



## زودتر به بازار بازگردیم

قیمت‌گذاری دولتی، رقابت قیمتی و همین‌طور رقابت بر سر کیفیت را قربانی می‌کند. با تجربه‌های متعدد در بازارهای مختلف از جمله بازار خودرو و بازار لبنیات این جمله دیگر آن قدر بدیهی به نظر می‌رسد که حتی احتیاجی به استدلال ندارد. هر جا که قیمت‌گذاری‌ها خارج از بازار و در ستادهای مختلف دولتی و شبه‌دولتی انجام شده است هم‌زمان با قیمت‌ها، انتخاب‌های مردم هم محدود شده‌اند. زبان‌بار بودن این روندها نه برای صنایع بلکه برای مردم در بعضی بازارها عیان است و در بعضی دیگر این محدودیت قیمت‌گذاری و خارج کردن روندهای قیمتی از بازار پشت آن چه «منفعت» یا «مصلحت» مردم خوانده می‌شود پنهان می‌شود. اما آیا این محدودیت‌ها به نفع مردم است؟

نمی‌شود از برخی استدلال‌ها درباره ایجاد دسترسی به کالاها برای همه قشرهای جامعه گذشت. اما تجربه بازارها نشان داده است که تعمیم دادن این استدلال به همه بازارها و محدود کردن قیمت هر کالایی با این استدلال معطوف به این هدف نیست. این استدلال به خصوص در بازار فعلی لبنیات درست نیست.

مصرف لبنیات در ایران همین حالا هم در مرحله‌ای بحرانی است. شیر و مشتقاتش از اولین چیزهایی است که در شرایط بحرانی قدرت خرید مردم از سبد غذایی آن‌ها حذف می‌شود. این خود نکته‌ای کلیدی درباره فرهنگ غذایی مردم است که شیر هم‌چنان یک ماده غذایی حیاتی محسوب نمی‌شود و صرفاً زمانی جای خود را در سفره‌های مردم می‌یابد که از مرحله اول رفح نیازهایشان عبور کرده باشند. این یکی از دلایلی است که مصرف شیر در ایران در شرایط عادی هیچ‌وقت به استانداردهای مصرف نزدیک هم نشده است. مجموعه این شرایط و افزایش نجومی قیمت‌ها باعث سیاست‌های محدودکننده قیمت می‌شوند. تکیه این سیاست‌های محدودکننده بر همین است که نباید قیمت‌ها را بیش از بالا برد و دسترسی به شیر را بیشتر از این برای مردم سخت کرد. همه این‌ها به این معنا است که بازار به دسترسی و تقاضای مردم بی‌اعتنا است و صرفاً برای سود کارخانه‌ها یا حداقل ضرر نکردن تولیدکننده‌ها و واسطه‌ها عمل می‌کند. یعنی بازار نادیده می‌گیرد که با بالا بردن قیمت‌ها تقاضا آن قدر پایین می‌آید که حتی در درآمدت هم بازار را کوچک می‌کند و عرضه‌کننده برای بزرگ کردن دوباره بازار همواره راه سخت‌تری دارد. در واقع محدود کردن قیمت همیشه پایین نگه داشتن قیمت نیست بلکه گاهی از بین بردن رقابت برای عرضه ارزان تر و متناسب‌تر با قدرت خرید مردم هم هست.

زبان‌بار بودن از بین بردن رقابت برای خریداران محدود به قیمت نیست بلکه کیفیت هم در نبود رقابت قربانی می‌شود. شرکت‌های تولیدکننده با مشخص شدن قیمت‌های از پیش تعیین شده انگیزه‌ای برای تنوع دادن به محصولات خود و بالا بردن کیفیت محصولات ندارند. وقتی بنا است یک محصول با هر کیفیتی با یک قیمت مشخص عرضه شود دلیلی وجود ندارد که تولیدکننده به کیفیت بالاتر بیندیشد. از همین رو از بین بردن رقابت به نفع تولیدهای کم‌کیفیت و به ضرر تولیدهای باکیفیت است.

بازار خودتنظیم سعی می‌کند بین نفع تولیدکننده و مصرف‌کنندگان تعادل ایجاد کند چرا که پایداری بازار در این تعادل است اما قیمت‌گذاری دولتی مجبور است در هر وضع یکی را به دیگری ترجیح بدهد و در هر دوره‌ای بین نفع طرف‌های مختلف نوسان کند. در نهایت چاره‌ای جز پایان دادن به این بالا و پایین شدن‌ها و بازگشت به بازار وجود ندارد. حالا که پایان مشخص است، هر چه زودتر بهتر.

