

## نقش نهادها در تنظیم بازار گوشت، مرغ و شیر

گروه پژوهش های بازرگانی داخلی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

### صبح اقتصاد - کانون صنایع غذایی

ثبات بازار داخلی همواره دغدغه سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران کشورها است و بر این اساس قانون‌گذاران هر کشور مجموعه‌ای از قوانین را برای حمایت از بخش‌های تولیدی و مصرف‌کنندگان وضع می‌کنند. در ایران نیز بر اساس ابلاغیه شماره ۱/۴۲۶۱۱۷ مورخ ۱۳۸۹/۵/۲۳ وزیر بازرگانی (صنعت، معدن و تجارت) و ریاست کارگروه کنترل بازار، در راستای حمایت از حقوق تولیدکننده و مصرف‌کننده، متولی اصلی تنظیم بازار کالا و خدمات است. در این ارتباط نهادهای درون و برون سازمانی متعددی به طور مستقیم و غیرمستقیم با این وزارتخانه همکاری می‌کنند. به طوریکه می‌توان گفت در چارچوب تقسیم کار ملی وظیفه تنظیم بازار کالا و خدمات به عنوان یکی از وظایف اصلی دولت، به کمیسیون تنظیم بازار (به عنوان یک مأموریت فرابخشی) سپرده شده است. ساختار کمیسیون تنظیم بازار به تفکیک شامل معاونت توسعه بازرگانی داخلی که به عنوان دبیر کمیسیون تنظیم بازار و سایر اعضا است که علاوه بر این مدعوین این کمیسیون شامل نمایندگان شرکت پشتیبانی امور دام، سازمان دامپزشکی کشور، سازمان میادین و تره‌بار استان تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، روسای سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت و... نیز می‌باشند. هم‌چنین بر حسب مورد و دستور جلسات کمیسیون تنظیم بازار نمایندگان از سایر نهادها و سازمان‌های مربوطه از جمله جهادکشاورزی، تعزیرات حکومتی و ... جهت هماهنگی، تعامل بیشتر، ارائه گزارش و... به جلسات دعوت خواهند شد.

وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت که از ادغام دو وزارتخانه صنایع و معدن و وزارت بازرگانی به وجود آمده تقریباً تمامی وظایف آن‌ها را از جمله مسئولیت تنظیم بازار، بر عهده دارد. اما برای مدیریت بازار همکاری و هماهنگی با دیگر وزارتخانه‌های تولیدی از جمله وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی، اقتصاد و دارایی، کشور و بانک مرکزی را همواره در دستور کار داشته تا با استفاده از ابزارهای اقتصادی در تنظیم بازار داخلی موفق باشد. از این رو انتظار می‌رود که قانون‌گذار هر جا که بحث مدیریت بازار و سیاست‌های تنظیم بازار وجود دارد کلیت آن را به صورت واحد در اختیار یک وزارتخانه یا یک دستگاه قرار دهد. برای مثال نمی‌توان تنظیم بازار را به وزارت جهادکشاورزی واگذار کرد و سایر ابزارهای سیاست‌گذاری را در اختیار وزارت صنعت، معدن و تجارت یا برعکس قرار داد. بنابراین برای آنکه تنظیم بازار یک کالا با موفقیت انجام شود باید تمام ذینفعان در تصمیم‌گیری و اجرای سیاست‌های آن مشارکت داشته باشند. اکنون که وظیفه تنظیم بازار به وزارت صنعت، معدن و تجارت واگذار شده تنها یک بعد مورد توجه و تاکید است و نمی‌تواند تمام

ابعاد تولید و مصرف را با هم مدنظر قرار دهد. بنابراین شرط موفقیت تنظیم بازار وجود فرایندهای فرادستگاهی در اخذ تصمیمات می‌باشد. لذا وجود نهادهای موازی در این زمینه به پیچیدگی این فرایند می‌افزاید. برای مثال برای محصولات کشاورزی از جمله گوشت مرغ، گوشت قرمز و شیر ماده ۱۶ قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی اشاره دارد که «از تاریخ تصویب این قانون، وزارت بازرگانی (سابق) و سایر اشخاص حقیقی و حقوقی اعم از دولتی و غیردولتی قبل از واردات کالاها و یا محصولات بخش کشاورزی (اعم از خام و یا فرآوری شده) و یا مواد اولیه غذایی مورد نیاز صنایع غذایی و تبدیلی موظفند از وزارت جهادکشاورزی مجوز لازم را اخذ کنند. همچنین دولت مکلف است به منظور حمایت از تولیدات داخلی، برای واردات تمام کالاها و محصولات بخش کشاورزی تعرفه موثر وضع کند به گونه‌ای که نرخ مبادله همواره به نفع تولیدکننده داخلی باشد». از سوی دیگر بر اساس تبصره ۱ این ماده «واردات نهادهای تولید بخش کشاورزی (از قبیل بذر، نهال، کود و سم) با هماهنگی و اخذ مجوز وزارت جهادکشاورزی از این امر مستثنی است». در تبصره ۲ نیز «مسئولیت انتخاب ابزار تعرفه‌ای، تعیین سهمیه مقداری، زمان ورود و مقدار تعرفه برای کالاهای کشاورزی و فرآورده‌های غذایی با وزارت جهاد کشاورزی خواهد بود». نکته حایز اهمیت این است که، با تکالیف تعیین شده در این ماده قانونی از یک طرف و سایر تکالیف قانونی که تعیین تعرفه‌ها را به عهده سایر دستگاه‌ها می‌گذارد چه سازمان و دستگاهی باید وظیفه تنظیم بازار داخلی را انجام دهد؟ تا کنون بر اساس قانون و تقسیم وظایف بین دستگاهها، وزارت بازرگانی(سابق)مسئول تنظیم بازار بوده و این امر را با هماهنگی با سایر دستگاه‌های تولیدی به انجام رسانده است. ولی بر اساس این ماده در مورد محصولات کشاورزی تمامی ابزارهای سیاستگذاری از این وزارتخانه سلب شده و در اختیار دستگاه دیگری قرار گرفته است. اما آنچه که در نهایت موجب تعارض می‌باشد این است که چگونه می‌توان بین منافع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان تعادل و توازن برقرار کرد؟ آیا دستگاهی که تمام تلاش آن حمایت از تولید داخلی است می‌تواند نگران حمایت از مصرف‌کنندگان داخلی نیز باشد؟ در راس تمامی این تعارضات تامین مالی سیاست‌های تنظیم بازار است که در نهایت باید از سوی بانک مرکزی تایید و اجرایی شود که مصوبات کمیسیون تنظیم بازار مطابق قانون برای آن لازم الاجراء نیست. همچنین بسیاری از موارد مانند ثبت سفارش، گواهی‌های استاندارد، گواهی قرنطینه دامپزشکی و سایر مواردی که نیازمند همراهی سایر دستگاه‌های اجرایی کشور است که آن‌ها نیز در چارچوب شرح وظایف قانونی خود ملزم به رعایت مصوبات کمیسیون تنظیم بازار نیستند.