

نقشه راه تأمین
پایدار کالاهای
اساسی

گفت‌وگوی «ایران»
با وزیر جهاد کشاورزی
درباره مدیریت بحران
در روزهای جنگ
و خشکسالی



تأمین
به‌موقع
سرمایه اعتماد

یادداشتی
از قاسم
نوده فراهانی
رئیس اتاق
اصناف ایران

ویژه
هفته‌دولت

ایران

پاسداران امنیت غذایی

نگاهی به عملکرد دولت در حوزه تأمین و توزیع کالای اساسی

نگاه داشتن قفسه فروشگاه‌ها، روان‌سازی تشریفات گمرکی و صیانت از ذخایر استراتژیک مانع از شکل‌گیری شوک‌های پایدار شد. در نهایت، با جهش تولید داخل، خودکفایی در تولید گندم و مرغ و توسعه زیرساخت‌های ذخیره‌سازی، تاب‌آوری سفره مردم در برابر سخت‌ترین فشارهای بیرونی به اثبات رسید. این پرونده نگاهی دارد به شرایط سخت تأمین کالا در ۱۲ ماه گذشته که با مدیریت وزارت جهادکشاورزی هموار شد.

طی یک سال گذشته، زنجیره تأمین و امنیت غذایی کشور در مواجهه با چالش‌های همزمان اقتصادی، خشکسالی، تحریم‌ها و بحران‌های نظامی با هم‌افزایی بی‌نظیر میان وزارت جهاد کشاورزی و شبکه اصناف مدیریت شد. با تغییر الگوی حکمرانی، مردمی‌سازی اقتصاد و تفویض اختیار به استان‌ها، بازار از دیوان‌سالاری سنتی عبور کرد. اقداماتی همچون پاسخگویی نامحدود به تقاضا، پر

نقش دولت، اصناف، تولیدکنندگان و ناوگان حمل‌ونقل در حفظ جریان کالا

وقتی بازار از حرکت نایستاد

گزارش •

گروه اقتصادی

طی ۱۴ ماه گذشته، زنجیره تأمین کالاهای اساسی کشور با مجموعه‌ای از فشارهای همزمان روبه‌رو بود؛ از تحریم‌ها و نوسان‌های ارزی گرفته تا خشکسالی، افزایش هزینه حمل‌ونقل و دو دوره تنش نظامی. در چنین وضعی، حفظ جریان تأمین کالا فقط به معنای داشتن ذخایر در انبارها نبود. کالا باید از مبادی ورودی و مراکز تولید به کارخانه‌ها، انبارهای استانی، عمده‌فروشان و در نهایت فروشگاه‌ها می‌رسید. هر وقفه‌ای در این مسیر می‌توانست به افزایش تقاضای هیجانی و فشار بر بازار منجر شود. آنچه در این دوره اهمیت پیدا کرد، هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی، تولیدکنندگان، ناوگان حمل‌ونقل و شبکه صنفی بود. وزارت جهاد کشاورزی، وزارت صمت، وزارت راه و شهرسازی، گمرک، استانداری‌ها و اتاق‌های اصناف در مقاطع مختلف، برای رصد موجودی کالا و رفع گره‌های توزیع جلسات مستمر داشتند. نتیجه این هماهنگی، جلوگیری از شکل‌گیری کمبود فراگیر در کالاهای پرمصرف بود؛ هرچند در برخی مناطق و در ساعات ابتدایی بحران، افزایش تقاضا و نوسان قیمت دیده شد.

نقش اصناف در رصد بازار

اصناف و اتحادیه‌ها در این میان فقط مجری توزیع نبودند. آنها به دلیل تماس روزانه با مصرف‌کننده و تولیدکننده، زودتر از هر مجموعه‌ای تغییر در الگوی خرید مردم یا کاهش موجودی یک کالا را مشاهده می‌کنند. این اطلاعات میدانی، بویژه در روزهای پرتلاهب، برای تصمیم‌گیری درباره افزایش سهمیه، انتقال کالا میان استان‌ها یا تشدید نظارت بر بازار اهمیت داشت. در بسیاری از شهرها، واحدهای صنفی

و عمده‌فروشان در روزهای تعطیل نیز فعالیت خود را ادامه دادند. بازبودن فروشگاه‌ها و استمرار عرضه، در کنترل نگرانی عمومی مؤثر بود. تجربه بازار نشان می‌دهد زمانی که مردم مطمئن باشند کالا در دسترس است، خریدهای بیش از نیاز نیز زودتر فروکش می‌کند. به همین دلیل، یکی از سیاست‌های اصلی دستگاه‌های مسئول، حفظ موجودی فروشگاه‌ها و جلوگیری از خالی‌شدن قفسه‌ها بود. البته این وضعیت به معنای نبود چالش نبود. در برخی مقاطع، سوءاستفاده‌های قیمتی و رفتارهای سوداگرانه گزارش شد و نیاز به حضور جدی‌تر بازرسان و اتحادیه‌ها را افزایش داد. نمونه‌هایی مانند جهش قیمت برخی اقلام پرمصرف، از جمله سیب‌زمینی، نشان داد که نظارت بر بازار باید همزمان با تأمین کالا تقویت شود. فراوانی نسبی کالا به‌تنهایی تضمین‌کننده ثبات بازار نیست؛ قیمت‌گذاری منصفانه و جلوگیری از احتکار نیز بخشی از همان زنجیره امنیت غذایی است.

مدیریت تقاضای ناگهانی

در اولین روزهای بحران، تقاضا برای برخی کالاهای اساسی تا حدود ۳۰۰ درصد افزایش یافت. این افزایش، بیش از آنکه ناشی از رشد واقعی مصرف باشد، ریشه در نگرانی خانوارها و خرید برای ذخیره خانگی داشت. در چنین شرایطی، پاسخ سریع شبکه توزیع اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا تأخیر در رساندن کالا، می‌تواند نگرانی را تشدید کند.

وزارت جهاد کشاورزی پیش از مقاطع حساس، از جمله پایان سال و ماه رمضان، میزان تدارک برخی کالاهای پرمصرف مانند برنج، روغن، شکر و اقلام پروتئینی را افزایش داد. بر اساس گزارش‌های رسمی، در دوره جنگ ۱۲ روزه بیش از ۶۱۱ هزار تن کالای اساسی شامل برنج، مرغ، گوشت، شکر، روغن و تخم‌مرغ در کشور توزیع شد. در استان تهران نیز عرضه روزانه مرغ گرم و منجمد افزایش یافت تا بازار این کالای پرمصرف با کمبود مواجه نشود.

نقطه مهم در این تجربه، بازگشت تدریجی تقاضا به الگوی عادی بود. پس از عبور از موج اولیه خرید، بسیاری از خانوارها دریافتند که زنجیره تأمین متوقف نشده و فروشگاه‌ها در حال شارژ مجدد هستند. این موضوع نشان داد اطلاع‌رسانی دقیق، حضور فعال فروشندگان و تداوم عرضه، از مؤثرترین راه‌ها برای کنترل تقاضای هیجانی است.

استان‌ها در خط مقدم

تغییر ناگهانی محل استقرار جمعیت، یکی از دشوارترین مسائل مدیریت بازار بود. بخشی از مردم در روزهای تنش از کلانشهرها به استان‌های شمالی و مسافرپذیر رفتند و این جابه‌جایی، مصرف نان، مرغ، برنج، روغن و دیگر کالاهای روزانه را در این مناطق بالا برد. مازندران با ورود حدود ۱۷ میلیون ۵۰۰ هزار مسافر، فشار سنگینی را بر شبکه توزیع تجربه کرد؛ با این حال گزارش معتبری از کمبود فیزیکی گسترده کالاهای اساسی در این استان منتشر نشد. در گیلان نیز ظرفیت تولید مرغ به کمک بازار آمد و بخشی از نیاز استان و مناطق همجوار را پوشش داد. در استان‌هایی که جمعیت شناور افزایش یافته بود، شوراها و آرد و نان و کارگروه‌های تنظیم بازار امکان یافتند سهمیه‌ها را متناسب با شرایط جدید تغییر دهند. افزایش ساعت کار نانواپی‌ها و انتقال آرد یا کالا از استان‌های معین، از جمله اقداماتی بود که در سطح محلی انجام شد. این تجربه بار دیگر نشان داد، تصمیم‌گیری صرفاً از مرکز نمی‌تواند پاسخگوی همه شرایط باشد. استان‌ها باید در چارچوب سیاست‌های ملی، اختیار کافی برای واکنش سریع داشته باشند. اطلاعات استانداری‌ها، سازمان‌های جهاد کشاورزی، فرمانداری‌ها و اصناف می‌تواند تصویر دقیق‌تر از وضعیت واقعی بازار ارائه کند.

بنادر، گمرک و حمل‌ونقل

بخش مهمی از کالاهای اساسی و نهاده‌های دامی از مسیر بنادر وارد کشور می‌شود.



در اولین

روزهای بحران

تقاضا برای

برخی کالاهای

اساسی تا

حدود ۳۰۰

درصد افزایش

یافت. این

افزایش، بیش

از آنکه ناشی

از رشد واقعی

مصرف باشد

ریشه در نگرانی

خانوارها و

خرید برای

ذخیره خانگی

داشت. در

چنین شرایطی

پاسخ سریع

شبکه توزیع

اهمیت ویژه‌ای

دارد؛ زیرا تأخیر

در رساندن کالا

می‌تواند نگرانی

را تشدید کند

بنابراین سرعت تخلیه، ترخیص و حمل کالا از بنادر، مستقیماً بر وضعیت بازار و تولید اثر می‌گذارد. در دوره بحران، گمرک با افزایش شیفت‌های کاری و تسهیل تشریفات، تلاش کرد زمان توقف کالا را کاهش دهد. بر اساس اعلام وزارت اقتصاد، حدود یک میلیون تن کالای اساسی در دوره ۱۲ روزه از گمرکات ترخیص شد که نسبت به دوره پیش از آن افزایش قابل توجهی داشت. پس از ترخیص، مسئولیت اصلی برداش

ناوگان حمل‌ونقل بود. کامیونداران، شرکت‌های حمل‌ونقل و پایانه‌های بار در انتقال کالا از بنادر جنوبی و انبارهای مرکزی به استان‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای داشتند. در جنگ ۱۲ روزه، جابه‌جایی کالاهای جاده‌ای بیش از ۵۰ درصد افزایش یافت و تخلیه کالاهای اساسی در بنادر نیز رشد قابل ملاحظه‌ای ثبت کرد. عملکرد بخش ریلی نیز در همین دوره ۱۵ درصد افزایش داشت.

در جنگ رمضان، انتقال کالاهای اساسی و نهاده‌های دامی از بنادر با سرعت بیشتری دنبال شد. طبق آمارهای اعلام‌شده، در هفته اول این دوره بیش از یک میلیون و ۲۷۱ هزار تن کالا از بنادر به مقصد انبارهای استانی حمل شد. فعال‌سازی همزمان جاده، ریل و بنادر، مانع از فشار بیش از حد بر یک مسیر و ایجاد اختلال در زنجیره تأمین شد.

اهمیت نهاده‌های دامی و تولید داخلی

بازار مرغ، تخم‌مرغ، شیر و گوشت به تأمین منظم ذرت، جو و کنجاله سویا وابسته است. اگر نهاده‌های دامی به‌موقع در اختیار تولیدکنندگان قرار نگیرد، آثار آن پس از چند هفته در بازار محصولات پروتئینی نمایان می‌شود. به همین دلیل، حفظ موجودی نهاده‌ها در بنادر و رساندن آن به دامداری‌ها و مرغداری‌ها، از اولویت‌های مدیریت بحران بود. بر اساس گزارش‌های بخش کشاورزی، ذخایر ذرت و کنجاله سویا در بنادر جنوبی در سطحی بیش از ۳ میلیون تن نگهداری شد. تداوم جوهره‌ریزی ماهانه در حدود ۱۴۰ تا ۱۵۰ میلیون قطعه نیز کمک کرد. عرضه مرغ در کشور حفظ شود. فعالان صنعت طیور اعلام کرده‌اند، در روزهای بحران، روزانه بیش از ۷ هزار تن مرغ گرم در بازار توزیع شد. در بخش نان نیز، خرید تضمینی گندم و استمرار فعالیت سیلوها و کارخانه‌های آرد اهمیت داشت. همزمانی بخشی از بحران با فصل برداشت، ضرورت پرداخت به‌موقع مطالبات کشاورزان و تسریع در خرید گندم را دوچندان کرد. امنیت غذایی پایدار، تنها با توزیع کالای موجود محقق نمی‌شود؛ تولیدکننده باید برای ادامه کار خود اطمینان داشته باشد.

برش •

مسیر پیش‌رو

تجربه این ماه‌ها نشان داد که بازار کالاهای اساسی با همکاری نزدیک دولت و بخش خصوصی، توان عبور از شرایط دشوار را دارد. اما این تجربه نباید به معنای پایان کار تلقی شود. استمرار نشست‌های مشترک وزارت جهاد کشاورزی با اصناف و اتحادیه‌ها، تقویت نظارت میدانی، توسعه انبارهای منطقه‌ای، بهبود زنجیره سرد و افزایش اختیارات استان‌ها، از ضرورت‌های دوره پیش‌رو است. دولت باید بر سیاستگذاری، تأمین زیرساخت و نظارت متمرکز باشد و از ظرفیت شبکه توزیع، تولیدکنندگان و تشکل‌های صنفی بیشتر استفاده کند. اصناف نیز با اطلاعاتی که از کف بازار در اختیار دارند، می‌توانند در تصمیم‌سازی نقش مؤثرتری ایفا کنند. ترکیب داده‌های رسمی با واقعیت‌های میدانی، راهی برای تصمیم‌های دقیق‌تر و حفظ آرامش بازار در روزهای آینده است.