

کیبیا ملکی: صبحانه ساده همیشه یکی از کم‌هزینه‌ترین وعده‌های غذایی خانواده ایرانی به حساب می‌آید؛ چند برش نان، کمی پنیر، یک لیوان شیر، گاهی خامه یا کره و تمام اما حالا همین ترکیب ساده هم برای بخش بزرگی از خانوارها دیگر ساده نیست. وقتی یک بسته پنیر فتا ۴۰۰ گرمی ۱۵۲ هزار تومان قیمت دارد، خامه ۲۰۰ میلی‌لیتری ۹۹ هزار تومان فروخته می‌شود، کره ۱۰۰ گرمی ۹۳ هزار تومان است و یک لیتر شیر پرچرب به ۱۳۰ هزار تومان رسیده باید پذیرفت که صبحانه هم وارد فهرست کالاهای پرهزینه شده است. در چنین وضعی حذف لبنیات از سفره، دیگر یک هشدار کارشناسی یا توصیه تغذیه‌ای نیست بلکه یک واقعیت روزمره در زندگی مردم است. خانواده‌ای که باید میان خرید برنج، گوشت، اجاره، دارو و هزینه مدرسه یکی را انتخاب کند، طبیعی است که پنیر و شیر را از سبدش کنار بگذارد. نتیجه این انتخاب اجباری عقب‌نشینی تغذیه سالم در برابر موج گرانی.

گرانی به تدریج لبنیات و الاغ سفره‌ها حذف کرد

توقیف صبحانه!

موج گرانی لبنیات

اغلب موارد گزینه‌هایی کم‌کیفیت‌تر، ارزان‌تر و کم‌ارزش‌تر از نظر تغذیه‌ای جای آن را می‌گیرد.

می‌رسد. اگر خانواده‌ای به جای پنیر فتا، پنیر گوسفندی انتخاب کند، این عدد به ۹۳۰ هزار تومان نزدیک می‌شود. این فقط هزینه چند قلم لبنی برای صبحانه است؛ هنوز نان، چای، مربا، عسل یا تخم‌مرغ به آن اضافه نشده است. حالا این عدد را باید در مقیاس ماهانه دید. اگر یک خانوار بخواهد فقط برای صبحانه، مصرف حداقلی لبنیات را حفظ کند، باید در طول ماه چند بار همین خرید را تکرار کند. در نتیجه هزینه صبحانه از یک وعده ساده خانگی به یک بار مالی محسوس تبدیل می‌شود. برای خانواده‌های کم‌درآمد، این یعنی کاهش مصرف؛ برای طبقه متوسط، یعنی خرید با احتیاط و جابه‌جا کردن اولویت‌ها.

در واقع صبحانه دیگر ارزان‌ترین وعده روز نیست. حتی آن بخشی از صبحانه که زمانی به‌عنوان نماد تغذیه سالم و ساده شناخته می‌شد، یعنی شیر و پنیر و کره، حالا به قلم‌هایی تبدیل شده‌اند که بسیاری از مردم ناچارند مصرفشان را مدیریت کنند. بی‌شک اگر لبنیات از سفره صبحانه حذف شود، در

هزار تومان و کره حیوانی پاستوریزه ۲۵۰ گرمی ۲۵۰ هزار تومان قیمت دارد. شیر پرچرب یک لیتری ۱۳۰ هزار تومان است، شیر کم‌چرب بدون لاکتوز ۹۴۶ میلی‌لیتری ۱۱۰ هزار تومان و شیر کم‌چرب فرادما یک لیتری ۱۳۵ هزار تومان. این اعداد وقتی کنار هم می‌نشینند، تصویری هستند از جابه‌جایی آرام اما جدی لبنیات از کالای روزمره به کالای قابل حذف. برای خانواری که درآمدش با موج تورم هم‌قدم نشده، این قیمت‌ها به‌سادگی به معنای حذف یا کاهش مصرف است. خانواده‌ای که تا دیروز هر روز شیر می‌خورد، حالا شاید هفته‌ای یک یا دو بار سراغ آن برود. خانواده‌ای که پنیر را جزو ثابت صبحانه می‌دانست، حالا مصرف آن را کم کرده یا به ارزان‌ترین گزینه‌ها روی آورده است.

صبحانه‌ای که دیگر ارزان نیست

اگر بخواهیم هزینه یک صبحانه ساده را با همین قیمت‌های موجود حساب کنیم، تصویر روشن‌تر می‌شود. فرض کنید یک خانواده برای چند وعده صبحانه، یک بسته پنیر فتا ۴۰۰ گرمی، یک بطری شیر یک لیتری، یک بسته خامه ۲۰۰ میلی‌لیتری و یک کره ۱۰۰ گرمی بخرد. مجموع همین چهار قلم به ۴۷۴ هزار تومان

در بازار امروز قیمت لبنیات دیگر با تصور عمومی از یک کالای مصرفی روزانه همخوانی ندارد. اگر تا چند سال قبل شیر، پنیر، ماست و کره در ردیف خریدهای ثابت خانوار قرار داشت، حالا بسیاری از مردم این اقلام را با مکت، تردید و حساب‌و‌کتاب وارد سبد خرید می‌کنند. مساله فقط افزایش عدد قیمت‌ها نیست؛ مساله این است که این رشد، فاصله لبنیات با توان خرید خانوار را آنقدر زیاد کرده که یک وعده صبحانه معمولی هم نشانه‌ای از فشار اقتصادی شده است. برای فهم دقیق این تغییر کافی است به چند قیمت ساده نگاه کنیم. پنیر صبحانه فتا ۴۰۰ گرمی ۱۵۲ هزار تومان است. پنیر خامه‌ای ۱۸۰ گرمی ۱۰۸ هزار تومان قیمت دارد. پنیر گوسفندی ۴۰۰ گرمی به ۶۰۸ هزار تومان رسیده است. خامه ۲۰۰ میلی‌لیتری ۹۹ هزار تومان فروخته می‌شود. کره پاستوریزه ۱۰۰ گرمی ۹۳



حذف بی‌سر و صدا از سبد خرید

اجباری انجام دهد. لبنیات از آن دست کالاهایی است که حذفش معمولاً آرام و بی‌سر و صدا رخ می‌دهد. کسی در لحظه اعلام نمی‌کند که از امروز دیگر شیر نمی‌خرم اما در عمل فاصله خریدها بیشتر می‌شود، بسته‌ها کوچک‌تر می‌شود، انتخاب‌ها از باکیفیت به حداقلی تغییر می‌کند و در نهایت لبنیات از یک حضور روزانه به یک مهمان گاه‌گاه تبدیل می‌شود. این حذف تدریجی شاید در ظاهر کمتر از حذف گوشت جلب توجه کند اما در اثرگذاری بر سلامت عمومی، دست‌کمی از آن ندارد.

ارقامی پایین‌تر سخن می‌گویند. در نتیجه مصرف لبنیات در ایران به شکل محسوسی کمتر از استانداردهای جهانی است. اما نکته مهم اینجاست که این کاهش مصرف، حاصل تغییر ذائقه یا آگاهی بیشتر غذایی نیست. مردم لبنیات را کنار نگذاشته‌اند چون دیگر علاقه‌ای به شیر و پنیر ندارند؛ آن را کنار گذاشته‌اند چون قیمت‌ها از توان خریدشان جلو زده است. وقتی یک کالا به دلیل گرانی از سبد خانوار حذف می‌شود، معنایش این نیست که نیاز به آن از بین رفته معنایش این است که خانواده مجبور شده میان نیازها، اولویت‌بندی

کاهش مصرف لبنیات در ایران اتفاق تازه‌ای نیست اما حالا ابعاد آن نگران‌کننده‌تر از همیشه شده است.

گزارش‌ها نشان می‌دهد مصرف سرانه لبنیات در ایران بر اساس شیر حدود ۷۰ کیلوگرم در سال است. عددی که در مقایسه با میانگین جهانی ۱۵۰ تا ۱۶۰ کیلوگرم فاصله‌ای جدی را نشان می‌دهد. برخی برآوردها حتی از



وقتی بازار داخل عقب می‌نشیند

شرکت‌های لبنی طبیعی است که به سودآوری فکر کنند. هیچ بنگاهی با زبان ادامه نمی‌دهد. اما مساله اینجاست که در کالایی مانند لبنیات، فقط با منطق بازار آزاد نمی‌توان تصمیم گرفت. لبنیات بخشی از امنیت غذایی و سلامت عمومی است. وقتی قیمت این کالاها آنقدر بالا می‌رود که بخش بزرگی از مردم از خریدشان منصرف می‌شوند، دیگر نمی‌توان مساله را صرفاً یک روند تجاری دانست. افزایش صادرات در شرایط کاهش تقاضای داخلی، اگر بدون مدیریت باشد، می‌تواند بازار داخل را ضعیف‌تر کند. هرچه صادرات جذاب‌تر شود، انگیزه حفظ قیمت‌های پایین‌تر برای بازار داخلی کمتر می‌شود. در چنین شرایطی، حتی اگر کمبود فیزیکی در قفسه‌ها دیده نشود، نوعی کمبود اقتصادی شکل می‌گیرد؛ یعنی کالا هست، اما برای بسیاری از مردم قابل خرید نیست. این همان نقطه‌ای است که بازار از نیاز عمومی فاصله می‌گیرد.

در سال‌های گذشته، حذف ارز ترجیحی، رشد هزینه نهاده‌های دامی، افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل، بسته‌بندی و انرژی، همگی بر قیمت تمام‌شده لبنیات اثر گذاشته‌اند. این واقعیت را نمی‌توان نادیده گرفت. اما در کنار آن نبود سیاستی که همزمان از تولیدکننده و مصرف‌کننده حمایت کند، باعث شده فشار نهایی مستقیم بر دوش مردم بنشیند. به بیان ساده، تولیدکننده هزینه‌هایش را با قیمت بالاتر جبران می‌کند اما مصرف‌کننده ابزار جبرانی مشابهی در اختیار ندارد.

صبحانه دور از دسترس

صنعتی که آمار تولید و صادراتش قابل دفاع است، هنوز نتوانسته در بازار داخلی حس امنیت غذایی ایجاد کند. مردم نه با آمار تولید سیر می‌شوند و نه با رکورد صادرات صبحانه می‌خورند. آنچه برای خانوار مهم است، قیمت روی قفسه فروشگاه و توان خرید در لحظه پرداخت است. اگر این فاصله بر نشود، روند حذف لبنیات از سفره ادامه پیدا می‌کند؛ آرام، بی‌سروصدا و گسترده. آن وقت باید پذیرفت که مساله فقط گرانی چند قلم کالا نیست، بلکه عقب‌نشینی یک الگوی تغذیه‌ای ضروری در برابر فشار مداوم اقتصاد است.

بازار لبنیات شاید در ظاهر به اندازه بازار ارز، مسکن یا خودرو تیرساز نباشد اما این بازار یکی از دقیق‌ترین آینه‌های فشار معیشتی است. قیمت لبنیات نشان می‌دهد تورم چطور به جزئی‌ترین بخش‌های زندگی نفوذ کرده است. وقتی مردم برای خرید یک بسته پنیر یا یک بطری شیر باید چند بار حساب‌و‌کتاب کنند، یعنی بحران فقط در شاخص‌های کلان نیست بلکه در آشپزخانه خانه‌ها هم جریان دارد. صبحانه ساده‌ای که روزی کم‌هزینه و در دسترس بود، حالا تبدیل به نشانه‌ای از شکاف میان تولید و مصرف شده است.

تولید بالا، سفره کوچک

صادرکننده بزرگ ماست در جهان است. این آمارها از یک سو نشان می‌دهد صنعت لبنیات ایران از نظر ظرفیت تولید و حضور در بازارهای صادراتی، صنعت کم‌توانی نیست. اما از سوی دیگر همین موفقیت وقتی کنار افت مصرف داخلی قرار می‌گیرد، یک تناقض آشکار را نمایان می‌کند که چطور ممکن است کشوری در تولید و صادرات لبنیات رکورد بزنده اما مردمش کمتر از گذشته شیر و پنیر بخرند؟ پاسخ را باید در نسبت میان قیمت داخلی، توان خرید

کالاهای کوچک با اثر بزرگ

نمی‌شود؛ در شاخص‌های سلامت هم خود را نشان می‌دهد. شیر برای بسیاری از خانواده‌ها نخستین کالایی است که مصرفش کاهش می‌یابد، چون از نظر حجمی زود تمام می‌شود و خرید مکرر می‌خواهد. پنیر معمولاً بعد از آن وارد فهرست صرفه‌جویی می‌شود؛ یا مقدارش کم می‌شود یا برند و کیفیت آن تغییر می‌کند. کره و خامه هم خیلی زود از دسته خریدهای ضروری خارج می‌شوند و به کالاهای مناسبی تبدیل می‌شوند. این الگوی

دولت کجای این سفره ایستاده است؟

بر قیمت‌گذاری، و طراحی سازوکارهای حمایتی برای حفظ مصرف خانوار است. اگر هزینه خوراک حداقلی هر نفر در ماه به چند میلیون تومان رسیده و یارانه‌ها یا کالای‌ها فاصله زیادی با واقعیت بازار دارند، طبیعی است که خانوار در خرید اقلامی مثل لبنیات عقب بنشیند. به همین دلیل سیاست‌گذار باید از زاویه سلامت عمومی هم به ماجرا نگاه کند. پایین آمدن مصرف لبنیات یک هشدار اجتماعی و بهداشتی است. اگر این روند ادامه پیدا کند، هزینه‌های پنهان آن در سال‌های آینده از جیب نظام سلامت و از کیفیت زندگی مردم پرداخت خواهد شد.

در چنین شرایطی نقش دولت را نمی‌توان به‌نظره‌گر بودن محدود کرد. دولت باید میان دو ضرورت مهم تعادل ایجاد کند: حمایت از صنعت لبنیات برای حفظ تولید و صادرات، و حفاظت از دسترس مردم به لبنیات به‌عنوان یک کالای ضروری. هیچ‌کدام از این دو هدف، به تنهایی کافی نیست. صادرات بدون تامین بازار داخلی، به کوچک شدن سفره مردم منجر می‌شود و کنترل صرف قیمت بدون توجه به هزینه تولید، می‌تواند به تضعیف صنعت بینجامد. راه‌حل، نه بستن بازار صادرات است و نه رها کردن کامل بازار. آنچه ضرورت دارد، مدیریت هوشمندانه صادرات بر اساس نیاز داخل، نظارت جدی‌تر

سخن پایانی

قیمت‌ها را ببینند و از کنارش رد شوند. اگر قرار است سفره مردم حفظ شود، باید تعادلی واقعی میان سود تولیدکننده، سیاست‌گذاری و قدرت خرید خانوار ایجاد شود و گرانه صبحانه ساده بیش از این از زندگی روزمره حذف خواهد شد.

باشد. موفقیت صنعت، وقتی ارزش اجتماعی پیدا می‌کند که مردم هم بتوانند محصول آن را بخرند. در غیر این صورت، بازار داخلی ضعیف‌تر می‌شود، سلامت خانوارها آسیب می‌بیند و شکاف میان تولید و مصرف عمیق‌تر خواهد شد. لبنیات نباید به کالایی تبدیل شود که مردم فقط

این تغییر معنایی فراتر از گرانی دارد. یعنی حتی پایه‌ای‌ترین اجزای تغذیه روزمره هم از دسترس بخشی از جامعه خارج شده‌اند. در کشوری که تولید لبنیات بالاست و صادرات آن رکورد می‌زند، پایین آمدن مصرف داخلی باید زنگ خطر جدی‌تری از هر آمار موفقیت تجاری

داستان لبنیات فقط داستان چند عدد روی برچسب قیمت نیست بلکه داستان سفره‌ای است که هر روز کوچک‌تر می‌شود. وقتی یک خانواده برای خرید شیر، پنیر، خامه و کره باید نزدیک نیم‌میلیون تومان هزینه کند، دیگر نمی‌توان از صبحانه به‌عنوان وعده‌ای کم‌خرج یاد کرد.