

انحراف یک سیاست حمایتی در بر خورد با صخره تورم مواد غذایی

پوچ-برگ!



کالابرگ از ماموریت اصلی جا ماند

بزرگی از اعتبار را صرف مقدار ناچیزی گوشت کند یا همان اعتبار را روی چند قلم ارزان تر پخش کند تا دست کم کیسه خرید خالی نماند. اینجا همان نقطه‌ای است که کالابرگ از ماهیت اصلی خود فاصله می‌گیرد. حمایتی که قرار بود مردم را به سمت کالاهای مغذی و ضروری ببرد، حالا عملاً آن‌ها را به سمت کالاهای کم‌هزینه‌تر، حجیم‌تر یا روزمره‌تر هل می‌دهد.

حالا این ستون‌ها لق شده‌اند. نه به این دلیل که مردم اهمیت گوشت و لبنیات را نمی‌دانند که به این دلیل که قیمت را خیلی خوب می‌دانند. خانوار وقتی وارد فروشگاه می‌شود، اول با نیاز وارد می‌شود، بعد با عددها مذاکره می‌کند و در نهایت با اجبار از قفسه بیرون می‌آید. اعتبار کالابرگ اگر نتواند قیمت یک خرید معنادار را پوشش دهد، مصرف‌کننده ناچار است انتخاب کند: یا بخش

کالابرگ در طراحی اولیه خود قرار بود راهی باشد تا حداقل‌های غذایی خانوار قربانی تورم نشود. یعنی اگر درآمدها عقب ماند، اگر قیمت‌ها جلو زد، اگر بازار هر هفته عدد تازه‌ای روی برچسب‌ها نوشت، خانوار همچنان بتواند بخشی از کالاهای اصلی را تهیه کند. گوشت، مرغ، برنج، روغن، تخم‌مرغ و لبنیات همان چیزی‌اند که بدن، سفره و امنیت غذایی خانوار روی آن می‌ایستد اما

اعتبار کوچک، بازار بزرگ

مشکل اصلی کالابرگ فقط فهرست کالاها نیست بلکه نسبت اعتبار به قیمت است. وقتی سقف ریالی کالابرگ با تورم مواد غذایی هماهنگ نمی‌شود، سیاست حمایتی از درون تهی می‌شود. به زبان ساده اگر قیمت گوشت، مرغ، برنج و لبنیات بالا برود اما اعتبار کالابرگ ثابت بماند، خانوار به تدریج از همین کالاهای اصلی عقب‌نشینی می‌کند. این عقب‌نشینی نیز یک تصمیم اجباری است.

برای خانوار تکنفره، مسئله حتی واضح‌تر است. اعتباری که قرار است بخشی از نیاز ماهانه را پوشش دهد، در عمل ممکن است برای خرید مقدار محدودی گوشت یا بخشی از یک کیسه برنج کافی باشد. چنین خانواری اگر بخواهد با کالابرگ گوشت بخرد، احتمالاً ناچار است از چند قلم دیگر بزند. اگر بخواهد برنج بخرد، سهم لبنیات و پروتئین کم می‌شود. اگر بخواهد لبنیات بگیرد، گوشت و مرغ عقب می‌روند. در نهایت مصرف‌کننده به این نتیجه می‌رسد که با اعتبار موجود، بهتر است به جای یک قلم گران، چند قلم ارزان تر بخرد.

این جاست که کالاهای جایگزین وارد میدان می‌شوند؛ کالاهایی که شاید در ظاهر جزو سبد فروشگاه‌های باشند اما لزوماً نقش کالای اساسی را بازی نمی‌کنند. ماکارونی، قند، شکر، پنیر، روغن، حبوبات، تنقلات غذایی ارزان‌تر، اقلام بسته‌بندی‌شده و حتی کالاهایی مثل پنیر پیتزا یا نوشیدنی‌های مختلف، وقتی در دایره مصرف کالابرگ قرار می‌گیرند، نشان می‌دهند مسیر سیاست از حفظ کیفیت تغذیه به پر کردن فاکتور خرید تغییر کرده است.

نقطه بر خورد سیاست حمایتی و واقعیت!

در چنین طرحی، فروشگاه محل برخورد سیاست حمایتی با واقعیت بازار است. اگر تسویه‌حساب دولت با فروشگاه‌ها به‌موقع انجام نشود، زنجیره توزیع به مشکل می‌خورد. فروشندگانی که مطالباتش عقب افتاده، انگیزه‌ای برای عرضه کالابرگی ندارد. از طرف دیگر، خانواری که با امید استفاده از اعتبار وارد فروشگاه شده با پاسخ منفی مواجه می‌شود. در نتیجه یا خرید انجام نمی‌شود یا همان کالا با پول نقد و گاهی با قیمت بالاتر عرضه می‌شود. این وضعیت خطرناک است چرا که کالابرگ را از ابزار حمایت به منشأ اصطکاک تبدیل می‌کند. مردم می‌بینند اعتبار دارند اما کالا نمی‌گیرند. فروشگاه می‌گوید کالا هست اما پولش تسویه نشده. در چنین شکافی، اعتماد مصرف‌کننده فرسوده می‌شود و سیاست حمایتی اعتبار اجتماعی خود را از دست می‌دهد. مهم‌تر اینکه همین اختلال باعث می‌شود مردم به سمت خریدهایی بروند که دردسر کمتری دارد. اگر گوشت مشمول کالابرگ باشد اما گران باشد یا فروشگاه همکاری نکند یا اعتبار برای آن کافی نباشد، مصرف‌کننده سراغ کالایی می‌رود که راحت‌تر قابل خرید است.

کالری

در رابطه با کالابرگ، عدد ۲۶۴۰ کالری اهمیت دارد؛ چون نشان می‌دهد هدف سیاست فقط توزیع پول نیست، تأمین حداقل انرژی غذایی است. ممکن است یک خانوار با اقلام ارزان‌تر کالری دریافت کند، اما پروتئین، کلسیم، آهن و کیفیت تغذیه را از دست بدهد. این همان جایی است که سیاست‌گذار نباید فقط به پر شدن سبد نگاه کند؛ باید ببیند سبد با چه چیزی پر شده است.

اگر کالابرگ به سمت کالاهایی برود که فقط شکم را پر می‌کنند اما کیفیت تغذیه را پایین می‌آورند، در بلندمدت هزینه آن به شکل دیگری برمی‌گردد؛ ضعف تغذیه، افت سلامت، کاهش بهره‌وری و افزایش فشار درمانی. خانواده‌ای که لبنیات را کم می‌کند، امروز فقط یک قلم از فاکتور خرید را حذف نکرده؛ بخشی از سلامت آینده را گرو گذاشته است. اگر قرار باشد اعتبار محدود میان اقلام پراکنده توزیع شود، باید صادقانه گفت که سیاست از هدف تغذیه‌ای خود فاصله گرفته است.

کالابرگ باید دوباره به سفره برگردد

راه‌حل پیچیده نیست اما اجرای آن اراده و دقت می‌خواهد. در ابتدا، اعتبار کالابرگ باید با تورم مواد غذایی و قیمت واقعی کالاهای هدف به‌روزرسانی شود. نمی‌توان با عددهای قدیمی به جنگ قیمت‌های جدید رفت. دوم، فهرست کالاهای باید دوباره بر اساس هدف تغذیه‌ای تنظیم شود نه آن‌قدر محدود که مردم را گرفتار کند، نه آن‌قدر باز که کالای اساسی در میان اقلام فرعی گم شود. سوم، تسویه فروشگاه‌ها باید منظم و قابل پیش‌بینی باشد. فروشندگانی که پولش را به‌موقع نمی‌گیرند، دیر یا زود طرح را دور می‌زنند یا از آن خارج می‌شوند. کالابرگ اگر قرار است ابزار حمایت باشد باید اثرش روی سفره دیده شود. شاخص موفقیت آن تعداد تراکنش نیست بلکه سهم گوشت، مرغ، برنج، تخم‌مرغ و لبنیات در خرید خانوار است. اگر این سهم پایین آمده، باید پذیرفت که طرح از هدف اصلی دور شده است.

وقتی سبد خرید از تغذیه به بقا سقوط می‌کند

تأمین حداقل کالری و امنیت غذایی باشد، هر کالایی نمی‌تواند جای کالای اساسی را بگیرد. آب معدنی ممکن است مصرف روزمره باشد اما جای برنج را نمی‌گیرد. پنیر پیتزا ممکن است در بعضی خانه‌ها کاربرد داشته باشد اما جای لبنیات پایه‌ای را نمی‌گیرد. خانواده‌ها ابتدا مقدار گوشت را کم می‌کنند، بعد فاصله خرید مرغ بیشتر می‌شود، بعد لبنیات از مصرف روزانه به مصرف گهگاهی تبدیل می‌شود. برنج با کیفیت پایین‌تر جایگزین می‌شود یا سهم نان و ماکارونی بالا می‌رود.

در ظاهر، افزایش تعداد اقلام قابل خرید با کالابرگ می‌تواند خبر خوبی به نظر برسد. تنوع بیشتر، انتخاب بیشتر، رضایت بیشتر اما این تصویر فقط وقتی درست است که اعتبار کافی باشد. وقتی اعتبار محدود است، افزایش اقلام نه‌تنها لزوماً کمک‌کننده نیست بلکه می‌تواند هدف اصلی را مخدوش کند. یعنی به‌جای اینکه اعتبار به سمت کالاهای حیاتی هدایت شود، میان ده‌ها قلم کالا پخش می‌شود و در نهایت معلوم نیست سهم واقعی گوشت، مرغ، برنج و لبنیات چقدر مانده است. اگر هدف قانون و سیاست حمایتی

کالای اساسی حذف نمی‌شود اما...

باید قدرت خرید واقعی ایجاد می‌کرد. اما وقتی مبلغ آن با بازار هم‌خوان نیست، فقط بخشی از فشار را جابه‌جا می‌کند. در چنین شرایطی، مردم کالابرگ را خرج چیزی می‌کنند که می‌شود خرید، نه الزاماً چیزی که باید خرید. این تفاوت کوچک در جمله، فرق بزرگ در سفره است. کالابرگ وقتی نتواند مردم را به گوشت، مرغ، برنج و لبنیات برساند، عملاً از سیاست تغذیه به کوپن خرید محدود تبدیل می‌شود، کوپنی که بیشتر با حساب دخل‌وخرج کار می‌کند تا با نیاز بدن.

در واقع انتخاب وقتی واقعی است که توان خرید پشت آن باشد. انتخاب میان گوشت گران و چند کالای ارزان نوعی مدیریت سفره است.

حمایت بی‌اثر، نارضایتی تولید می‌کند

حمایت معیشتی وقتی اثرگذار است که کافی باشد، به‌موقع باشد و دقیق خرج شود. کالابرگ امروز در هر ۳ نقطه با پرسش روبه‌روست. آیا مبلغ آن با قیمت کالاهای اساسی متناسب است؟ آیا تسویه با فروشگاه‌ها به‌موقع انجام می‌شود؟ آیا فهرست کالاهای همچنان هم‌خوان است؟ اگر پاسخ این

پرسش‌ها روشن نباشد، طرح حمایتی به‌جای آرام کردن فشار، خود به بخشی از فشار تبدیل می‌شود. خانوار احساس می‌کند حمایتی دریافت کرده اما هنگام خرید می‌فهمد این حمایت عبور از صندوق فروشگاه را ندارد. فروشگاه احساس می‌کند وارد طرحی شده که نقدینگی‌اش را قفل می‌کند. دولت هم ممکن است روی عددهای تخصیص و پوشش مانور دهد اما مردم با عدد دیگری زندگی می‌کنند: قیمت نهایی فاکتور. در اقتصاد خانوار، هیچ چیز به اندازه فاصله میان وعده و خرید واقعی آزاددهنده نیست. اگر گفته شود کالابرگ برای کالاهای اساسی است، مردم انتظار دارند بتوانند با آن کالای اساسی بخرند. وقتی این اتفاق نمی‌افتد، اعتماد عمومی آسیب می‌بیند.

سخن پایانی

کالابرگ امروز در یک دوراهی ایستاده است یا دوباره به ماموریت اصلی خود برمی‌گردد یا به یک اعتبار کم‌جان فروشگاه‌های تبدیل می‌شود که بیشتر از آنکه سفره را نجات دهد، فاکتور خرید را کمی سبک‌تر می‌کند. مردم وقتی با کالابرگ سراغ ماکارونی، قند، پنیر پیتزا یا نوشابه می‌روند، الزاماً انتخاب لوکس نکرده‌اند؛ اغلب دارند با یک اعتبار ناکافی کنار می‌آیند. اگر گوشت، مرغ، برنج و لبنیات از سبد خرید عقب بکشند، کالابرگ حتی اگر فعال باشد، از نظر اجتماعی و تغذیه‌ای شکست خورده است. سفره مردم با تنوع ظاهری قفسه‌ها ترمیم نمی‌شود. باید قدرت خرید واقعی ساخت و گرنه کالای اساسی بی‌سروصدا، آرام و دقیقاً جلوی چشم همه از سفره می‌رود.

