامی و مصوب دارند. نتیجه این وضعیت، بازاری است که در آن نه تولیدکننده از قیمت فروش رضایت دارد، نه توزیع‌کننده از ثبات مقررات مطمئن است و نه مصرف‌کننده می‌تواند برای هزینه‌های ضروری زندگی برنامه‌ریزی کند.**

**چرا با وجود دستگاه‌های متعدد متولی تنظیم بازار، همچنان مدیریت عرضه و قیمت کالاهای اساسی به یکی از چالش‌های مزمن اقتصاد خانوار تبدیل شده است؟**

## بازار مرغ؛ تعادل وجود ندارد!

بازار مرغ نمونه روشنی از پیچیدگی مدیریت کالاهای اساسی است. در این بازار، مسئله را نمی‌توان صرفا با کمبود یا وفور تولید توضیح داد. گزارش‌های منتشرشده در مهر سال جاری از جوجه‌ریزی حدود ۱۳۸ میلیون قطعه در شهریور حکایت داشتند؛ رقمی که نشان‌دهنده ظرفیت قابل‌توجه تولید در صنعت طیور است. با این حال، بالا بودن تولید به‌تنهایی نتوانسته به معنای ثبات قیمت در بازار مصرف باشد.

از یک طرف، مرغداران با افزایش هزینه نهاده‌هایی مانند ذرت و کنجاله سویا، دارو، واکسن و سایر هزینه‌های تولید روبه‌رو هستند. از طرف دیگر، کاهش قدرت خرید خانوارها تقاضا برای مرغ را تحت فشار قرار داده است. در گزارش‌های صنفی منتشرشده در مهرماه، قیمت تمام‌شده هر کیلوگرم مرغ زنده برای تولیدکننده دست‌کم ۲۵۰ هزار تومان برآورد شده، در حالی که نرخ فروش درب واحدهای تولیدی در محدوده ۱۶۰ تا ۱۸۰ هزار تومان قرار داشته است. این فاصله نشان می‌دهد که تولیدکننده نیز در شرایط فعلی از وضعیت بازار رضایت ندارد.

در چنین وضعیتی، افزایش قیمت در سطح خرده‌فروشی لزوما به معنای سود بیشتر مرغدار نیست. ممکن است محصول در مبدأ تولید با قیمتی پایین‌تر از هزینه تمام‌شده فروخته شود، اما در مسیر رسیدن به مصرف‌کننده با هزینه‌های حمل‌ونقل، کشتار، بسته‌بندی، توزیع و حاشیه سود حلقه‌های مختلف مواجه شود. این همان شکافی است که سیاست‌گذار باید برای شناسایی و اصلاح آن برنامه داشته باشد.

از سوی دیگر، افزایش ۷۰ هزار تومانی قیمت مصوب مرغ که در گزارش‌های بازار در اوایل آبان بازتاب یافت، خود به موجی از تغییر قیمت در برخی قطعات مرغ منجر شد. رشد قیمت قطعاتی مانند سینه و مغز ران نشان داد که تغییر نرخ در حلقه تولید می‌تواند به‌سرعت به بازار مصرف منتقل شود. بنابراین، مسئله بازار مرغ نه صرفا کمبود عرضه است و نه فقط گران‌فروشی در خرده‌فروشی‌ها؛ مشکل اصلی، نبود سازوکار هماهنگ میان هزینه تولید، قیمت خرید از مرغدار، شبکه توزیع و قدرت خرید مصرف‌کننده است. سیاستی که تنها بر کنترل قیمت در یک حلقه متمرکز شود، ممکن است زیان را به حلقه دیگری منتقل کند، بدون آنکه مسئله اصلی برطرف شود.

## برنج؛ گره ارزی در بازار وابسته به واردات

بازار برنج از زاویه دیگری مشکلات مدیریت کالاهای اساسی را نشان می‌دهد. این محصول علاوه بر تولید داخلی، به واردات نیز وابستگی قابل‌توجهی دارد و هرگونه اختلال در ثبت سفارش، تأمین ارز، حمل‌ونقل یا ترخیص محموله‌ها می‌تواند بر انتظارات قیمتی بازار اثر بگذارد. بر اساس گزارش منتشرشده از سوی انجمن واردکنندگان برنج ایران، واردات برنج سفید در نیمه نخست سال ۱۴۰۵ حدود ۶۰۰ هزار تن بوده؛ در حالی که این میزان در مدت مشابه سال گذشته حدود ۹۰۰ هزار تن گزارش شده است. به این ترتیب، واردات برنج در این دوره حدود یک‌سوم کاهش داشته است.

در همین حال، دبیر انجمن واردکنندگان برنج در مهرماه از وجود حدود ۱۳۰ هزار تن برنج وارداتی در بنادر و گمرکات کشور خبر داده بود که در انتظار دریافت مجوزهای لازم برای خروج قرار داشت. این آمار نشان می‌دهد که مسئله تأمین کالا فقط به وارد کردن محموله محدود نیست و فرآیندهای اداری و گمرکی نیز می‌توانند در دسترسی بازار به کالا اختلال ایجاد کنند. البته کاهش واردات به‌تنهایی به معنای کمبود فوری برنج نیست. وزارت جهاد کشاورزی در گزارش‌های منتشرشده اعلام کرده است که بیش از ۶۰ درصد نیاز کشور از محل تولید داخلی تأمین می‌شود و در مقطع مورد بررسی، بازار با کمبود مواجه نبوده است. با این حال، کاهش واردات و باقی ماندن محموله‌ها در انتظار ترخیص می‌تواند برای ماه‌های آینده ریسک ایجاد کند؛ به‌خصوص اگر جریان ورود کالاهای جدید با وقفه همراه شود. از سوی دیگر، افزایش نرخ ارز و هزینه‌های حمل‌ونقل، قیمت تمام‌شده برنج وارداتی را بالا برده است. در بخش داخلی نیز افزایش هزینه نهاده‌هایی مانند کود و سموم کشاورزی بر قیمت تمام‌شده تولید اثر گذاشته است. بنابراین، بازار برنج با دو فشار هم‌زمان مواجه است: افزایش هزینه تولید داخلی و افزایش هزینه تأمین کالای وارداتی.

در این میان، بلاتکلیفی مطالبات ارزی واردکنندگان نیز می‌تواند توان مالی آنها برای سفارش محموله‌های جدید را محدود کند. واردکننده‌ای که برای تامین کالای قبلی با مشکل تسویه ارزی روبه‌روست، نمی‌تواند با اطمینان درباره واردات بعدی تصمیم بگیرد. این وضعیت در نهایت بر استمرار عرضه اثر می‌گذارد و می‌تواند زمینه افزایش قیمت را فراهم کند.

## فشار از ویترین فروشگاه تا سفره خانوار

ابعاد مسئله را می‌توان در آمارهای تورمی نیز مشاهده کرد. بر اساس گزارش مرکز آمار ایران از تورم مهر ۱۴۰۵، تورم نقطه‌به‌نقطه گروه خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات به ۱۱۳.۴ درصد رسیده است. به بیان دیگر، هزینه این گروه از کالاها برای خانوارها در مقایسه با مهر سال گذشته بیش از دو برابر شده است. هرچند این نرخ در مقایسه با ماه قبل کاهش داشته، اما تداوم تورم سه‌رقمی برای نهمین ماه متوالی نشان می‌دهد که فشار قیمتی در بخش خوراکی‌ها همچنان بسیار بالاست. اهمیت این ارقام زمانی روشن‌تر می‌شود که بدانیم کالاهای غذایی برخلاف بسیاری از کالاهای مصرفی، امکان حذف کامل از سبد خانوار را ندارند. خانواده‌ها ممکن است خرید لوازم خانگی، پوشاک یا سایر کالاهای بادوام را به تعویق بیندازند اما در مورد مواد غذایی ناچارند حتی در شرایط کاهش درآمد واقعی، بخشی از هزینه‌ها را پرداخت کنند.

به همین دلیل، افزایش قیمت گوشت، مرغ و برنج صرفا یک تغییر در بازار کالا نیست، بلکه مستقیما بر کیفیت تغذیه و سطح رفاه خانوار اثر می‌گذارد.

در چنین شرایطی، کاهش مصرف یا جایگزینی کالاهای گران‌تر با اقلام ارزان‌تر به یکی از راه‌های ناگزیر مدیریت هزینه خانوار تبدیل می‌شود. این تغییر رفتار اگرچه ممکن است در کوتاه‌مدت فشار مالی را کاهش دهد، اما در بلندمدت می‌تواند به افت کیفیت سبد غذایی منجر شود.

## گوشت قرمز؛ واردات راه نجات بازار نیست

بازار گوشت قرمز نیز با مجموعه‌ای از عوامل اثرگذار بر قیمت مواجه است. هزینه نگهداری دام، قیمت خوراک، محدودیت منابع علوفه، هزینه حمل‌ونقل و کشتار و همچنین وضعیت عرضه دام زنده، همگی در تعیین قیمت نهایی نقش دارند. در چنین شرایطی، افزایش هزینه تولید در بخش دامپروری به‌تدریج به قیمت گوشت در قصابی‌ها و فروشگاه‌ها منتقل می‌شود.

یکی از سیاست‌هایی که طی سال‌های گذشته برای کنترل بازار گوشت دنبال شده، واردات گوشت قرمز بوده است. این سیاست در مقاطع مختلف توانسته بخشی از نیاز بازار را تامین کند، اما تداوم آن به عواملی مانند تخصیص ارز، قیمت خرید در بازارهای مبدا، هزینه حمل‌ونقل و سرعت ترخیص وابسته است. از این رو، واردات نمی‌تواند بدون برنامه‌ریزی و استمرار، جایگزین سیاست‌های اصولی حمایت از تولید داخلی شود.

مشکل زمانی عمیق‌تر می‌شود که گوشت وارداتی با هدف تنظیم بازار وارد کشور شود، اما دسترسی مصرف‌کننده به آن با محدودیت مواجه باشد یا توزیع آن نتواند بر قیمت عمومی بازار اثر محسوسی بگذارد. در این حالت، واردات هزینه ارزی و اجرایی خود را به اقتصاد تحمیل می‌کند، اما نتیجه مورد انتظار در سفره خانوار دیده نمی‌شود.

از سوی دیگر، بازار گوشت قرمز از نظر نوع محصول، کیفیت، منشأ تولید و شیوه عرضه تنوع زیادی دارد. به همین دلیل، اعلام یک نرخ کلی برای گوشت نمی‌تواند تصویر دقیقی از وضعیت بازار ارائه دهد. قیمت گوشت گوسفندی، گوساله، قطعات مختلف و محصولات بسته‌بندی‌شده با یکدیگر متفاوت است و نظارت مؤثر باید این تفاوت‌ها را در نظر بگیرد.

در واقع، سیاست‌گذار باید به جای اتکا به واردات مقطعی یا اعلام نرخ‌های دستوری، زنجیره تأمین گوشت را از تولید دام تا عرضه در فروشگاه رصد کند. بدون چنین نظارتی، فاصله میان قیمت دام زنده و گوشت عرضه‌شده به مصرف‌کننده همچنان می‌تواند به یکی از نقاط مبهم بازار تبدیل شود.

## تنظیم بازار با بخشنامه و قیمت دستوری!

یکی از ضعف‌های اساسی در مدیریت بازار مواد غذایی، غلبه نگاه کوتاه‌مدت بر سیاست‌گذاری است. در بسیاری از مقاطع، با افزایش قیمت یک کالا، نخستین واکنش دستگاه‌های مسئول اعلام نرخ مصوب، تشدید نظارت یا وعده افزایش عرضه است. این اقدامات ممکن است در کوتاه‌مدت اثر روانی داشته باشند، اما اگر ریشه‌های افزایش قیمت برطرف نشود، بازار دوباره به مسیر قبلی بازمی‌گردد.

قیمت‌گذاری دستوری زمانی می‌تواند مؤثر باشد که هزینه تولید، دسترسی به نهاده‌ها و شبکه توزیع نیز با آن هماهنگ شده باشد. در غیر این صورت، تعیین قیمتی که با واقعیت هزینه‌ها فاصله دارد، می‌تواند تولیدکننده را به کاهش تولید یا عرضه در مسیرهای غیررسمی سوق دهد. از سوی دیگر، آزاد گذاشتن کامل بازار نیز بدون رقابت مؤثر و نظارت بر رفتار واسطه‌ها ممکن است به افزایش حاشیه سود حلقه‌های توزیع منجر شود.

در واقع، تنظیم بازار به معنای انتخاب میان قیمت‌گذاری دستوری و رهاسازی کامل قیمت‌ها نیست؛ بلکه به معنای طراحی سازوکاری است که در آن تولیدکننده بتواند با حاشیه سود منطقی فعالیت کند و مصرف‌کننده نیز با قیمت قابل‌قبول به کالا دسترسی داشته باشد.

برای رسیدن به این هدف، سیاست‌گذار باید اطلاعات دقیقی از میزان تولید، موجودی انبارها، واردات، میزان مصرف و مسیر توزیع کالا در اختیار داشته باشد. نبود چنین تصویری باعث می‌شود تصمیمات اجرایی با تأخیر و بر اساس نشانه‌های قیمتی اتخاذ شوند؛ یعنی زمانی که افزایش قیمت در بازار رخ داده و فشار آن به مصرف‌کننده منتقل شده است.

## مسئولیت بازار با چه نهادی است؟

بازار کالاهای اساسی تحت تأثیر تصمیمات و عملکرد چندین دستگاه قرار دارد. وزارت جهاد کشاورزی در حوزه تولید و تأمین نهاده‌ها نقش دارد، وزارت صمت و دستگاه‌های بازرگانی در بخش‌هایی از توزیع و تجارت اثرگذارند، بانک مرکزی مسئول سیاست‌های ارزی است و گمرک نیز در ترخیص کالا نقش تعیین‌کننده دارد. در کنار این دستگاه‌ها، سازمان‌های نظارتی و تعزیراتی نیز مسئولیت‌هایی در کنترل بازار و رسیدگی به تخلفات دارند.

این تقسیم کار به‌خودی‌خود مشکل‌ساز نیست؛ مسئله زمانی شکل می‌گیرد که میان تصمیمات این نهادها هماهنگی کافی وجود نداشته باشد و هیچ دستگاهی مسئولیت نتیجه نهایی را به‌طور کامل نپذیرد. برای مثال، ممکن است سیاست‌گذار بر افزایش واردات تأکید کند، اما فرآیند تامین ارز یا ترخیص محموله‌ها با تأخیر مواجه شود. یا در بخش تولید، قیمت‌گذاری بدون توجه کافی به هزینه واقعی نهاده‌ها انجام گیرد و در نهایت تولیدکننده و مصرف‌کننده هر دو متضرر شوند. در چنین ساختاری، هر دستگاه ممکن است عملکرد خود را بر اساس وظایف اداری ارزیابی کند، اما معیار واقعی موفقیت سیاست‌گذاری باید نتیجه‌ای باشد که در بازار مشاهده می‌شود: آیا کالا به اندازه کافی عرضه شده است؟ آیا قیمت‌ها قابل پیش‌بینی‌اند؟ آیا تولیدکننده امکان ادامه فعالیت دارد؟ و مهم‌تر از همه، آیا خانوار می‌تواند کالاهای ضروری را با هزینه‌ای متناسب با درآمد خود تهیه کند؟

## کاهش قدرت خرید

در تحلیل بازار مواد غذایی، معمولا توجه اصلی به قیمت کالاها معطوف می‌شود؛ اما در کنار افزایش قیمت، کاهش قدرت خرید نیز به همان اندازه اهمیت دارد. ممکن است کالایی همچنان در بازار موجود باشد و حتی کمبودی در عرضه آن مشاهده نشود، اما بخش بزرگی از خانوارها توان خرید آن را از دست داده باشند.

این مسئله در بازار گوشت قرمز نمود بیشتری دارد. افزایش قیمت این محصول می‌تواند خانوارها را به سمت کاهش دفعات مصرف، خرید قطعات ارزان‌تر یا جایگزینی آن با مرغ و سایر منابع پروتئینی سوق دهد. در بازار مرغ نیز که به‌طور سنتی یکی از گزینه‌های اقتصادی‌تر برای تأمین پروتئین محسوب می‌شود، افزایش قیمت‌ها فشار مضاعفی بر خانوارهای کم‌درآمد وارد می‌کند. در بازار برنج نیز افزایش قیمت، به‌ویژه در انواع پرمصرف، می‌تواند سهم این محصول را در هزینه ماهانه خانوار افزایش دهد. در چنین شرایطی، حتی ثبات نسبی قیمت‌ها نیز الزاماً به معنای بهبود وضعیت نیست؛ زیرا اگر قیمت‌ها در سطحی بالا تثبیت شوند، قدرت خرید مصرف‌کننده همچنان آسیب‌دیده باقی می‌ماند.

از این منظر، ارزیابی عملکرد سیاست‌گذار نباید فقط بر اساس کاهش یا افزایش چند درصدی قیمت‌ها انجام شود. شاخص مهم‌تر، میزان دسترسی واقعی خانوارها به کالاهای ضروری و سهم هزینه خوراک از درآمد آنهاست.

## سخن پایانی

آنچه در بازار گوشت، مرغ و برنج مشاهده می‌شود، مجموعه‌ای از مشکلات جداگانه و بی‌ارتباط نیست بلکه نشانه‌ای از ضعف در مدیریت یک زنجیره به‌هم‌پیوسته است. افزایش هزینه تولید، نوسان سیاست‌های ارزی، تاخیر در ترخیص کالا، ضعف شفافیت در شبکه توزیع و کاهش قدرت خرید مردم، هر یک بخشی از این معادله را تشکیل می‌دهند. در چنین شرایطی، نمی‌توان انتظار داشت با اعلام چند نرخ مصوب، برگزاری جلسات تنظیم بازار یا تشدید مقطعی بازرسی‌ها، ثبات به بازار بازگردد.

بازار مواد غذایی به سیاستی نیاز دارد که از مزرعه و مرغداری آغاز شود، تأمین نهاده و واردات را پوشش دهد، فرآیند ترخیص و توزیع را سامان دهد و در نهایت به دسترسی مصرف‌کننده با قیمت منطقی منتهی شود. دولت اگر می‌خواهد از کوچک‌تر شدن سفره خانوار جلوگیری کند، باید به جای واکنش پس از جهش قیمت‌ها، بر پیشگیری از اختلال در زنجیره تأمین تمرکز کند.

واقعیت این است که وفور کالا در انبارها، زمانی برای جامعه معنا دارد که کالا با قیمت قابل‌پرداخت در دسترس مردم باشد. همان‌طور که تولید بالا لزوما به معنای بازار متعادل نیست، واردات نیز بدون توزیع کارآمد نمی‌تواند قیمت‌ها را کنترل کند. معیار موفقیت سیاست‌گذاری نه تعداد مصوبات و وعده‌ها، بلکه آرامشی است که باید در بازار و سفره خانوار دیده شود؛ معیاری که بازار مواد غذایی در ماه‌های اخیر فاصله قابل‌توجهی با آن داشته است.

