



دی‌دگاه

شماره: ۵۶۱	موضوع: درسهایی از تجارب گذشته در تنظیم بازار میوه ایام عید نوروز
تاریخ: ۱۳۹۲/۱۲/۱۲	

تهیه و تنظیم: محمد رضا صادقی فروشانی

توضیح اجمالی :

هر ساله با نزدیک شدن ایام پایانی سال و عید نوروز مسئولان تنظیم بازار محصولات کشاورزی در جهت حفظ و ایجاد آرامش در بازار اقدام به اعلام برنامه های خود در زمینه تنظیم بازار شب عید می نمایند اما بواسطه وجود موانع و عوامل متعدد بعضا قابل پیش بینی خصوصا نبود نظام اطلاعاتی در شبکه توزیع کشور، تحقق این وعده ها با مشکلاتی مواجه خواهد شد. وعده هایی مبنی بر اعلام یا پیش بینی خرید و ذخیره سازی مکفی و تاکید بر عدم نگرانی مردم از تامین میوه شب عید و وجود هزاران تن میوه موجود در انبارها و سردخانه ها در برخی سالها نظیر نوروز ۱۳۹۲ بدلیل وجود برخی ناهماهنگی های اجرایی محقق نگردید و موجبات افزایش قیمت میوه و مرکبات و برخی سبزیجات در روزهای آغازین سال شد. مروری اجمالی بر علل و دلایل ذکر شده از سوی مسئولین در خصوص عدم تحقق این وعده ها منجمله ناهماهنگی های موجود و آسیب شناسی این عوامل و بر طرف نمودن آن ، از احتمال تکرار آن پیشگیری خواهد نمود. در سالهای گذشته مسئولین مختلف در تحلیل علل افزایش شدید قیمتها در ابتدای فروردین ماه هر سال به عواملی چون : تعطیلی میادین میوه و تره بار در مقطع زمانی تعطیلات نوروز ، جلوگیری از تردد کامیونهای حامل کالا در برخی از مسیرها توسط پلیس راه ، نبود نظارت موثر و عدم درج اتیکت قیمت ، زمانبندی نا دقیق و اشتباه در محاسبه کشاورزان و تولید کنندگان در زمان برداشت و رساندن دیرهنگام میوه به بازار بواسطه سنتی بودن نگاه کشاورزان و هراس از تکرار تجربه آنها در سالهای گذشته در محاسبه زمان اشباع بازار و ضرر و زیان ناشی از آن، مشکلات ناشی از عدم سورتینگ و بسته بندی بموقع یا تخلیه بموقع میوه از سردخانه ها به مبادی توزیع و فروش، عدم واردات بموقع و مکفی برخی میوه های وارداتی جایگزین، صادرات برخی میوه ها، اختلال در اختیار و وظایف دستگاه ها و چندپارگی مسوولیت ها ناشی از طرح انتزاع و بالاخره رها شدن قیمتها و نظارت بر آن و چندین عامل دیگر اشاره داشته اند.

نکات کلیدی:

- با توجه به وجود یا باقی بودن برخی از عوامل فوق الاشاره و احتمال بروز برخی از این ناهماهنگی ها در عید امسال، پیشنهاد می شود وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر اجزاء مرتبط با نظام تنظیم بازار نسبت به رفع عوامل موجه ناهماهنگی در هر یک از موارد اشاره شده به شرح زیر اقدام نمایند:
- ۱- با توجه به بارش برف و همچنین سرما و یخبندان بی سابقه در زمستان امسال در سطح کشور و علی الخصوص استانهای شمالی و احتمال سرمازدگی محصولات خصوصا مرکبات ، ضرورت دارد متولیان تنظیم بازار به احتمال کاهش عرضه ناشی از خسارت سرما و یخبندان و یا حداقل عدم استقبال مردم از محصولات عرضه شده بواسطه تاثیرات سوء یخبندان در کیفیت مرکبات تولید داخلی و عرضه شده در بازار توجه و تامل ویژه ای مبذول نمایند
 - ۲- با عنایت به گسترش زنجیره ای میادین میوه و تره بار در سطح شهر تهران و این واقعیت که این میادین نقش مرجع و رهبری قیمتها را در تهران ایفا می نماید و از سوی دیگر با توجه به سهم قابل ملاحظه تهران در حجم معاملات و خریدها، تا حدودی شاید بتوان گفت که قیمت کالاها و اجناس در تهران عمدتا نقش مرجع یا تعیین کننده را برای قیمتها در کشور ایفا می نمایند، لذا پیشنهاد می شود وزارت صمت توجه خاصی به رفع مشکلات میادین میوه و تره بار مستقر در تهران و متعاقب آن در شهرستانها بنماید.
 - ۳- با برنامه ریزی و هماهنگی مختصری می توان از تعطیلی کلی غرفه ها و فروشگاههای میادین میوه و تره بار در ایام تعطیلات عید پیشگیری نمود و در مفاد قرارداد غرفه داران با شهرداری ، قید عدم تعطیلی ایام نوروز و گذاشتن کشیک نوروزی را گنجانند تا علیرغم ذخیره سازی مناسب ، تعطیلی میادین ، کارکرد توزیع محصولات کشاورزی را با مشکل مواجه نکند
 - ۴- بدیهی است که هر یک از دلایلی که مسئولین مختلف در سال گذشته به عنوان عامل افزایش قیمتهای ایام نوروز برشمرده اند دارای نقش و سهمی متفاوت در این پدیده بوده اند بگونه ای که برخی عوامل نقش اصلی و تعیین کننده و برخی نقش مکمل و تشدیدکننده در افزایش قیمتها داشته اند . عامل اصلی ایجاد عدم تعادل در بازار میوه را شاید بتوان د ر طرف عرضه و عدم هماهنگی و برنامه ریزی مناسب و یا تاخیر و کندی در رساندن بموقع کالا

دی-دگاه

ازمزرعه و سردخانه به مبادی فروش و مصرف به انگیزه های مختلف دانست. لذا تاکید وزارت صمت در برنامه ریزی های اجرایی تنظیم بازار عید بایستی بر عرضه مناسب و مکفی میوه باشد زیرا تعطیلی میادین میوه وتره بار که در سالهای قبل هم سابقه داشته است صرفا می تواند به عنوان عامل مکمل و تشدید کننده در افزایش قیمتها تاثیر داشته باشد.

۵- برابر روال سنواتی، اگر چه پلیس راه از تردد کامیونهای حامل مواد غذایی، سوختی و فاسد شدنی جلوگیری نمی نماید ضمن اینکه این عامل نیز نمی تواند به عنوان عامل اصلی تاثیر گذار بر افزایش شدید قیمتها مطرح باشد و صرفا به عنوان عامل ثانوی و تشدید کننده عدم تعادل و کمبود عرضه عمل می نماید. اما در این خصوص نیز می توان با اندک هماهنگی با پلیس راه این نقیصه را نیز در صورت وجود مرتفع نمود.

۶- سردر گم بودن سطح قیمتها و تعطیلی میادین میوه و تره بار در ایام نوروز و همچنین کم رنگ تر شدن درج اتیکت قیمت از سوی صنوف و برخی خرده فروشان، امکان تشدید اجحاف و گرانفروشی را بعضا در غیاب ناظران نوروزی فراهم می نماید لذا موضوع نظارت و درج و نصب اتیکت قیمت و همچنین احتمال باز بودن میادین یا غرفه های نمونه آن در ایام نوروز کمک شایانی به عرضه مناسب و عدم افزایش قیمتها در سال نو می نماید. لذا پیشنهاد می شود ستادهای ویژه و افتخاری کنترل درج و نصب اتیکت بصورتی گسترده تشکیل و بازسازی گردد.

۷- با عنایت به اینکه برابر آیین نامه اجرایی قانون انتزاع وظایف بازرگانی کشاورزی یا همان قانون تمرکز وظایف بخش کشاورزی، از سال آینده تنظیم بازار محصولات کشاورزی به صورت کامل توسط وزارت جهاد کشاورزی انجام می شود. وزارت جهاد کشاورزی و سازمان تعاون روستایی نیز در نظر دارند تا از سال آینده تنظیم بازار محصولات کشاورزی را با افزایش مسوولیت پذیری اتحادیه های بخش خصوصی به آنها واگذار کند. لذا پیشنهاد می شود نمایندگانی از وزارت جهاد کشاورزی، سازمان تعاون روستایی و مباشرین مربوطه در راستای استفاده هر چه بیشتر از تجارب فعلی و موجود تنظیم بازار در وزارت صمت و در چارچوب اصل جانشین پروری موضوعی، در جلسات امسال تنظیم بازار نیز مشارکت داشته باشند.

۸- اطلاع رسانی در زمینه هماهنگی زمان برداشت و بسته بندی بموقع محصولات کشاورزی از سوی وزارت جهاد کشاورزی و هماهنگی ترخیص بموقع محصولات (از سردخانه وانبار و گمرکات) توسط سازمانهای ذیربط به منظور رسانیدن بموقع آن به مبادی فروش و مصرف و میادین تره بار و همچنین هماهنگی با پلیس راه، فرآیندی قابل حصول است.

۹- بدیهی است سیاست تلفیقی تعیین و کاهش تعرفه های فصلی میوه به همراه تعیین سهمیه مقداری و همچنین اطلاع رسانی بموقع میزان تولید و واردات و تعبیه مکانیزم رصد کردن سیستمی کانالهای توزیع و خرید و فروش، نقشی تعیین کننده در تنظیم و تعدیل کالا رسانی موثر خواهند داشت و از کمبود یا انباشت بیش از حد کالاهای فاسد شدنی چه در بازار و چه در سردخانه ها پیشگیری خواهد نمود در غیر اینصورت تکرار تجربه گذشته و خسارت ناشی از آن دور از ذهن نیست.

۱۰- مولفه های افزایش توان تولید، هماهنگی در کالارسانی بموقع، تقویت نظارت و نیز مکانیزه نمودن کانالها و مبادی توزیع و همچنین استفاده بموقع و به اندازه از اهرم واردات بایستی کانون توجه جدی وزارتخانه های ذیربط در امر تنظیم بازار در ایام خاص باشد.

تأیید رئیس گروه مشاوران:

تأیید رئیس موسسه: