

بسمه تعالی

بررسی رابطه بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده و تحلیل شکاف بین آنها در برخی از محصولات مهم و استراتژیک کشاورزی (۱۴۰۲-۱۳۹۰)

الهام قادری سیاه‌بیدی^۱

حجت اکبری‌ان^۲

مقدمه

تورم بالا پدیده‌ای منفی و مخرب در اقتصاد است که تبعات اقتصادی و اجتماعی زیادی به دنبال دارد. مهم‌ترین اثر مخرب تورم، اثر توزیعی آن است به‌نحوی که به نفع طبقات با درآمد بالا و به ضرر افراد فقیر و کم درآمد جامعه عمل می‌کنند. به عبارت دیگر، فقیر را فقیرتر و ثروتمند را ثروتمندتر می‌کند. اقتصاد ایران در دهه‌های گذشته همواره با معضل تورم‌های بالا مواجه بوده است و سیاست‌های ضدتورمی و کنترلی دولت‌ها نیز تاکنون راهگشا نبوده و در بلندمدت موفقیت چندانی در این زمینه حاصل نشده است.

اقتصاددانان علت تورم را ناشی از فشار هزینه و فشار تقاضا می‌دانند. تورم ناشی از فشار تقاضا مربوط به زمانی است که تقاضای یک کالا یا خدمت بیشتر از عرضه آن باشد که در این حالت، با افزایش قیمت‌ها و کاهش تقاضا، مازاد تقاضا از بین می‌رود و اقتصاد مجدداً به تعادل برمی‌گردد. تورم ناشی از فشار هزینه در اقتصاد زمانی رخ می‌دهد که قیمت مواد خام و مواد اولیه و سایر هزینه‌های تأثیرگذار بر هزینه تمام شده کالاها افزایش یابد. عوامل مختلفی بر افزایش تقاضا و افزایش هزینه تمام شده کالاها و خدمات تأثیرگذار هستند. در این گزارش سعی شده است شکاف قیمت مصرف‌کننده و تولیدکننده برخی اقلام مهم کشاورزی مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد و پیشنهادات سیاستی مناسب در جهت کاهش این شکاف و کاهش سطح قیمت‌های مصرف‌کننده ارائه گردد. به‌طور کلی عوامل زیادی در شکاف قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده تأثیر می‌گذارند که در زیر به مهم‌ترین عوامل اشاره می‌شود و به‌طور مختصر توضیحات لازم ارائه می‌گردد:

- نوع کالا یا محصول: منظور از نوع کالا، طبقه‌بندی از لحاظ ضروری و غیر ضروری بودن آن کالا می‌باشد. در اقتصاد کالاهای ضروری به کالاهایی اطلاق می‌شود که کشش قیمتی تقاضا برای آن کالا کمتر از یک باشد. در این خصوص چنانچه کالایی ضروری باشد، واسطه‌های زنجیره فروش به راحتی می‌توانند قیمت را افزایش دهند بدون اینکه تقاضا برای آن محصول کاهش یابد. بنابراین با افزایش قیمت می‌تواند سود

^۱- کارشناس گروه کشاورزی و ساختمان دفتر شاخص قیمت‌ها

^۲- رییس گروه کشاورزی و ساختمان دفتر شاخص قیمت‌ها

خود را افزایش دهد. لذا، معمولاً در چنین کالاهایی شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده بیشتر خواهد شد.

- نوع بازار یا ساختار بازار: ساختار بازار نیز می‌تواند از عوامل تأثیرگذار بر قیمت و در نتیجه شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده باشد. قیمت محصول در بازارهای رقابتی معمولاً در حداقل نقطه ممکن (سود اقتصادی صفر) تعیین می‌شود. این در حالی است که هر چقدر درجه انحصار بازار محصولی مانند خودرو بیشتر باشد قیمت‌ها در سطح بالایی تعیین می‌شود، لذا شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده نیز بیشتر می‌شود.

- زنجیره توزیع: زنجیره توزیع نیز یکی دیگر از عوامل بسیار مهم و تأثیرگذار بر سطح قیمت‌ها و در نتیجه شکاف قیمت تولیدکننده و مصرف کننده می‌باشد. به طوری که هرچقدر تعداد واسطه‌گرها تا مصرف نهایی بیشتر باشد، هزینه تمام شده و در نتیجه سطح قیمت‌ها و شکاف بین قیمت مصرف کننده و تولیدکننده بیشتر می‌شود.

- هزینه حمل و نقل: هزینه حمل و نقل نیز به نوبه خود تأثیر بسزایی در سطح قیمت‌ها و بنابراین شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده دارد. اصلاح و بهبود شبکه حمل و نقل مانند توسعه جاده‌ها، راه آهن، مسیرهای هوایی و دریایی و همچنین فرسوده بودن ناوگان حمل و نقل در کاهش هزینه تمام شده و در نتیجه کاهش شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده بسیار مؤثر می‌باشد.

- قابلیت ذخیره و انبار: برخی از محصولات کشاورزی قابلیت ذخیره و انبار کردن توسط واسطه‌گران و دلالان دارند که این موضوع باعث افزایش قیمت و افزایش شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده می‌گردد.

- میزان ضایعات: حجم قابل توجهی از برخی محصولات مانند گوجه‌فرنگی ممکن است قبل از مصرف نهایی فاسد شوند، لذا در این محصولات جهت جلوگیری از زیان قیمت مصرف کننده نسبت به تولیدکننده در سطح بسیار بیشتری تعیین می‌گردد. لذا باعث افزایش شکاف قیمت تولیدکننده و مصرف کننده می‌گردد.

- هزینه بسته‌بندی: هزینه بسته‌بندی نیز یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر شکاف قیمت تولیدکننده و مصرف کننده می‌باشد که با افزایش هزینه بسته‌بندی اختلاف قیمت تولیدکننده و مصرف کننده نیز بیشتر می‌گردد.

- کالاهای جانشین داخلی و خارجی: وجود کالاهای جانشین داخلی برای یک محصول و همچنین کالاهای خارجی می‌تواند در کاهش قیمت تولیدکننده و مصرف کننده تأثیرگذار باشد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که میان قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده در بسیاری از محصولات کشاورزی شکاف قابل توجهی وجود دارد؛ که این موضوع از یکسو موجب نارضایتی کشاورزان به عنوان زحمت‌کشان و تولیدکنندگان اصلی محصول و از سوی دیگر نارضایتی مصرف‌کنندگان به دلیل پرداخت هزینه‌های بالاتر بابت خرید محصولات کشاورزی شده‌است. بنابراین شناسایی ریشه و علت شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده از اهمیت بالایی برخوردار است و دولت می‌تواند با شناسایی آن‌ها اقدامات و سیاست‌های مناسبی را اتخاذ نماید.

این مطالعه به بررسی قیمت تولیدکننده (سرخرمن) و قیمت مصرف‌کننده تعدادی از محصولات استراتژیک بخش کشاورزی مورد استفاده خانوارها پرداخته‌است. با بررسی روند قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده ملاحظه شده‌است که اولاً شکاف زیادی بین قیمت‌های سرخرمن و قیمت‌های مصرف‌کننده وجود دارد و ثانیاً، تغییرات قیمت سرخرمن برخی از محصولات کشاورزی، در حد بسیار بالایی به قیمت‌های مصرف‌کننده منتقل می‌شود. به عبارت دیگر با افزایش قیمت تولیدکننده، قیمت‌های مصرف‌کننده نیز تقریباً با همان نسبت افزایش می‌یابد. تأثیر افزایش و کاهش قیمت تولید بر قیمت مصرف‌کننده در بسیاری از موارد، آنی بوده و در برخی موارد با اندکی تأخیر و ممکن است در دوره‌های بعدی اتفاق بیفتد. بنابراین، در این گزارش جهت بررسی میزان رابطه قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده از ضریب همبستگی استفاده شده‌است.

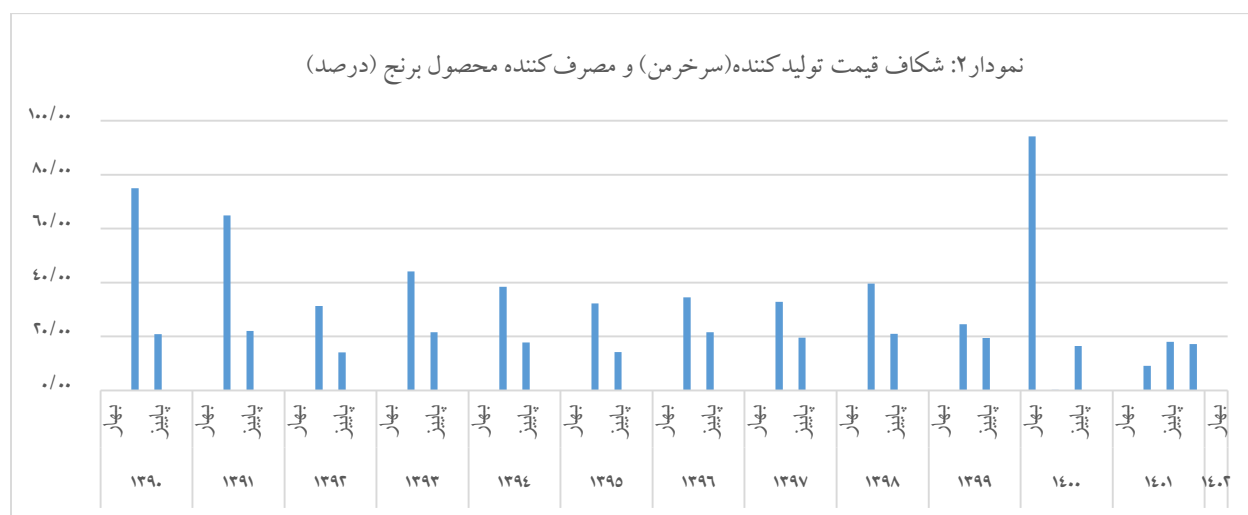
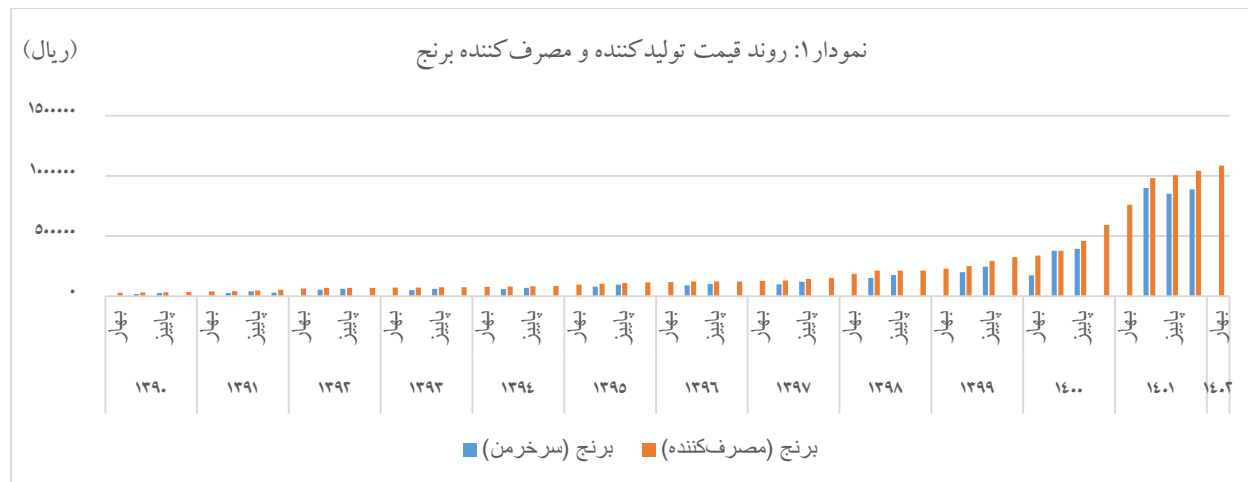
با توجه به اهمیت موضوع در ادامه به بررسی روند قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده و همچنین به اختلاف آنها در طول دوره مختلف پرداخته شده‌است. در این راستا، جهت تحلیل و روشن شدن موضوع؛ ضریب همبستگی، درصد شکاف، واریانس شکاف و ضریب تغییرات شکاف بین دو نوع قیمت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌است.

مقایسه روند متوسط قیمت سرخرمن و متوسط قیمت مصرف‌کننده برخی محصولات کشاورزی

۱- برنج

بررسی شکاف قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده محصول برنج در طول بازه زمانی ده ساله نشان می‌دهد، به‌طور متوسط قیمت مصرف‌کننده ۱,۲ برابر بیشتر از قیمت تولیدکننده می‌باشد که در مقایسه با سایر محصولات کشاورزی از شکاف کمتری برخوردار است. عوامل زیادی در نزدیک بودن قیمت مصرف‌کننده به قیمت تولیدکننده محصول وجود دارد. کم بودن عوامل واسطه و امکان عرضه مستقیم به مصرف‌کننده، وجود کالاهای جایگزین خارجی با قیمت‌های بسیار پایین و در نتیجه با کشش بودن تقاضای آن، همچنین، حجم پایین میزان ضایعات این محصول، می‌تواند از جمله دلایل اختلاف پایین بین دو قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده در مقایسه با سایر محصولات کشاورزی باشند. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهند، بین قیمت‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده همبستگی زیادی (۰,۹۹ درصد) وجود دارد و این موضوع نشان می‌دهد که تغییرات قیمت تولیدکننده به شدت منجر به تغییر در قیمت‌های مصرف‌کننده می‌گردد. لازم به توضیح است که همبستگی بین این دو متغیر در

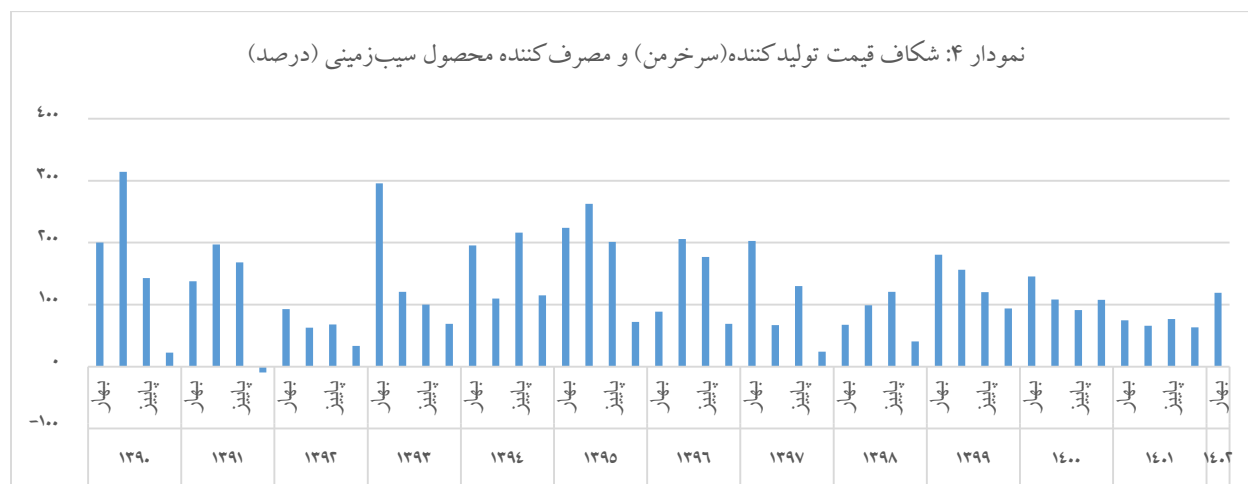
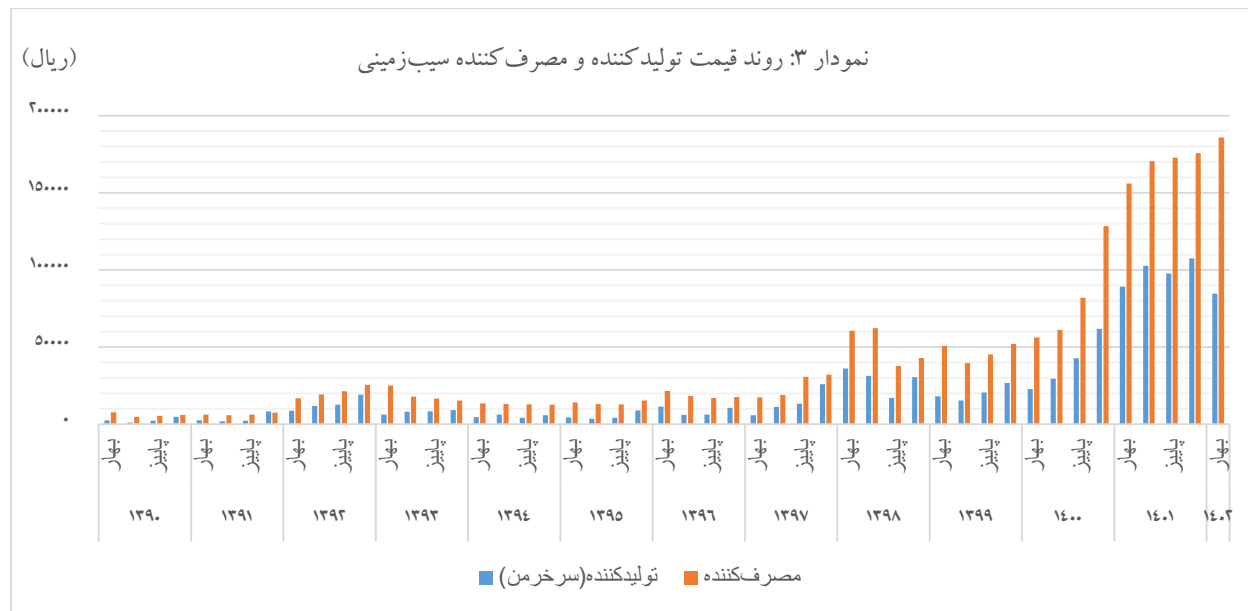
دوره‌های یکسان مورد بررسی قرار گرفته است، کما اینکه تغییرات قیمت تولیدکننده می‌تواند علاوه بر اینکه در همان دوره بر قیمت مصرف‌کننده تأثیر گذار باشد، با چند دوره وقفه نیز بر قیمت مصرف‌کننده تأثیر گذارد.



سیب‌زمینی

نمودار روند قیمت تولیدکننده محصول سیب‌زمینی نشان می‌دهد اولاً، قیمت این محصول طی دوره مورد بررسی به شدت افزایش یافته و در بهار ۱۴۰۲ به حداکثر خود رسیده است. به طوری که در فاصله زمانی دو ساله یعنی بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲، ۲۷۰ درصد رشد داشته‌است (قیمت این محصول در بهار ۱۴۰۰ و بهار ۱۴۰۲ به ترتیب برابر ۲۲۹۰۸ ریال و ۸۴۷۴۹ ریال می‌باشد). همچنین، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده همبستگی بالایی (۰٫۹۸) وجود دارد که این موضوع نشان می‌دهد با افزایش و یا کاهش قیمت تولیدکننده، قیمت مصرف‌کننده نیز تقریباً به همان نسبت افزایش یا کاهش می‌یابد.

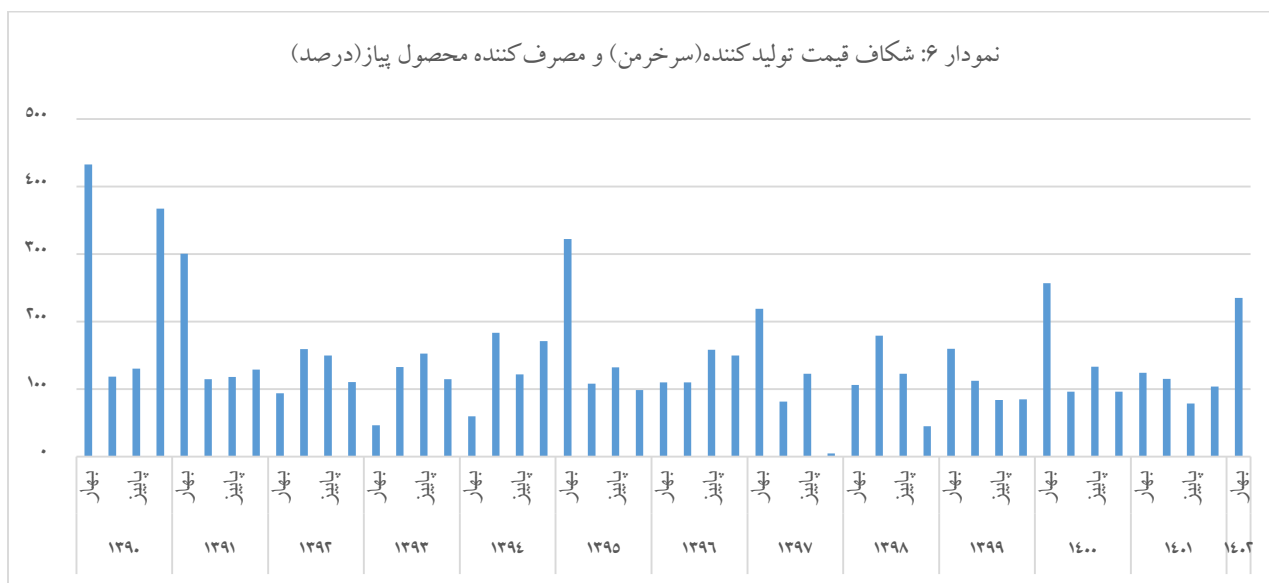
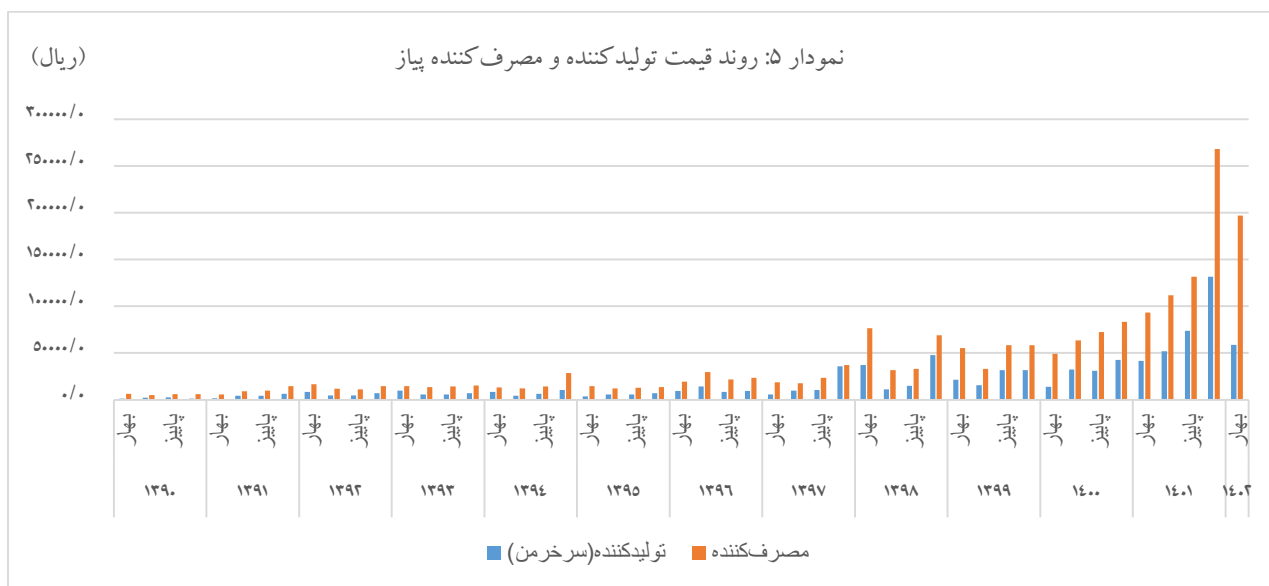
بررسی شکاف قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده نشان می‌دهد، قیمت مصرف‌کننده حدوداً ۱,۹ برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد. نبود کالاهای وارداتی جایگزین، هزینه حمل بالا، وجود امکان صادرات به کشورهای همسایه و همچنین، حجم بالای ضایعات محصول می‌تواند از دلایل اختلاف بالای قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده باشند.



پیاژ

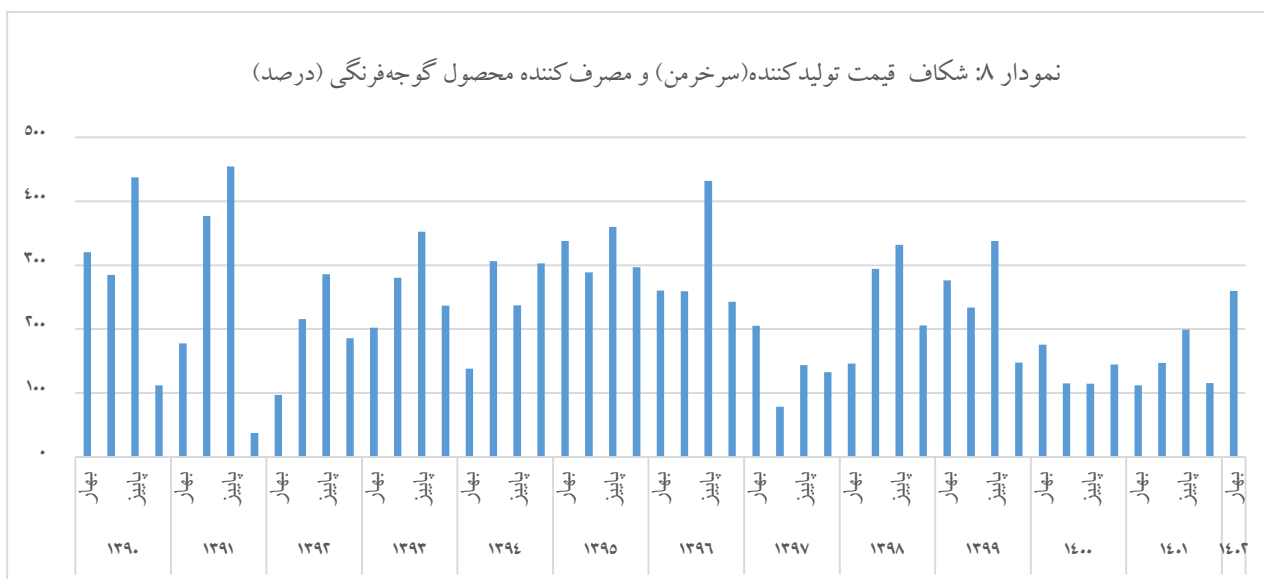
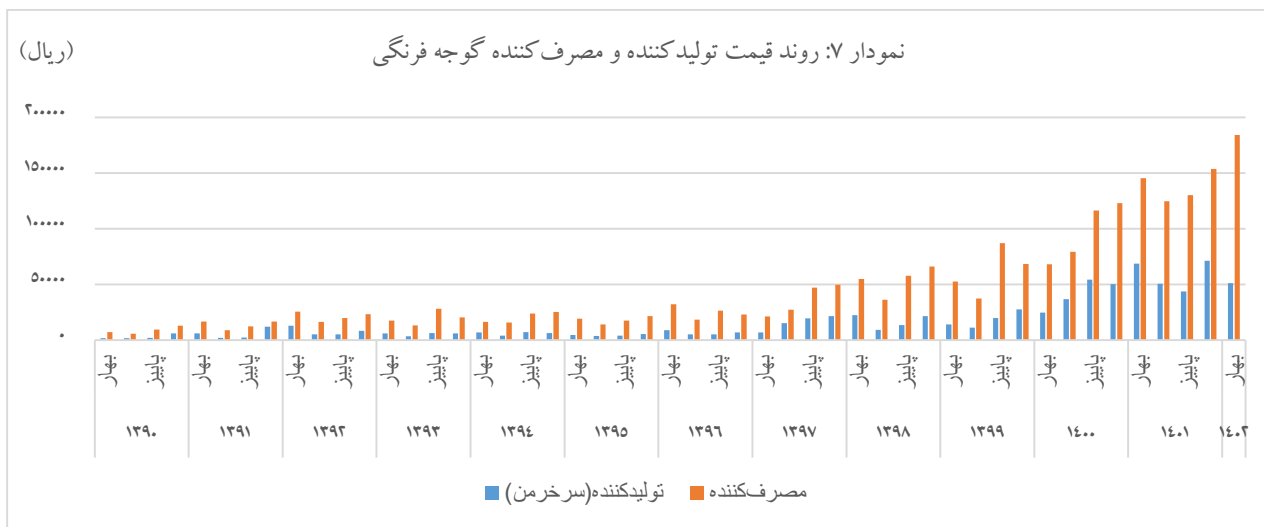
نمودار قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده پیاز نشان می‌دهد، در طول دوره مورد بررسی قیمت این محصول به شدت افزایش یافته‌است، به طوری که قیمت مصرف‌کننده و تولیدکننده آن به ترتیب از بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ حدوداً ۳۲۶ و ۳۰۰ درصد رشد داشته‌است و شکاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده در طول دوره مورد بررسی با نوسان زیادی همراه بوده‌است. اما، به طور متوسط قیمت مصرف‌کننده ۲,۱ برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد. ضریب همبستگی بین دو متغیر ۹۶ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد با افزایش قیمت تولیدکننده، قیمت

مصرف کننده نیز تقریباً به همان نسبت افزایش می یابد. نوسان شدید شکاف قیمتی می تواند به دلیل سیاست ها و تصمیمات فوری تصمیم گیران در خصوص اجازه صادرات این محصول به کشورهای همسایه باشد. در مواقعی که دولت مجوز صادرات به کشورهای همسایه را می دهد، قیمت در بازار مصرف کننده به دلیل کمبود و کاهش آن در بازار به شدت و ناگهانی افزایش می یابد و باعث افزایش شکاف قیمتی می گردد. لازم به توضیح است که پیاز کالای ضروری است و دارای کشش قیمتی پایینی می باشد، لذا عرضه کنندگان راحت تر می توانند قیمت ها را افزایش دهند. همچنین، از عوامل دیگر تأثیرگذار بر شکاف قیمتی این محصول، حجم بالای ضایعات این محصول (به دلایل مختلف از جمله نبود انبارهای مناسب)، هزینه حمل و سایر هزینه های سر بار بالا، واسطه گران و نبود کالاهای مشابه و جایگزین داخلی و خارجی می باشد.



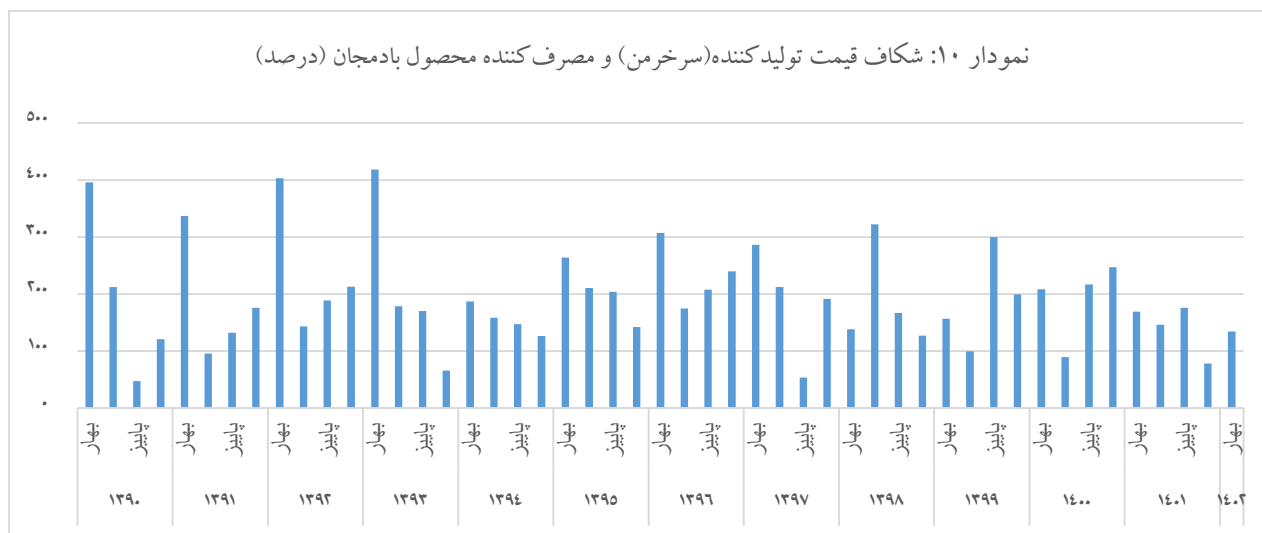
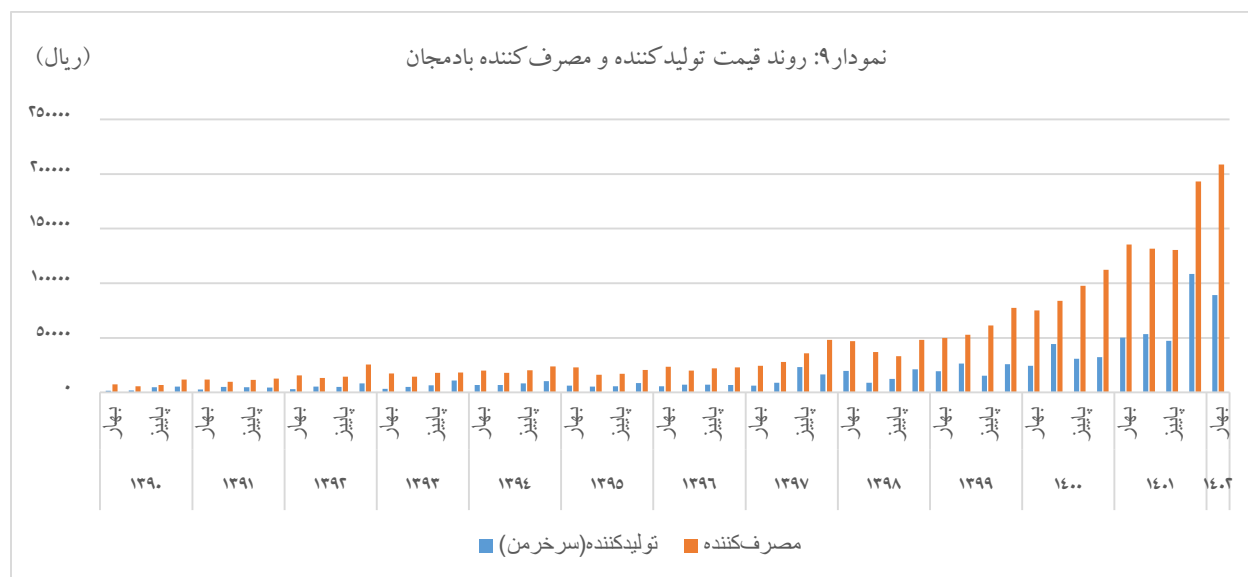
گوجه‌فرنگی

بررسی روند قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده محصول گوجه‌فرنگی نشان می‌دهد قیمت این محصول از بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ به ترتیب ۱۰۷ و ۱۷۱ درصد رشد داشته‌است. همچنین نمودار شکاف بین این دو قیمت نیز نشان می‌دهد شکاف بین این دو قیمت از نوسانات زیادی برخوردار است و در برخی دوره‌ها شکاف کم و در برخی دوره‌ها شکاف قیمتی بسیار زیاد است به طوری که در برخی از دوره‌ها قیمت مصرف‌کننده از ۵ برابر قیمت تولیدکننده نیز بیشتر بوده‌است. در این محصول، به طور متوسط قیمت مصرف‌کننده حدوداً ۲,۸ برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد. همچنین از یافته‌های تحقیق مشخص است که همبستگی میان این دو قیمت بالا بوده و معادل ۰,۹۶ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد با افزایش قیمت تولیدکننده (سرخرمن) قیمت مصرف‌کننده نیز تقریباً به همان نسبت افزایش می‌یابد.



بادمجان

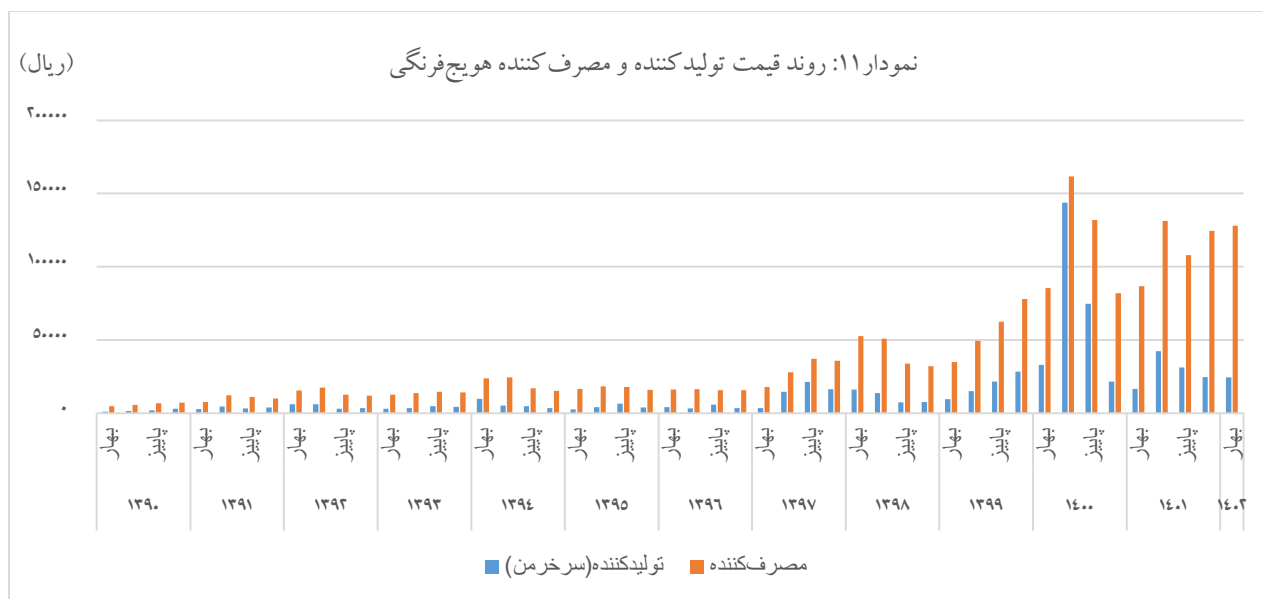
روند قیمت‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده محصول بادمجان نشان می‌دهد، در طول دوره مورد بررسی قیمت‌های تولیدکننده (سرخرمن) و قیمت مصرف‌کننده محصول بادمجان از بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ به شدت افزایش یافته‌است، به طوری که به ترتیب دارای رشدی برابر ۲۶۵ و ۱۷۷ درصد بوده‌است. از آنجا که همبستگی میان این دو نوع قیمت بالا و معادل ۰/۹۶ درصد است، چرخه افزایش و کاهش قیمت‌ها در هر دو بازار تقریباً تکرار شده‌است، به این ترتیب می‌توان بیان کرد که تغییرات قیمت سرخرمن، پیش‌نگر تغییرات قیمت مصرف‌کننده می‌باشد. از طرفی نتایج محاسبات نشان می‌دهد در طول دوره مورد بررسی، قیمت مصرف‌کننده به طور متوسط ۲,۶ برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد و این یعنی قیمت این محصول در بازار مصرف‌کننده بیش از دو و نیم برابر قیمت آن در بازار تولیدکننده (سرخرمن) است.



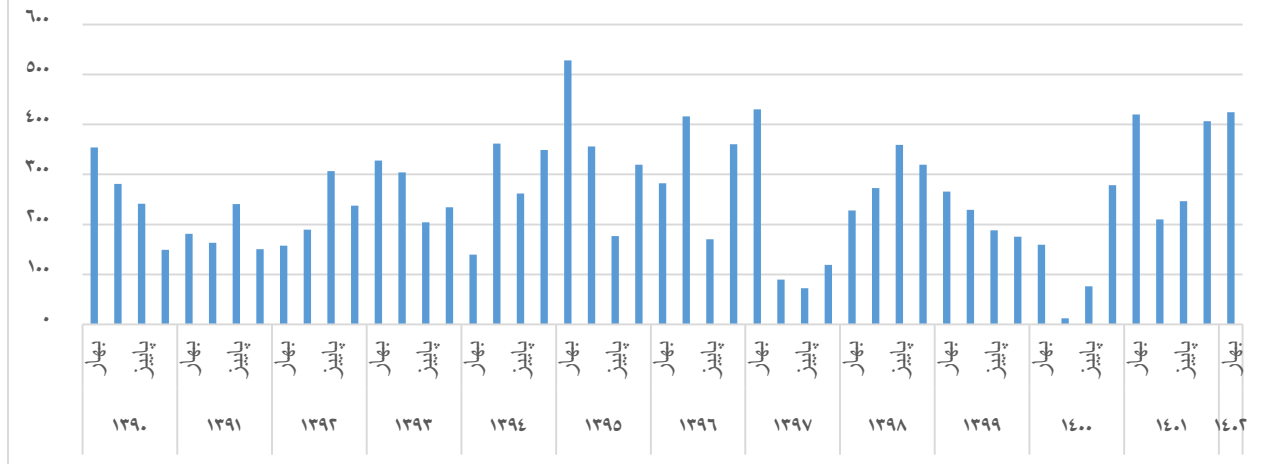
هوېج فرنگي

بررسی اطلاعات نشان می‌دهد که قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده هوېج فرنگي از فصل بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ به ترتیب با رشد ۲۶- و ۵۰ درصدی مواجه بوده‌اند. همچنین، روند این دو قیمت اگرچه همسو بوده‌است، اما شکاف قیمتی ایجاد شده در دو بازار تولید و مصرف دچار نوسانات زیادی به خصوص در فصول آخر مورد بررسی بوده‌است. به نظر می‌رسد ویروس کرونا و افزایش تقاضا برای هوېج از طرف مردم سبب بالا رفتن قیمت سرخرمن این محصول و به دنبال آن افزایش شدید قیمت مصرف‌کننده در بهار ۱۴۰۰ شده‌است. در ادامه در طول فصول بعدی با افزایش عرضه این محصول و کاهش تقاضای آن به نوعی قیمت تعدیل شده‌است. به این ترتیب ضریب همبستگی میان قیمت سرخرمن و قیمت مصرف‌کننده قوی و معادل ۰/۸۱ می‌باشد. لذا، همبستگی نسبتاً ضعیف‌تر قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده (نسبت به سایر محصولات منتخب) بیان‌گر این موضوع است که قیمت تولیدکننده را می‌توان به عنوان شاخص پیش‌نگر مصرف‌کننده تلقی کرد ولی باید در نظر داشت لزوماً قیمت تولیدکننده به تنهایی قیمت مصرف‌کننده را تعیین نمی‌کند و علاوه بر آن بسیاری از عوامل دیگر هستند که بر قیمت مصرف‌کننده اثر می‌گذارند.

همچنین، محاسبات و بررسی‌ها نشان می‌دهد، در طول دوره مورد بررسی قیمت مصرف‌کننده ۲,۸ برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد و در اکثر سال‌های مورد بررسی بیشترین شکاف‌ها مربوط به فصل بهار و پاییز می‌باشد.

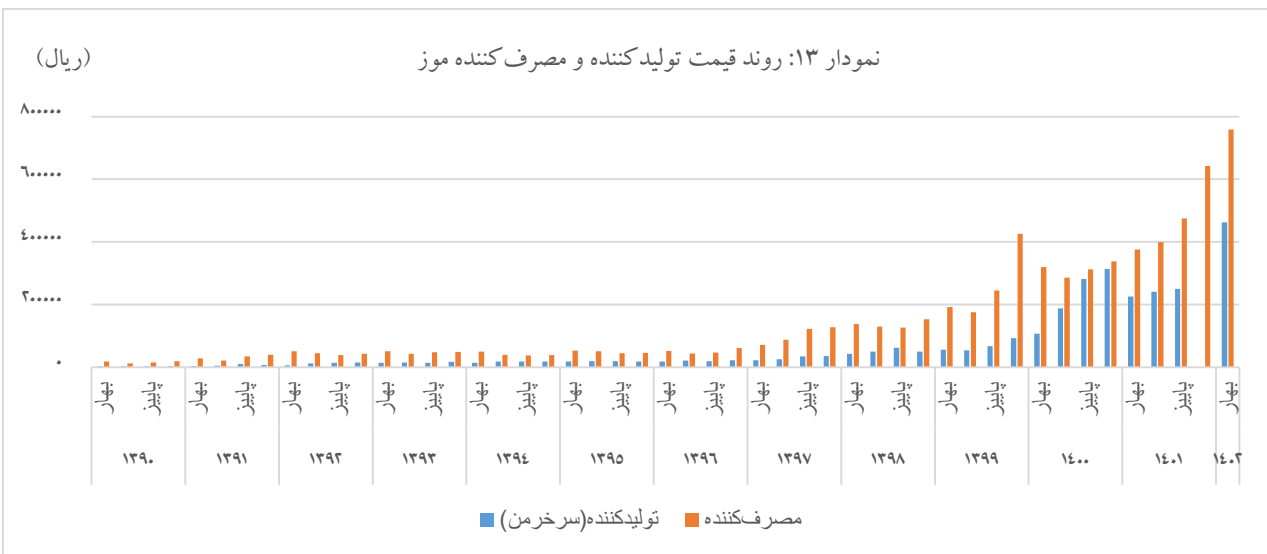


نمودار ۱۲: شکاف قیمت تولیدکننده (سرخرمن) و مصرف کننده محصول هویج فرنگی (درصد)

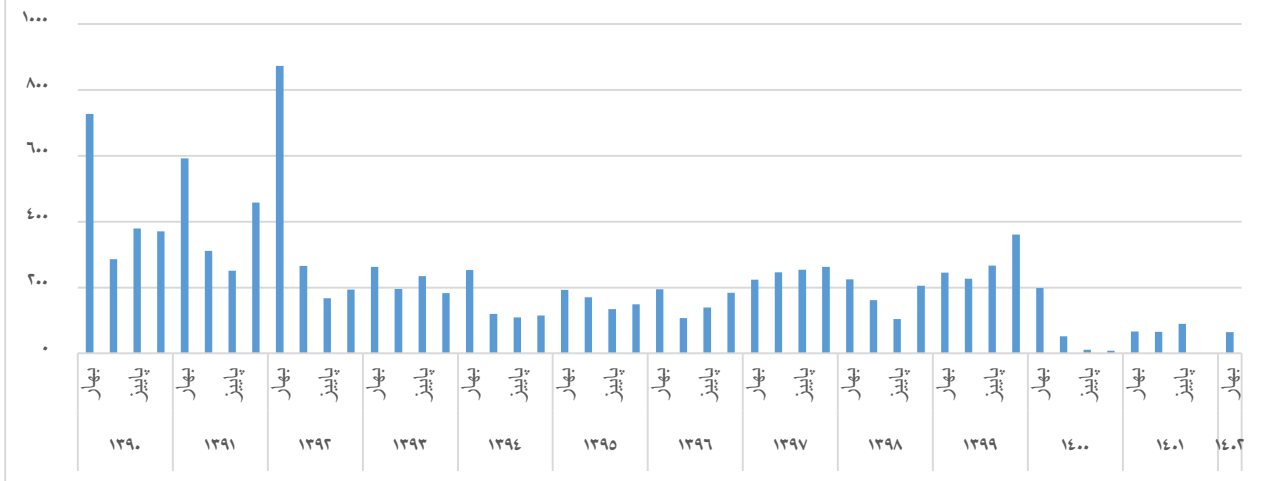


موز

بررسی روند قیمت تولیدکننده و مصرف کننده این محصول نشان می‌دهد، از بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ به ترتیب با رشد ۳۳۲ و ۱۳۷ مواجه بوده‌اند به طوری که در اغلب سال‌ها در فصل‌های ابتدایی قیمت موز در سطح بسیار پایینی نسبت به فصل‌های انتهایی قرار گرفته‌است. در این محصول نیز مشابه اکثر محصولات کشاورزی، اختلاف بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده در سطح بالایی قرار دارد به نحوی که به طور متوسط قیمت مصرف کننده بیش از ۲٫۱ برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد، هر چند این اختلاف از نوسانات زیادی برخوردار بوده‌است. در مقایسه با سایر محصولات منتخب، قیمت مصرف کننده و قیمت تولیدکننده از همبستگی ضعیف‌تری (۹۲ درصد) در مقایسه با سایر محصولات منتخب برخوردار است. به نظر می‌رسد وجود بازار واردات گسترده برای این محصول در به وجود آمدن همبستگی ضعیف‌تر نسبت به سایر محصولات بی‌تأثیر نباشد.

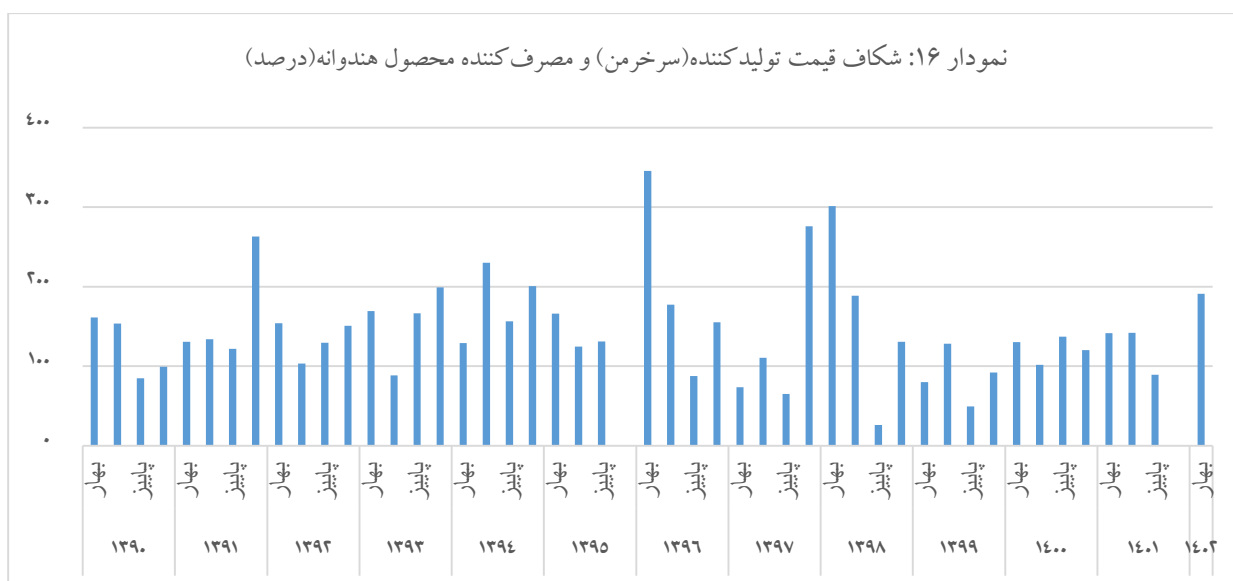
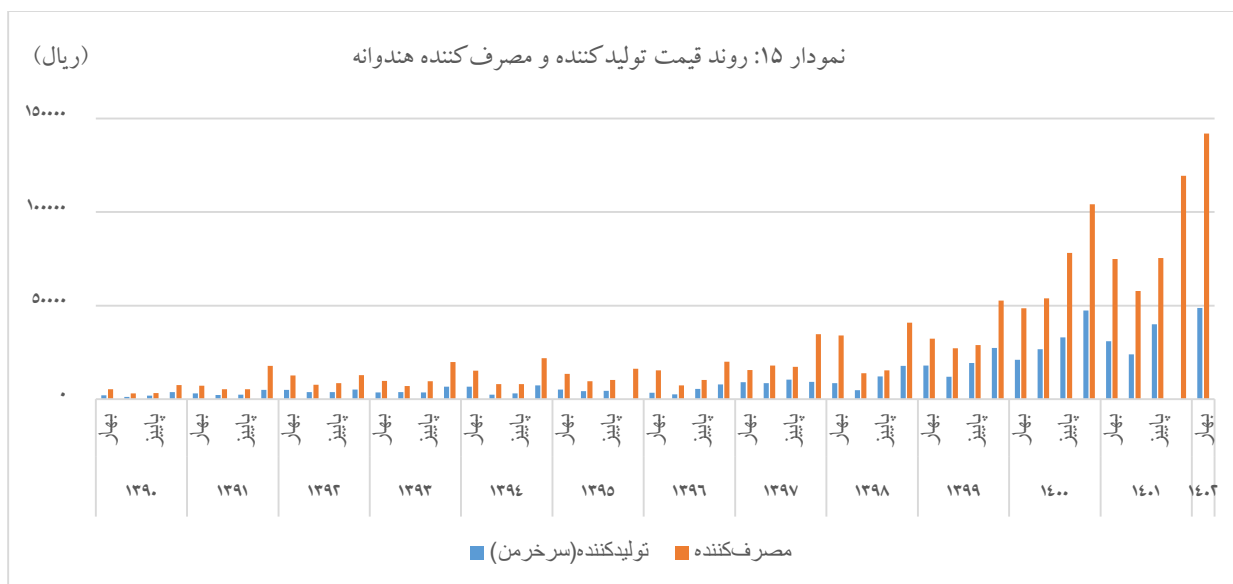


نمودار ۱۴: شکاف قیمت تولیدکننده (سرخرمن) و مصرف کننده محصول موز (درصد)



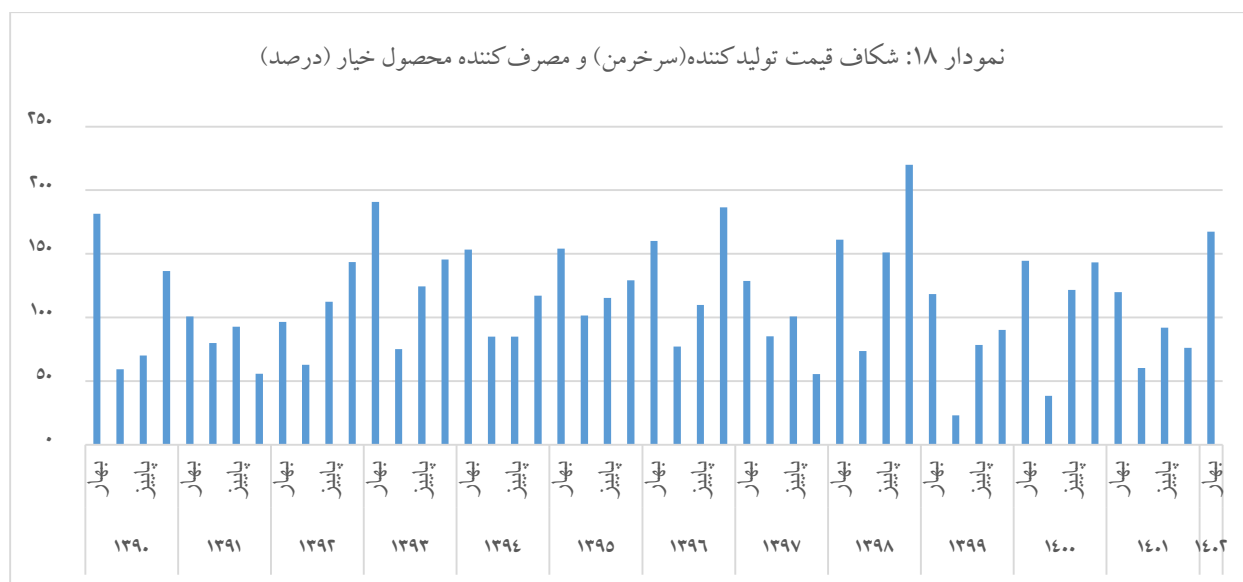
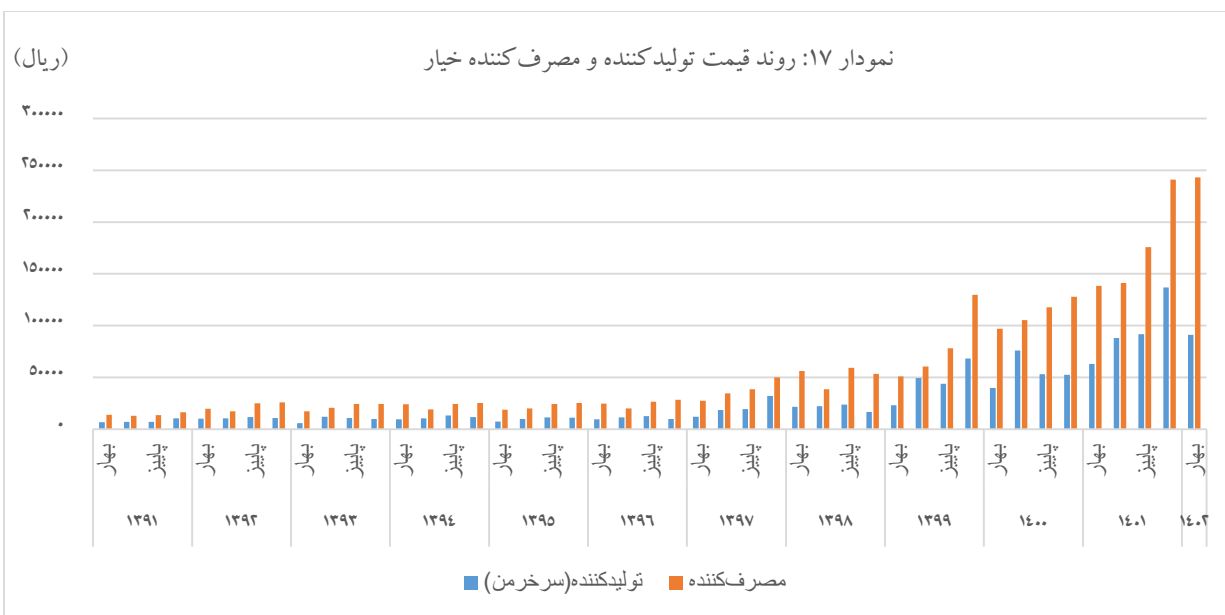
هندوانه

همان‌طور که از نمودار ۱۵ مشخص است روند قیمت تولیدکننده و مصرف کننده همواره با نوسانات زیادی همراه بوده است. علت نوسانات زیاد قیمت در اغلب محصولات زراعی و میوه‌های جالیزی، پیروی این محصولات از الگوی تار عنکبوتی می‌باشد. به این صورت که در سال‌هایی که قیمت محصول بالا است، کشاورزان را ترغیب می‌کند تا در سال بعد محصولات بیشتری کشت کنند که این موضوع باعث افزایش عرضه و گاهاً، مازاد عرضه محصول در بازار و در نتیجه کاهش قیمت می‌گردد. با وجود نوسانات بالای قیمت تولیدکننده و مصرف کننده این محصول، ضریب همبستگی قیمت در دو بازار تولید و مصرف برابر با ۰,۹۷ می‌باشد، که نشان‌دهنده پیش‌نگر بودن قیمت سرخرمن می‌باشد و با افزایش یا کاهش قیمت تولیدکننده (سرخرمن)، قیمت مصرف کننده نیز افزایش یا کاهش می‌یابد. همچنین متوسط نسبت قیمت مصرف کننده به قیمت تولیدکننده در این محصول ۲,۳ می‌باشد که این موضوع نیز نشان می‌دهد، اختلاف زیادی بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده وجود دارد. لازم به توضیح است که قیمت هندوانه در فصل زمستان، در مقایسه با سایر فصول بالا می‌باشد که دلیل آن کاهش برداشت و عرضه آن در بسیاری از استان‌های کشور می‌باشد.



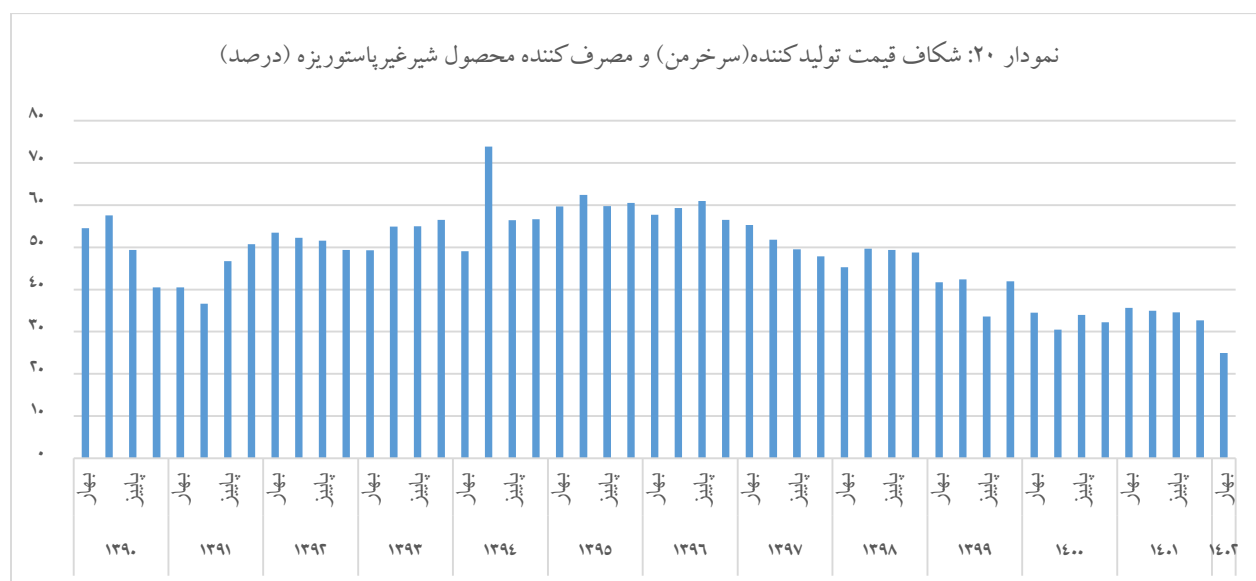
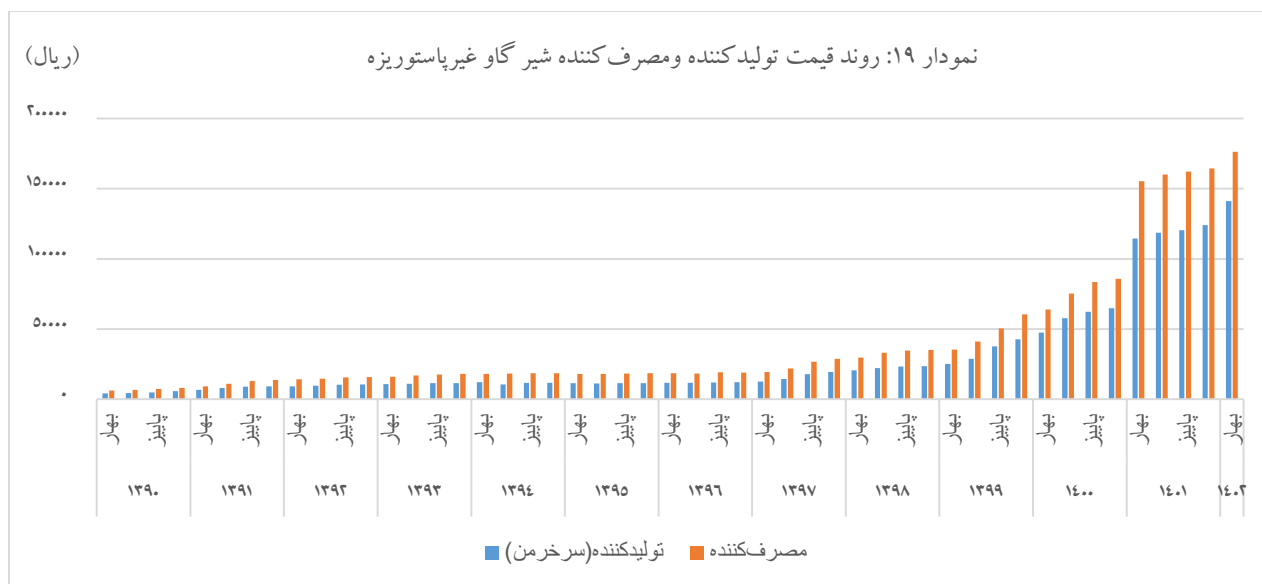
خيار

خيار نیز یکی از پرمصرف ترین محصولات صیفی می باشد که در هر چهار فصل سال برداشت می شود. نمودار قیمت تولیدکننده و مصرف کننده این محصول نیز نشان می دهد که قیمت این محصول از بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ از به ترتیب رشد ۱۳۰ و ۱۵۱ درصدی داشته است. با وجود نوسانات بالای قیمت تولیدکننده و مصرف کننده، این دو قیمت از ضریب همبستگی بسیار بالایی برخوردار هستند (۰٫۹۶)، به طوری که تغییرات قیمت مصرف کننده را می توان به راحتی از تغییرات قیمت تولیدکننده پیش بینی کرد. همچنین، بررسی ها نشان می دهند به طور متوسط قیمت مصرف کننده ۲ برابر قیمت تولیدکننده خيار در طول دوره مورد بررسی می باشد.



شیر گاو غیر پاستوریزه

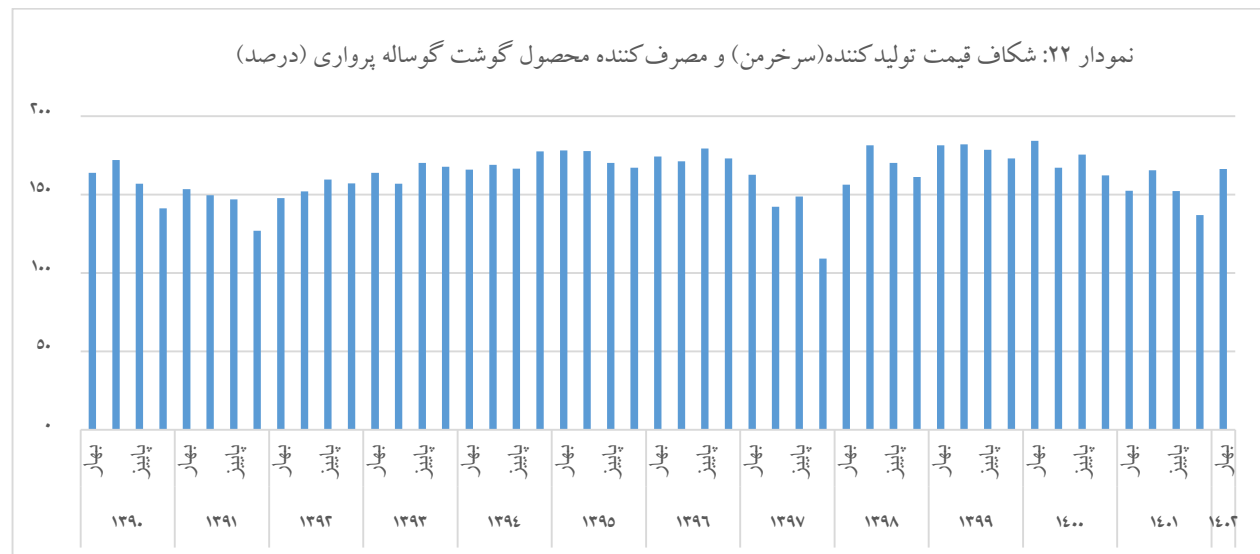
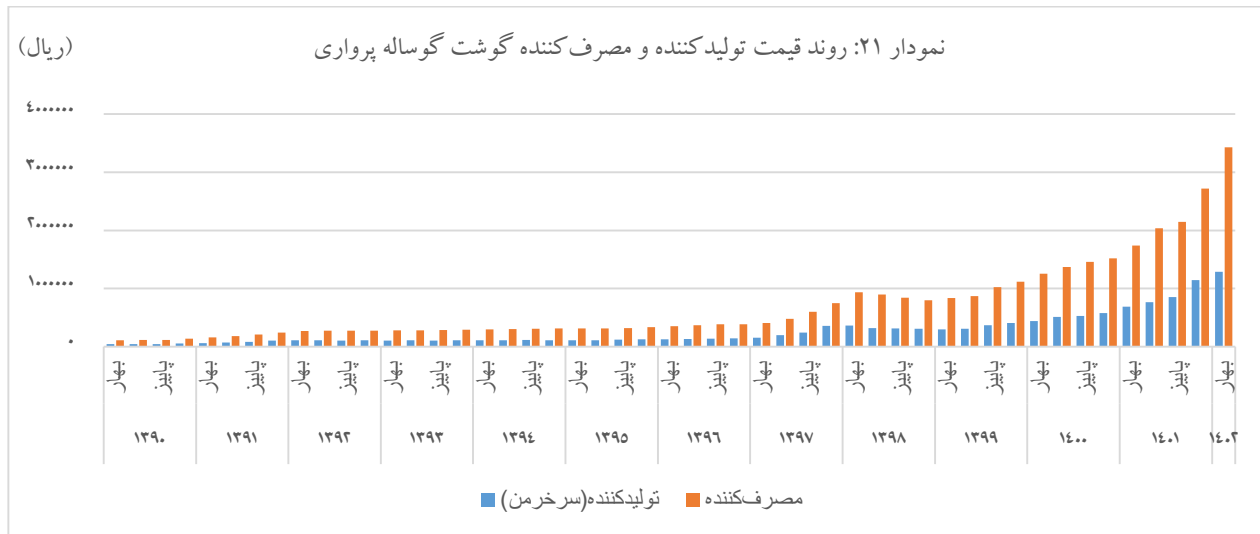
شیر گاو عمدتاً در گاوداری‌های صنعتی تولید می‌شود اما بخشی از تولید موجود در بازار نیز توسط دامداران سنتی به بازار عرضه می‌شود. این محصول با توجه به مشتقات بسیار زیادی که دارد از اهمیت بسزایی برخوردار است. نمودار شماره ۱۹ روند تغییرات قیمت در بازار تولید و مصرف را نشان می‌دهد. طبق نمودار جهت تغییرات در هر دو بازار دقیقاً همسو بوده، به طوری که اختلاف قیمتی تقریباً حفظ شده است. ضریب همبستگی میان این دو سری قیمت معادل ۰,۹۹ است و همچنین در دوره مورد بررسی قیمت مصرف کننده به طور متوسط ۱,۴ برابر قیمت تولیدکننده است. بنابراین، در مقایسه با سایر محصولات کشاورزی، اختلاف زیادی بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده شیر وجود ندارد.



گوشت گوساله

روند قیمت تولیدکننده و مصرف کننده (نمودار ۲۱) و همچنین محاسبات تحقیق نشان می‌دهند ضریب همبستگی بسیار قوی بین این دو قیمت وجود دارد (۰/۹۹)؛ در نتیجه همان‌طور که در نمودار روند قیمت واضح است با هر افزایش و کاهش در قیمت تولیدکننده روند تغییرات قیمت در بازار مصرف کننده نیز در همان جهت حرکت می‌کند. در این محصول، قیمت مصرف کننده به طور متوسط ۲,۶ برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد، همچنین نمودار زیر نشان می‌دهد سرعت افزایش قیمت در هر دو بازار، در سال‌های اخیر بسیار بالا بوده است که علت آن می‌تواند در نتیجه افزایش قیمت خوراک دام و تورم عمومی باشد. آمارها نشان می‌دهد رشد قیمت‌های تولیدکننده و مصرف کننده از بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ به ترتیب ۱۹۲ و ۱۷۳ درصد بوده است. همچنین نمودار شکاف قیمتی

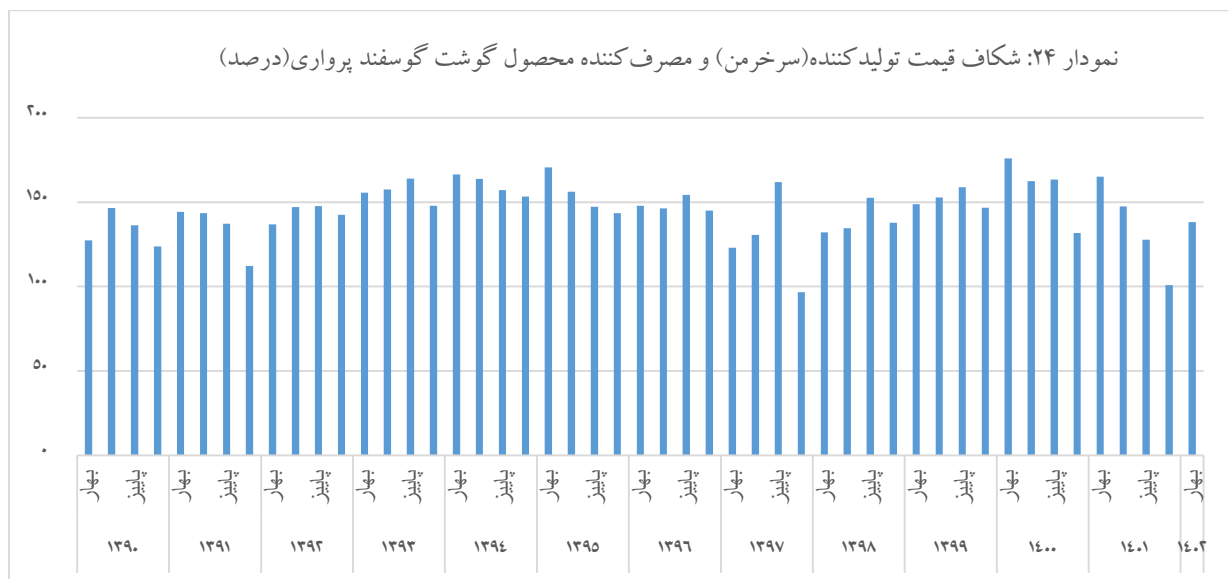
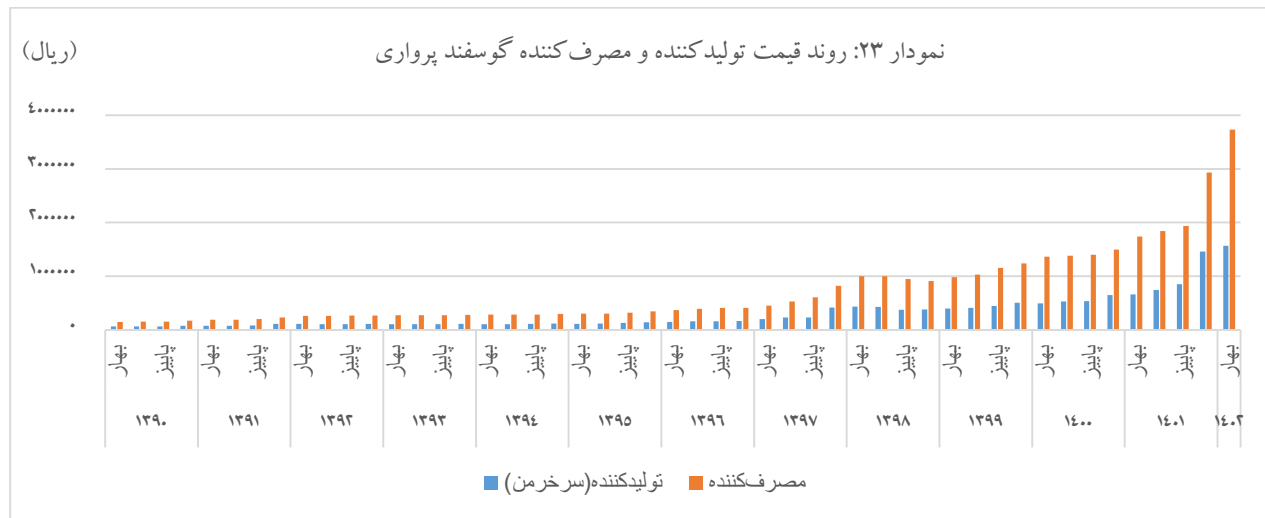
نیز نشان دهنده نوسان بسیار پایین آن می‌باشد. بنابراین این اختلاف و شکاف قیمتی در اکثر وجود داشته‌است؛ لذا به راحتی می‌توان قیمت مصرف‌کننده را بر اساس قیمت تولیدکننده پیش‌بینی کرد. به نظر می‌رسد هزینه کشتار، هزینه حمل و نقل و هزینه واسطه‌گری از عواملی هستند که بر شکاف قیمتی این محصول می‌توانند تأثیرگذار باشند. گوشت که یکی از محصولات مهم غذایی و استراتژیک می‌باشد، بایستی بیش از سایر محصولات مورد توجه قرار گیرد و در راستای کاهش قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده تصمیمات و راهکارهای لازم اتخاذ گردد.



گوشت گوسفند

اطلاعات متوسط قیمت تولیدکننده و قیمت مصرف‌کننده نشان می‌دهند، در طول دوره مورد بررسی، قیمت گوشت گوسفند پرواری از رشد بسیار بالایی برخوردار بوده است به طوری که از بهار ۱۴۰۰ تا بهار ۱۴۰۲ به ترتیب

۲۱۷ و ۱۷۴ درصد رشد داشته‌اند. همچنین، نمودارهای روند متوسط قیمت مصرف‌کننده و تولیدکننده گوشت گوسفند نشان می‌دهد، اولاً، همبستگی شدیدی بین این دو قیمت وجود دارد (ضریب همبستگی برابر ۰,۹۹ می‌باشد)، به طوری که با افزایش و کاهش قیمت تولیدکننده قیمت مصرف‌کننده نیز افزایش و کاهش می‌یابد و دوماً شکاف بین این دو نوع قیمت نیز مانند گوشت گاو بسیار زیاد، به نحوی که در طول دوره مورد بررسی قیمت مصرف‌کننده به طور متوسط ۲,۴ برابر قیمت مصرف‌کننده می‌باشد. باید توجه کرد که در مورد گوشت گوسفند هم بالا بودن شکاف قیمت می‌تواند به دلیل هزینه کشتارگاه، هزینه حمل و نقل و هزینه واسطه‌گری بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده و همچنین واردات پایین گوشت گوسفند باشد. ضرایب آماری و همچنین نمودار کم‌نوسان شکاف بیان‌کننده این است که قیمت‌های مصرف‌کننده با خطای بسیار پایین از روی قیمت‌های تولیدکننده قابل پیش‌بینی می‌باشند.



جدول ۱: ضریب همبستگی، نسبت شکاف قیمت و ضریب تغییرات قیمت سرخرمن و قیمت مصرف‌کننده

بهار ۱۳۹۰ - بهار ۱۴۰۲

ردیف	قلم	قیمت سرخرمن بهار ۱۳۹۰	قیمت سرخرمن بهار ۱۴۰۲	قیمت مصرف‌کننده بهار ۱۳۹۰	قیمت مصرف‌کننده بهار ۱۴۰۲	نسبت متوسط قیمت مصرف‌کننده به سرخرمن	ضریب همبستگی ^۰	شکاف قیمت سرخرمن و مصرف‌کننده ^{۰۰}	ضریب تغییرات ^{۰۰۰}
۱	برنج	۳۰۷۴۹	۱۰۸۴۸۸۰	۱/۲	۰/۹۹	۲۱	۱۱۰
۲	سیب‌زمینی	۲۵۹۷	۸۴۷۴۹	۷۷۹۳	۱۸۵۹۱۰	۱/۹	۰/۹۸	۹۲	۱۱۳
۳	پیاز	۱۱۶۳	۵۸۷۸۱	۶۱۹۱	۱۹۶۹۰۶	۲/۱	۰/۹۶	۱۱۴	۱۳۲
۴	گوجه‌فرنگی	۱۶۹۹	۵۱۱۹۸	۷۱۴۱	۱۸۴۱۳۰	۲/۸	۰/۹۶	۱۸۰	۹۳
۵	بادمجان	۱۵۰۰	۸۹۰۶۴	۷۴۳۸	۲۰۸۶۵۱	۲/۶	۰/۹۶	۱۵۶	۱۰۰
۶	هویج‌فرنگی	۱۰۶۰	۲۴۴۳۹	۴۸۱۳	۱۲۸۰۸۸	۲/۸	۰/۸۱	۱۷۸	۱۰۲
۷	موز	۲۱۹۵	۴۶۲۴۲۸	۱۸۱۶۳	۷۵۸۹۴۸	۲/۱	۰/۹۲	۱۱۱	۱۰۷
۸	هندوانه	۲۰۱۳	۴۸۷۹۲	۵۲۵۹	۱۴۲۰۴۰	۲/۳	۰/۹۷	۱۳۲	۱۱۳
۹	خیار	۲۹۷۶	۹۱۰۱۲	۸۳۷۸	۲۴۳۳۰۸	۲/۰	۰/۹۶	۱۰۱	۱۱۲
۱۰	شیر گاو	۳۹۹۵	۱۴۱۱۱۷	۶۱۷۲	۱۷۶۳۴۸	۱/۴	۰/۹۹	۳۹	۹۵
۱۱	گوشت گاو	۴۲۲۵۹	۱۲۸۶۴۰۰	۱۱۱۵۱۲	۳۴۲۶۸۲۹	۲/۶	۰/۹۹	۱۶۲	۱۰۰
۱۲	گوشت گوسفند	۶۳۷۸۷	۱۵۶۷۷۵۳	۱۴۵۰۶۱	۳۷۳۳۱۸۰	۲/۴	۰/۹۹	۱۴۱	۹۸

مأخذ: محاسبات پژوهش

* به ضریب همبستگی میان قیمت تولیدکننده (سرخرمن) و قیمت مصرف‌کننده اشاره می‌کند.

** منظور از شکاف قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده درصد نسبت شکاف میان متوسط قیمت سرخرمن و متوسط قیمت مصرف‌کننده نسبت به متوسط قیمت تولیدکننده یا همان میانگین قیمت سرخرمن می‌باشد.

*** ضریب تغییرات با استفاده از نسبت انحراف معیار به متوسط شکاف قیمت محصول مورد نظر محاسبه شده است، البته لازم به ذکر است عدد محاسبه شده به درصد ارائه شده است.

نتیجه‌گیری

در این مطالعه، روند متوسط قیمت مصرف‌کننده و تولیدکننده (سرخرمن) برخی از محصولات مهم کشاورزی و دامی جهت بررسی شکاف موجود بین این دو قیمت مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. در همین راستا، جهت تحلیل بهتر شکاف قیمتی از برخی پارامترهای آماری نظیر ضریب تغییرات، ضریب همبستگی متوسط قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده و واریانس شکاف قیمت‌ها استفاده شده است. همچنین نمودار و روند درصد شکاف نسبت به قیمت تولیدکننده نیز مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد، شکاف قیمتی زیادی در تمامی این محصولات که جزء محصولات مهم و استراتژیک می‌باشند، وجود دارد. به طوری که در اغلب آن‌ها، قیمت مصرف‌کننده بیش از دو برابر قیمت تولیدکننده می‌باشد. همچنین، ضریب همبستگی قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده در این محصولات بسیار بالا بوده است.

وجود تغییر قیمت بیش از دو برابری در بازار مصرف‌کنندگان برای اکثر کالاهای منتخب که به نوعی کالاهای اساسی محسوب می‌شوند بیانگر ناکارآمدی شبکه تأمین محصولات کشاورزی است، بنابراین برای رفع چنین مشکلی ناگزیر به تمرکز بر روی تمامی حلقه‌های شبکه تأمین محصولات کشاورزی در سطوح مختلف می‌باشد. در واقع مدیریت شبکه تأمین و صنایع وابسته به آن یک بخش بزرگ چند وجهی را که شامل ایجاد کسب و کارهای مرتبط با بخش محصولات کشاورزی می‌گردد نشان می‌دهد که عبارتند از ۱- عرضه‌کنندگان نهاده‌ها؛ ۲- فراهم‌آوردندگان منابع (بانک‌ها، تحقیق و توسعه، مشاوران و ...)؛ ۳- تولیدکنندگان؛ ۴- فرآوری کنندگان یا صنایع فرآوری؛ ۵- کارخانجات؛ ۶- بخش تدارکات و پشتیبان (شرکت‌های حمل و نقل، سردخانه و انبارداری) (میری و همکاران، ۱۳۹۶).

به این ترتیب با توجه به مباحث مطرح شده دولت می‌تواند از طریق کاهش هزینه‌های تولید از طریق کاهش هزینه نهاده‌های تولیدی و هزینه‌های سربار و همچنین، هزینه‌های ثابت از طریق ارائه یارانه به نهاده‌های تولید (کود و سم و ...) و انرژی ارزان همچنین کمک به مکانیزاسیون تولید محصولات کشاورزی و جایگزین کردن روش‌های صنعتی به جای روش‌های سنتی از طریق ارائه تسهیلات و مشاوره‌های کارشناسی و فنی به کشاورزان، برنامه‌ریزی و ارائه خدمات و امکانات لازم جهت کاهش میزان ضایعات و فساد محصولات کشاورزی قیمت تولیدکننده و به تبع آن قیمت مصرف‌کننده را در سطح قابل قبولی کاهش دهد. لذا، مدیریت قیمت نهاده‌های تولیدی و کاهش قیمت تمام شده یکی از راهکارهای اساسی برای کاهش قیمت تولید کننده می‌باشد. با مدیریت و پیش‌بینی بازار خارجی با تأکید بر تولید محصولاتی که دارای مزیت نسبی هستند نه تنها امکان صادرات بیشتر را فراهم می‌کند، بلکه از افزایش بیش از اندازه قیمت محصولات کشاورزی و بی‌ثباتی در بازار جلوگیری می‌کند و مانع از اتلاف و هدر رفت منابع طبیعی می‌گردد. همان‌طور که در بالا هم اشاره شده است، بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده اختلاف شدیدی وجود دارد و حتی در برخی از محصولات به ۳ برابر نیز می‌رسد. لذا، لازم است با مداخله دولت نسبت به کاهش واسطه‌گری و کاهش هزینه‌های مبادله و همچنین سایر عوامل تأثیرگذار مانند، بهبود سامانه حمل و نقل و بهبود شبکه توزیع اقدام مقتضی صورت گیرد.

همچنین، دولت با در اختیار داشتن چنین اطلاعاتی، می‌تواند اقدامات مناسبی در جهت مدیریت زنجیره تولید و توزیع انجام دهد، به طوری که محصولات کشاورزی تولید شده با واسطه و هزینه کمتری به دست مصرف‌کننده برساند.

منابع:

میری، مرضیه. شریف زاده، محمد شریف. عبدالله زاده، غلامحسین؛ و سروستانی، احمد عابدی؛ «بررسی زنجیره تأمین در بخش کشاورزی (مطالعه موردی: تولید و پرورش توت‌فرنگی در شهرستان رامیان، استان گلستان)» نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد چهارم، شماره سوم، سال ۱۳۹۶.