تورم به جنگ عادت‌های غذایی ایرانیان رفت

کله‌پاچه ۳۵ درصد گران شد



شروین اشیدری: کله‌پاچه سال‌ها یکی از شناخته‌شده‌ترین وعده‌های غذایی در فرهنگ ایرانی بوده است؛ غذایی که برای بسیاری از خانواده‌ها نه‌تنها یک صبحانه مفصل، بلکه بخشی از عادت‌های غذایی و دورهمی‌های آخر هفته محسوب می‌شد. با این حال، تغییر شرایط اقتصادی، افزایش هزینه‌های زندگی و کوچک‌تر شدن سفره خانوارها، معادلات مصرف این غذای سنتی را نیز تغییر داده است. حالا کله‌پاچه بیش از آنکه یک انتخاب معمول برای صبحانه باشد، به وعده‌ای تبدیل شده که خرید آن نیازمند محاسبه و اختصاص بودجه جداگانه است.

این تغییر را باید فراتر از افزایش قیمت یک محصول غذایی بررسی کرد. وقتی هزینه تهیه یک وعده سنتی به اندازه‌ای بالا می‌رود که بخشی از مصرف‌کنندگان ناچار به حذف یا محدود کردن آن می‌شوند، در واقع با تغییری در الگوی تغذیه خانوارها مواجه هستیم؛ تغییری که می‌تواند پیامدهای اقتصادی و حتی فرهنگی داشته باشد.

قیمت کله‌پاچه نسبت به سال گذشته حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش داشته که عمدتاً تحت تأثیر تورم بوده است

کاهش مصرف گوشت و محدود شدن کشتار دام، بر میزان عرضه کله‌پاچه نیز تأثیر می‌گذارد

گرانی مواد غذایی چگونه انتخاب‌های روزمره مردم را تغییر می‌دهد؟

یکی از مهم‌ترین پیامدهای افزایش هزینه‌های زندگی، تغییر اولویت‌های خرید خانوارهاست. زمانی که بخش بیشتری از درآمد ماهانه صرف هزینه‌های مسکن، حمل‌ونقل، درمان، آموزش و سایر نیازهای ضروری می‌شود، سهم کمتری برای خرید مواد غذایی متنوع و خوراکی‌های گران‌تر باقی می‌ماند.

در چنین شرایطی، مصرف‌کننده ناچار است میان گزینه‌های مختلف انتخاب کند. ممکن است غذایی که تا چند سال قبل به‌صورت هفتگی خریداری می‌شد، اکنون به یک انتخاب ماهانه تبدیل شود یا جای خود را به محصولی ارزان‌تر بدهد. این تغییر لزوماً به معنای کاهش علاقه مردم به یک غذا نیست، بلکه بیشتر نشان‌دهنده محدودیت قدرت خرید آنهاست.

نکته قابل توجه این است که تغییر الگوی مصرف معمولاً به‌صورت تدریجی اتفاق می‌افتد. خانوارها در نخستین مرحله ممکن است از خریدهای غیرضروری صرف‌نظر کنند، سپس دفعات مصرف برخی خوراکی‌ها را کاهش دهند و در نهایت به سراغ جایگزین‌های اقتصادی‌تر بروند. به همین دلیل، کاهش مصرف یک محصول غذایی می‌تواند نشانه‌ای از فشارهای اقتصادی گسترده‌تر باشد.

در بازار غذاهای سنتی نیز این مسئله اهمیت دارد. محصولاتی که هزینه تهیه آنها نسبت به گزینه‌های جایگزین بیشتر است، در شرایط کاهش قدرت خرید با ریسک بیشتری از نظر افت تقاضا مواجه می‌شوند. کله‌پاچه یکی از نمونه‌های قابل توجه این وضعیت است؛ غذایی که همچنان مشتریان خاص خود را دارد، اما ممکن است برای بخشی از خانوارها از فهرست خریدهای منظم خارج شده باشد.

رقابت غذاهای سنتی با وعده‌های ارزان‌تر

یکی دیگر از عواملی که می‌تواند بر بازار کله‌پاچه اثر بگذارد، افزایش تنوع گزینه‌های غذایی در شهرهای بزرگ است. امروزه مصرف‌کنندگان برای انتخاب صبحانه با گزینه‌های متعددی مواجه هستند؛ از انواع ساندویچ و غذاهای آماده گرفته تا صبحانه‌های ساده خانگی و محصولات عرضه‌شده در کافه‌ها و رستوران‌ها.

در چنین بازاری، قیمت به یکی از مهم‌ترین معیارهای انتخاب تبدیل شده است. مصرف‌کننده‌ای که با محدودیت بودجه مواجه است، معمولاً به دنبال گزینه‌ای می‌رود که با هزینه کمتر بتواند نیاز غذایی خود را برطرف کند. این موضوع باعث می‌شود غذاهای سنتی گران‌تر برای حفظ سهم خود از بازار با چالش بیشتری مواجه شوند.

البته رقابت میان غذاهای سنتی و غذاهای جدید صرفاً به قیمت محدود نیست. سرعت آماده‌سازی، دسترسی آسان، امکان سفارش اینترنتی و تناسب با سبک زندگی نیز از جمله عواملی هستند که بر انتخاب مشتریان اثر می‌گذارند.

برای نمونه، بسیاری از افراد شاغل ترجیح می‌دهند صبحانه خود را در مدت کوتاهی تهیه کنند یا آن را در مسیر محل کار مصرف کنند. در مقابل، صرف یک وعده سنتی مفصل معمولاً به زمان بیشتری نیاز دارد. بنابراین، حتی در شرایطی که قدرت خرید خانوارها کاهش پیدا نکند، تغییر سبک زندگی می‌تواند بر میزان تقاضای برخی غذاهای سنتی اثرگذار باشد.

در نتیجه، فعالان این حوزه برای حفظ جایگاه خود در بازار ناچارند علاوه بر مدیریت هزینه‌ها، به تغییر انتظارات مشتریان نیز توجه کنند.

فاصله گرفتن نسل جدید از صبحانه‌های سنتی

صبحانه در فرهنگ غذایی ایرانی جایگاه ویژه‌ای دارد و در گذشته بسیاری از خانواده‌ها برای این وعده غذایی زمان مشخصی اختصاص می‌دادند. غذاهایی مانند کله‌پاچه، حلیم، عدسی و آش در کنار نان، پنیر و سایر خوراکی‌های سنتی، بخشی از انتخاب‌های رایج مردم بودند. با این حال، سبک زندگی شهری در سال‌های اخیر تغییر کرده و این تغییرات به‌تدریج بر عادت‌های غذایی نیز اثر گذاشته است.

افزایش ساعات کاری، طولانی‌تر شدن مسیر رفت‌وآمد، ترافیک شهری و محدودیت زمانی در ابتدای روز باعث شده بسیاری از افراد فرصت کمتری برای صرف صبحانه‌های مفصل داشته باشند. در نتیجه، وعده صبحانه برای بخشی از جامعه به یک وعده سریع و ساده تبدیل شده است؛ وعده‌ای که بیشتر با هدف رفع گرسنگی و تأمین انرژی اولیه روز مصرف می‌شود تا لذت بردن از یک غذای سنتی.

از سوی دیگر، تغییر سبک زندگی نسل جدید نیز در این روند بی‌تأثیر نیست. بسیاری از جوانان به غذاهای سریع‌تر و متناسب با برنامه روزانه خود تمایل دارند. این موضوع در کنار افزایش هزینه تهیه غذاهای سنتی می‌تواند باعث شود برخی خوراکی‌های قدیمی به‌تدریج جایگاه پیشین خود را در سبد مصرفی خانواده‌ها از دست بدهند.

البته تغییر ذائقه به‌تنهایی نمی‌تواند توضیح‌دهنده کاهش استقبال از غذاهایی مانند کله‌پاچه باشد. مسئله اصلی زمانی پررنگ‌تر می‌شود که هزینه مصرف این غذاها با شرایط درآمدی خانوارها مقایسه شود. در چنین وضعیتی، حتی افرادی که همچنان به غذاهای سنتی علاقه دارند، ممکن است برای کاهش مخارج خود از تعداد دفعات مصرف آنها کم کنند.

افزایش هزینه‌های تولید؛ چالش پنهان کسب‌وکارهای سنتی

افزایش قیمت نهایی غذاها تنها به رشد بهای مواد اولیه مربوط نمی‌شود. واحدهای صنفی فعال در حوزه تهیه و عرضه غذا با مجموعه‌ای از هزینه‌های ثابت و متغیر مواجه هستند که در محاسبه قیمت تمام‌شده نقش دارند. اجاره‌بهای واحدهای تجاری، دستمزد کارکنان، هزینه انرژی، حمل‌ونقل، نگهداری تجهیزات و هزینه‌های بهداشتی از جمله عواملی هستند که بر فعالیت این کسب‌وکارها اثر می‌گذارند.

در صنایعی که تأمین مواد اولیه به‌صورت روزانه انجام می‌شود، نوسانات بازار می‌تواند شرایط دشوارتری ایجاد کند. صاحبان کسب‌وکار باید برای ادامه فعالیت، مواد اولیه مورد نیاز را با قیمت‌های روز خریداری کنند، در حالی که امکان افزایش نامحدود قیمت فروش وجود ندارد. از طرف دیگر، افزایش قیمت نهایی ممکن است به کاهش تعداد مشتریان منجر شود.

این وضعیت نوعی تعارض اقتصادی برای واحدهای صنفی ایجاد می‌کند. اگر قیمت‌ها افزایش پیدا نکند، هزینه‌های جاری می‌تواند سودآوری کسب‌وکار را کاهش دهد و حتی ادامه فعالیت را با مشکل مواجه کند. در مقابل، اگر افزایش هزینه‌ها به قیمت فروش منتقل شود، احتمال دارد بخشی از مشتریان توان خرید خود را از دست بدهند.

برای طباخی‌ها این مسئله اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا فعالیت آنها علاوه بر هزینه‌های عمومی صنفی، به تأمین مستمر مواد اولیه و حفظ کیفیت محصول نیز وابسته است. در چنین بازاری، مدیریت هزینه‌ها و حفظ مشتریان به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های فعالان این حوزه تبدیل می‌شود.

قیمت کله پاچه ۳۰ درصد بالا رفت

عبدالرضا احمدیان، رئیس اتحادیه صنف طباخان تهران، با اشاره به افزایش قیمت کله‌پاچه در سال جاری به صمت گفت: قیمت این غذای سنتی نسبت به سال گذشته حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش یافته است. این افزایش قیمت عمدتاً ناشی از تورم و رشد هزینه‌های مختلف در زنجیره تأمین بوده و در کنار کاهش قدرت خرید خانوارها، میزان مصرف کله‌پاچه را نیز تحت تأثیر قرار داده است.

احمدیان با اشاره به وضعیت قیمت‌گذاری در صنف طباخان اظهار کرد: سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به اتحادیه اعلام کرده است که اجازه نرخ‌گذاری ندارد و واحدهای صنفی باید محصولات خود را به‌صورت رقابتی عرضه کنند.

وی افزود: به همین دلیل، اتحادیه امکان اعلام نرخ مشخص برای کله‌پاچه را ندارد؛ چراکه اعلام قیمت از سوی اتحادیه می‌تواند مشکلاتی را برای این صنف ایجاد کند. با این حال، بررسی وضعیت بازار نشان می‌دهد قیمت کله‌پاچه نسبت به سال گذشته حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش داشته که عمدتاً تحت تأثیر تورم بوده است.

کاهش مصرف کله‌پاچه در پی گرانی گوشت و افت قدرت خرید

رئیس اتحادیه صنف طباخان تهران با اشاره به تأثیر وضعیت بازار گوشت بر فعالیت طباخی‌ها گفت: کاهش مصرف گوشت و محدود شدن کشتار دام، بر میزان عرضه کله‌پاچه نیز تأثیر می‌گذارد؛ چراکه کله‌پاچه محصولی وابسته به کشتار دام است و در صورت کاهش کشتار، تأمین این محصول نیز با محدودیت مواجه می‌شود.

احمدیان ادامه داد: از سوی دیگر، افزایش قیمت‌ها باعث شده مصرف کله‌پاچه در میان مردم به شکل محسوسی کاهش پیدا کند. در گذشته برخی مشتریان هفته‌ای یک یا دو بار برای خرید کله‌پاچه مراجعه می‌کردند، اما اکنون فاصله مراجعه بسیاری از آنها به حدود ۱۵ روز رسیده است.

وی تصریح کرد: وقتی با مشتریان درباره کاهش مراجعه آنها صحبت می‌کنیم، اغلب از افزایش هزینه‌های زندگی و بالا رفتن مخارج خانوارها می‌گویند. در واقع، افزایش هزینه‌های معیشت باعث شده مردم حتی در خرید مواد غذایی و خوراکی‌های مورد علاقه خود نیز تجدیدنظر کنند.

کله‌پاچه؛ از صبحانه کارگران تا غذای لاکچری

احمدیان با بیان اینکه کله‌پاچه در فرهنگ غذایی ایرانیان بیشتر به‌عنوان وعده صبحانه شناخته می‌شود، گفت: این موضوع نیز در کاهش مصرف بی‌تأثیر نیست؛ زیرا بسیاری از خانوارها در شرایط فعلی ترجیح می‌دهند برای وعده صبحانه از مواد غذایی ارزان‌تری مانند نان و پنیر، نیمرو یا املت استفاده کنند.

رئیس اتحادیه صنف طباخان تهران با دفاع از ارزش غذایی این غذای سنتی افزود: کله‌پاچه از غذاهای مقوی ایرانی به شمار می‌رود و می‌تواند بخشی از نیاز بدن به مواد مغذی و پروتئین را تأمین کند. در گذشته بسیاری از کارگران و کارمندان برای دریافت انرژی مورد نیاز فعالیت روزانه خود از این غذا استفاده می‌کردند و پس از صرف صبحانه به محل کار می‌رفتند.



وی با اشاره به تغییر جایگاه کله‌پاچه در سبد غذایی خانوارها خاطرنشان کرد: در سال‌های گذشته کله‌پاچه غذایی رایج و در دسترس برای اقشار مختلف جامعه بود، اما اکنون به‌تدریج به غذایی گران‌قیمت تبدیل شده است. به‌طوری‌که برخی افراد بیشتر برای تجربه این غذا یا حتی جنبه‌های تشریفاتی و تفریحی آن به طباخی‌ها مراجعه می‌کنند.

قیمت کله‌پاچه به یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسید

احمدیان با اشاره به قیمت‌های بالای عرضه کله‌پاچه در برخی واحدهای صنفی گفت: در شرایط فعلی، قیمت یک دست کامل کله‌پاچه در برخی طباخی‌ها به حدود یک میلیون و ۵۰۰ تا یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان می‌رسد. حتی سفارش‌های کوچک‌تر مانند پاچه نیز با قیمت‌های قابل توجهی عرضه می‌شوند.

وی در پایان تأکید کرد: افزایش قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید مردم، تقاضا برای کله‌پاچه را تحت تأثیر قرار داده است؛ به‌گونه‌ای که این غذای سنتی که در گذشته بخشی از وعده صبحانه بسیاری از خانوارها بود، اکنون برای بخشی از جامعه به یک وعده غذایی پرهزینه تبدیل شده است.

سخن پایانی

آنچه امروز در بازار کله‌پاچه مشاهده می‌شود، تنها مسئله افزایش قیمت یک غذای سنتی نیست؛ بلکه نشانه‌ای از تغییر گسترده‌تر در الگوی مصرف خانوارهای ایرانی است. وقتی هزینه تهیه غذا افزایش پیدا می‌کند و درآمد خانوارها با همان سرعت رشد نمی‌کند، نخستین واکنش مصرف‌کننده معمولاً کاهش دفعات خرید، انتخاب جایگزین ارزان‌تر یا حذف برخی اقلام از سبد مصرفی است.

در این میان، کسب‌وکارهای سنتی نیز از پیامدهای این تغییر در امان نمی‌مانند. طباخی‌ها برای حفظ مشتریان خود باید با بازاری مواجه شوند که در آن قیمت، قدرت خرید و میزان تقاضا بیش از گذشته تعیین‌کننده است.

سرنوشت کله‌پاچه به‌عنوان یکی از غذاهای قدیمی و شناخته‌شده ایرانی، تا حد زیادی به شرایط اقتصادی و توان خرید خانوارها گره خورده است. اگر فاصله میان هزینه‌های زندگی و درآمد مردم همچنان افزایش پیدا کند، احتمال دارد بسیاری از غذاهایی که زمانی بخشی عادی از سفره ایرانی بودند، به‌تدریج جایگاه خود را به‌عنوان وعده‌های غذایی روزمره از دست بدهند.