

ریزی هر چه بهتر حصول به این مهم در دسترس قرار گیرد.

گوشت مرغ، قیمتها پرنوسان اما کالا در دسترس

در سال ۹۲ با مصوبه کمیسیون تنظیم بازار استان، سازمان تعاون روستایی متولی کمیته قیمت گذاری گوشت مرغ گردید. بدین ترتیب که سازمان تعاون روستایی به عنوان محور کار در مواقع لزوم، با حضور تشکل ها اعم از تولیدی و توزیعی اقدام به تشکیل جلسه کمیته نرخ گذاری گوشت مرغ می نمود و با اخذ قیمت از استان های سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی، یزد و فارس، میانگین احتسابی را با هماهنگی تشکل ها در کرمان تعیین و اجرایی می نمود. احتساب میانگین قیمت از استان های همجوار باعث می شد میان استان های موجود در یک قطب تولیدی و نیز بین قطب های مختلف تولید در کشور ارتباط بهتری برقرار شود. ضمن آنکه حضور یک سازمان نیمه دولتی موجب می گردید که توان داوری و حل اختلافات بین تشکل ها افزایش یابد. قیمت ها در این حالت به صورت شناور مدیریت شده بودند که بازار را بر اساس عرضه و تقاضا به تعادل می رساندند. سیستم شناور مدیریت شده ضمن آنکه بر اساس شرایط بازار حرکت می کند در مواقعی که نوسانات غیر معمول و غیر منطقی رخ می دهد با حضور عامل مدیریت به نحو مناسبی این نوسانات را تعدیل می کند.

اما از ۲۱ تیرماه سال جاری هر گونه اتخاذ تصمیم در بازار گوشت مرغ در استان کرمان به تشکل های ذی مدخل در این بازار واگذار گردید. در پی اتخاذ این تصمیم، تعاونی های تولید کننده مرغ استان، کشتارگاه ها و اتحادیه صنف مرغ و ماهی فروش کرمان به عنوان عناصر تصمیم گیر در بازار گوشت مرغ معرفی و مقرر گردید هر گونه قیمت گذاری در این بازار با حضور ایشان و توسط خود ایشان صورت پذیرد و محوریت تعاون روستایی از بازار مذکور حذف گردید. از لحاظ مفاهیم اقتصاد خرد می توان گفت بازار گوشت مرغ با توجه به ویژگی هایی که این بازار دارد، یک بازار رقابت انحصاری (Monopolistic Competition) است. تولید کننده ای که در بازار رقابت انحصاری فعالیت می کند، با تقاضای بی کشش تری نسبت به تولید کننده فعال در بازار رقابت کامل رو به روست. در عین حال این تولید کننده به علت رقابت نزدیکی که با سایر واحدهای متناظر دارد، نمی تواند از سود ویژه اقتصادی برخوردار باشد. اما مطمئنا در حالت رقابت انحصاری در بلندمدت، زمانی که دولت هم هیچگونه نقش و دخالتی در بازار نداشته باشد، قیمت از هزینه نهایی تولید بیشتر شده و مصرف کننده از لحاظ قیمتی ضرر خواهد کرد. البته می توان اینگونه هم تفسیر نمود که هزینه ای که مصرف کنندگان در این وضعیت به صورت افزایش قیمت محصول می پردازند، در واقع قیمتی است که آنها برای بهره مند شدن از تنوع کیفی کالا خواهند پرداخت و این مهم ضمن آنکه می تواند برای مصرف کننده یک امتیاز محسوب شود شاید انگیزه ای شود برای گرایش هر چه بیشتر تولید کننده به بهبود کیفی محصولش که در مورد این بازار خاص می توان حرکت به سمت و سوی تولید مرغ ارگانیک (مرغ سبز) را مثال زد.

بازار مرغ در سالی که گذشت پر از نوسان قیمت بود. مصرف کنندگان در سال ۹۳ هم از قیمتهای زیر ۶۰۰۰ تومان منتفع شدند و هم قیمتهای بالای ۷۰۰۰ تومان را تجربه کردند و در این بین تولید کنندگان متضرر اصلی این نوسانات شدید قیمتی بودند. معهذرا در کنار تمامی این نوسانات کمبودی در بازار این فرآورده مهم در سال ۹۳ عیان نبود.

اصلاح قیمت نان بعد از دو سال

اواخر پاییز ۹۳ بر اساس ابلاغیه هیات وزیران اصلاح قیمت نان در دستور کار استانداری ها قرار گرفت. نکته بسیار مثبت این ابلاغیه حرکت در مسیر نجات دادن فرایند تولید نان از سهمیه بندی ها بود. الزام به آزادسازی ۲۰ درصد از واحدهای تولید نان که از سهمیه آرد دولتی استفاده می کنند، از جمله استراتژی های تعریف شده برای حرکت گام به گام در این مسیر بود. آزاد سازی نان در برخی واحدهای شهر کرمان نشان داده که اگر چه ممکن است در کوتاه مدت شاهد اعمال برخی نرخ های غیر واقعی از سوی واحد صنفی یا صنعتی باشیم اما در میان مدت رقابت بالا باعث واقعی شدن قیمت و صدا البته بهبود کیفیت خواهد شد. این اتفاق هم اکنون در برخی واحدهای صنفی تولید کننده نان آزاد

در شهر کرمان رخ داده است. به هر تقدیر قیمت نان اصلاح شد اما بهتر بود این اتفاق در ابتدای سال بعد و با در نظر گرفتن افزایش دستمزد ۹۴ می افتاد. هر چند افزایش ۴۰ درصدی قیمت آرد و بالا رفتن هزینه های تولید در طول دو سالی که قیمت نان ثابت بوده شرایط را به سمتی برده که ناویان با قیمتهای جدید نان موافق نبوده و این عدم توافق را بارها در جمع مدیران استانی نیز مطرح کرده و مورد پیگیری جدی هم قرار داده اند.

نرخ تورم ۷ درصدی کرمان در کالاهای اساسی

به شهادت آثار و گزارش های رسمی منتشر شده، شاخص های اقتصادی کشور در پایان دولت قبل وضعیت مناسبی نداشتند و می توان گفت دولت یازدهم کشور را در یک شرایط نامتعادل تحویل گرفت. نکته کلیدی این است که همان گونه که گرفتار شدن در این شرایط، یکباره و دفعی نبوده است، خروج از آن نیز نمی تواند جهشی و سریع باشد. واقعیت این است که دولت یازدهم برخلاف اسلافش تلاش قابل تحسینی برای پرهیز از اقدامات عجولانه، تصمیمات یک شبه و خلق الساعه و بدون پشتوانه کارشناسی دارد و از آنجایی که نتایج این رویکردها و اقدامات مثبت به تدریج و در میان مدت آشکار می شوند، این پرسش در افکار عمومی شکل می گیرد که دولت برای بهبود فضای اقتصادی، ارتقای سطح درآمدی و معیشتی مردم و... چه کرده است؟ در پاسخی کلی بایستی عنوان کرد که دولت با تشخیص وضعیت رکود تورمی مربوط به سال های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲، اولویت نخست را به کاهش تورم فزاینده داد و در این راه، از کنترل دستوری قیمت ها و اتخاذ راهکارهای موقتی که به صورت مکرر در فضای اقتصادی کشور امتحان شده اند پرهیز و سعی نمود با ایجاد انضباط پولی و مالی و کنترل عوامل اصلی ایجاد تورم یعنی اجزاء پایه پولی، تورم را کاهش دهد. از سوی دیگر دولت یازدهم موفق شد با مدیریت انتظارات و تقویت روحیه ایجاد شده در جامعه، ناطمینانی موجود در اقتصاد را با اعتماد و اطمینان و امید به آینده جایگزین نماید و از این طریق هدف ایجاد آرامش و ثبات در بازار ارز و سایر دارایی ها را محقق نماید. در کرمان نیز روند کنترل تورم به ویژه در زمینه کالاهای اساسی به روشنی مشهود است. محاسبه شاخص قیمت ۲۱ قلم کالاهای اساسی در کرمان بر اساس روش لاسپیترز نشان می دهد که تورم نقطه به نقطه در میان این کالاها در هیچکدام از ماههای سال از ۷ درصد بیشتر نبوده و حتی در ماههای آغازین سال و قبل از بروز اثرات اجرای فاز دوم هدفمندی یارانه ها این تورم به زیر ۳ درصد هم رسیده است.

تنظیم اثر بخش بازار، الزامی که می رود کم رنگ شود

در سالی که گذشت یکی از مغفولات جدی در حوزه بازار و بازرگانی شفاف و روانسازی نظام توزیع و تلاش برای تعریف ساز و کاری مشخص در راستای تنظیم اثر بخش بازار بود. نگاه جدی به موضوع بازار، نه از آن گونه جدیت که بخواهد ارکان بازار را دستخوش دخالت های بیجا نماید، می تواند ساز و کارهای این عامل تاثیر گذار در اتفاقات اقتصادی کشور را سامان بخشیده و به تبع آن انضباط آرامش بخشی در عوامل دیگر اثر گذار بر اقتصاد حاکم نماید. بدیهی است تغییر نگاه در این حوزه اجتناب ناپذیر بوده و البته این تغییر قطعا بایستی در رئوس برنامه های تصمیم سازان به پرننگی به چشم بخورد. تفکرات نادرستی که تاکنون میان تحقق اهداف تولید کننده و مصرف کننده تعارض جدی متصور بودند و دفاع از یکی را در گرو نشانه رفتن انگشت اتهام به سوی دیگری می دانستند، امروز می بایست با تفکرات تازه ای جایگزین شوند که به دنبال منطقی کردن قیمت ها، ارتقاء کیفیت، کاهش هزینه های تولید و مواردی از این دست باشند. بدیهی است همواره شاخصهای کلان اقتصادی از جمله تورم، نقدینگی، رکود، رشد اقتصادی، ضریب جینی و... اهرم های فشار خارجی بر مناسبات بازار به شمار می روند اما در فرایند تنظیم بازار، هم تولید کننده و هم مصرف کننده عمدتا بدون توجه به این شاخص ها مطالبات خود را از بازار و از متولیان بازار مطرح نموده و تاثیر شاخص ها را نادیده می گیرد و این چالشی است جدی که متولیان تنظیم بازار بایستی با صرف وقت و تجربه و البته هزینه های مالی در حل آن بکوشند. پرواضح است مصرف کننده خواهان کاهش یا حداقل ثبات قیمتهاست و تولید کننده به دنبال حداکثر سازی سود از طریق افزایش قیمتها و مدیران تصمیم ساز در عرصه بازار بایستی این تمایلات غیر حرفه ای را با روش های حرفه ای پاسخگو