

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 جهاد کشاورزی 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 پرتلاش، 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.

گفت‌وگوی «ایران» با وزیر جهاد کشاورزی

درباره مدیریت بحران در روزهای جنگ و خشکسالی

نقشه راه تأمین پایدار کالاهای اساسی



• گفت‌وگو •

جنگ، تحریم، آزادسازی ارز، خشکسالی و اختلالات لجستیکی، امنیت غذایی ایران را در ۱۴ ماه گذشته در معرض یکی از سخت‌ترین آزمون‌های چند دهه اخیر قرار داد؛ آزمونی که از تأمین نهاده‌های دامی و کشاورزی تا قیمت گذاری، ذخایر راهبردی و شبکه توزیع را تحت فشار گذاشته است. در این میان وزارت جهاد کشاورزی با تکیه بر تولید داخلی که پوشش دهنده ۸۵ درصد کالری و پروتئین مورد نیاز کشور است، اصلاح فرآیندهای واردات، افزایش سقف ذخایر استراتژیک و توسعه کشاورزی قراردادی، تلاش کرد بحران را پیش از رسیدن به سفره مردم، در سطح دولت مدیریت کند؛ رویکردی که به گفته وزیر، با وجود همه تنگناها از کمبود جدی در هر نقطه‌ای از کشور جلوگیری شود. در همین راستا غلامرضا نوری وزیر جهاد کشاورزی در گفت‌وگو با خبرنگار روزنامه ایران به تفصیل از چگونگی تداوم تولید با وجود کمبود منابع ارزی، نقش سامانه‌هایی مانند بازارگاه در رصد توزیع، حمایت از واحدهای خسارت دیده در جنگ، برنامه‌های کاهش ضایعات، و سیاست‌های قیمت‌گذاری پس از حذف ارز ۲۸۵۰۰ تومانی سخن می‌گوید. وی همچنین از تدوین سناریوهای سه ماهه تا یک ساله برای تأمین کالاهای اساسی، همکاری بخش خصوصی در تکمیل ذخایر و چشم‌انداز تاب‌آوری بخش کشاورزی در برابر بحران‌های آتی نیز خبر داد.

او شنیده می‌شود و نسبت به ادامه تولید و عرضه محصول خود امیدوار باشد.

وضعیت ذخایر راهبردی در ابتدای کار دولت چگونه بود و چه تغییری در آن ایجاد شد؟

در آن مقطع سقف ذخایر تکلیفی پایین بود و در مورد بسیاری از کالاها نیز وضعیت مطلوبی وجود نداشت. بنابراین افزایش سقف ذخایر استراتژیک در دولت چهاردهم مطرح و تصویب شد و منابع مالی لازم نیز برای تأمین این ذخایر اختصاص یافت. همچنین با اجرای این مصوبه تکمیل ذخایر آغاز شد تا هم عقب ماندگی گذشته جبران شود و هم برای شرایط آینده آمادگی بیشتری داشته باشیم. این اقدامات موجب شد کشور از طریق ذخایر استراتژیک تاب‌آوری چند ماهه در برابر بحران‌ها داشته باشد. در ۱۴ ماه گذشته با وجود بحران‌های مختلف تلاش شد کمترین استفاده از ذخایر صورت گیرد و جریان مستمر تأمین کالا حفظ شود، در این زمینه از ظرفیت بخش خصوصی نیز در کنار شرکت‌های دولتی استفاده شد و این همکاری توانست نیاز کشور را تأمین کند. با اصلاح دستورالعمل تأمین ذخایر استراتژیک امکان استفاده از تولید داخلی نیز فراهم شد. از سوی دیگر برای کالاهایی مانند گوشت قرمز و مرغ هم تولید داخلی و هم واردات برای تکمیل ذخایر در دستور کار قرار گرفت.

• برش •



برای مدیریت توزیع عادلانه و اختلالات زنجیره تأمین چه تمهیداتی اندیشیده شد؟ در مقاطعی برخی استان‌ها چندین برابر جمعیت خود پذیرای مسافران بودند و همین مسأله تأمین کالا را با چالش مواجه می‌کرد. برای مدیریت این شرایط از ظرفیت سامانه‌های مختلف داخل و خارج وزارت جهاد کشاورزی و همچنین همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات استفاده شد تا میزان جمعیت و نیاز هر استان برآورد شود. سامانه‌هایی مانند «بازارگاه» نیز در مدیریت توزیع نقش داشتند و امکان رصد و پایش توزیع را فراهم کردند. یکی از اقدامات مهم وزارتخانه اصلاح شبکه توزیع و حرکت از شبکه‌های سنتی به شبکه‌های رسمی و قابل رصد بود تا کالاهای اساسی در مسیر مشخص و قابل کنترل توزیع شوند. همچنین اختیارات بیشتری به استانداران در حوزه تنظیم بازار داده شد تا هر استان براساس نیاز خود، موضوعات را در ستاد تنظیم بازار بررسی و نیازمندی‌هایش را اعلام کند. در مرکز نیز تأمین کالا براساس این اطلاعات و تصمیمات انجام شد. خوشبختانه حتی در دورافتاده‌ترین نقاط کشور نیز در این مدت با مشکلی در تأمین کالاهای اساسی مواجه نشدیم. در زمان بحران، مشکلات مختلفی در زنجیره تأمین ایجاد می‌شود. در جنگ و حوادث دی ماه و اعصاب رانندگان، اختلالاتی در حمل‌ونقل ایجاد شد و وزارت جهاد کشاورزی برای جلوگیری از کمبود، از ذخایر موجود در استان‌ها استفاده کرد. این تصمیم به‌موقع موجب شد نیاز از تولیدکنندگان و مصرف کنندگان تأمین شود. در جریان جنگ نیز تعدادی از سردخانه‌ها و انبارهای کالا به صورت مستقیم یا غیرمستقیم آسیب دیدند. برای جلوگیری از اختلال در تأمین مقرر شد نیاز این مناطق از استان‌های مجاور و همچنین از مرکز تأمین تا جریان مستمر کالا حفظ شود.

قیمت‌ها، آزادسازی نرخ ارز و انتقال بارانه از ابتدای زنجیره به انتهای زنجیره بود. طبیعی بود که با حذف ارز ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومانی و تغییر نرخ آن قیمت نهاده‌ها و محصولات افزایش پیدا کند. دولت برای جبران این افزایش قیمت، طرح کالا برگ را پیش‌بینی کرد تا بخشی از مابه‌التفاوت قیمت برای مصرف‌کننده جبران شود. در کنار این اقدامات وزارت جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های مرتبط نظارت بر بازار را تقویت کردند تا از گران‌فروشی، کم‌فروشی و احتکار جلوگیری شود. ایجاد فراوانی کالا نیز از طریق واردات و عرضه تولید داخلی دنبال شد چراکه فراوانی کالا به ایجاد تعادل در قیمت‌ها کمک می‌کند. هدف این است که نه به تولیدکننده اجحاف شود و نه حقوق مصرف‌کننده نادیده گرفته شود. تولیدکننده باید هزینه تولید و سود متعارف خود را دریافت کند و در مقابل قدرت خرید مصرف‌کننده نیز باید مورد توجه قرار گیرد.

برای کاهش ضایعات و افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی چه برنامه‌هایی دارید؟

میزان تلفات و ضایعات محصولات از مرحله تولید تا مصرف قابل توجه است و کاهش این ضایعات از ابتدای فعالیت دولت در دستور کار قرار دارد. توسعه مکانیزاسیون در واحدهای زراعی و دامی یکی از راه‌های کاهش ضایعات و افزایش بهره‌وری است. در کنار آن آموزش و ترویج نیز اهمیت زیادی دارد تا نهاده‌های تولید متناسب با نیاز مصرف شوند و استانداردهای لازم در مراحل مختلف تولید رعایت شود. استفاده از ماشین‌آلات و فناوری‌های جدید، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا نیز می‌توانند در کاهش ضایعات و افزایش بهره‌وری نقش داشته باشد. این موضوع نیازمند همکاری دستگاه‌های مختلف و تأمین زیرساخت‌های لازم است و البته بخشی از این اقدامات در جریان است.

تأثیر جنگ، تحریم، نوسانات ارزی و تغییرات اقلیمی بر بخش کشاورزی را چگونه ارزیابی می‌کنید و برای افزایش تاب‌آوری چه کرده‌اید؟

طبیعی است که این عوامل بر تولید اثر بگذرانند؛ مسأله مهم این است که بتوانیم آنها را مدیریت و با کمترین تبعات از بحران عبور کنیم. برنامه‌های تأمین سه ماهه، شش ماهه، ۹ماهه و یک ساله در دستور کار قرار گرفته و برای واردات نیز سناریوهای مختلف و روش‌های جایگزین تأمین کالا، پیش‌بینی شده است. در بخش تولید داخلی نیز آژانس تغییرات اقلیمی بر زیربخش‌های مختلف بررسی و راهکارهای فنی لازم مشخص شده است. گسترده‌ی جغرافیایی ایران در عین حال که یک مزیت برای تولید و پدافند غیرعامل است، این امکان را فراهم می‌کند که متناسب با شرایط هر استان و شهرستان برنامه‌ریزی کنیم. این رویکرد بویژه در حوزه تولید داخلی سبزی و صیفی طی دو سال گذشته نتایج خوبی داشته است. یکی از محورهای اصلی برنامه‌های وزارت جهاد کشاورزی تقویت اقتصاد مقاومتی در سایه امنیت ملی است و برنامه‌های مربوط به این موضوع به صورت استانی و شهرستانی دنبال می‌شود.

با توجه به وابستگی زیاد صنعت دام و طیور به نهاده‌های وارداتی چگونه از تولیدکنندگان حمایت شد؟

صنعت دام و طیور به دلیل وابستگی بالای نهاده‌های تولید دام و طیور به واردات بیشترین تأثیر را از نوسانات ارزی تجربه کرد. برای جلوگیری از کاهش تولید، شرکت‌های دولتی و زنجیره‌های تولید وارد حوزه کشاورزی قراردادی شدند تا تولیدکنندگان پشتوانه‌ای برای ادامه فعالیت داشته باشند. این سیاست به خوبی جواب داد و باعث شد تولید در برخط برنامه‌ریزی شده ادامه پیدا کند. با توجه به محدودیت منابع مالی و محدودیت‌های بانکی، استفاده از روش‌های جدید تأمین مالی و پرداخت‌های اعتباری نیز در دستور کار قرار گرفت. تلاش شد منابع مالی مورد نیاز تولیدکنندگان و تجار تأمین و حلقه‌های مختلف زنجیره به یکدیگر متصل شوند. شرکت پشتیبانی امور دام برای خرید مازاد تولید وارد عمل شد تا محصول روی دست تولیدکننده نماند و اومتضرر نشود. این اقدام علاوه بر حمایت از تولید داخل، به تکمیل ذخایر نیز کمک کرد. در در زمان نیاز عرضه کالا از محل همین ذخایر می‌تواند از جهش قیمت‌ها جلوگیری کند.

چه حمایتی برای واحدهای خسارت دیده در جنگ انجام شده و چشم‌انداز آینده امنیت غذایی را چگونه می‌بینید؟

اولاً باید یادی کنیم از ۱۱ نفر از همکاران مان و حدود ۸۰ نفر از کشاورزان و تولیدکنندگان و صیادان عزیزمان در دو جنگ اخیر به شهادت رسیدند و ثانیاً همه واحدهای بخش کشاورزی از شرایط جنگی تأثیر پذیرفتند اما برخی واحدها به صورت مستقیم مورد اصابت قرار گرفتند. جمع‌بندی خسارت‌ها انجام شده در کارگروه‌های مربوطه دولت نیز به تصویب رسیده است. بسته حمایتی واحدهای خسارت دیده در حال تدوین است و سازمان برنامه و بودجه کشور مسئول تهیه آن شده است. بخش کشاورزی نیز در این بسته دیده شده تا واحدهای آسیب دیده بتوانند با جبران خسارت به چرخه تولید بازگردند. درباره چشم‌انداز تأمین امنیت غذایی کشور با توکل به خداوند و اتکا به توان تولیدکنندگان داخلی، تأمین‌کنندگان و تمامی فعالان زنجیره تأمین، تولید و عرضه کالاهای اساسی، در آینده با مشکل خاصی مواجه نخواهیم شد. در وزارت جهاد کشاورزی، تصمیم‌گیری‌ها متناسب با شرایط و با انعطاف لازم انجام می‌شود و برای شرایط مختلف، سناریوهای مورد نیاز پیش‌بینی شده است. هدف این است که اگر مشکلی ایجاد شد، در سطح دولت و بخش‌های مسئول مدیریت و حل و فصل شود و کمترین تبعات به جامعه تولید و مصرف منتقل شود. هیچ مرحله‌ای بدون مشکل نخواهد بود و هنر ما این است که مشکلات را به‌موقع مدیریت و حل و فصل کنیم تا تولیدکنندگان، تأمین‌کنندگان و مصرف کنندگان بتوانند با کمترین تبعات، روند عادی فعالیت و زندگی خود را ادامه دهند.

تأمین به‌موقع سرمایه اعتماد

• یادداشت •



قاسم نوده‌فراهنی رئیس اتاق اصناف ایران

یک سال گذشته برای اقتصاد و بازار کشور، سال آزمون‌های پیاپی بود؛ از روزهای جنگ ۱۲روزه و در ادامه جنگ ۴۰ روزه و همزمانی آن با ماه مبارک رمضان تا موج سفرهای نوروزی و افزایش ناگهانی جمعیت در برخی استان‌ها. در همه این موقعیت‌ها، یک پرسش بیش از هر چیز اهمیت داشت: آیا کالاهای ضروری مردم به‌موقع و به‌اندازه کافی در دسترس خواهد بود؟ تجربه این ماه‌ها نشان داد که مهم‌ترین نقطه قوت دولت و شبکه تأمین کشور، رساندن به‌موقع کالا به فروشگاه‌ها و حفظ آرامش در بازار بوده است. شاید در روزهای بحران، بیش از هر سیاستی، دیدن قفسه‌های پر فروشگاه‌هاست که به مردم اطمینان می‌دهد نیازی به خرید بیشتر از نیاز روزمره ندارند.

در اولین روزهای جنگ ۱۲روزه، نگرانی طبیعی مردم از شرایط پیش‌آمده، به افزایش قابل توجه خرید کالاهای اساسی منجر شد؛ به‌طوری‌که میزان خرید در برخی اقالم تا حدود ۳۰۰ درصد بالا رفت. در چنین وضعی، مدیریت بازار تنها به موجودی انبارهای تجاری و سردخانه‌ها محدود نمی‌شد؛ زیرا بخش مهمی از کالاها پس از خرید، وارد انبارهای خانگی می‌شد و دیگر امکان رصد آن وجود نداشت.

راه‌حل اما روشن نبود؛ باید جریان عرضه بدون وقفه ادامه پیدا می‌کرد و قفسه‌ها خالی نمی‌ماند. وقتی مردم در فروشگاه‌ها کالا را به وفور می‌بینند، هیجان خرید فروکش می‌کند و تقاضای اضافی جای خود را به خرید عادی می‌دهد. همین اتفاق نیز افتاد؛ با پیگیری وزارت جهاد کشاورزی، اتاق اصناف و دیگر دستگاه‌های مسئول برای تأمین کالا از ذخایر و شبکه توزیع، از روز سوم بحران آرامش بیشتری به بازار بازگشت. خانوارها مطمئن شدند که کالا در دسترس است و ضرورتی برای ذخیره‌سازی بیش از نیاز وجود ندارد. مدیریت تأمین کالا در آن روزها، فقط بر پایه گزارش‌های اداری نبود. ارتباط مستمر و ویدیویی با ۳۱ استان برقرار شد تا وضعیت بازار، موجودی فروشگاه‌ها و نیازهای هر منطقه به‌صورت لحظه‌ای بررسی شود. در بازدید معاون اول رئیس‌جمهور از اتاق اصناف ایران نیز نمایندگان اصناف استان‌ها به‌صورت برخط در ارتباط بودند و تصویری روشن از شرایط بازار در سراسر کشور ارائه کردند.

این ارتباط پس از پایان شرایط بحرانی نیز متوقف نشد و همچنان جلسات هفتگی برای رصد مسائل مربوط به تأمین مواد غذایی و بازار در استان‌ها ادامه داد. چنین سازوکاری کمک می‌کند مشکلات پیش از آن‌که به نگرانی عمومی تبدیل شوند، شناسایی و برطرف شوند. تجربه ماه‌های گذشته نشان داد که تأمین پایدار کالا، حاصل کار یک دستگاه نیست. همکاری وزارت جهاد کشاورزی به ریاست دکتر نوری، همراهی وزارت صنعت، معدن و تجارت و نقش‌آفرینی استانداری‌ها، اتاق‌های اصناف، اتحادیه‌ها، تولیدکنندگان و شبکه توزیع، یک زنجیره هماهنگ را شکل داد که توانست پاسخگو نیاز مردم باشد.

نمونه روشن این همکاری را می‌توان در استان‌های شمالی کشور دید. در مقطعی، گیلان و مازندران میزبان حدود ۱۱ میلیون مسافر بودند؛ جمعیتی که طبیعتاً مصرف نان، مواد غذایی و دیگر کالاهای ضروری را به‌طور چشمگیری افزایش می‌داد. با این حال، به‌دلیل پیش‌بینی‌های انجام‌شده و هماهنگی میان نهادهای محلی و ملی، روند تأمین نیازهای مسافران و ساکنان این استان‌ها بدون اختلال ادامه پیدا کرد.

اردبیل نیز تجربه‌ای مشابه داشت. این استان با جمعیت ثابت حدود ۸۰۰ هزار نفر، در ایام نوروز میزبان نزدیک به چهار میلیون مسافر بود. روشن است که پاسخگویی به نیاز غذایی چنین جمعیتی، بدون همکاری اتاق اصناف، اتاق بازرگانی، جهاد کشاورزی، اتحادیه‌ها و دستگاه‌های اجرایی ممکن نبود. این تجربه‌ها ثابت کرد که زنجیره تأمین، زمانی کارآمد است که همه حلقه‌های آن در کنار هم فعال باشند. در این میان، نباید نقش تولیدکنندگان مواد غذایی را نادیده گرفت. بسیاری از واحدهای تولیدی در روزهای دشوار، با احساس مسئولیت نسبت به مردم، فعالیت خود را به‌صورت شبانه‌روزی ادامه دادند تا کالا از کارخانه و انبار، به فروشگاه و سفره خانوار برسد.

ممکن است نوسان قیمت‌ها و هزینه‌های تولید، همچنان از مسائل مهم بازار باشد و باید با دقت برای آن چاره‌اندیشی کرد؛ اما در یک سال اخیر، حفظ فراوانی کالا و جلوگیری از شکل‌گیری حس کمبود در جامعه، دستاورد مهمی بوده است. آرامش بازار، پیش از هر چیز از اطمینان مردم به استمرار عرضه کالا ناشی می‌شود.

استفاده از مدل «استان‌های معین» نیز یکی از تجربه‌های موفق این دوره بود. براساس این مدل، استان‌ها در زمان نیاز می‌توانند برای پشتیبانی از یکدیگر وارد عمل شوند تا اختلال احتمالی در یک منطقه، به کمبود کالا تبدیل نشود. این سازوکار، ریسک‌های زنجیره تأمین را کاهش می‌دهد و قدرت واکنش بازار را در شرایط پیش‌بینی نشده بالا می‌برد.

تفاوت فضای بازار در جنگ رمضان با روزهای ابتدای جنگ ۱۲روزه نیز نشان داد که این تجربه‌ها به افزایش اعتماد عمومی کمک کرده است. زمانی که مردم از توان شبکه تأمین و توزیع مطمئن باشند، بازار نیز آرام‌تر اداره می‌شود.

تداوم این رویکرد همکاری‌محور، در کنار تلاش برای ثبات بیشتر قیمت‌ها و ارتقای کیفیت خدمات، می‌تواند بازار را بیش از گذشته در شأن مردم ایران اداره کند؛ بازاری که در آن، کالاهای به‌موقع به دست مردم برسد و آرامش، مهبان همیشگی قفسه‌های فروشگاه‌ها باشد.

مهم‌ترین نقطه قوت دولت و شبکه تأمین کشور، رساندن به‌موقع کالا به فروشگاه‌ها و حفظ آرامش در بازار بوده است.

شاید در روزهای بحران، بیش از هر سیاستی، دیدن قفسه‌های پر فروشگاه‌هاست که به مردم اطمینان می‌دهد نیازی به خرید بیشتر از نیاز روزمره ندارند

• برش •

افزایش قیمت تمام شده محصولات طبیعی است چراکه هزینه‌های تولید افزایش پیدا کرده است. قیمت نهاده‌های دامی، کود، دستمزد، کرایه حمل‌ونقل و حقوق گمرکی و شرایط جنگ و محاصره ...و همگی بر قیمت نهایی محصولات تأثیرگذار هستند

بازار چگونه پایدار ماند؟



کارنامه یک‌ساله وزارت جهاد کشاورزی، شبکه اصناف و دستگاه‌های اجرایی در تأمین کالاهای اساسی نشان می‌دهد که مدیریت بازار در مقاطع جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان، بر سه محور اصلی استوار بوده است: افزایش ذخایر و تدارک پیش از بحران، فعال نگه‌داشتن جریان تولید و حمل‌ونقل و تقویت توزیع مویرگی در سطح استان‌ها.

مدیریت بازار کالاهای اساسی در روزهایی که کشور درگیر جنگ تحمیلی بود، صرفاً به معنای وجود کالا در انبارهای دولتی نیست. بازار زمانی پایدار می‌ماند که همه اجزای زنجیره، از تولیدکننده و واردکننده گرفته تا بندر، گمرک، ناوگان حمل‌ونقل، کارخانه‌های فرآوری، عمده‌فروشان، اصناف و خرده‌فروشان، هماهنگ و بی‌وقفه فعالیت کنند. هرگونه اختلال در یکی از این حلقه‌ها، به‌ویژه در شرایطی که جامعه با نگرانی‌های امنیتی مواجه است، می‌تواند به افزایش تقاضای ناگهانی، خریدهای خارج از الگوی مصرف و فشار بر شبکه توزیع منجر شود.

تجربه یک سال گذشته و به‌طور خاص دو مقطع جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان، نشان داد که سیاست اصلی دستگاه‌های متولی تأمین کالا، جلوگیری از شکل‌گیری کمبودهای محسوس در سطح فروشگاه‌ها و پاسخگویی سریع به تقاضای اولیه مردم بوده است. وزارت جهاد کشاورزی در گزارش‌های خود اعلام کرده که به پیش از آغاز درگیری‌ها و همزمان با روزهای پایانی سال و ماه رمضان، میزان تدارک کالاهای پرمصرف از جمله برنج، روغن، شکر و اقلام پروتئینی در شبکه عرضه و انبارهای پشتیبان افزایش یافت؛ به‌گونه‌ای که حجم تأمین برخی اقلام در مقایسه با شرایط عادی تا دو برابر بالا رفت.

این رویکرد از آن جهت اهمیت داشت که اولین ساعات هر بحران، معمولاً زمان شکل‌گیری تقاضای هیجانی است. در چنین شرایطی، فراوانی کالا در فروشگاه‌ها و اطمینان مردم از استمرار عرضه می‌تواند مانع تبدیل نگرانی‌های عمومی به هجوم برای خرید و اختلال در نظام توزیع شود. گزارش‌های میدانی دستگاه‌های اجرایی و تشکل‌های صنفی در این دوره نیز نشان می‌دهد که پس از افزایش اولیه تقاضا، بازار در بسیاری از مناطق به سرعت به الگوی عادی مصرف بازگشت.

تأمین بازار بدون اتکا به ذخایر راهبردی

یکی از نکات قابل توجه در گزارش‌های وزارت جهاد کشاورزی درباره جنگ ۱۲ روزه، تأمین نیاز روزانه بازار از مسیر تولید داخلی، واردات جاری و توزیع منظم کالا، بدون برداشت قابل توجه از ذخایر راهبردی بوده است. براساس اعلام این وزارتخانه، کالاهای مورد نیاز خانوارها در این دوره از جریان عادی تأمین و عرضه پوشش داده شد و ذخایر استراتژیک برای شرایط احتمالی طولانی‌تر حفظ شد. اهمیت این موضوع در آن است که ذخایر راهبردی کشور، پشتوانه‌ای برای سناریوهای پیچیده‌تر و طولانی‌تر به شمار می‌روند. اگر بازار بتواند در روزهای اول بحران از ظرفیت تولید جاری، واردات در مسیر و کالاهای موجود در شبکه عمده‌فروشی استفاده کند، دست سیاستگذار برای مدیریت دوره‌های بعدی بازتر خواهد بود. به بیان دیگر، ذخایر راهبردی زمانی کارکرد اصلی خود را نشان می‌دهند که به عنوان لایه پشتیبان، نه جایگزین کامل جریان عادی تأمین، مورد استفاده قرار گیرند. فاصله مهاجرانی، سخنگوی دولت در تشریح اقدامات دولت در دوره جنگ ۱۲ روزه اعلام کرده بود که بیش از ۶۱۱ هزار تن انواع کالای اساسی شامل برنج، مرغ، گوشت قرمز، شکر، روغن و تخم‌مرغ در سراسر کشور توزیع شده است. این حجم از توزیع، در کنار استمرار فعالیت تولیدکنندگان و شبکه صنفی، بخش مهمی از نیاز بازار را پوشش داد. در استان تهران نیز مطابق گزارش‌های ستاد تنظیم بازار و دستگاه‌های اجرایی مرتبط، روزانه بیش از یک‌هزار تن

گوشت مرغ گرم و منجمد برای تأمین نیاز مصرف‌کنندگان عرضه شد. تمرکز بر مرغ یکی از اصلی‌ترین اقلام پروتئینی در سبد خانوار است و هرگونه اختلال در بازار آن می‌تواند به سرعت بر انتظارات عمومی اثر بگذارد.

اولین خط تماس با تقاضای مردم

نان از جمله کالاهایی است که در زمان بحران، حساسیت آن بیش از سایر اقلام آشکار می‌شود. افزایش جمعیت در برخی مناطق، تغییر محل اقامت خانوارها و رشد تقاضا در استان‌های مسافرپذیر، می‌تواند برنامه‌ریزی عادی تأمین آرد را با چالش روبه‌رو کند.

در این مقطع، شوراها و آرد و نان استانی و کارگروه‌های تنظیم بازار با اختیارات بیشتری فعا لیت کردند. بر اساس گزارش سازمان‌های جهاد کشا و رزی استانی، در مناطقی که با افزایش تقاضا مواجه بودند، سهمیه آرد افزایش یافت و نانوائی‌ها در برخی نقاط با افزایش ساعت

کار، از جمله فعالیت در چند شیفت، نیاز جدید را پوشش دادند. این تصمیم‌ها به‌صورت منطقه‌ای اتخاذ شد تا منابع به سمت استان‌ها و شهرستان‌هایی هدایت شود که جمعیت شناور بیشتری را پذیرا بودند. مدیریت نان در این دوره، نمونه‌ای از ضرورت تصمیم‌گیری نزدیک به میدان بود. سهمیه‌بندی و توزیع کالا اگر صرفاً از سطح مرکز انجام شود، ممکن است با تأخیر همراه باشد؛ اما واگذاری اختیار به استان‌ها و شهرستان‌ها، امکان پاسخ سریع‌تر به تغییرات جمعیتی را فراهم می‌کند. این تجربه، اهمیت اطلاعات میدانی اصناف، اتحادیه‌ها، فرمانداری‌ها و سازمان‌های جهاد کشاورزی را در

بررسی کنند. در مواردی که تقاضا از ظرفیت عادی یک استان فراتر می‌رفت، از مدل پشتیبانی استانی استفاده شد؛ یعنی کالا و آرد از استان‌های معین یا انبارهای پشتیبان به مناطق دارای تقاضای بیشتر انتقال یافت. این شیوه، به‌ویژه در استان‌های گردشگرپذیر، از بروز اختلال در عرضه جلوگیری کرد.

تجربه مازندران در این زمینه قابل توجه بود. ورود حدود ۱۷ میلیون و ۵۰۰ هزار مسافر به این استان، فشار قابل توجهی بر شبکه تأمین و توزیع وارد کرد، اما بر اساس گزارش‌های مسئولان استانی و اتاق اصناف، کمبود فیزیکی قابل اتکایی از کالاهای اساسی در سطح استان گزارش

پس از ترخیص کالا، مرحله تعیین‌کننده بعدی انتقال سریع آن از بنادر و انبارهای مرکزی به مراکز تولید و استان‌های مقصد است. کامیون‌داران و ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای در این مرحله، نقشی کلیدی در جلوگیری از شکل‌گیری شکاف میان موجودی بنادر و نیاز بازار دارند. وزیر راه و شهرسازی در گزارش خود از عملکرد حمل‌ونقل در جنگ رمضان اعلام کرده است که ترخیص و حمل کالاهای اساسی از بنادر، نسبت به جنگ تحمیلی ۱۲ روزه، ۲۰ درصد رشد داشته است. همچنین بر اساس آمار اعلام‌شده از سوی دستگاه‌های حمل‌ونقلی، در هفته اول جنگ رمضان بیش از یک میلیون و ۲۷۱ هزار تن کالای اساسی و نهاده دامی از بنادر به انبارهای مقصد استانی منتقل شد. در جنگ ۱۲ روزه نیز، طبق آمار اعلام‌شده از سوی بخش حمل‌ونقل، جابه‌جایی کالا

تصمیم‌سازی اقتصادی برجسته‌تر کرده است.

جابه‌جایی جمعیت و تقویت مدیریت استانی

یکی از مهم‌ترین چالش‌های بازار در دو جنگ تحمیلی اخیر، جابه‌جایی سریع جمعیت از کلانشهرها به استان‌های شمالی، مرزی و مسافرپذیر بود. این جابه‌جایی، جغرافیای مصرف را در مدت کوتاهی تغییر داد. استانی که توزیع کالا در آن برای جمعیت ثابت برنامه‌ریزی شده بود، ناگهان باید پاسخگوی جمعیتی چندبرابر می‌شد.

فشار ناشی از این وضعیت، تنها به نان محدود نبود و بازار مرغ، گوشت، برنج، روغن، آب آشامیدنی و دیگر کالاهای پرمصرف را نیز تحت تأثیر قرار می‌داد. سازمان‌های جهاد کشاورزی استان‌ها در گزارش‌های خود از تشکیل کمیته‌های رصد و پایش شبانه‌روزی خبر داده‌اند؛ کمیته‌هایی که وظیفه داشتند موجودی انبارها، میزان ورودی کالا، حجم عرضه، تقاضای بازار و فعالیت واحدهای صنفی را به‌طور مستمر

بررسی کنند. در مواردی که تقاضا از ظرفیت عادی یک استان فراتر می‌رفت، از مدل پشتیبانی استانی استفاده شد؛ یعنی کالا و آرد از استان‌های معین یا انبارهای پشتیبان به مناطق دارای تقاضای بیشتر انتقال یافت. این شیوه، به‌ویژه در استان‌های گردشگرپذیر، از بروز اختلال در عرضه جلوگیری کرد. تجربه مازندران در این زمینه قابل توجه بود. ورود حدود ۱۷ میلیون و ۵۰۰ هزار مسافر به این استان، فشار قابل توجهی بر شبکه تأمین و توزیع وارد کرد، اما بر اساس گزارش‌های مسئولان استانی و اتاق اصناف، کمبود فیزیکی قابل اتکایی از کالاهای اساسی در سطح استان گزارش



پیوند بنادر با سرفه مردم

در بخش جاده‌ای بیش از ۵۰ درصد افزایش یافت و تخلیه کالاهای اساسی در بنادر نزدیک به ۶۰ درصد رشد کرد. عملکرد بخش ریلی نیز در همان دوره، رشد ۱۵ درصدی را ثبت کرد. این آمارها نشان می‌دهد که استفاده هم‌زمان از جاده، ریل و بنادر، مانع از آن شد که فشار بر یک شیوه حمل‌ونقل به اختلال در زنجیره تأمین تبدیل شود. شبکه جاده‌ای کشور با حدود ۴۰ هزار کیلومتر کریدور اصلی، مسئول جابه‌جایی بیش از ۷۰ درصد بار و مسافر کشور است. بر اساس آمار سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای، در سال ۱۴۰۴ بیش از ۶۰۶ میلیون تن کالا در جاده‌های کشور جابه‌جا شده که نسبت به سال قبل افزایش داشته است. در چنین ساختاری، فعال‌ماندن ناوگان جاده‌ای در عرضه شکر، یکی از اصلی‌ترین تضمین‌ها برای تداوم تأمین بازار محسوب می‌شود.

نشد. این وضعیت، محصول افزایش سهمیه، تداوم عرضه و فعالیت شبکه صنفی در روزهای تعطیل بود. در گیلان نیز گزارش‌های دستگاه‌های اجرایی و صنفی نشان می‌دهد که در دوره تحریم‌ها و جنگ‌های اخیر، تأمین کالاهای اساسی استمرار داشته است. ظرفیت تولید مرغ در این استان، علاوه بر پوشش بخشی از نیاز داخلی، در تأمین بازار استان‌های همجوار نیز مؤثر بوده است.

درس جنگ رمضان

تجربه جنگ ۱۲ روزه، در جریان جنگ رمضان به یک الگوی عملیاتی کامل‌تر تبدیل شد. براساس گزارش‌های وزارت جهاد کشاورزی، سیاست توزیع غیرمتمرکز ذخایر و تقویت انبارهای منطقه‌ای در دستور کار قرار گرفت تا وابستگی استان‌ها به ارسال فوری کالا از چند مرکز اصلی کاهش یابد.

در همین چارچوب، بخشی از ذخایر گندم، برنج و روغن به استان‌های معین و انبارهای منطقه‌ای منتقل شد. هدف این بود که در صورت بروز محدودیت در خطوط مواصلاتی یا افزایش ناگهانی تقاضا در یک منطقه، استان‌ها بتوانند در زمان کوتاه‌تری نیاز خود را تأمین کنند. همچنین ذخیره‌سازی محلی کالاهای راهبردی در تمام ۳۱ استان کشور دنبال شد.

این الگو، علاوه بر افزایش سرعت واکنش، از تمرکز بیش از حد ذخایر در چند نقطه جلوگیری می‌کند. در واقع، پدافند غیرعامل در بخش غذا تنها به حفاظت از انبارها محدود نیست، بلکه به معنای پراکنده‌سازی ظرفیت نگهداری، توزیع بخشی به مسیرهای تأمین و ایجاد توان پاسخ‌گویی مستقل در استان‌هاست.

دروازه ورود کالاهای اساسی

پایداری بازار داخلی بدون عملکرد منظم بنادر، گمرکات و مبادی ورودی کالا امکان‌پذیر نیست. بخش مهمی از کالاهای اساسی و بویژه نهاده‌های دامی، روغن خام، برنج و مواد اولیه صنایع غذایی از طریق بنادر جنوبی وارد کشور می‌شود. به همین دلیل، سرعت تخلیه، ترخیص و حمل این کالاهای می‌تواند مستقیماً بر بازار اثر بگذارد. در آن دوره خاص، گمرک جمهوری اسلامی ایران با افزایش ظرفیت عملیاتی و فعالیت در چند شیفت، تلاش کرد زمان توقف کالا در مبادی ورودی را کاهش دهد. وزیر امور اقتصادی و دارایی در مقطع جنگ ۱۲ روزه اعلام کرده بود که حدود یک میلیون تن کالای اساسی از گمرکات کشور ترخیص شده است. به گفته وی، این رقم در مقایسه با ۱۲ روز پیش از جنگ، ۸۷ درصد افزایش داشت.

این افزایش ترخیص، تنها یک شاخص گمرکی نیست؛ بلکه نشان‌دهنده سرعت بخشی به ورود کالا به خرجه مصرف و تولید است. کالاهایی که در گمرک باقی بمانند، نمی‌توانند به کارخانه، دامداری، مرغداری یا شبکه خرده‌فروشی برسند. از این‌رو، هماهنگی میان وزارت امور اقتصادی و دارایی، گمرک، وزارت جهاد کشاورزی، سازمان بنادر و دستگاه‌های حمل‌ونقلی در دوره بحران اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد.

نهاده‌های دامی و پایداری تولید پروتئین

حفظ تولید مرغ، تخم‌مرغ، گوشت قرمز و شیر، وابستگی مستقیمی به تأمین مستمر نهاده‌های دامی دارد. ذرت، کنجاله سویا و جو، مواد اصلی خوراک دام و طیور هستند و هرگونه وقفه در ورود یا توزیع آنها می‌تواند در فاصله‌های کوتاه، تولید پروتئین کشور را تحت تأثیر قرار دهد.

شرکت پشتیبانی امور دام در گزارش‌های منتشرشده از سوی وزارت جهاد کشاورزی اعلام کرده است که دامی به نحوی انجام شد که ذخایر ذرت و کنجاله سویا در بنادر جنوبی حفظ شود. در سطح از جوجه‌ریزی، سلح از جوجه‌ریزی، ظرفیت لازم برای تأمین نیاز داخلی به گوشت مرغ و وابستگی کشور به واردات مرغ را به حداقل رسانده است. بر اساس اظهارات فعالان صنعت طیور، در روزهای جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان، به واردات مرغ را به حداقل رسانده است. بر اساس اظهارات فعالان صنعت طیور، در روزهای جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان، به واردات مرغ را به حداقل رسانده است.

این الگو، علاوه بر افزایش سرعت واکنش، از تمرکز بیش از حد ذخایر در چند نقطه جلوگیری می‌کند. در واقع، پدافند غیرعامل در بخش غذا تنها به حفاظت از انبارها محدود نیست، بلکه به معنای پراکنده‌سازی ظرفیت نگهداری، توزیع بخشی به مسیرهای تأمین و ایجاد توان پاسخ‌گویی مستقل در استان‌هاست.

هستند و هرگونه وقفه در ورود یا توزیع آنها می‌تواند در فاصله‌های کوتاه، تولید پروتئین کشور را تحت تأثیر قرار دهد. شرکت پشتیبانی امور دام در گزارش‌های منتشرشده از سوی وزارت جهاد کشاورزی اعلام کرده است که مدیریت تأمین و تخصیص از نهاده‌های دامی به نحوی انجام شد که ذخایر ذرت و کنجاله سویا در بنادر جنوبی حفظ شود. وجود چنین ذخیره‌ای، به تولیدکنندگان امکان می‌دهد برنامه‌ریزی تولید خود را با اطمینان بیشتری دنبال کنند.

دبیر انجمن صنفی تولیدکنندگان جوجه یک‌روزه نیز میزان جوجه‌ریزی ماهانه کشور را بین ۱۴۰ تا ۱۵۰ میلیون قطعه اعلام کرده است. به گفته این تشکل، این سلح از جوجه‌ریزی، ظرفیت لازم برای تأمین نیاز داخلی به گوشت مرغ را فراهم کرده و وابستگی کشور به واردات مرغ را به حداقل رسانده است. بر اساس اظهارات فعالان صنعت طیور، در روزهای جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان، روزانه بیش از هفت تا هشت هزار تن مرغ گرم در سراسر کشور توزیع شد. استمرار عرضه مرغ، از وارد آمدن فشار بیشتر به بازار گوشت قرمز جلوگیری کرد و به حفظ تعادل سبد پروتئینی خانوارها کمک رساند.

حلقه نهایی امنیت غذایی

اگر کالا در بندر تخلیه شود، از گمرک ترخیص شود و به انبارهای استانی برسد، اما در نهایت به ویرترین فروشگاه‌ها راه پیدا نکند، زنجیره تأمین گسسته خواهد بود. در این مرحله، نقش اصناف، عمده‌فروشان، بنکداران و خرده‌فروشان برجسته می‌شود. شبکه صنفی کشور نیز در آن دوره، با وجود افزایش مراجعه مردم و فشار بر واحدهای فروش، فعالیت خود را ادامه داد. گزارش‌های اتاق‌های اصناف نشان می‌دهد که بسیاری از واحدهای توزیعی حتی در روزهای تعطیل نیز فعال بودند تا عرضه کالاهای پرمصرف متوقف نشود. این استمرار فعالیت، نقش مهمی در حفظ آرامش بازار و جلوگیری از احساس کمبود داشت.

رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی اعلام کرده است که در دوره مورد بررسی، ۱۵۰ هزار تن برنج، ۲۰۰ هزار تن روغن خام برای تحویل به کارخانه‌های تصفیه و ۱۵۰ هزار تن شکرآماده مصرف در شبکه اصناف و صنایع توزیع یا تخصیص یافته است. این آمار نشان می‌دهد بخش خصوصی و شبکه صنفی، تنها مصرف‌کننده تصمیم‌های آماری نیست؛ بلکه در انتقال کالا از انبارها و مراکز عمده‌فروشی به سطح بازار، نقشی عملیاتی برعهده داشته‌اند.

در این میان، نظارت بر بازار نیز اهمیت ویژه‌ای داشت. سازمان تعزیرات حکومتی، بازرسان دستگاه‌های اجرایی و اتاق‌های اصناف، با تمرکز بر مقابله با احتکار، گران‌فروشی و عرضه خارج از شبکه، تلاش کردند زمینه سوءاستفاده‌های احتمالی را کاهش دهند. با وجود اینکه نوسانات قیمتی برخی کالاهای پیش از بحران نیز وجود داشت، تشدید نظارت میدانی در دوره‌های پرتقاضا توانست از گسترش رفتارهای سودگراانه جلوگیری کند.

بخش شکر و محصولات لبنی نسبت به سال گذشته حدود پنج درصد رشد داشته است. در بخش شیر خام نیز رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی گاوداران ایران اعلام کرده تولید شیر کشور در سال ۱۴۰۴ به ۱۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تن رسیده است. به گفته او، ایران از نظر حجم تولید شیر در رتبه ۱۹ جهان قرار دارد و محصولات لبنی خود را به ۲۹ کشور صادر می‌کند. تداوم صادرات محصولات لبنی در کنار تأمین بازار داخلی، نشان می‌دهد بخشی از صنایع غذایی کشور به سطحی از ظرفیت تولید رسیده‌اند که می‌توانند هم نیاز داخلی را پوشش دهند و هم بازارهای منطقه‌ای خود را حفظ کنند. البته استمرار این ظرفیت به تأمین نهاده‌های دامی، ثبات تولید شیر خام، دسترسی به بازارهای صادراتی و رفع موانع نقل و انتقال مالی وابسته است.



صنایع غذایی؛ تداوم تولید در پشت صحنه بازار

بخش شکر و محصولات لبنی نسبت به سال گذشته حدود پنج درصد رشد داشته است. در بخش شیر خام نیز رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی گاوداران ایران اعلام کرده تولید شیر کشور در سال ۱۴۰۴ به ۱۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تن رسیده است. به گفته او، ایران از نظر حجم تولید شیر در رتبه ۱۹ جهان قرار دارد و محصولات لبنی خود را به ۲۹ کشور صادر می‌کند. تداوم صادرات محصولات لبنی در کنار تأمین بازار داخلی، نشان می‌دهد بخشی از صنایع غذایی کشور به سطحی از ظرفیت تولید رسیده‌اند که می‌توانند هم نیاز داخلی را پوشش دهند و هم بازارهای منطقه‌ای خود را حفظ کنند. البته استمرار این ظرفیت به تأمین نهاده‌های دامی، ثبات تولید شیر خام، دسترسی به بازارهای صادراتی و رفع موانع نقل و انتقال مالی وابسته است.

کالابرگ الکترونیکی و مدیریت قدرت خرید

در کنار سیاست‌های عرضه‌محور، ابزارهای حمایتی برای حفظ قدرت خرید خانوارها نیز در مدیریت بازار اثرگذار بودند. اجرای طرح کالابرگ الکترونیکی با تمرکز بر ۱۱ قلم کالای اساسی، تلاشی برای هدایت تقاضا به سمت کالاهای پایه و حمایت از مصرف‌خانوارها بود.

بر اساس گزارش‌های سازمان هدمندسازی بارانه‌ها و بانک مرکزی، تخصیص اعتبار کالابرگ و فرآیند تأمین مالی آن در دوره بحران استمرار داشت. اهمیت این موضوع در آن است که در شرایط افزایش انتظارات تورمی، اگر قدرت خرید دهک‌های پایین تضعیف شود، فشار اجتماعی و اقتصادی بر بازار افزایش می‌یابد. تداوم اعتبار کالابرگ، خانوارها امکان داد بخشی از نیازهای ضروری خود را از مسیر مشخص و با ثبات بیشتری تأمین کنند. کالابرگ، در عین حال می‌تواند به شفاف‌تر شدن تقاضا و برنامه‌ریزی بهتر شبکه توزیع نیز کمک کند؛ زیرا اطلاعات حاصل از مصرف کالاهای مشمول، تصویری دقیق‌تر از تغییرات تقاضا در مناطق مختلف در اختیار سیاست‌گذار قرار می‌دهد. پیوند این داده‌ها با اطلاعات میدانی اصناف و اتحادیه‌ها، می‌تواند تصمیم‌گیری درباره تخصیص کالا و سهمیه‌های استانی را سریع‌تر و دقیق‌تر کند.

پشتوانه امنیت نان

همزمانی بحران با فصل برداشت گندم، آزمون دیگری برای مدیریت کشاورزی کشور بود. خرید تضمینی گندم، تنها یک سیاست حمایتی برای کشاورز نیست؛ بلکه بخش مهمی از امنیت غذایی کشور و تأمین پایدار آرد نانوائی‌ها را تشکیل می‌دهد. به‌طور مثال رئیس سازمان جهاد کشاورزی فارس اعلام کرده در این استان بیش از ۴۵۰ هزار تن گندم از کشاورزان خریداری شده است. استمرار فرآیند خرید تضمینی و پرداخت مطالبات، در حفظ انگیزه کشاورزان برای ادامه تولید نقش دارد و از سوی دیگر امکان برنامه‌ریزی دقیق‌تر برای تأمین گندم و آرد کشور را فراهم می‌کند.

نیاز به واردات و صرفه‌جویی ارزی، به کشور امکان می‌دهد در دوره‌های بحران با اطمینان بیشتری برای ادامه تولید نان برنامه‌ریزی کند. البته حفظ این مزیت، وابسته به پرداخت به‌موقع مطالبات گندمکاران، تأمین نهاده‌های تولید، مدیریت آب و حمایت از بهره‌وری در بخش کشاورزی است.

حفظ بازارهای منطقه‌ای

مدیریت بازار داخلی در یک سال گذشته، به معنای توقف کامل صادرات محصولات کشاورزی و غذایی نبوده است. بر اساس گزارش‌های بخش کشاورزی و تشکل‌های تولیدی، صادرات برخی محصولات به بازارهای همسایه از جمله عراق، کشورهای حاشیه خلیج فارس و حوزه اوراسیا ادامه داشته است. حفظ بازارهای صادراتی در شرایطی که کشور با فشارهای تحریمی و تنش‌های منطقه‌ای روبه‌رو است، از دو جهت اهمیت دارد: اول اینکه صادرات، بخشی از ارز مورد نیاز زنجیره تولید را تأمین می‌کند و دوم اینکه بازگشت به بازارهای منطقه‌ای پس از توقف صادرات، معمولاً دشوار و پرهزینه است. به همین دلیل توازن میان تأمین بازار داخلی و ایفاء تعهدات صادراتی، نیازمند مدیریت دقیق تولید و ذخایر است.

تاب‌آوری، حاصل همکاری زنجیره‌ای

کارنامه یک ساله مدیریت کالاهای اساسی نشان می‌دهد تاب‌آوری بازار، محصول تصمیم یک دستگاه یا عملکرد یک وزارتخانه نیست. وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی، صمت، راه و شهرسازی، امور اقتصادی و دارایی، گمرک، سازمان بنادر، سازمان راهداری، استانداری‌ها، تشکل‌های تولیدی، اتاق‌های اصناف و شبکه توزیع، هر یک بخشی از این زنجیره را برعهده دارند. افزایش ذخایر پیش از بحران، توزیع بیش از ۶۱۱ هزار تن کالای اساسی در دوره ۱۲ روزه، ترخیص حدود یک میلیون تن کالا از گمرکات، انتقال بیش از یک میلیون و ۲۷۱ هزار تن کالای اساسی و نهاده دامی در هفته اول جنگ رمضان، حفظ ذخایر سه میلیون تنی نهاده‌های دامی در بنادر و استمرار تولید مرغ، شیر، نان و سایر کالاهای پرمصرف، بخش‌هایی از این تجربه را نشان می‌دهد.

درس اصلی این دوره آن است که بازار در شرایط بحران، بیش از آنکه با دستور اداره شود، به هماهنگی، اطلاعات دقیق و حضور فعال بازیگران میدان نیاز دارد. ترکیب داده‌های آماری دستگاه‌های دولتی با اطلاعات میدانی اصناف و اتحادیه‌ها، تقویت اختیار بیشتر به استان‌ها، تقویت انبارهای منطقه‌ای، توسعه زنجیره سرد، بهبود ظرفیت حمل‌ونقل چندوجهی و حمایت از تولیدکنندگان، می‌تواند این تجربه را به الگویی پایدار برای حفظ امنیت غذایی کشور تبدیل کند.

علیرضا تهیدست

رئیس اتاق اصناف مرکز گیلان

اتفاقات یک سال گذشته، از فشارهای ناشی از تحریم‌های بیرونی تا شرایط ویژه‌ای که کشور با آن مواجه شد، بار دیگر اهمیت مدیریت میدانی بازار و نقش شبکه گسترده اصناف را آشکار کرد. روشن است که اگر کشور از چنین شبکه موثرگی و فراگیری برخوردار نبود، امکان داشت فشارهای اقتصادی و روانی، تلاطم‌های سنگین‌تری را ابتدا برای اصناف و سپس برای مردم ایجاد کند.

اما تجربه ایران در سال‌های گذشته، از جمله در دوران کرونا، نشان داده است که اصناف فقط بخشی از اقتصاد کشور نیستند؛ آنها شبکه‌ای زنده، گسترده و در تماس مستقیم با مردم‌اند که در بزنگاه‌ها می‌توانند در کنار دولت، نقش مؤثری در حفظ آرامش بازار ایفا کنند. همان شبکه‌ای که در دوران کرونا در مدیریت التهاب‌ها و تأمین ضروری‌ها، نقش کلیدی خود را نشان داد، در شرایط اخیر نیز بار دیگر به یاری دولت آمد.

اصناف، اتحادیه‌ها، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و کسبه در کنار مجموعه‌های دولتی توانستند با برنامه‌ریزی مشترک، آثار تحریم‌ها و فشارهای ناشی از شرایط ویژه کشور را تا حد امکان کاهش دهند. نتیجه این همکاری، حفظ جریان تأمین و توزیع کالا و جلوگیری از ایجاد اختلال در زندگی روزمره مردم بود. اهمیت شبکه اصناف در روزهای سخت، تنها به توزیع کالا محدود نمی‌شود. این شبکه به دلیل حضور در همه شهرها، شهرستان‌ها و حتی نقاط کوچک‌تر، اولین مجموعه‌ای است که تغییرات بازار، افزایش تقاضا و نیازهای فوری مردم را احساس می‌کند. به همین دلیل، ارتباط مستمر دولت با اصناف و استفاده از اطلاعات میدانی آنها، می‌تواند سرعت و دقت تصمیم‌گیری‌ها را افزایش دهد.

در شرایطی که تحریم‌ها و تحولات بیرونی می‌توانند بر هزینه‌های تولید، تأمین و توزیع اثر بگذارند، همراهی اصناف با دولت نقشی تعیین‌کننده دارد. این همراهی سبب می‌شود برنامه‌ریزی برای تأمین کالا، توزیع مناسب و پاسخ سریع به نیازهای احتمالی مردم، با واقع‌بینی بیشتری انجام شود.

واقعیت این است که حفظ آرامش بازار، حاصل فعالیت یک دستگاه یا نهاد خاص نیست؛ بلکه محصول یک زنجیره هماهنگ از دولت، دستگاه‌های

گیلان؛ بی کمبود در بحران

اجرایی، تولیدکنندگان، شبکه حمل و نقل، عمده‌فروشان، خرده‌فروشان، اتاق‌های اصناف، اتحادیه‌ها و البته همراهی مردم است. هرچه این زنجیره منسجم‌تر عمل کند، تاب‌آوری اقتصاد و بازار

کشور نیز افزایش می‌یابد. یکی از موضوعات مهم اقتصادی در یک سال گذشته، تغییر در سیاست ارز ترجیحی و حذف آن بود. طبیعی است که چنین تغییری می‌تواند بر قیمت تمام‌شده برخی کالاها اثرگذار باشد و نیازمند مدیریت دقیق در مسیر اجراءست. با این حال، نگاه حاکم بر این سیاست، حرکت به سمت اقتصادی رقابتی‌تر و ایجاد فضایی شفاف‌تر برای فعالیت تولیدکنندگان و فعالان بازار بوده است. حذف ارز ترجیحی، از نگاه بسیاری از فعالان اقتصادی، اقدامی مؤثر برای تقویت فضای رقابتی در کشور به شمار می‌رود. رقابتی شدن اقتصاد، در صورت استمرار سیاست‌گذاری دقیق و نظارت مناسب، می‌تواند به بهبود سازوکار تأمین کالا، شفافیت بیشتر و پایداری عرضه در بازار کمک کند. البته شرایط خاصی که پس از اجرای این سیاست برای کشور رقم خورد، از جمله فشارهای بیرونی و تحولات ناشی از وضعیت جنگی، اجازه نداد همه آثار و اهداف این سیاست به‌سرعت و به‌طور کامل نمایان شود. اما آنچه در میدان دیده شد، تداوم تأمین کالا و حفظ جریان عرضه در بسیاری از استان‌ها بود؛ اتفاقی که نشان می‌دهد زیرساخت‌های تولید و توزیع کشور، با وجود همه دشواری‌ها، توان پاسخگویی مناسبی داشته‌اند.

گیلان در دوره جنگ و در شرایطی که با ورود شمار زیادی از مسافران روبه‌رو بود، یکی از نمونه‌های قابل‌توجه مدیریت بازار و تأمین کالاهای اساسی به شمار می‌رود. افزایش جمعیت حاضر در استان، به‌طور طبیعی فشار بیشتری بر زنجیره تأمین و شبکه توزیع وارد می‌کرد، اما با وجود این شرایط، گیلان با کمبود کالاهای اساسی مواجه نشد.

این موفقیت، نتیجه برنامه‌ریزی پیش‌دستانه و فعالیت کارگروه‌های تنظیم بازار در استان بود. کارگروه‌های تنظیم بازار در هر استان، با شناخت ظرفیت‌ها و نیازهای محلی، به‌صورت مستقل برنامه‌ریزی می‌کنند تا در زمان افزایش تقاضا، ورود مسافران با شرایط پیش‌بینی نشده، بازار بتواند پاسخ مناسبی به نیاز مردم بدهد.

در گیلان نیز برای ورود مسافران و افزایش مصرف، تدابیر لازم در نظر گرفته شد تا روند تهیه و توزیع کالاهای اساسی بدون وقفه ادامه یابد. این

برنامه‌ریزی نشان داد که واگذاری اختیارات اجرایی و افزایش قدرت تصمیم‌گیری در استان‌ها، می‌تواند در شرایط ویژه به مدیریت سریع‌تر و دقیق‌تر بازار کمک کند.

یکی از ظرفیت‌های مهم گیلان در حوزه تأمین کالاهای اساسی، توان تولید و تأمین مرغ است. این استان در شمار تولیدکنندگان اصلی مرغ کشور قرار دارد و جایگاه دوم با سوم تأمین این محصول در کشور، ظرفیت مهمی برای پشتیبانی از بازار داخلی و استان‌های همجوار ایجاد کرده است. همین توان تولیدی سبب شد گیلان نه‌تنها نیاز بازار خود را تأمین کند، بلکه بتواند به تعهدات خود در قبال استان‌های همجوار نیز پاسخ دهد. در روزهایی که افزایش تقاضا می‌توانست بازار بسیاری از نقاط کشور را تحت فشار قرار دهد، ظرفیت تولید مرغ گیلان به کمک زنجیره تأمین آمد و از شکل‌گیری کمبود جلوگیری کرد.

در این زمینه، عملکرد مجموعه جهاد کشاورزی استان، منطقی و قابل‌انکا بود. مدیریت مناسب تأمین، رصد مستمر وضعیت عرضه و هماهنگی با تولیدکنندگان و شبکه توزیع، موجب شد این کالی پرمصرف با ثبات مناسب در دسترس مردم قرار گیرد. این تجربه نشان می‌دهد که تقویت تولید محلی و اتصال آن به شبکه توزیع، یکی از مهم‌ترین راه‌های حفظ امنیت غذایی در شرایط خاص است. در کنار تأمین مناسب کالا، نظارت مستمر بر بازار نیز نقش مهمی در کاهش تخلفات و حفظ حقوق مردم داشت. در این مدت، گشت‌های مشترک دستگاه‌های نظارتی و همچنین گشت‌های خوداداری اتاق اصناف و بازرسی‌های صنفی، به‌صورت پیوسته در بازار حضور داشتند.

این نظارت‌ها فقط با هدف برخورد با تخلف نبود، بلکه به ایجاد نظم، افزایش شفافیت، پیشگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی و تقویت اعتماد عمومی کمک کرد. حضور میدانی بازرسان اتاق اصناف و همکاری آنها با دستگاه‌های مسئول، سبب شد تخلفات به حداقل برسد و فعالان اقتصادی نیز با اطمینان بیشتری به فعالیت خود ادامه دهند. تجربه گیلان در روزهای سخت، بار دیگر ثابت کرد که بازار زمانی آرام می‌ماند که تأمین به‌موقع، تولید کافی، توزیع منظم، نظارت هوشمند و همراهی اصناف در کنار یکدیگر قرار بگیرند. اصناف در این مسیر، نه فقط مجری توزیع کالا، بلکه بازی مؤثر دولت برای حفظ ثبات، آرامش و اطمینان در بازار هستند.

• نگاه •



• درنگ •

روایت مدیریت بازار در بحبوحه جنگ؛ درس‌هایی از مازندران

تا ساعت ۱۱:۳۰ شب، گزارش‌ها و مسائل از شهرهای کوچک استان به مرکز مازندران و سپس به صورت فوری به وزارتخانه منتقل می‌شد تا برای رفع آن تصمیم‌گیری شود.

این ارتباط سریع و چندلایه میان شهرستان‌ها، مرکز استان و دستگاه‌های ملی، اجازه نداد شکافی در زنجیره تأمین و توزیع کالاهای اساسی شکل گیرد. اگر در مقاطعی نگرانی یا التهاب روانی در بازار دیده می‌شد، ریشه اصلی آن را باید در خریدهای هیجانی و افزایش ناگهانی تقاضا جست‌وجو کرد، نه در نبود کالا یا ضعف در تأمین نیازهای مردم.

بزرگ‌ترین چالش بازار مازندران در آن مقطع، کمبود واقعی کالا نبود؛ بلکه رفتار سوداگران‌ه معدودی از افراد بود که تلاش کردند از فضای نگرانی ناشی از جنگ سوءاستفاده کنند. نمونه روشن این مسأله، نوسان ناگهانی قیمت سیب‌زمینی بود؛ کالایی که قیمت آن در فاصله‌ای کوتاه و در بازه‌ای حدود ۲۴ ساعته، از ۳۵ هزار تومان به ۱۸۰ هزار تومان رسید.

چنین جهشی را نمی‌توان به کمبود کالا یا قصور دستگاه‌های مسئول نسبت داد. آنچه رخ داد، بیشتر نتیجه رفتار منفعت‌طلبانه برخی عوامل در میدان‌های بار بود؛ افرادی که با خرید انحصاری محصولات و ایجاد اختلال در مسیر طبیعی عرضه، تلاش می‌کردند فضای بازار را ملتهب نشان دهند. این رفتارها نه با منطق اقتصادی سازگار است و نه با اخلاق حرفه‌ای و سنت اصیل بازار ایرانی.

در برابر این وضعیت، اتاق اصناف بر تقویت نظارت‌های میدانی و احیای منش اخلاقی بازار تأکید کرد. تکیه بر تذکر لسانی، مسئولیت‌پذیری بازاریان باوجدان و همراهی کسبه‌ای که منافع مردم را بر سود کوتاه‌مدت ترجیح می‌دهند، در کنار بازرسی‌های مشترک و پیگیری دستگاه‌های نظارتی، به‌عنوان راهکاری برای کنترل این ناهنجاری‌ها در دستور کار قرار گرفت.

واقعیت آن است که بازار فقط با بخشنامه و برخورد اداری اداره نمی‌شود. بازار به اخلاق، اعتماد و احساس مسئولیت جمعی نیز نیاز دارد. بازاری که در آن فروشند، توزیع‌کننده، عمده‌فروش و تولیدکننده خود را شریک آرامش جامعه بدانند، در شرایط سخت نیز می‌تواند از مردم و اقتصاد کشور پشتیبانی کند. نوسانات قیمتی آن روزها در شرایطی رخ داد که کشور پیش از جنگ نیز با تورم و نوسان در زنجیره تأمین روبه‌رو بود. از سوی دیگر، تفاوت میان قیمت کالاهایی که اصناف پیش‌تر خریداری کرده بودند با قیمت خریدهای جدید، چالش‌هایی را در نظام قیمت‌گذاری ایجاد می‌کرد. اصناف نیز در این میان باید هم هزینه‌های واقعی خود را در نظر می‌گرفتند و هم مراقب بودند فشار مضاعفی به مردم وارد نشود.

• یادداشت •

گیلان در دوره جنگ و در شرایطی که با ورود شمار زیادی از مسافران روبه‌رو بود، یکی از نمونه‌های قابل‌توجه مدیریت بازار و تأمین کالاهای اساسی به شمار می‌رود. افزایش جمعیت حاضر در استان، به‌طور طبیعی فشار بیشتری بر زنجیره تأمین و شبکه توزیع وارد می‌کرد، اما با وجود این شرایط، گیلان با کمبود کالاهای اساسی مواجه نشد

• یادداشت •

در روزهایی که اقتصاد کشور به‌طور هم‌زمان زیر فشار تحریم‌های سخت، وضعیت جنگی و تنش‌های اقتصادی قرار گرفته است، پرسش از کارآمدی ساختارهای سنتی مدیریتی بیش از گذشته جدی شده است. شرایط ویژه امروز، ضرورت بازنگری در شیوه اداره اقتصاد و بازار را دوچندان می‌کند؛ چراکه در موقعیت‌های بحرانی، سرعت تصمیم‌گیری، شناخت دقیق میدان و توان واکنش به‌موقع، تعیین‌کننده است. اگر دولت در چنین شرایطی، بیش از آنکه درگیر اجرای مستقیم و جزئیات امور باشد، نقش سیاستگذار، هدایتگر و ناظر را ایفا کند و اجرای امور را به شبکه زنده، گسترده و منتخب مردم یعنی اصناف، اتحادیه‌ها، بخش خصوصی و تشکل‌های مردمی بسپارد، می‌تواند ظرفیت کشور را برای پیشگیری از بحران‌های احتمالی و مدیریت بهتر شرایط افزایش دهد.

کشور در حالی با ظالمانه‌ترین تحریم‌ها و وضعیت جنگی دست‌وپنجه نرم می‌کند که ضرورت تغییر رویکرد در مدیریت اقتصادی بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. در این میان، طرح مردمی شدن اقتصاد از سوی رئیس‌جمهوری و دولت دنبال می‌شود، می‌تواند مسیر تازه‌ای برای تجربه و خواسته‌های مردمی است که در آن، مردم و فعالان واقعی اقتصاد فقط مخاطب تصمیم‌ها نیستند، بلکه در اجرای امور و مدیریت بازار نیز نقش مؤثر

این رویکرد مستلزم آن است که بخش وسیعی از مسئولیت‌هایی که اکنون بر دوش دولت قرار دارد، به بخش خصوصی، مردم، اصناف و تشکل‌های مردمی واگذار شود تا دولت بتواند بر وظیفه اصلی خود، یعنی سیاستگذاری، نظارت و هدایت تمرکز کند. دولت در این الگو همچنان مسئول حفظ چارچوب‌ها، تنظیم‌گری، نظارت بر اجرای قوانین و حمایت از منافع عمومی است، اما اجرای امور را به مجموعه‌هایی واگذار می‌کند که هم تجربه عملی دارند و هم به‌صورت روزانه با واقعیت‌های اقتصاد و بازار در ارتباط هستند. قرار گرفتن دولت در برابر تحریم‌های سنگین و وضعیت جنگی، اجباب می‌کند که دیدگاه راه‌سخت‌جمهوری درباره مردمی شدن اقتصاد هرچه سریع‌تر به مرحله اجرا برسد. دستگاه‌های صادرشده از سوی مقامات ارشد اجرایی مبنی بر واگذاری بخشی از امور به بخش خصوصی و مردم، گام‌های مثبتی در این مسیر به شمار می‌رود؛ اما اهمیت اصلی در آن است که این نگاه به صورت کامل، منسجم و عملیاتی دنبال شود.

با اجرای کامل این طرح، بخش بزرگی از مسئولیت‌ها از دایره محدود دستگاه‌های دولتی خارج شده و به دست تشکل‌ها و مجموعه‌های منتخب مردم می‌افتد. در چنین ساختاری، دولت به جای آنکه توان خود را صرف درگیری با جزئیات اجرایی کند، بر مدیریت کلان، سیاستگذاری، نظارت بر روندها و اصلاح مسیرها متمرکز خواهد شد. این تغییر نگاه، هم سرعت عمل را افزایش می‌دهد و هم زمینه استفاده از ظرفیت‌های گسترده مردمی و بخش خصوصی را فراهم می‌سازد.

مردمی‌سازی اقتصاد، به معنای کاهش مسئولیت دولت نیست؛ بلکه به معنای دقیق‌تر شدن نقش دولت است. دولت باید در جایگاه تنظیم‌گر و ناظر مقتدر قرار گیرد و از سوی دیگر، زمینه اعتماد، مشارکت و نقش‌آفرینی بخش‌های مردمی اقتصاد را فراهم کند.

هر اندازه این تقسیم کار روشن‌تر باشد، اقتصاد کشور در برابر فشارها و اتفاقات پیش‌بینی نشده، انعطاف‌پذیرتر و آماده‌تر خواهد بود.

در کنار واگذاری امور به مردم و بخش خصوصی، افزایش اختیار استان‌ها و استنادی‌های نیز برای مدیریت سناریوهای پیش‌بینی نشده آینده، یک راهبرد ضروری است. تمرکز کامل تصمیم‌گیری در مرکز، در شرایطی که سرعت واکنش اهمیت بالایی دارد، ممکن است روند مدیریت مسائل را کند کند. در حالی که هر استان، شرایط، ظرفیت‌ها، نیازها، الگوی مصرف و ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود را دارد. تقسیم کار میان مرکز و استان‌ها می‌تواند به تصمیم‌گیری سریع‌تر و مدیریت منعطف‌تر مسائل در شرایط بحرانی کمک کند. مرکز باید چارچوب‌های اصلی، سیاست‌های کلان، منابع و نظارت را در اختیار داشته باشد و استان‌ها نیز بتوانند متناسب با واقعیت‌های میدانی خود، از ظرفیت‌های محلی برای حل مسائل استفاده کنند. استناداری‌ها در صورت برخورداری از اختیارات لازم، می‌تواند با اتکا به اصناف، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مجموعه‌های مردمی، سریع‌تر به نیازهای بازار پاسخ دهند. این شیوه، علاوه بر افزایش سرعت تصمیم‌گیری، به کاهش فاصله میان سیاستگذار و واقعیت‌های روزمره بازار کمک می‌کند و امکان مدیریت دقیق‌تر شرایط را در هر منطقه فراهم می‌سازد.

در این میان، جایگاه اتاق اصناف به

اصناف؛ نبض زنده بازار

عنوان بزرگ‌ترین تشکل اقتصادی کشور نباید نادیده گرفته شود. اتحادیه‌ها و اتاق‌های اصناف، تشکل‌های منتخب مردم هستند که اعضای آنها از سوی خود مردم و فعالان صنفی انتخاب شده‌اند. این مجموعه‌ها به دلیل ارتباط مستمر با بازار، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان، از ظرفیت ویژه‌ای برای مدیریت بهتر امور اقتصادی برخوردارند. اگر بتوان در چارچوب قانون از این نهادها حمایت کرد و به آنها اعتماد داشت، مدیریت بازار می‌تواند با کارآمدی بیشتری پیش برود. اصناف تنها مجموعه‌هایی برای پیگیری مسائل محدود صنفی نیستند؛ بلکه شبکه‌ای فراگیر از فعالان اقتصادی‌اند که در سراسر کشور حضور دارند و می‌توانند در تأمین، توزیع، نظارت و آرامش بازار نقش‌آفرین باشند.

ممکن است در مسیر تقویت این نهادها، بحث تعارض منافع مطرح شود، اما واقعیت آن است که ظرفیت‌های این مجموعه‌ها برای مدیریت امور اقتصادی کشور، بسیار فراتر از بحث‌های محدود صنفی است. راه درست، کنار گذاشتن این ظرفیت‌ها نیست؛ بلکه ایجاد سازوکارهای شفاف، قانونی و نظارتی است تا هم از توان اصناف

استفاده شود و هم منافع عمومی در اولویت باقی بماند. اصناف و کسب و کارها را لاین مجموعه‌هایی هستند که تغییرات عرضه و تقاضا، نیازهای جدید مصرف‌کننده و کوچک‌ترین نشانه‌های کمبود یا اختلال در بازار را حس می‌کنند. شبکه توزیع و خدماتی اصناف، شبکه‌ای دارای برنامه، تجربه و خواسته‌های مردمی است که مستقیماً با تولیدکننده و مصرف‌کننده در ارتباط قرار دارد. اطلاعات میدانی این شبکه، می‌تواند یکی از ارزشمندترین ابزارها برای تصمیم‌گیری دقیق در حوزه تأمین و توزیع کالاهای اساسی باشد.

در حوزه تأمین کالاهای اساسی، وزارت جهاد کشاورزی در دوران جنگ و تنش‌های اقتصادی تمام‌قد در میدان حضور داشته است. عملکرد این وزارتخانه در مدیریت شرایط و جلوگیری از بروز کمبودهای خاص در بازار، قابل ارزیابی است. با این حال، برای عبور مطمئن‌تر از وضعیت فعلی و تسلط کامل بر شرایط، باید مسیر قانونی و همکاری با جامعه اصناف و اتحادیه‌ها با جدیت

بیشتری دنبال شود. یکی از چالش‌های موجود، ناهماهنگی در برخی اقدامات است؛ به‌گونه‌ای که گاه مشاهده می‌شود وزارت جهاد کشاورزی اقداماتی را خارج از شبکه اصناف انجام می‌دهد. در حالی که مسیر درست برای اجرای بسیاری از امور، از میان کسب‌وکارها و فعالانی می‌گذرد که به‌طور مستقیم در بازار حضور دارند و از جزئیات عرضه، توزیع و تقاضا اطلاع دارند. به همین دلیل، لازم است تعاملات، جلسات و پیگیری‌های دو جانبه میان اصناف و وزارت جهاد کشاورزی افزایش یابد تا از تداخل وظایف و ناهماهنگی‌ها جلوگیری شود. همکاری نزدیک‌تر میان این دو بخش، نه‌تنها به شفافیت بیشتر در بازار کمک می‌کند، بلکه موجب می‌شود تصمیم‌ها با آگاهی بیشتر از واقعیت‌های میدان اتخاذ شوند.

برای دستیابی به پایداری در زنجیره تأمین، تعامل میان وزارت جهاد کشاورزی و اصناف نباید صرفاً به زمان بحران محدود شود. این ارتباط باید به صورت مستمر و سازمان‌یافته، از طریق نشست‌های منظم، تبادل اطلاعات و استفاده از گزارش‌های میدانی اصناف

شکل بگیرد. ارتباط دائمی با بازار، به سیاستگذار اجازه می‌دهد پیش از آنکه یک مسأله به چالش تبدیل شود، نشانه‌های آن را شناسایی و برای آن تدبیر کند. اگر تصمیمات مربوط به بازار بدون حضور نمایندگان اصناف اتخاذ شود، بخشی از واقعیت‌های بازار از دید سیاستگذار پنهان خواهد ماند. آمارها و گزارش‌های رسمی، برای تصمیم‌گیری ضروری هستند؛ اما در کنار آن، داده‌های زنده و اطلاعات میدانی نیز اهمیت فراوانی دارد.

تکیه‌بر ابزارهای سیاستگذاری و داده‌های آماری وزارت جهاد کشاورزی با اطلاعات لحظه‌ای و میدانی اصناف، می‌تواند دقت تصمیم‌گیری‌ها را به‌طور چشمگیری افزایش دهد. تجربه روزهای اوج تنش نیز نشان داد که شبکه تأمین و توزیع اصناف، حتی در روزهای تعطیل، با جدیت پای کار بود تا از بروز هرگونه اختلال در روند عرضه کالا جلوگیری کند. این شبکه گسترده، هم توان برنامه‌ریزی دارد و هم از اهلیت و تجربه لازم برخوردار است. استفاده درست از ظرفیت آن، می‌تواند بخش بزرگی از مسائل و نگرانی‌های مردم را برطرف سازد.

در نهایت، استفاده از ظرفیت بخش خصوصی، استان‌ها و تشکل‌های صنفی در کنار حفظ نظارت دولت، راهی مؤثر برای واکنش سریع در برابر بحران‌ها و حفظ امنیت غذایی پایدار است. اقتصاد مردمی، زمانی به نتیجه می‌رسد که دولت به مردم و تشکل‌های آنان اعتماد داشته باشد و در جایگاه واقعی خود قرار بگیرند و تصمیم‌های بازار با تکیه بر واقعیت‌های میدانی گرفته شود. این مسیر، نه‌تنها راهی برای روندهای سخت است، بلکه می‌تواند پایه‌ای مطمئن‌تر برای اقتصاد مقاوم، بازار آرام و امنیت غذایی پایدار کشور باشد.

• یادداشت •

مدیریت بازار می‌تواند با کارآمدی بیشتری پیش برود. اصناف تنها مجموعه‌هایی برای پیگیری مسائل محدود صنفی نیستند؛ بلکه شبکه‌ای فراگیر از فعالان اقتصادی‌اند که در سراسر کشور حضور دارند و می‌توانند در تأمین، توزیع، نظارت و آرامش بازار نقش‌آفرین باشند