

بازار مرغ در محاصره تورم و کاهش مصرف



شروین اشیدری: بازار مرغ در ماه‌های اخیر با یک تناقض جدی روبه‌رو شده است؛ از یک سو مصرف‌کننده با قیمت‌هایی مواجه است که نسبت به گذشته افزایش قابل توجهی پیدا کرده و از سوی دیگر، مرغداران معتقدند نرخ فروش فعلی پاسخگوی هزینه‌های تولید نیست. این فاصله میان قیمت تمام‌شده، نرخ مرغ درب مرغداری و قیمت نهایی محصول در بازار، بار دیگر مسئله قدیمی زنجیره تولید تا مصرف را به صدر اخبار بازار کالاهای اساسی بازگردانده است.

مرغ یکی از مهم‌ترین اقلام پروتئینی سفره خانوار ایرانی محسوب می‌شود و هرگونه تغییر در قیمت آن می‌تواند مستقیماً بر الگوی مصرف خانوار اثر بگذارد. به همین دلیل، افزایش قیمت مرغ صرفاً یک اتفاق در بازار یک کالای غذایی نیست؛ بلکه می‌تواند نشانه‌ای از تغییر قدرت خرید، افزایش هزینه‌های تولید و حتی تغییر رفتار مصرف‌کنندگان باشد.

در شرایطی که هزینه نهاده‌ها، دارو، واکسن، انرژی، حمل‌ونقل، دستمزد و سایر هزینه‌های جانبی تولید افزایش پیدا کرده، فعالان صنعت مرغداری معتقدند ادامه فعالیت با نرخ‌های فعلی برای بسیاری از تولیدکنندگان دشوار شده است. در مقابل، افزایش شدید قیمت برای مصرف‌کننده نیز می‌تواند تقاضا را کاهش داده و زمینه‌ساز رکود در بازار شود.

به این ترتیب، صنعت مرغداری در نقطه‌ای حساس قرار گرفته است؛ نقطه‌ای که در آن نه تولیدکننده توان ادامه فعالیت با زبان را دارد و نه مصرف‌کننده ظرفیت پذیرش افزایش‌های بی‌دری قیمت را.

زنجیره‌ای که گران‌تر شده است

حجم تولید خود را به سرعت افزایش یا کاهش دهد. تصمیمی که مرغدار امروز برای جوجه‌ریزی می‌گیرد، نتیجه آن چند هفته بعد وارد بازار خواهد شد.

همین ویژگی باعث می‌شود بازار مرغ همواره با مسئله پیش‌بینی تقاضا مواجه باشد. اگر تولیدکننده بیش از نیاز بازار جوجه‌ریزی کند، احتمال ایجاد مازاد و افت قیمت وجود دارد و اگر تولید کمتر از میزان مورد نیاز باشد، بازار می‌تواند با کمبود و افزایش قیمت مواجه شود.

افزایش هزینه‌ها، فشار اصلی بر مرغداران

یکی از مهم‌ترین چالش‌های صنعت مرغداری در شرایط فعلی، افزایش هزینه‌های تولید است. ساختار این صنعت به گونه‌ای است که حتی اگر بخشی از نهاده‌ها با قیمت‌های کنترل‌شده در اختیار تولیدکننده قرار گیرد، باز هم هزینه‌های جانبی متعددی وجود دارد که باید توسط مرغدار پرداخت شود.

افزایش هزینه انرژی، دستمزد نیروی کار، تعمیر و نگهداری تجهیزات، حمل‌نهاد و محصول، دارو و خدمات

برای بررسی وضعیت قیمت مرغ، نمی‌توان تنها به رقم درج‌شده روی برچسب فروشگاه نگاه کرد. قیمت نهایی محصول حاصل مجموعه‌ای از هزینه‌هاست که از مرحله پرورش جوجه آغاز می‌شود و تا زمان عرضه مرغ در فروشگاه ادامه پیدا می‌کند.

جوجه یک‌روزه، خوراک، دارو، واکسن، انرژی، نیروی انسانی، استهلاک تجهیزات، حمل‌ونقل، تلفات دوره پرورش، هزینه کشتار و بسته‌بندی و در نهایت هزینه توزیع، همگی در قیمت نهایی اثرگذار هستند.

در میان این عوامل، خوراک مرغ جایگاه ویژه‌ای دارد. مرغ گوشتی برای رسیدن به وزن مناسب، به میزان قابل توجهی خوراک نیاز دارد و کوچک‌ترین تغییر در قیمت نهاده‌های مورد استفاده در جیره غذایی می‌تواند هزینه تولید را جابه‌جا کند.

از طرف دیگر، تولید مرغ یک فرآیند زمان‌بر است و تولیدکننده نمی‌تواند در واکنش به تغییرات روزانه بازار،

قیمت دستوری؛ راه‌حل یا انتقال مشکل؟

قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده افزایش پیدا می‌کند. در این حالت، بخش‌هایی از زنجیره توزیع ممکن است از این اختلاف قیمت منتفع شوند، در حالی که نه تولیدکننده از نرخ نهایی رضایت دارد و نه مصرف‌کننده. بنابراین مسئله اصلی صرفاً قیمت مرغ نیست؛ بلکه نحوه شکل‌گیری این قیمت در کل زنجیره است.

راهکار چیست؟

حل مشکل بازار مرغ را نمی‌توان با یک تصمیم کوتاه‌مدت دنبال کرد. این بازار به سیاستی نیاز دارد که همزمان سه هدف را دنبال کند: حفظ تولید، کنترل هزینه و حمایت از مصرف‌کننده.

نخستین گام، واقعی‌تر شدن تصویر هزینه‌های تولید است. اگر قیمت‌گذاری بر اساس هزینه‌های قدیمی انجام شود، فاصله میان نرخ رسمی و هزینه واقعی روزبه‌روز بیشتر خواهد شد.

یکی از بحث‌های همیشگی در بازار کالاهای اساسی، تعیین قیمت از سوی دولت است. هدف از تعیین قیمت معمولاً حمایت از مصرف‌کننده و جلوگیری از افزایش بی‌رویه قیمت‌هاست، اما این سیاست زمانی موفق خواهد بود که قیمت تعیین‌شده با واقعیت اقتصادی تولید فاصله زیادی نداشته باشد. اگر نرخ رسمی پایین‌تر از هزینه واقعی تولید قرار گیرد، اختلاف ایجادشده باید به شکلی جبران شود. در غیر این صورت، فشار مالی مستقیماً به تولیدکننده منتقل خواهد شد.

تولیدکننده‌ای که محصول خود را پایین‌تر از هزینه تمام‌شده می‌فروشد، در نهایت یا باید از کیفیت و حجم تولید بکاهد، یا میزان جوجه‌ریزی را کاهش دهد و یا از چرخه تولید خارج شود.

از سوی دیگر، اگر قیمت رسمی پایین تعیین شود اما محصول در بازار با نرخ بالاتری معامله شود، شکاف میان

دامپزشکی و هزینه‌های مربوط به سالن‌های پرورش، همگی بر رقم نهایی اثر می‌گذارند.

در چنین شرایطی، قیمت فروش باید به اندازه‌ای باشد که علاوه بر پوشش هزینه‌ها، حاشیه سود حداقلی برای تولیدکننده ایجاد کند. در غیر این صورت، ادامه تولید برای مرغدار به یک فعالیت پریسک تبدیل می‌شود.

مشکل زمانی جدی‌تر می‌شود که قیمت فروش برای مدتی پایین‌تر از هزینه واقعی تولید قرار بگیرد. در این حالت، تولیدکننده ممکن است در کوتاه‌مدت به فعالیت ادامه دهد، اما در دوره‌های بعدی احتمال کاهش جوجه‌ریزی و خروج بخشی از تولیدکنندگان از بازار افزایش پیدا می‌کند.

بنابراین پایین نگه داشتن قیمت در یک مقطع زمانی، لزوماً به معنای ارزان ماندن مرغ در بلندمدت نیست. اگر تولید اقتصادی نباشد، کاهش عرضه در آینده می‌تواند دوباره بازار را با افزایش قیمت مواجه کند.

گام دوم، کاهش هزینه‌های اضافی در زنجیره توزیع است. شفافیت بیشتر در مسیر حرکت مرغ از مرغداری تا فروشگاه می‌تواند مشخص کند چه میزان از قیمت نهایی ناشی از هزینه واقعی و چه میزان ناشی از ناکارآمدی یا واسطه‌گری است.

گام سوم، حمایت هدفمند از تولیدکننده است. حمایت از مرغدار نباید صرفاً به معنای افزایش قیمت برای مصرف‌کننده باشد؛ بلکه می‌توان با کاهش هزینه نهاده، بهبود دسترسی به منابع مالی، کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و تسهیل تأمین دارو و واکسن، بخشی از فشار تولید را کاهش داد.

در نهایت، سیاست‌گذار باید میان قدرت خرید مردم و اقتصاد تولید تعادل ایجاد کند. هر سیاستی که یکی از این دو طرف را نادیده بگیرد، احتمالاً در بلندمدت با مشکل مواجه خواهد شد.

چرا قیمت مرغ برای مصرف‌کننده همچنان بالا به نظر می‌رسد؟

در سوی دیگر بازار، مصرف‌کننده قرار دارد؛ خانواری که افزایش قیمت مواد غذایی را در سبد خرید خود به شکل مستقیم احساس می‌کند.

برای بسیاری از خانوارها، مرغ در سال‌های گذشته به‌عنوان جایگزینی نسبتاً ارزان‌تر برای گوشت قرمز شناخته می‌شد. اما افزایش هزینه‌های تولید و رشد عمومی قیمت کالاها باعث شده فاصله قیمتی میان انواع مختلف منابع پروتئینی نیز تغییر کند.

در چنین شرایطی، افزایش قیمت مرغ می‌تواند خانوار را به سمت کاهش مصرف، خرید وزن کمتر، استفاده بیشتر از حبوبات و تخم‌مرغ یا جایگزین کردن برخی اقلام غذایی سوق دهد.

این تغییر رفتار، خود به یکی از عوامل اثرگذار بر بازار تبدیل می‌شود. یعنی همان‌طور که افزایش قیمت می‌تواند درآمد اسمی تولیدکننده را بالا ببرد، ممکن است با کاهش قدرت خرید، تقاضا را نیز کاهش دهد.

به همین دلیل، تعیین قیمت مرغ نیازمند نگاه همزمان به دو طرف بازار است. قیمت باید از یک سو امکان ادامه تولید را فراهم کند و از سوی دیگر، از سطحی فراتر نرود که مصرف‌کننده بخش قابل توجهی از تقاضای خود را از بازار خارج کند.

کاهش قدرت خرید؛ متغیری که نباید نادیده گرفته شود

در تحلیل بازار مرغ، معمولاً تمرکز زیادی روی میزان تولید و عرضه صورت می‌گیرد، اما سمت تقاضا نیز به همان اندازه اهمیت دارد.

ممکن است در یک دوره مشخص، تولید مرغ افزایش محسوسی نداشته باشد، اما اگر قدرت خرید خانوار کاهش پیدا کند، بازار می‌تواند با کاهش تقاضا مواجه شود. در چنین شرایطی، حتی حجم معمول تولید نیز ممکن است از نگاه بازار زیاد به نظر برسد. این مسئله تفاوت مهمی میان مازاد تولید و کاهش مصرف ایجاد می‌کند. در حالت نخست، مشکل اصلی در بخش عرضه قرار دارد و سیاست‌گذار باید تولید را با نیاز بازار هماهنگ کند. اما در حالت دوم، حتی اگر تولیدکننده مطابق ظرفیت معمول خود تولید کرده باشد، کاهش تقاضا باعث ایجاد فشار روی بازار می‌شود.

این موضوع در مورد کالاهای پروتئینی اهمیت بیشتری دارد، زیرا مصرف آنها تا حد زیادی به درآمد خانوار وابسته است. هرچه سهم مواد غذایی در هزینه‌های خانوار افزایش پیدا کند، احتمال تغییر الگوی مصرف نیز بیشتر خواهد شد.

سخن پایانی

بازار مرغ امروز بیش از آنکه با یک مسئله ساده قیمتی مواجه باشد، با مجموعه‌ای از مشکلات درهم‌تنیده روبه‌رو است. افزایش هزینه‌های تولید، تغییر شرایط ارزی، کاهش قدرت خرید، تغییر الگوی مصرف و سیاست‌های قیمت‌گذاری، همگی در کنار یکدیگر مسیر این بازار را تعیین می‌کنند.

مرغدار نمی‌تواند برای مدت طولانی محصول خود را پایین‌تر از هزینه واقعی تولید عرضه کند و مصرف‌کننده نیز توان تحمل افزایش نامحدود قیمت را ندارد. همین تضاد، ضرورت بازنگری در شیوه مدیریت بازار را بیش از گذشته نمایان می‌کند. اگر سیاست‌گذاری تنها بر پایین نگه داشتن قیمت نهایی تمرکز کند، ممکن است در کوتاه‌مدت رضایت نسبی ایجاد شود، اما در بلندمدت کاهش انگیزه تولیدکنندگان و افت عرضه می‌تواند بازار را با شوک بزرگ‌تری مواجه کند. از سوی دیگر، آزاد گذاشتن کامل بازار بدون توجه به قدرت خرید خانوار نیز می‌تواند مصرف مرغ را کاهش داده و فشار بیشتری بر سبد غذایی مردم وارد کند.

راه عبور از این وضعیت، نه در قیمت‌گذاری مقطعی و نه در برخورد با یکی از حلقه‌های زنجیره، بلکه در ایجاد تعادل میان تولید و مصرف است. بازار مرغ زمانی به ثبات خواهد رسید که تولیدکننده بتواند با اطمینان از اقتصادی بودن فعالیت خود برنامه‌ریزی کند و مصرف‌کننده نیز بداند قیمت پرداختی او نتیجه یک زنجیره شفاف و منطقی است.

در نهایت، مرغ همچنان یکی از مهم‌ترین کالاهای پروتئینی سفره ایرانیان است و ثبات بازار آن مستقیماً با معیشت خانوار و امنیت غذایی جامعه ارتباط دارد. از این رو، مدیریت این بازار نیازمند تصمیم‌هایی فراتر از کنترل کوتاه‌مدت قیمت است؛ تصمیم‌هایی که بتواند هم چراغ واحدهای تولیدی را روشن نگه دارد و هم فشار هزینه‌ای بر سفره مردم را کاهش دهد.

کاهش مصرف، عامل برهم خوردن تعادل بازار



رئیس اتحادیه مرغداران گوشتی درباره وضعیت تولید مرغ نیز گفت: میزان تولید نسبت به سال گذشته افزایش پیدا نکرده و حتی با کاهش تولید مواجه بوده‌ایم.

وی ادامه داد: به نظر می‌رسد کاهش سرانه مصرف مرغ یکی از عوامل اصلی برهم خوردن تعادل میان عرضه و تقاضا در بازار است. بنابراین شرایط فعلی بیش از آنکه ناشی از افزایش تولید و ایجاد مازاد عرضه نسبت به مدت مشابه سال گذشته باشد، به کاهش سرانه مصرف مربوط می‌شود.

اسدالله‌نژاد درباره میزان کاهش مصرف مرغ نسبت به سال گذشته اظهار کرد: برای اعلام رقم دقیق کاهش سرانه مصرف، باید آمار رسمی منتشر شود و مرکز آمار ایران مرجع اعلام این اطلاعات است.

وی افزود: طی هشت تا ۹ ماه گذشته، آمار رسمی درباره میزان سرانه مصرف مرغ از سوی مرکز آمار منتشر نشده و بر همین اساس نمی‌توان رقم دقیقی برای میزان کاهش مصرف اعلام کرد.

افزایش چشمگیر هزینه تولید مرغ

زبان می‌شوند و لازم است با جمع‌آوری مرغ مازاد از بازار، شرایطی ایجاد شود که قیمت مرغ به سطح منطقی برسد.

رئیس اتحادیه مرغداران گوشتی تصریح کرد: قیمتی که امروز در بازار مشاهده می‌شود و حدود ۳۰۰ هزار تومان است، قیمت واقعی مرغ نیست و قیمت منطقی و واقعی مرغ باید حداقل در محدوده ۳۷۰ تا ۳۸۰ هزار تومان باشد.

قیمت مرغ با هزینه‌های تولید متناسب نشده است

وی با اشاره به تفاوت قیمت مرغ نسبت به سال گذشته گفت: سال گذشته در همین مقطع، قیمت مصوب مرغ حدود ۸۰ تا ۸۷ هزار تومان بود، در حالی که هزینه‌های تولید در یک سال گذشته چند برابر شده است.

اسدالله‌نژاد افزود: با وجود افزایش چند برابری نرخ ارز و رشد قیمت مولفه‌های تولید، قیمت مرغ به همان نسبت افزایش پیدا نکرده است. دلیل اصلی این موضوع نیز این است که تولیدکنندگان طی سال‌های گذشته به دریافت یارانه از جیب خود عادت کرده‌اند و عملاً بخشی از هزینه‌های افزایش‌یافته را از محل زیان تولیدکننده پوشش داده‌اند.

حبیب اسدالله‌نژاد، رئیس اتحادیه مرغداران گوشتی، با اشاره به افزایش قابل توجه هزینه‌های تولید مرغ طی یک سال گذشته به **سنت** گفت: در یک سال اخیر، نرخ ارز و هزینه نهاده‌ها و سایر مولفه‌های تولید افزایش چشمگیری داشته و همین مسئله موجب رشد قابل توجه قیمت تمام‌شده تولید مرغ شده است.

وی افزود: سال گذشته نرخ ارز ترجیحی حدود ۲۸ هزار تومان بود، اما امروز این نرخ چند برابر شده است. در نتیجه، هزینه بسیاری از اقلام مورد استفاده در تولید، از جمله واکسن، دارو و سایر نهاده‌ها، افزایش یافته و هزینه‌های تولید نیز رشد قابل توجهی داشته است.

قیمت تمام‌شده تولید مرغ افزایش یافته است

اسدالله‌نژاد با بیان اینکه مرغداران متناسب با افزایش هزینه‌های تولید امکان افزایش قیمت محصول خود را نداشته‌اند، اظهار کرد: در حال حاضر مرغ زنده حدود ۱۹۰ تا ۲۱۰ هزار تومان عرضه می‌شود، در حالی که هزینه تمام‌شده تولید برای مرغداران بسیار بالاتر از این رقم است.

وی ادامه داد: مرغداران به ازای هر کیلو مرغ متحمل