



اتاق بازرگانی
صنایع، معادن و کشاورزی
اصفهان
ISFAHAN CHAMBER OF COMMERCE
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

مدیریت و تنظیم بازار در شرایط جنگ از اختلال زنجیره تأمین تا کنترل انتظارات تورمی

مرکز پژوهش و بررسی های اقتصادی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان



عنوان پژوهش: مدیریت بازار در شرایط جنگ، از اختلال زنجیره تأمین تا کنترل انتظارات تورمی

مرکز پژوهش و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی اصفهان

تهیه کننده: مرتضی درخشان و پریسا حمیدی

تاریخ انتشار: اردیبهشت ۱۴۰۵

واژگان کلیدی: مدیریت بازار جنگ، کالاهای اساسی، زنجیره تأمین، انتظارات تورمی

فهرست مطالب

۱- خلاصه	۴
۲- مقدمه و تعریف مسئله	۴
۳- مکانیزم‌های ایجاد بی‌ثباتی در بازار در دوران جنگ	۵
۳-۱- مکانیزم‌های فیزیکی بی‌ثباتی بازار در شرایط جنگ	۶
۳-۲- مکانیزم‌های رفتاری بی‌ثباتی بازار در شرایط جنگ	۱۰
۴- مسائل ساختاری و نهادی ایجاد بی‌ثباتی در دوران جنگ	۱۳
۴-۱- تخصیص نابهینه منابع نهادهای تنظیم‌گر عامل بی‌ثباتی	۱۳
۴-۲- بوروکراسی زیاد عامل تشدید بی‌ثباتی	۱۵
۴-۳- هزینه بالای تأمین مالی و فروش اعتباری گران عامل بی‌ثباتی	۱۵
۵- چالش‌های خاص کالاهای اساسی و توزیع آنها	۱۶
۶- پیشنهادات سیاستی برای مدیریت بازار در دوره جنگ	۱۸
۶-۱- ابزارهای مالی برای پایداری زنجیره تولید در شرایط جنگ	۱۸
۶-۲- ساماندهی سامانه‌های نظارتی و توزیعی	۱۹
۶-۳- ساماندهی پلتفرم‌ها و سکوهاى آنلاین برای مدیریت بازار	۲۲
۶-۴- اصلاح زنجیره تولید و تأمین برای جلوگیری از بی‌ثباتی	۲۳
۷- جمع‌بندی راهکارهای سیاستی	۲۵

۱- خلاصه

این مطالعه به بررسی عوامل بی‌ثباتی بازار در شرایط جنگ و تنش‌های شدید امنیتی می‌پردازد و نشان می‌دهد که بحران بازار در چنین شرایطی صرفاً ناشی از کمبود کالا نیست، بلکه حاصل هم‌زمان اختلال در زنجیره تأمین، شوک‌های مالی و ارزی، انتظارات تورمی و ضعف در حکمرانی بازار است. در اقتصاد ایران که پیش از جنگ نیز با تورم مزمن، تحریم و محدودیت سرمایه‌گذاری روبه‌رو بوده، این شوک‌ها می‌توانند به سرعت به کمبود کالا، جهش قیمت‌ها و کاهش ظرفیت تولید منجر شوند.

پژوهش نشان می‌دهد که ناامنی مسیرهای تجاری، افزایش هزینه حمل‌ونقل و بیمه، وابستگی به واردات مواد اولیه و قطعات، اختلال در تأمین انرژی و کمبود سرمایه در گردش، زنجیره تولید و تأمین را شکننده می‌کند. در کنار این عوامل، رفتارهای انتظاری مانند خرید هیجانی، احتکار خانگی و تجاری، و فعالیت‌های سوداگرانه دلالان و برخی پلتفرم‌های آنلاین، کمبود مصنوعی و تورم انتظاری را تشدید می‌کند. همچنین مشکلات ساختاری مانند بوروکراسی سنگین، هزینه بالای تأمین مالی، تعدد سامانه‌های غیرهماهنگ و کنترل‌های غیرهدفمند قیمت، خود به عامل تشدیدکننده بحران تبدیل می‌شوند.

بر همین اساس، پژوهش مجموعه‌ای از راهکارهای سیاستی را پیشنهاد می‌کند. این راهکارها شامل حمایت هدفمند از زنجیره‌های راهبردی تولید، تنوع‌بخشی به مسیرهای تأمین، استفاده از ابزارهای تأمین مالی زنجیره‌ای، اصلاح نظام توزیع و نظارت، یکپارچه‌سازی سامانه‌های داده و تنظیم‌گری هوشمند بازار است. همچنین بر ضرورت مدیریت انتظارات تورمی، ساماندهی پلتفرم‌های آنلاین و مشارکت ساختارمند بخش خصوصی و اصناف در مدیریت بازار تأکید شده است. در مجموع، پژوهش نتیجه می‌گیرد که ثبات بازار کالاهای اساسی در شرایط جنگ، بخشی از امنیت اقتصادی و اجتماعی کشور است و بدون بازطراحی حکمرانی بازار، امکان کنترل پایدار بحران وجود نخواهد داشت.

۲- مقدمه و تعریف مسئله

وقتی کشور دچار تورم‌های شدید می‌شود و فضای جنگی، غیرعادی و نااطمینانی بر کشور حاکم است، یکی از مطالبات اصلی که توسط مردم شکل می‌گیرد و در رسانه‌ها نیز بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد این است که بازار رها است و قیمت‌ها بدون هیچ نظارتی در حال تعیین و شکل‌گیری هستند. اینکه موضوع تنظیم بازار در دوران نااطمینانی حاصل از جنگ به چند بازرسی از اصناف و اتحادیه‌ها کاسته شود و تعزیرات چند پرونده‌ای برای برخی افراد تشکیل دهد و پی‌گیری کند، مسئله اصلی تنظیم بازار در دوران جنگ را حل نمی‌کند و مشکل اصلی مردم همچنان باقی خواهد ماند. البته این نگرانی هم وجود دارد که با نام تنظیم بازار و مدیریت بازار در دوران بحرانی واقعا به تولید ضربه زده شود که محور اصلی اقتصاد خواهد بود. بنابر این باید نحوه

مدیریت بازار در دوران نااطمینانی جنگ باید با دقت زیاد صورت گیرد تا موجب اختلال جدید در فرایند تولید نشود تا بتواند به صورت ریشه‌ای این موضوع را دنبال نمود.

در شرایط جنگ و تنش‌های شدید امنیتی، اقتصاد تنها با یک شوک مقطعی مواجه نمی‌شود، بلکه مجموعه‌ای از اختلال‌های هم‌زمان در تولید، تأمین، حمل‌ونقل، تأمین مالی و رفتار فعالان اقتصادی را تجربه می‌کند. در چنین محیطی، نوسان قیمت‌ها دیگر حاصل تغییرات عادی عرضه و تقاضا نیست، بلکه نتیجه درهم‌تنیدگی شوک‌های فیزیکی (آسیب به زیرساخت‌ها، ناامنی مسیرهای تجاری، محدودیت واردات و انرژی) با شوک‌های مالی و روانی (کمیود سرمایه در گردش، جهش نرخ ارز، جنگ روانی و انتظارات تورمی) است. اقتصاد ایران پیش از جنگ نیز با تورم مزمن، تحریم‌های خارجی و کسری سرمایه‌گذاری روبه‌رو بوده است؛ بنابراین هر شوک جدید می‌تواند سریع‌تر از بسیاری کشورها به بی‌ثباتی ساختاری در بازارها و محدود شدن ظرفیت رشد منجر شود. در این میان، بازار کالاهای اساسی جایگاهی ویژه دارد، زیرا کوچک‌ترین اختلال در تأمین و توزیع کالاهایی مانند نان، گندم، برنج، روغن، دارو و نهاده‌های دامی مستقیماً به معیشت خانوار و احساس امنیت اجتماعی گره خورده است.

مسئله اصلی این گزارش آن است که در چنین بستری، چرا و چگونه بازار کالاهای اساسی در شرایط جنگ دچار بی‌ثباتی می‌شود و چه عواملی در سطح زنجیره تولید و تأمین، شبکه توزیع، سازوکارهای قیمت‌گذاری و انتظارات رفتاری، این بی‌ثباتی را تشدید می‌کنند. این گزارش تلاش می‌کند با تمرکز بر تجربه ایران در کنار شواهد بین‌المللی، تصویر روشنی از ابعاد مسئله ارائه دهد و زمینه را برای طراحی یک چارچوب سیاستی کارآمد برای مدیریت بازار در شرایط جنگ فراهم کند.

۳- مکانیزم‌های ایجاد بی‌ثباتی در بازار در دوران جنگ^۱

در شرایط عادی، نوسانات قیمت عمدتاً حاصل تغییرات تدریجی در عرضه، تقاضا و سیاست‌های اقتصادی است؛ اما جنگ و شوک‌های امنیتی، مجموعه‌ای از مکانیزم‌های هم‌زمان را فعال می‌کنند که بازار را به سمت بی‌ثباتی ساختاری سوق می‌دهد.

این مکانیزم‌ها هم در سطح «واقعیت عینی» مثل تخریب زیرساخت‌ها و اختلال لجستیک عمل می‌کنند و هم در سطح «واقعیت ذهنی» از طریق انتظارات تورمی، شایعات و جنگ روانی شکل می‌گیرند.

^۱ منظور از دوران جنگ دورانی است که هرچند در آن تخریب‌های مستقیم ناشی از جنگ متوقف شده و بازسازی آغاز شده است. اما در این شرایط بحران و فضای جنگی همچنان در کشور سایه انداخته است. بنابر این دوران آتش بس، دوران جنگ مستقیم، و حتی دوران ابتدایی پس از توافق و صلح جزو این دوران جنگ محسوب می‌شود.

۳-۱- مکانیزم‌های فیزیکی بی‌ثباتی بازار در شرایط جنگ

۱- بورس کالا در شرایط بی‌ثباتی

برخی از فعالین اقتصادی ریشه بی‌ثباتی در بازار را بورس کالا می‌دانند و آن را عامل اصلی بی‌ثباتی در بازار می‌نامند. هم به دلیل رقابتی که در بورس کالا گاهش به صورت بسیار شدید شکل می‌گیرد و هم به دلیل مدیریت عرضه که گاهش بسیار محدود صورت می‌گیرد، چنین بی‌ثباتی‌های به چشم می‌آید. بنابر این در نظر فعالین اقتصادی یکی از ریشه‌های بی‌ثباتی بازار در دوران جنگی بازار بورس کالا مورد اتهام است. در شرایط عادی، بورس کالا به‌عنوان یک نهاد بازارمحور طراحی شده تا کشف قیمت را شفاف‌تر کند، رقابت میان خریداران و فروشندگان را افزایش دهد و رانت‌های ناشی از معاملات غیرشفاف را کاهش دهد. در این حالت، فرض بنیادی آن است که عرضه و تقاضا در یک دامنه نسبتاً باثبات حرکت می‌کنند و شوک‌ها محدودند؛ بنابراین مکانیسم حراج و رقابت آزاد، به کارآمدی و پیش‌بینی‌پذیری بیشتر بازار کمک می‌کند. اما در شرایط جنگ و شوک‌های شدید عرضه، همین سازوکار می‌تواند به یکی از کانال‌های بی‌ثباتی بازار تبدیل شود. در وضعیت کمبود نسبی مواد اولیه و نااطمینانی نسبت به آینده، رقابت شدید در تالار بورس کالا بر سر حجم محدود عرضه، قیمت‌ها را در مدت کوتاه به صورت جهشی بالا می‌برد و پیام کمبود شدید را به کل بازار منتقل می‌کند. در عمل، این اتفاق از چند مسیر رخ می‌دهد:

❖ مسیر اول: در شرایط جنگ، بنگاه‌ها برای «ایمن‌سازی» خود در برابر کمبود آتی، حاضرند با هر قیمتی که سقف رقابت اجازه دهد خرید کنند؛ بنابراین سقف‌های رقابتی به سرعت پر می‌شود و در مواردی حتی معاملات ابطال می‌شود. این ابطال‌ها و سقف‌خوردن‌های متوالی، در ذهن فعالان اقتصادی این تصور را تقویت می‌کند که «کالا به‌طور جدی کم است» و همین پیام، انتظارات تورمی و کمبود انتظاری را تشدید می‌کند، حتی اگر از نظر فیزیکی هنوز امکان افزایش عرضه وجود داشته باشد. بنابر این می‌توان گفت خود رقابت عامل و ریشه بی‌ثباتی نیست، بلکه «نگرانی از آینده» که موجب رقابت‌های شدید می‌شود، عامل و ریشه بی‌ثباتی است.

❖ مسیر دوم: در شرایط جنگ، همه بنگاه‌ها دسترسی برابر به اطلاعات و منابع مالی ندارند؛ بنگاه‌های بزرگ‌تر و نزدیک‌تر به منابع مالی، قدرت بیشتری برای حضور در رقابت تالار دارند و می‌توانند سهم بیشتری از عرضه را جذب کنند. نتیجه این است که بخشی از تولیدکنندگان کوچک و متوسط، علی‌رغم نیاز واقعی، به مواد اولیه دسترسی پیدا نمی‌کنند یا مجبور می‌شوند از بازار آزاد و با قیمت‌های بالاتر تأمین کنند، که خود به گسترش بازارهای ثانویه و افزایش بیشتر قیمت‌ها منجر می‌شود.

❖ مسیر سوم: در ساختار فعلی، برخی سیاست‌های تنظیمی مانند تعیین سقف رقابت، شیوه عرضه، حداقل حجم عرضه و نحوه ابطال معاملات، به‌طور ناخواسته می‌توانند سیگنال‌های منفی به بازار بدهند. برای

مثال، وقتی به دلیل رسیدن قیمت‌ها به سقف رقابت، معاملات به صورت مکرر لغو می‌شود، فعالان بازار این پیام را دریافت می‌کنند که «قیمت تعادلی بسیار بالاتر از سقف فعلی است» و آن را در قیمت‌گذاری خارج از بورس و قراردادهای بعدی خود لحاظ می‌کنند.

در شرایط جنگ و شوک‌های بزرگ عرضه، دولت‌ها معمولاً مکانیسم‌های بازار را به طور موقت و از طریق زیر تعدیل می‌کنند:

✓ روش اول- استفاده از قراردادهای بلندمدت با قیمت‌های از پیش مذاکره شده برای تأمین مواد اولیه راهبردی

✓ روش دوم- اعمال محدودیت‌های هوشمند بر حجم خرید هر بنگاه در بورس کالا برای جلوگیری از احتکار صنعتی. مثلاً سهمیه‌های تقاضا در بازار بورس کالا در دوران جنگ به نصف کاهش می‌یابد تا فشار تقاضای ناشی از نگرانی مدیریت شود.

✓ روش سوم- تخصیص بخشی از عرضه خارج از سازوکار رقابت آزاد و در قالب سهمیه‌بندی هدفمند برای صنایع حیاتی

اگر تنظیم‌گر بازار نتواند قواعد عرضه، سقف رقابت، نحوه ابطال معاملات و محدودیت‌های خرید را با شرایط جنگی هماهنگ کند، بورس کالا از یک ابزار کشف قیمت شفاف، به منبعی برای سیگنال‌دهی منفی، تشدید انتظارات تورمی و تعمیق شکاف میان بنگاه‌های بزرگ و کوچک تبدیل می‌شود که در دوران جنگ و بحران چنین امکانی بیشتر وجود خواهد داشت.

۲- اختلال در زنجیره تولید و تأمین

یکی از بنیادی‌ترین کانال‌های بی‌ثباتی بازار در زمان جنگ، اختلال در زنجیره تأمین است. این اختلال از تأمین مواد اولیه و قطعات کلیدی تا حمل‌ونقل، انبارداری، تأمین مالی و شبکه خرده‌فروشی را شامل می‌شود.

اما چرا زنجیره تولید و تأمین در جنگ، منشأ اصلی بی‌ثباتی است؟

زنجیره تولید و تأمین، فقط شامل کارخانه‌ها نیست، بلکه از واردات مواد اولیه و قطعات، حمل‌ونقل، انبارداری، تأمین مالی، بیمه، تا شبکه عمده‌فروشی و خرده‌فروشی را در بر می‌گیرد. در جنگ، تقریباً همه این حلقه‌ها هم‌زمان در معرض شوک قرار می‌گیرند: مسیرهای تجاری ناامن می‌شوند، بیمه و حمل‌ونقل گران می‌شود، بانک‌ها ریسک‌گریزتر می‌شوند، و بنگاه‌ها در تأمین قطعات و مواد کلیدی با تأخیر و نااطمینانی مواجه می‌شوند. در اقتصاد ایران که به واردات بسیاری از مواد اولیه، ماشین‌آلات و قطعات حساس (از پتروشیمی و فولاد تا دارو و قطعات خودرو) وابسته است، هر اختلال در زنجیره‌های جهانی یا منطقه‌ای، به سرعت به کاهش تولید، تعطیلی خطوط و جهش قیمت‌ها منجر می‌شود.

به همین دلیل، از منظر اقتصاد کلان جنگ، پایداری زنجیره‌های تأمین کالاهای اساسی، انرژی و صنایع مادر، مهم‌ترین پیش شرط ثبات نسبی بازار است و اگر این حلقه از دست برود، هیچ سیاست قیمتی یا تعزیراتی نمی‌تواند به تنهایی شوک را خنثی کند.

کانال‌های اصلی اختلال زنجیره تأمین در اقتصاد ایران شامل موارد زیر هستند:

الف- ناامنی مسیرهای تجاری، حمل و نقل و بیمه

در سناریوی جنگ و تنش‌های شدید منطقه‌ای، مسیرهای دریایی ایران (به‌ویژه خلیج فارس و تنگه هرمز) و نیز کریدورهای زمینی پیرامون، با ریسک‌های امنیتی، افزایش هزینه بیمه و محدودیت‌های حقوقی و تحریمی روبه‌رو شده‌اند و این موضوع برای ایران باعث تأخیر در ورود مواد اولیه و واسطه‌ای شده و همزمان به دلیل محدودیت ظرفیت برخی بنادر و مسیرهای جایگزین و افزایش هزینه حمل و بیمه که مستقیم روی قیمت تمام‌شده تأثیر می‌گذارند، زنجیره تأمین را متاثر کرده است. به لحاظ آماری هر کشتی می‌توانست چند صد هزار تن مواد اولیه را به بنادر ما منتقل کند، اما قطاری که از مسیر زمینی از چین به ایران منتقل می‌شود تنها ۲۵۰۰ تن مواد اولیه یا کالاهای اساسی را می‌تواند منتقل کند که اگر هفته‌ای دو قطار هم حرکت کند، تا سقف ۵۰۰۰ تن مواد جابجا خواهد شد. این اختلال و کاهش شدید مواد اولیه به دلیل نا امنی تجاری از مسیرهای دریایی در دوران جنگ و آتش‌بس ایجاد شده است.

ب- وابستگی به واردات مواد اولیه و قطعات کلیدی

ساختار تولید در ایران، چه در صنایع مادر (فولاد، پتروشیمی، پالایشگاه‌ها) و چه در صنایع پایین‌دستی (خودرو، نساجی، دارو، لوازم خانگی)، به واردات انواع مواد شیمیایی، قطعات الکترونیک، ماشین‌آلات و قطعات یدکی حساس تکیه دارد. در جنگ، حتی اگر مراکز تولید داخلی آسیب مستقیم نبینند، قطع یا اختلال در تأمین همین قطعات و مواد، می‌تواند کل خط تولید را بخواباند.

مطالعات تحلیلی درباره اختلال در صنایع مادر نشان می‌دهد که اگر زنجیره تأمین پتروشیمی‌ها و فولاد دچار وقفه شود، اثر آن به سرعت به صنایع ساختمانی، خودروسازی، لوازم خانگی و حتی بخش‌های کشاورزی و غذایی سرریز می‌شود.

ج- اختلال در تأمین انرژی و زیرساخت‌های داخلی

بخش مهمی از زنجیره تولید در ایران بر پایه دسترسی پایدار به انرژی ارزان (گاز، برق، سوخت) است. هر حمله به زیرساخت‌های انرژی، خطوط انتقال یا میادین نفت و گاز، می‌تواند بخشی از تولید را متوقف کند و هزینه تولید را بالا ببرد.

در ایران، صنایع انرژی‌بر (فولاد، سیمان، پتروشیمی، آلومینیوم) ستون فقرات زنجیره‌های بسیاری از بخش‌ها هستند؛ هر کاهش ظرفیت در این حوزه‌ها، کمبود مواد اولیه و افزایش قیمت را در طول زنجیره به دنبال خواهد داشت.

اگر جنگ، قطع برق و گاز صنایع را تشدید کند، ترکیب «کاهش تولید + افزایش هزینه» به جهش قیمتی در بازار داخلی منجر می‌شود، حتی پیش از آنکه کمبود فیزیکی به‌طور کامل رخ دهد.

د- شوک‌های مالی، ارزی و مشکل سرمایه در گردش

زنجیره تأمین فقط فیزیکی نیست بلکه بعد مالی نیز دارد؛ بعد مالی آن (سرمایه در گردش، اعتبار، تأمین مالی واردات و ذخیره‌سازی) در اقتصاد تورمی و تحریمی ایران اهمیتی دوچندان دارد. در بحران‌های امنیتی، ریسک اعتباری به صورت ناگهانی بالا می‌رود، بانک‌ها سخت‌گیرتر می‌شوند، نرخ‌های تأمین مالی اعتباری افزایش می‌یابد و در نتیجه، بنگاه‌ها یا نمی‌توانند مواد اولیه را به‌موقع تأمین کنند یا مجبورند با هزینه مالی بسیار بالا این کار را انجام دهند.

در ایران بسیاری از خرید و فروش‌های اقتصادی در حوزه کسب و کار به صورت اعتباری انجام می‌شود و همین امر افزایش قیمت تمام‌شده کالا را در پی خواهد داشت؛ این وضعیت در شرایط جنگ، تشدید می‌شود، زیرا نااطمینانی نسبت به آینده و نوسان شدید نرخ ارز، هم هزینه تأمین مالی را بالا می‌برد و هم بنگاه‌ها را به سمت احتیاط بیشتر در سفارش‌گذاری و انباشت موجودی سوق می‌دهد.

۳- سرریز شوک از صنایع مادر به کل اقتصاد

وقتی زنجیره تأمین در صنایع مادر (پتروشیمی، فولاد، انرژی) دچار اختلال می‌شود، شوک فقط در همان بخش نمی‌ماند؛ بلکه از طریق قیمت نهاده‌ها، هزینه ساخت و تولید به سایر بخش‌ها سرریز می‌شود. برای مثال، افزایش قیمت خوراک دام و کود شیمیایی تحت تأثیر جنگ و اختلال زنجیره، هزینه تولید محصولات دامی و کشاورزی را بالا می‌برد و این امر مستقیماً به قیمت مواد غذایی خانوار منتقل می‌شود.

در مورد جنگ‌های منطقه‌ای تأکید شده که این نوع شوک‌ها، هم تورم مواد غذایی را بالا می‌برند و هم با فشار بر هزینه تولید، به رکود و تعطیلی بنگاه‌ها دامن می‌زنند.

برای اقتصاد ایران که هم‌زمان با تحریم و کسری سرمایه‌گذاری مواجه است، هر اختلال در این حلقه‌ها نه‌تنها تورم را بالا می‌برد، بلکه عملاً ظرفیت رشد تولید را برای سال‌های بعد هم محدود می‌کند. بنابراین این اختلالات در عمل به کمبود تولید در برخی کالاهای اساسی و صنعتی منجر می‌شود.

۴- تعمیق نااطمینانی و فرار سرمایه

وقتی بنگاه‌ها نمی‌توانند افق زمانی بحران، وضعیت تأمین مواد اولیه، نرخ ارز و سیاست‌های دولت را پیش‌بینی کنند، برنامه‌ریزی تولید و سرمایه‌گذاری عملاً ناممکن می‌شود.

در اقتصاد ایران پس از تشدید تنش‌های امنیتی، ترکیب رکود، تورم بالا، نااطمینانی و اختلال زنجیره تأمین، به کاهش سرمایه‌گذاری، افزایش خروج سرمایه و بی‌ثباتی بیشتر بازار کار منجر شده است.

در چنین محیطی، بنگاه‌ها معمولاً دو واکنش دارند:

- اول- کاهش تولید و نگه‌داشتن نقدینگی به صورت دارایی‌های امن (ارز، طلا، ملک)
- دوم- انتقال هزینه‌ها و ریسک‌ها به مصرف‌کننده از طریق افزایش قیمت‌های پیش‌دستانه

۲-۲- مکانیزم‌های رفتاری بی‌ثباتی بازار در شرایط جنگ

پیامدهای اختلال زنجیره تامین در ایران پس از جنگ تحمیلی سوم خود را به صورت رفتاری نشان می‌دهد که همین موضوع خود به صورت عامل اختلال و بی‌ثباتی در بازار می‌تواند نقش داشته باشد و در جایگاه علت قرار گیرد. ممکن است در واقع اتفاق بنیادینی برای بی‌ثباتی رخ نداده باشد، اما رفتارهای ناشی از نگرانی و انتظارات و یا برای کسب سود و واسطه‌گری باعث ایجاد بی‌ثباتی شود. که در ادامه موارد مختلف آن را بیان خواهیم کرد.

۱- کمبود انتظاری سریع‌تر از کمبود واقعی

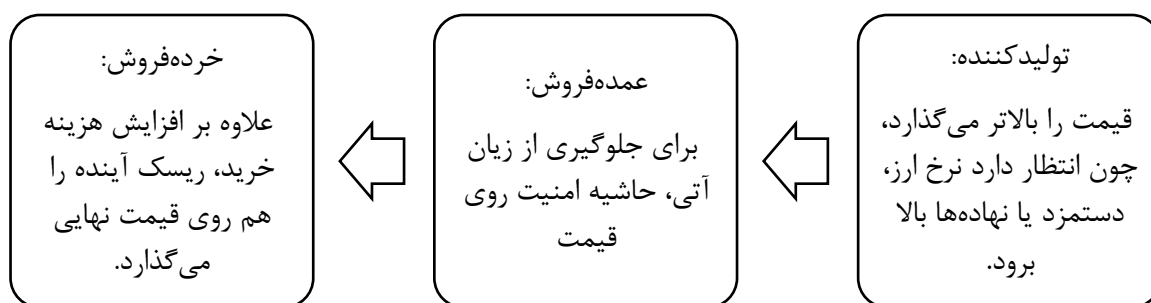
اختلال در زنجیره تولید و تأمین، از یک طرف به کاهش واقعی تولید و واردات می‌انجامد و از طرف دیگر، به محض انتشار اخبار اختلال، «انتظار کمبود» و خرید هیجانی را فعال می‌کند. این ترکیب در اقتصاد ایران که پیشاپیش با تورم مزمن و نااطمینانی روبه‌روست، به سرعت به هجوم به بازارها، احتکار خانگی و خالی شدن قفسه‌ها در کالاهای اساسی مثل گندم، روغن، دارو و نهاده‌های دامی منجر می‌شود.

در تجربه جنگ‌های اخیر در دنیا و حتی شوک‌های غیرنظامی (مانند کرونا)، دیده شد که در بسیاری از کشورها، کمبود در سطح تولید به مراتب کمتر از کمبود در سطح قفسه فروشگاه‌ها بود و عامل اصلی، رفتارهای انتظاری و اختلال در توزیع بود.

در جنگ، «انتظار تورم» و «انتظار کمبود» معمولاً خطرناک‌تر از خود کمبود اولیه‌اند، چون قبل از اینکه کاهش واقعی عرضه رخ دهد، قیمت‌ها و رفتارها را به هم می‌ریزند. در اقتصاد ایران پرتورم و پرناطمینان، این دو مکانیسم خیلی سریع فعال می‌شوند و اگر مدیریت نشوند، می‌توانند تورم را به سمت سطوح بسیار بالا و حتی سه‌رقمی هل دهند.

وقتی تولیدکننده مطمئن است مواد اولیه بعداً گران‌تر و کمیاب‌تر می‌شود، قیمت امروز را با حاشیه اضافه تعیین می‌کند تا «آینده را پیش‌خور» کرده باشد. عمده‌فروش و خرده‌فروش هم همین کار را می‌کنند؛ به خصوص در اقتصاد ایران که دسترسی به اعتبار ارزان محدود است و همه می‌خواهند خودشان را در برابر ریسک آینده بیمه کنند. این فرآیند دومینویی است و به صورت زیر قابل ترسیم است:

شکل ۱- چرخه انتقال انتظارات و ریسک در طول زنجیره عرضه



نتیجه این می شود که بخشی از تورم نه به خاطر افزایش واقعی هزینه، بلکه فقط به خاطر «انتظار افزایش هزینه» ایجاد می شود. جنگ، تورم را برای سال ها بالا نگه می دارد؛ چون دولت ها به چاپ پول و تأمین مالی تورمی جنگ و بازسازی متوسل می شوند و این انتظارات را تثبیت می کند. تجربه بسیاری از کشورها در جنگ جهانی و نیز بحران کرونا نشان داده که موج های خالی شدن فروشگاه ها، بیشتر محصول «رفتار انتظاری» است تا ناپودی کامل ظرفیت تولید.

این رفتار دو پیامد فوری دارد؛ اول احتکار خانگی و تجاری: کالا از گردش عادی بازار خارج می شود. و دوم کمبود مصنوعی ایجاد می کند، کالای فیزیکی هست، اما در قفسه نیست؛ چون در انبار یا خانه ها انبار شده است. در ایران، قبل از جنگ هم تورم مزمن و بالای ناشی از کسری بودجه و رشد نقدینگی وجود داشته است. جنگ روی این پایه سوار می شود و از مسیرهای زیر، تورم را تشدید می کند:

- ❖ شوک واقعی به عرضه در زنجیره تأمین، انرژی، واردات
- ❖ تشدید انتظارات تورمی به خاطر نااطمینانی و شوک ارزی
- ❖ شکل گیری انتظار کمبود در کالاهای اساسی و جهش تقاضای احتیاطی

۲- دلالی، واسطه گری و شکل گیری کمبود مصنوعی

دلالی و واسطه گری در زمان جنگ به یکی از گره های اصلی مدیریت تقاضا و عرضه تبدیل می شود؛ چون می تواند هم کمبود را تعدیل کند و هم اگر رها شود، کمبود مصنوعی و جهش قیمت ایجاد کند. در شرایط عادی، واسطه ها بخشی از زیرساخت بازارند: کالا را از تولیدکننده جمع می کنند، هزینه جست و جوی خریدار و فروشنده را کاهش می دهند و با انبارداری و توزیع، دسترسی جغرافیایی به کالا را بهبود می دهند. اما در شرایط جنگ، که زنجیره تأمین دچار اختلال و نااطمینانی است، همین شبکه می تواند دو نقش متضاد ایفا کند؛ بخشی از آن با تزریق موجودی به بازار، شوک اولیه را جذب می کند و بخشی دیگر با نگه داشتن کالا و «قیمت سازی»، به موتور کمبود مصنوعی و تورم انتظاری تبدیل می شود.

از منظر عرضه، اگر دسترسی مستقیم تولیدکننده یا واردکننده به بازار مختل شود (به دلیل مشکل لجستیک، سوخت، تحریم یا ریسک امنیتی)، واسطه‌ها می‌توانند نقش پل را بازی کنند و از ذخایر خود برای تأمین موقت بازار استفاده کنند؛ این وجه مثبت واسطه‌گری است.

اما وقتی دلال متوجه می‌شود که خبر جنگ و اختلال زنجیره تأمین، توقع کمبود را در ذهن مردم ایجاد کرده، انگیزه پیدا می‌کند عرضه را به صورت قطره‌چکانی انجام دهد یا کالا را در انبار نگه دارد تا قیمت به تدریج بالا برود؛ نتیجه، ایجاد «کمبود مصنوعی» است، حتی در حالی که موجودی کل کشور برای پوشش نیاز وجود دارد.

در برخی رسته‌ها (مانند خودرو، موتور، پلاستیک و...) نیز، تبانی میان بخشی از عرضه‌کنندگان برای تعیین قیمت‌های مشابه و بالا، در کنار نبود رقابت مؤثر و ضعف نظارت، می‌تواند موجی از قیمت‌سازی و انتقال هزینه به مصرف‌کننده ایجاد کند. از منظر تقاضا، دلالی سوداگرانه با اعلام قیمت‌های بالا (در تابلو، در شبکه‌های اجتماعی یا پلتفرم‌های آگهی) یک «لنگر ذهنی» جدید برای قیمت می‌سازد که سایر فروشندگان و خریداران به آن استناد می‌کنند، و این خود انتظارات تورمی را تغذیه می‌کند.

وقتی خانوارها و بنگاه‌های کوچک این سیگنال را می‌بینند، برای پیشگیری از کمبود آینده، به خرید بیش از نیاز و ذخیره‌سازی خانگی رو می‌آورند؛ این رفتار، تقاضای کاذب را بالا می‌برد و کمبود مصنوعی را تشدید می‌کند، در حالی که نبود نظارت کارآمد بر حلقه‌های واسطه‌گری، احساس «رهاشدگی بازار» و بی‌اعتمادی به دولت را تقویت می‌کند.

این ترکیب، یعنی «واسطه‌گری رهاشده» به علاوه ساختار «قیمت‌گذاری چندنرخی» در کنار «ضعف شفافیت»، باعث می‌شود سیاست‌های کنترل قیمت یا توزیع یارانه‌ای دولت در زمان جنگ به نتیجه مطلوب نرسد؛ زیرا بخشی از رانت و یارانه در حلقه‌های واسطه‌ای جذب و به جای کاهش قیمت نهایی، به افزایش حاشیه سود دلالان تبدیل می‌شود.

بنابراین، در طراحی بسته «مدیریت بازار در شرایط جنگ»، مسئله دلالی و واسطه‌گری باید نه صرفاً در قالب برخورد تعزیراتی خرد، بلکه به عنوان یک متغیر رفتاری و ساختاری دیده شود؛ یعنی هم اصلاح ساختار شبکه توزیع و نظام اطلاعاتی لازم است و هم تنظیم‌گری هوشمند برای محدود کردن نقش سوداگرانه و حفظ کارکرد مثبت واسطه‌ها در روان کردن جریان کالا باید مورد توجه قرار گیرد.

جدول (۱) - نقش دوگانه واسطه‌گری در دوران جنگ

حوزه	کارکرد مثبت (در صورت تنظیم‌گری)	کارکرد منفی (در صورت رها شدن)
عرضه	تجمیع و انتقال موجودی در شرایط اختلال تولید و لجستیک، پر کردن شکاف موقت عرضه	نگه‌داشتن کالا، عرضه قطره‌چکانی و ایجاد کمبود مصنوعی برای افزایش قیمت

تقاضا	اطلاع رسانی درباره وضعیت بازار، اتصال سریع خریدار و فروشنده و کاهش هزینه مبادله	قیمت سازی، ایجاد لنگر ذهنی بالاتر، تحریک خرید هیجانی و تقاضای کاذب
اثر بر ثبات بازار	می تواند شوک اولیه را تعدیل و هزینه توزیع را کاهش دهد	تشدید تورم انتظاری، نابرابری در دسترسی به کالا و بی اعتمادی به سیاست های دولت

۴- مسائل ساختاری و نهادی ایجاد بی ثباتی در دوران جنگ

۴-۱- تخصیص نابهینه منابع نهادهای تنظیم گر عامل بی ثباتی

کنترل قیمت در شرایط جنگی، یکی از ابزارهای ضروری مدیریت بازار کالاهای اساسی است؛ حتی بسیاری از اقتصادهای آزاد نیز در دوران جنگ و بحران، اجازه نمی دهند قیمت این کالاها بدون هیچ قید و نظارتی افزایش یابد. در چنین وضعیتی، بخشی از تولیدکنندگان و توزیع کنندگان، هم افزایش واقعی هزینه ها (مواد اولیه، انرژی، حمل و نقل و تأمین مالی) و هم انتظارات روانی نسبت به آینده را به طور هم زمان در قیمت منعکس می کنند و اگر نهاد تنظیم گر حضور فعالی نداشته باشد، این ترکیب می تواند تورم را به صورت تصاعدی تشدید کند.

در این چارچوب، افزایش قیمت کالاهای اساسی و حساس باید مشروط به سه رکن باشد:

۱- اخذ مجوز از نهاد تنظیم گر ذی ربط،

۲- ارائه آنالیز شفاف و مستند هزینه (مواد اولیه، انرژی، دستمزد، حمل و نقل، تأمین مالی و سایر اقلام اثرگذار) توسط تولیدکننده،

۳- ارزیابی کارشناسی این آنالیز و تطبیق آن با اطلاعات میدانی و داده های بازار، به نحوی که افزایش قیمت صرفاً به میزان پوشش هزینه های واقعی و حاشیه سود معقول پذیرفته شود و از هرگونه قیمت گذاری فرصت طلبانه جلوگیری گردد.

هدف این است که از یک سو هزینه های واقعی تولید و تأمین مالی پوشش داده شود و از سوی دیگر، فضای قیمت گذاری فرصت طلبانه و سوءاستفاده از شرایط جنگی محدود گردد.

در عین حال، کنترل قیمت نباید به «سرکوب کامل قیمت» و نادیده گرفتن ساختار هزینه بنگاه ها منتهی شود؛ زیرا تولیدکننده ای که قیمت مصوب، هزینه هایش را پوشش نمی دهد، یا تولید را کاهش می دهد یا به سمت بازار سیاه و عرضه غیررسمی حرکت می کند و همین امر کمبود و چندنرخ شدن بازار را تشدید می کند.

اما تنظیم گری توسط نهادها باید به صورت بهینه انجام شود. اولاً بدیهی است که توان و انرژی نهادهای تنظیم گر محدود است و تعداد و تنوع کالاها و خدمات بسیار بیشتر از چیزی است که این نهادها بتوانند

تماماً بر آنها نظارت نموده و آن را مدیریت کنند. بنابر این باید کالاها و خدمات را در سه دسته عمده دسته‌بندی کرد و نظارت و تنظیم‌گری بر قیمت آنها را نیز بهینه تنظیم نمود.

۱- دسته اول: کالاها و خدمات اساسی غیر قابل جایگزین: این کالاها به اندازه مهم هستند که لازم است نهادهای تنظیم‌گر تمرکز کامل را بر آنها بگذارد و به طور دقیق قیمت آنها را آنالیز نموده و مدیریت کند. استخراج دقیق ساختار هزینه‌ای تولید این کالاها و پیدا کردن قیمت ذاتی آن در بازار و تعیین قیمت بازاری منصفانه آنها، جزء ضروری مدیریت بازار است.

۲- دسته دوم: کالاها و خدمات اساسی غیر ضروری: برخی از کالاها و خدمات اساسی هستند، اما در صورت افزایش قیمت، قابلیت جایگزینی با کالاهای دیگری دارند. در این نوع کالاها نهادهای تنظیم‌گر باید به صورت تصادفی نظارت را انجام دهند تا ریسک قیمت‌گذاری غیر منصفانه بالاتر برود.

۳- دسته سوم: کالاها و خدمات غیر اساسی و غیر ضروری: این نوع کالاها و خدمات در بازار به تعادل می‌رسند و دخالت نهادهای تنظیم‌گر در این کالاها و خدمات تاثیر چندانی در مدیریت کلی بازار ندارد و تنها انرژی نه‌ها را هدر می‌دهد. بنابر این بخش بزرگی از کالاها هستند که به ویژه در شرایط بحرانی باید به صورت کامل رها شوند.

در شرایط جنگ و بحران، یکی از خطاهای رایج در سیاست تنظیم بازار، تلاش برای نظارت هم‌زمان بر هزاران کالا و خدمت با ظرفیت محدود نهادهای تنظیم‌گر است. در عمل، چنین رویکردی نه تنها موجب اتلاف منابع نظارتی می‌شود، بلکه امکان فهم دقیق منشأ بی‌ثباتی را نیز از بین می‌برد. در بسیاری از بازارها، تعداد محدودی «کالای شاخص» یا «کالاهای لنگر» وجود دارند که رفتار قیمتی آنها به کل زنجیره و بازارهای مشابه سرریز می‌شود. برای مثال در بازار فولاد، کالاهایی مانند تیر آهن ۱۴ یا ورق گرم، نقش شاخص قیمتی دارند و تغییرات آنها مستقیماً بر قیمت طیف گسترده‌ای از محصولات پایین‌دستی اثر می‌گذارد.

بر این اساس، پیشنهاد می‌شود نهادهای تنظیم‌گر به جای توزیع پراکنده ظرفیت نظارتی خود، بر تعداد محدودی از کالاهای کلیدی و پیشران تمرکز کنند و ساختار هزینه‌ای این کالاها را به صورت دقیق استخراج نمایند؛ از هزینه مواد اولیه، انرژی و حمل و نقل تا هزینه مالی، دستمزد و حاشیه سود متعارف. در این چارچوب، دولت می‌تواند «قیمت منصفانه» و دامنه نوسان قابل قبول این کالاها را برآورد کرده و شکاف میان قیمت بازار و قیمت تحلیلی را به عنوان شاخصی برای شناسایی منشأ بی‌ثباتی مورد استفاده قرار دهد.

مزیت این رویکرد آن است که با تحلیل دقیق چند کالای شاخص، می‌توان الگوهای مشترک اخلاص در سایر بازارهای مشابه را نیز شناسایی کرد؛ زیرا در بسیاری از موارد، ریشه بی‌ثباتی در گروهی از کالاها یکسان است؛ مانند شوک ارزی، هزینه مالی، محدودیت عرضه یا رفتارهای سوداگران. بنابراین، تمرکز بر کالاهای لنگر، علاوه بر افزایش کارایی نظارت، امکان سیاست‌گذاری سریع‌تر و هدفمندتر برای مدیریت کل بازار را فراهم می‌کند.

به‌همین دلیل، سیاست قیمت‌گذاری در شرایط جنگی باید به‌صورت یک بسته طراحی شود که عناصر اصلی آن عبارت‌اند از: نظارت بر آنالیز هزینه و تعیین سقف و کف منطقی برای حاشیه سود در حلقه‌های مختلف زنجیره، ایجاد مسیرهای سریع، شفاف و غیررانت‌زا برای بررسی و تصویب درخواست‌های افزایش قیمت، و هم‌زمان کاهش بوروکراسی و هزینه‌های اداری و مالی (از جمله هزینه تأمین مالی اعتباری) برای بنگاه‌ها تا فشار اصلی از «بالا» برداشته شود و نیاز به جبران آن از طریق افزایش قیمت نهایی به حداقل برسد.

تجربه کشورهایی که در جنگ جهانی دوم و بحران‌های غذایی و انرژی اخیر تورم کالاهای اساسی را نسبتاً کنترل کرده‌اند، نشان می‌دهد که ترکیب کنترل هدفمند قیمت با سهمیه‌بندی، قراردادهای بلندمدت تأمین، شفافیت در اعلام هزینه‌ها و مشارکت بخش خصوصی در تدوین قواعد، بسیار موفق‌تر از رویکردهای صرفاً تعزیراتی و دستوری عمل کرده است.

۴-۲- بوروکراسی زیاد عامل تشدید بی‌ثباتی

بوروکراسی در دوره جنگ، اگر اصلاح نشود، از یک «رویه عادی اداری» به عامل فعال بی‌ثباتی بازار تبدیل می‌شود. در شرایطی که بنگاه‌ها با شوک‌های عرضه، نااطمینانی ارزی و افزایش هزینه تأمین مالی مواجه‌اند، تداوم رویه‌های زمان‌بر صدور مجوز، تشریفات گمرکی، استانداردهای تکراری و فرآیندهای پیچیده بانکی عملاً سرعت واکنش زنجیره تولید و توزیع را پایین می‌آورد و هزینه تمام‌شده کالا را افزایش می‌دهد.

در ایران نیز بارها تأکید شده که در دوره‌های بحران و تنش، بنگاه‌ها بیش از خود کمبود مواد اولیه از «کمبود زمان» و گیرکردن در گلوگاه‌های اداری آسیب می‌بینند؛ به‌گونه‌ای که حتی وقتی امکان واردات یا تولید وجود دارد، مجوزها، تشریفات و ناهماهنگی دستگاه‌ها باعث می‌شود کالا دیر به بازار برسد و همین تأخیر، موج کمبود و جهش قیمت را تشدید نماید.

در مقابل، تجربه‌های موفق پساجنگ (مانند آلمان بعد از جنگ جهانی دوم) و نیز توصیه‌های اخیر درباره محیط کسب‌وکار در پساجنگ نشان می‌دهد که کاهش سریع موانع اداری، ساده‌سازی فرآیندهای صدور مجوز، تسریع تشریفات گمرکی و بازطراحی بوروکراسی بانکی برای حمایت فعال از سرمایه در گردش، از اجزای اصلی بسته سیاستی برای تثبیت تولید و مهار تورم بوده است. در این شرایط دولت باید نقش «کنترل‌گر» خود را به نقش «تسهیل‌گر» تبدیل نماید.

۴-۳- هزینه بالای تأمین مالی و فروش اعتباری گران عامل بی‌ثباتی

هزینه بالای تأمین مالی و فروش اعتباری گران یکی از حلقه‌های اصلی فشار بر قیمت تمام‌شده در اقتصاد جنگ‌زده و تورمی است. در بسیاری از زنجیره‌های تولید در ایران، بنگاه‌ها برای خرید مواد اولیه، نهاده‌های

دامی، بسته‌بندی و حتی تأمین هزینه‌های جاری، ناچارند از فروشندگان بالادست به‌صورت اعتباری و با نرخ‌های بسیار بالا خرید کنند.

در این ساختار، تأمین‌کننده بالادست به‌جای بانک عمل می‌کند و ریسک تورم، نوسان ارز و نکول را با یک حاشیه سود اعتباری بالا از خریدار می‌گیرد؛ خریدار نیز ناگزیر است این هزینه مالی را به حلقه‌های بعدی منتقل کند، به‌طوری که در نهایت مصرف‌کننده نهایی، علاوه بر هزینه مواد اولیه و تولید، «هزینه تأمین مالی» کل زنجیره را هم در قیمت می‌پردازد.

در شرایط جنگ، این مشکل تشدید می‌شود؛ چون نااطمینانی نسبت به آینده، ریسک اعتباری را بالا می‌برد، بانک‌ها سخت‌گیرتر می‌شوند و سرعت دسترسی به تسهیلات بانکی کاهش می‌یابد. در چنین فضایی، فروش اعتباری گران به تنها گزینه باقی‌مانده برای بسیاری از بنگاه‌ها تبدیل می‌شود و این یعنی تورم ناشی از هزینه مالی، روی تورم ناشی از کمبود و شوک ارزی سوار می‌شود.

به نظر می‌رسد اگر اگر ساختار تأمین مالی از فروش اعتباری گران و تسهیلات پرهزینه به سمت ابزارهای تأمین مالی زنجیره‌ای (مانند برات الکترونیک، اوراق گام و فکتورینگ) جابه‌جا شود، هم پایداری تولید در شرایط جنگ افزایش می‌یابد و هم فشار بخشی از هزینه مالی از روی قیمت نهایی کالاهای اساسی برداشته می‌شود.

۵- چالش‌های خاص کالاهای اساسی و توزیع آنها

در شرایط جنگ، مدیریت توزیع کالاهای اساسی یکی از حساس‌ترین اجزای حکمرانی اقتصادی است، زیرا هر اختلال در دسترسی مردم به کالاهایی مانند نان، گندم، برنج، روغن، دارو و نهاده‌های دامی بلافاصله به نارضایتی اجتماعی و بی‌ثباتی سیاسی منجر می‌شود. در چنین وضعیتی، دولت باید با اتکاء به ذخایر استراتژیک، مداخله هدفمند در شبکه توزیع، اعمال نظارت مؤثر بر قیمت‌گذاری و محدود کردن رفتارهای سوداگرانه در حلقه‌های مختلف زنجیره، دسترسی پایدار و نسبتاً عادلانه به کالاهای اساسی را تضمین کند.

تجربه‌های بین‌المللی مدیریت کالای اساسی در دوران جنگ نشان می‌دهد که کشورها برای حفظ دسترسی عادلانه به کالاهای اساسی، معمولاً از ترکیبی از ابزارها استفاده کرده‌اند، همچون نظام‌های سهمیه‌بندی خانوار، دفترچه‌های کوپن، قیمت‌گذاری اداری برای برخی کالاها، محدودیت بر خرید بیش از حد، تشکیل ستادهای بین‌بخشی برای توزیع، و استفاده از شبکه‌های محلی و داوطلبانه برای نظارت و توزیع؛

در این نظام‌ها، دولت نه فقط حجم کل کالا، بلکه «توزیع جغرافیایی و طبقاتی» آن را مدیریت می‌کند تا از تمرکز کالا در دست گروه‌های پردرآمد و بروز بازار سیاه جلوگیری شود؛ به‌عنوان نمونه در برنامه جیره‌بندی غذای آمریکا در جنگ جهانی دوم، سقف خرید برای همه خانوارها یکسان تعریف شد و قیمت‌های رسمی

برای کالاهای جیره‌بندی شده تعیین شد تا هم دسترسی حداقلی تضمین شود و هم تورم قیمت مواد غذایی کنترل گردد.

در ایران چالش مدیریت توزیع کالاهای اساسی در شرایط جنگی چند لایه است. از یک سو، اختلال در زنجیره تأمین جهانی و منطقه‌ای، هزینه و زمان تأمین را افزایش داده و فشار بر ذخایر استراتژیک را بیشتر کرده است و از سوی دیگر، ساختار چندپاره شبکه توزیع، تعدد سامانه‌ها و ضعف هم‌زمان در نظارت و شفافیت، باعث شده بخشی از کالا در مسیر توزیع گم شود یا به‌صورت نامتوازن به دست مصرف‌کننده نهایی برسد. همچنین در برخی موارد، سیاست‌های قیمت‌گذاری و توزیع به‌گونه‌ای طراحی شده که حاشیه سود واحدهای صفی (خرده‌فروشان) بیش از حد خرد می‌شود. این امر، انگیزه عرضه منظم را کاهش می‌دهد، زمینه تبانی برای دریافت حاشیه سود بیشتر را فراهم می‌کند و در نهایت به افزایش قیمت واقعی برای مصرف‌کننده منجر می‌شود.

در برخی دوره‌های تنش در کشور، در حالی که از نظر کلان، تأمین کالاهای اساسی در سطح کشور انجام شده، فقط بخشی از محموله‌های توزیعی واقعاً مصرف شده و بخشی دیگر به‌دلیل سوءمدیریت و نبود سازوکار هدفمند، یا در انبارها مانده یا به شبکه‌های غیررسمی و بازار سیاه راه یافته است.

تجربه کشورهایی که در جنگ یا بحران، توزیع نسبتاً موفق داشته‌اند، چند اصل مشترک را برجسته می‌کند:

- ✓ نخست، تشکیل «قرارگاه‌های کالایی» یا ستادهای بین‌بخشی با محوریت وزارت مسئول (مثلاً صمت یا کشاورزی) برای هماهنگی بین تولیدکننده، واردکننده، شبکه حمل‌ونقل، انبارها و اصناف، به جای واگذاری پراکنده مسئولیت‌ها به دستگاه‌های متعدد؛

- ✓ دوم، استفاده از داده‌های متمرکز و برخط برای رصد موجودی انبارها، جریان کالا و قیمت در کل زنجیره، و تصمیم‌گیری سریع درباره تخصیص و جابه‌جایی کالا بین استان‌ها و شهرها؛

- ✓ سوم، تعریف قواعد روشن برای قیمت‌گذاری و حاشیه سود در حلقه‌های مختلف توزیع کالاهای اساسی، به‌گونه‌ای که هم انگیزه عرضه حفظ شود و هم امکان «قیمت‌سازی» و انتقال تمام فشار به مصرف‌کننده نهایی کاهش یابد.

- ✓ چهارم، طراحی مکانیزم‌های مشخص برای مشارکت بخش خصوصی و اصناف در اجرای سیاست‌ها، در کنار نظارت قاطع بر رفتارهای سوداگرانه؛

بر این اساس، چالش اصلی کشور در مدیریت توزیع کالاهای اساسی در شرایط جنگی، نه فقط «تأمین فیزیکی»، بلکه عبور از وضعیت «مدیریت عادی در شرایط غیرعادی» است؛ یعنی پذیرش اینکه جنگ، قواعد خاص خود را در حوزه توزیع می‌طلبد: از بازطراحی سامانه‌ها و شبکه توزیع، تا تعریف حاکمیت داده، سهمیه‌بندی هدفمند و مشارکت ساختارمند بخش خصوصی و اصناف در کنار دولت. چراکه سوءمدیریت در

کالاهای اساسی به معنای عدم استفاده کارآمد از ذخایر و ابزارهای توزیع، تعدد تصمیم‌گیران و نبود طراحی هدفمند برای رساندن کالا به مصرف‌کننده نهایی است؛ وضعیتی که امکان افزایش غیرمنطقی قیمت و شکل‌گیری بازار سیاه را فراهم می‌کند.

۶- پیشنهادات سیاستی برای مدیریت بازار در دوره جنگ

۶-۱- ابزارهای مالی برای پایداری زنجیره تولید در شرایط جنگ

در کنار شوک‌های مالی، ارزی و مشکل سرمایه در گردش، که هزینه تأمین مواد اولیه و تداوم تولید را به شدت بالا می‌برند، استفاده از ابزارهای تأمین مالی زنجیره‌ای می‌تواند بخشی از این فشار را خنثی کند. ایده اصلی این ابزارها این است که به جای اتکای کامل بنگاه‌ها به تسهیلات نقدی پرهزینه یا فروش اعتباری گران، «اعتبار» در طول زنجیره تولید و تأمین به گردش درآید و ریسک از طریق بانک یا نهاد مالی، بین حلقه‌های مختلف زنجیره توزیع گردد.

ابزارهایی مانند برات الکترونیک، اوراق گام و فکتورینگ مطالبات، امکان تسویه تدریجی و ساختارمند بین تأمین‌کننده، تولیدکننده، توزیع‌کننده و خرده‌فروش را فراهم می‌کنند، بدون اینکه هر حلقه مجبور باشد تمام مبلغ خرید خود را نقداً پرداخت نماید. در کنار این ابزار، استفاده از سازوکارهایی نظیر SDF به‌عنوان سامانه تسویه و تأمین مالی زنجیره، می‌تواند امکان تهاتر و تسویه ساختارمند بین تأمین‌کننده، تولیدکننده و توزیع‌کننده را فراهم کرده و نیاز به تأمین نقدینگی مستقیم را کاهش دهد؛ به این ترتیب، فشار سرمایه در گردش در زنجیره‌های راهبردی کمتر شده و بخشی از هزینه مالی که معمولاً به قیمت نهایی کالاهای اساسی منتقل می‌شود، مهار می‌گردد.

به این ترتیب، بنگاه‌ها می‌توانند مواد اولیه و نهاده‌های استراتژیک را در زمان مناسب تأمین کنند، ریسک نکول و بلوکه شدن سرمایه در مطالبات کاهش می‌یابد و نیاز به فروش اعتباری با نرخ‌های بسیار بالا کمتر می‌شود؛ در نتیجه، بخشی از فشار «هزینه مالی» که در شرایط جنگ روی قیمت تمام‌شده و نهایتاً روی قیمت مصرف‌کننده می‌نشیند، کاهش پیدا می‌کند.

جدول (۲) - مهم‌ترین ابزارهای مالی قابل استفاده در ایران و چند الگوی مشابه بین‌المللی

ابزار	ماهیت و کارکرد اصلی	اثر بر پایداری زنجیره تولید در زمان جنگ	تجربه در ایران و جهان
برات الکترونیکی	سند تعهد پرداخت الکترونیکی که بین خریدار،	تأمین سرمایه در گردش بدون تزریق نقدی مستقیم؛	در ایران زیرساخت آن توسط بانک مرکزی و چند بانک بزرگ عملیاتی شده و برای

فروشنده و بانک مبادله می‌شود و امکان انتقال آن در طول زنجیره وجود دارد	هماهنگ‌سازی جریان مالی و کالایی؛ کاهش ریسک عدم پرداخت در زنجیره	صنایع خودرو، دام و طیور، فولاد، لوازم خانگی و ... به کار رفته است
اوراق گام (گواهی اعتبار مولد)	اوراق تعهدی که بانک به نفع تولیدکننده صادر می‌کند تا تأمین‌کنندگان مواد اولیه بتوانند در سررسید مشخص طلب خود را دریافت کنند.	امکان خرید مواد اولیه با اتکای به اعتبار بانکی، نه نقدینگی بنگاه؛ کاهش فشار نقدی بر تولیدکننده؛ حفظ تداوم تولید در شرایط تنگنای ارزی و اعتباری
فکتورینگ مطالبات	مدت‌دار بنگاه به نهاد مالی (بانک یا شرکت فکتورینگ) با تخفیف، در ازای دریافت نقدینگی سریع‌تر.	تبدیل فروش نسبه به نقد، تسریع گردش سرمایه در گردش، کاهش ریسک نکول و امکان ادامه تولید بدون انتظار طولانی برای وصول مطالبات
تبار اسنادی داخلی مدت‌دار (LC داخلی)	پرداخت وجه به فروشنده در سررسید، در ازای تحویل کالا؛ مشابه LC خارجی ولی در داخل کشور.	کاهش ریسک طرف مقابل در معاملات بین حلقه‌های زنجیره، امکان تأمین مواد اولیه با اتکای به اعتبار خریدار، نه صرفاً نقدینگی او.
کارت رفاهی / کارت اعتباری متصل به اوراق گام	کارت‌هایی که بر پایه اوراق گام صادر می‌شود و امکان خرید کالا یا خدمات مشخص را برای کارکنان یا طرف‌های تجاری فراهم می‌کند.	در ادبیات تأمین مالی زنجیره، در کنار برات الکترونیکی و اوراق گام به‌عنوان سه ابزار اصلی معرفی می‌شود؛ قابل توسعه در ایران برای معاملات بین بنگاه‌های بزرگ و تأمین‌کنندگان داخلی
کارت رفاهی / کارت اعتباری متصل به اوراق گام	کارت‌هایی که بر پایه اوراق گام صادر می‌شود و امکان خرید کالا یا خدمات مشخص را برای کارکنان یا طرف‌های تجاری فراهم می‌کند.	در ایران در حال توسعه است و می‌تواند برای مدیریت تقاضای هدفمند در بازار کالاهای اساسی و شبکه‌های توزیع خاص به کار رود
فورفیتینگ و سایر ابزارهای تأمین مالی صادراتی	خرید مطالبات میان مدت و بلندمدت صادراتی توسط نهاد مالی، معمولاً بدون حق رجوع.	حفظ جریان صادرات و ورود ارز در شرایط پریسک، حمایت از تولیدکنندگان صادرات‌محور که زنجیره داخلی را تغذیه می‌کنند.
فورفیتینگ و سایر ابزارهای تأمین مالی صادراتی	خرید مطالبات میان مدت و بلندمدت صادراتی توسط نهاد مالی، معمولاً بدون حق رجوع.	در سطح جهانی برای پروژه‌های بزرگ و صادرات صنعتی رایج است؛ در ایران می‌تواند برای صنایع راهبردی (مثل پتروشیمی و فولاد) در چارچوب تحریم و جنگ طراحی شود

۶-۲- ساماندهی سامانه‌های نظارتی و توزیعی

در روش‌های سنتی نظارت، به ویژه در اصناف به این صورت عمل می‌شد که فرد یا افرادی به عنوان ناظر به صورت سرزده در محل فروشگاه مربوطه حاضر می‌شدند و موارد را بررسی و نظارت می‌کردند. معمولاً این نظارت به صورت تصادفی و غیر منظم صورت می‌گرفت. اما روش‌هایی برای نظارت مدرن وجود دارد که

می‌توان از آنها استفاده نمود. یکی از آنها استفاده از سامانه‌های نظارتی است که هرچند در ایران فعال شده است، اما همچنان به طور کارآمدی عملیات نظارت را انجام نمی‌دهد.

سامانه‌های فعلی را می‌توان به‌طور کلی به دو دسته رصد و توزیع، و شکایت و تنظیم‌گری تقسیم کرد؛ اما مسئله اصلی امروز، پراکندگی، جزیره‌ای بودن و استفاده محدود از داده‌های آنها در سیاست‌گذاری است. این سامانه‌ها اگر به‌صورت یک شبکه یکپارچه طراحی و استفاده شوند، می‌توانند به «سیستم هشدار زودهنگام بازار» و ابزار اصلی تنظیم‌گری در شرایط جنگ تبدیل شوند، نه فقط کانال ثبت تخلف خرد. نقش و چالش سامانه‌ها در تنظیم بازار و توزیع به صورت زیر دسته بندی می‌شود:

✓ سامانه‌های شکایت و نظارت مردمی (مثل ۱۲۴، ۱۳۵ و مسیرهای مشابه) برای ثبت گزارش گران‌فروشی، کم‌فروشی، احتکار، تخلفات صنفی و مشکلات کیفیت و دسترسی طراحی شده‌اند. این‌ها در بهترین حالت باید چشم و گوش تنظیم‌گر باشند و نقاط داغ کمبود و تخلف را به‌صورت نزدیک به زمان واقعی نشان دهند.

✓ سامانه‌های رصد و توزیع (مثل سامانه‌های حوزه نان و آرد، رهتاب، رهاوا و سامانه‌های کالایی) برای ثبت موجودی، جریان کالا، سهمیه‌ها، حواله‌ها و قیمت‌های مصوب ساخته شده‌اند و می‌توانند نقشه زنجیره تأمین و توزیع کالاهای اساسی را در سطح کشور ارائه دهند. چالش اصلی این است که این سامانه‌ها در ایفای نقش در تنظیم بازار کشور را می‌توان به صورت زیر عنوان‌بندی نمود:

- هرکدام جداگانه عمل می‌کنند و داده‌هایشان به‌صورت یکپارچه روی میز سیاست‌گذار نمی‌نشیند.
- بیش‌تر بر ثبت و رسیدگی موردی به تخلفات خرد متمرکزند تا استخراج الگوهای کلان (مثلاً تشخیص اینکه در کدام شهر، کدام کالا و کدام حلقه زنجیره، مشکل ساختاری وجود دارد).
- برای مردم شفاف نیست که هر گزارش چه سرنوشتی پیدا می‌کند، و این خود اعتماد به ابزارهای نظارتی را تضعیف می‌کند.

در این شرایط و به منظور بازبینی و بهبود نقش سامانه‌ها اشاره شده در وضعیت بازار کشور پیشنهاد می‌شود، بازبینی در ساختار و کارکرد آنها به شرح ذیل ایجاد شود:

۱- یکپارچه‌سازی داده‌ها و ایجاد «پنجره واحد بازار»

همه سامانه‌های توزیع، رصد و شکایت باید به سطح داده به هم متصل شوند؛ نتیجه مطلوب این است که سیاست‌گذار یک داشبورد یکپارچه داشته باشد که روی آن، هم جریان کالا (تولید، واردات، موجودی انبار، توزیع) و هم الگوی شکایت‌های مردمی و تخلفات ثبت‌شده دیده شود. این کار، هم نقاط گلوگاهی توزیع را نشان می‌دهد و هم نقاط داغ گران‌فروشی و کمبود را؛

۲- تبدیل سامانه‌های شکایت به حسگرهای هوشمند بازار

داده‌های شکایت و گزارش مردمی نباید فقط برای تشکیل پرونده تعزیراتی استفاده شود؛ بلکه باید برای طراحی بازرسی هوشمند، اصلاح سهمیه‌ها و تصمیم‌گیری درباره مداخله در قیمت و توزیع به کار برود. به عنوان مثال، اگر در یک منطقه، شکایت از کمبود یا گران‌فروشی یک کالا به طور غیرعادی زیاد می‌شود، این باید به سرعت در تصمیم‌های ستاد تنظیم بازار درباره تخصیص بیشتر کالا، تشدید نظارت یا بررسی تبانی در آن منطقه منعکس شود.

۳- شفاف‌سازی و انعکاس بازخورد به مردم

برای حفظ و تقویت مشارکت مردم، لازم است به طور دوره‌ای گزارش‌های عمومی از عملکرد سامانه‌ها منتشر شود؛ شامل تعداد و نوع شکایت‌ها، حوزه‌های پرتخلف، زمان متوسط رسیدگی و نتایج (اخطار، جریمه، پلمب، اصلاح قیمت). این شفافیت هم بازدارندگی ایجاد می‌کند و هم احساس «بی‌اثر بودن گزارش» را کاهش می‌دهد.

۴- ساده‌سازی دسترسی و افزایش دقت اطلاعات

دسترسی به این سامانه‌ها باید از طریق مسیرهای ساده (اپلیکیشن واحد، وبسایت ساده، کدهای دستوری کوتاه تلفن همراه) فراهم شود، اما هم‌زمان، گزارش‌ها با کدملی و شناسه واحد صنفی/کسب‌وکار گره بخورد تا هم امکان پیگیری مؤثر باشد و هم آمار تخلفات و شکایات برای هر واحد صنفی و هر کالا قابل تحلیل و رتبه‌بندی شود.

۵- قرارگاه مشترک «سامانه‌ها و داده‌های بازار»

در سطح حکمرانی، پیشنهاد می‌شود یک واحد مشخص (مثلاً ذیل ستاد تنظیم بازار یا ستاد جنگ اقتصادی) مسئول یکپارچه‌سازی و تحلیل داده‌های همه سامانه‌های بازار باشد. این واحد باید وظیفه داشته باشد هر ماه، نقشه‌ای از وضعیت بازار کالاهای اساسی، پرتخلف‌ترین رسته‌ها، مناطق دچار کمبود و تاثیر اقدامات نظارتی و توزیعی را به نهادهای تصمیم‌گیر ارائه کند.

با چنین بازطراحی‌ای، سامانه‌های فعلی- از شکایت‌های مردمی تا سامانه‌های توزیع- به جای آن که مجموعه‌ای از جزایر پراکنده و بعضاً ناکارا باشند، به زیرساخت اصلی تنظیم‌گری بازار، به ویژه در شرایط جنگ و بحران، تبدیل می‌شوند.

۶- استفاده از داده‌های شکایات از واحد صنفی به عنوان مبنای محرومیت واحد از ماده ۱۰۰

به این معنی که در ماده ۱۰۰ مالیات‌های غیر مستقیم پرونده‌های واحدهای صنفی می‌تواند بدون رسیدگی نهایی شود. اما اگر واحدی از این ماده محروم شود، حتماً باید مراحل سخت و پیچیده رسیدگی را طی کند. در این سیستم نظارتی به این صورت عمل می‌شود که در صورتی که واحد صنفی بیش از ۵ شکایت در سامانه ثبت شکایات داشت، از استفاده ماده ۱۰۰ محروم خواهد شد.

۶-۳- ساماندهی پلتفرم‌ها و سکوها آنلاین برای مدیریت بازار

پلتفرم‌های آنلاین آگهی و معامله (مانند پلتفرم‌های خرید و فروش خودرو، مسکن، لوازم و ...)، کارکرد دوگانه‌ای در بازار دارند. از یک سو، با تجمیع آگهی‌ها و اطلاعات قیمت، هزینه جست‌وجوی خریدار و فروشنده را کاهش می‌دهند، رقابت را افزایش می‌دهند و می‌توانند به شفاف‌تر شدن بخشی از بازار کمک کنند.

از سوی دیگر، در شرایط جنگ، تورم بالا و نااطمینانی، همین پلتفرم‌ها به سرعت به «لنگر ذهنی قیمت» برای بازار تبدیل می‌شوند؛ یعنی عده‌هایی که در آگهی‌ها درج می‌شود، حتی اگر معامله واقعی روی آن‌ها انجام نشود، به مرجع ذهنی قیمت برای سایر فروشندگان، خریداران و حتی رسانه‌ها تبدیل می‌گردد.

در چنین محیطی، انتشار هماهنگ آگهی‌های غیرواقعی یا بیش‌قیمت، می‌تواند موجی از انتظارات تورمی و خرید هیجانی ایجاد کند. وقتی مردم می‌بینند قیمت‌های اعلامی در پلتفرم‌ها هر روز بالاتر می‌رود، حتی بدون آن‌که معامله‌ای انجام شده باشد، به این نتیجه می‌رسند که «بازار در حال فرار است» و برای عقب نماندن، به سمت خرید فوری یا افزایش قیمت در کسب‌وکار خود می‌روند.

این مسئله به‌ویژه در بازارهایی مثل مسکن، خودرو و برخی کالاهای بادوام که تعداد معاملات کم اما اثر روانی قیمت‌ها زیاد است، می‌تواند انتظارات تورمی را تشدید و سیاست‌های کنترل بازار را بی‌اثر کند.

تجربه‌های بین‌المللی نیز نشان می‌دهد که دولت‌ها و تنظیم‌گران در بسیاری از کشورها، پلتفرم‌های آنلاین را به‌عنوان «بخش تنظیم‌پذیر» اقتصاد دیجیتال دیده‌اند: از الزام به احراز هویت و ثبت دقیق مکان و مشخصات کالا، تا محدودیت در نمایش قیمت‌های خارج از دامنه متعارف، و همکاری با نهادهای ناظر برای مقابله با دستکاری بازار و انتشار اطلاعات گمراه‌کننده از نقش‌هایی است که برای آنها تعریف شده است.

در ایران نیز می‌توان و باید از پلتفرم‌های آنلاین به‌عنوان ابزار مکمل تنظیم بازار استفاده کرد، نه تنها به‌عنوان هدف برخورد مقطعی. در این چارچوب، چند محور سیاستی قابل پیشنهاد است:

❖ الزام به احراز هویت قوی و ثبت کدملی/کدصنفی برای آگهی‌دهندگان در حوزه‌های حساس (مانند خودرو، مسکن، کالاهای سرمایه‌ای و کالاهای اساسی)، برای کاهش امکان قیمت‌سازی ناشناس و تبانی؛

❖ طراحی فیلترها و محدودیت‌های هوشمند برای نمایش آگهی‌هایی که قیمت آن‌ها خارج از دامنه متعارف بازار است، همراه با هشدار به کاربر درباره «غیرمتعارف بودن» قیمت؛ به‌جای حذف کامل، می‌توان نمایش آن‌ها را مشروط و محدود کرد.

❖ ایجاد کانال همکاری رسمی میان پلتفرم‌ها و نهادهای تنظیم‌گر بازار، به گونه‌ای که داده‌های تحلیلی این پلتفرم‌ها (روند قیمت، تعداد آگهی، تعداد تماس و معامله) به صورت دوره‌ای و تجمیعی در اختیار دولت و نهادهای پژوهشی قرار گیرد تا برای رصد بازار و تشخیص حباب‌ها استفاده شود.

❖ تدوین دستورالعمل شفاف درباره مسئولیت پلتفرم‌ها در قبال آگهی‌های فیک، قیمت‌سازی و هماهنگی برای دستکاری بازار، همراه با ضمانت اجراهای مشخص (جریمه، تعلیق برخی دسته‌ها، یا اقدامات اصلاحی اجباری)؛

❖ ارزیابی دوره‌ای عملکرد سامانه‌های رهتاب، رهاوا، نانینو و سامانه‌های مشابه بر اساس شاخص‌هایی مانند پوشش داده، سرعت واکنش، دقت گزارش‌ها و تأثیر بر کاهش کمبود و تخلف، باید به عنوان بخشی از حکمرانی داده در بازار جنگی تعریف شود.

با چنین رویکردی، پلتفرم‌های آنلاین به جای آنکه تنها به عنوان «مسأله» دیده شوند، به بخشی از «راه حل» مدیریت بازار در شرایط جنگ و بحران تبدیل می‌شوند: هم شفافیت را افزایش می‌دهند، هم هزینه جست‌وجو را کاهش می‌دهند و هم داده‌های ارزشمندی برای تنظیم‌گران و پژوهشگران در اختیار می‌گذارند؛ مشروط بر آن که چارچوب تنظیم‌گری هوشمند و همکاری متقابل میان دولت و این سکوها شکل بگیرد. این ابزارها زمانی واقعاً به پایداری زنجیره تولید در شرایط جنگ کمک می‌کنند که:

۱- به صورت متمرکز بر زنجیره‌های راهبردی (کالاهای اساسی، دارو، نهادهای دامی، انرژی و صنایع مادر) اعمال شوند؛

۲- داده‌های شفاف زنجیره تأمین و نظارت بر مصرف منابع گره بخورند؛

۳- و جایگزین بخشی از تسهیلات نقدی پرهزینه و سفته‌بازانه شوند، نه اینکه صرفاً به لایه‌ای جدید از بدهی بانکی تبدیل گردند؛

۴-۶- اصلاح زنجیره تولید و تأمین برای جلوگیری از بی‌ثباتی

در سطح زنجیره تولید و تأمین، مجموعه‌ای از سیاست‌ها با محوریت شناسایی و حمایت از حلقه‌های گلوگاهی، تنوع بخشی تأمین و تقویت تأمین مالی زنجیره‌ای پیشنهاد می‌شود که در جدول زیر خلاصه شده است:

جدول (۳)- سیاست‌ها و اقدامات پیشنهادی برای تاب‌آوری زنجیره‌های راهبردی

ردیف	سیاست	اقدامات
۱	شناسایی و حمایت از حلقه‌های گلوگاهی	- تهیه نقشه «زنجیره‌های راهبردی» در کالاهای اساسی، انرژی، دارو و صنایع مادر، و تعیین واحدهای گلوگاهی که توقف آن‌ها کل زنجیره را مسکوت می‌نماید. - طراحی بسته‌های حمایتی هدفمند (حمایت مالی، ارزی، امنیتی و لجستیک) برای این حلقه‌ها در دوران جنگ و پس از آن؛

		طراحی سازوکار اضطراری برای تأمین مالی و تسهیل مجوزهای بازسازی واحدهای تولیدی آسیب‌دیده در زنجیره‌های راهبردی، به‌گونه‌ای که توقف این واحدها طولانی نشود.
۲	تنوع‌بخشی به منابع تأمین و مسیرهای حمل و نقل	- کاهش وابستگی به چند کشور یا چند تأمین‌کننده محدود برای مواد اولیه و قطعات حساس، از طریق قراردادهای بلندمدت متنوع و استفاده از کریدورهای جایگزین - سرمایه‌گذاری در لجستیک داخلی (ریلی، جاده‌ای، انبارداری هوشمند) برای کاهش آسیب‌پذیری نسبت به اختلالات خارجی
۳	تقویت تأمین مالی زنجیره‌ای و کاهش هزینه سرمایه در گردش	- توسعه ابزارهایی مانند برات الکترونیک، اوراق گام و فکتورینگ برای تأمین مالی یکپارچه زنجیره از تأمین‌کننده تا خرده‌فروش، به‌ویژه در کالاهای اساسی - تنظیم سیاست‌های اعتباری به گونه‌ای که فروش اعتباری با نرخ‌های بسیار بالا، که قیمت تمام‌شده را غیرقابل تحمل می‌کند، محدود و هدایت شود.
۴	بهبود حکمرانی داده و رصد لحظه‌ای زنجیره‌ها	- یکپارچه‌سازی سامانه‌های موجود (رهتاب، رهاوا، سامانه‌های کالایی، ۱۲۴ و ۱۳۵) برای رصد موجودی، جریان کالا و نقاط گلوگاهی، به‌جای تمرکز صرف بر گزارش تخلفات خرد - استفاده از این داده‌ها برای تصمیم‌گیری سریع در تخصیص منابع، ذخایر استراتژیک و اولویت‌بندی تولید در دوره جنگ و پساجنگ
۵	بازطراحی ساختار تولید به سمت تاب‌آوری	- حرکت از ساختارهای بسیار متمرکز و تک‌نقطه‌ای به سمت شبکه‌ای از واحدهای کوچک‌تر، متنوع و پراکنده که در برابر شوک‌ها مقاوم‌تر باشند. - ساده‌سازی مقررات و کاهش بوروکراسی برای این واحدها، تا امکان واکنش سریع به تغییرات بازار و جایگزینی حلقه‌های آسیب‌دیده فراهم شود.
۶	استفاده از ظرفیت فاینانس خارجی و خطوط اعتباری بین‌المللی	- مذاکره برای جذب خطوط اعتباری و فاینانس از شرکای راهبردی مانند چین و روسیه برای تأمین کالاهای اساسی و مواد اولیه راهبردی - استفاده از منابع مالی خارجی برای تثبیت زنجیره تأمین صنایع مادر، حمل‌ونقل و زیرساخت‌های حیاتی - فراهم‌سازی امکان استفاده مدیریت‌شده بخش خصوصی از وام‌ها و خطوط اعتباری خارجی برای تأمین نیازهای ارزی تولید - تمرکز دولت بر تسهیل روابط بانکی، کاهش ریسک‌های حقوقی و ایجاد توافقات مالی و ارزی بلندمدت با شرکای خارجی - استفاده از تأمین مالی خارجی به‌عنوان ابزار کاهش فشار بازار ارز و مهار انتظارات تورمی ناشی از کمبود ارز

۷- جمع‌بندی راهکارهای سیاستی

این پژوهش نشان می‌دهد که بی‌ثباتی بازار در شرایط جنگ، صرفاً حاصل کمبود فیزیکی کالا نیست، بلکه نتیجه برهم‌کنش مجموعه‌ای از اختلال‌های واقعی، مالی، نهادی و رفتاری است که به‌صورت هم‌زمان عمل می‌کنند و یکدیگر را تشدید می‌نمایند. در چنین شرایطی، اقتصاد تنها با کاهش عرضه مواجه نمی‌شود، بلکه انتظارات تورمی، نااطمینانی نسبت به آینده و ضعف در حکمرانی بازار نیز به عاملی مستقل برای بی‌ثباتی تبدیل می‌شوند. در اقتصاد ایران که پیش از جنگ نیز با تورم مزمن، تحریم، محدودیت سرمایه‌گذاری و ضعف ساختارهای تأمین مالی مواجه بوده است، این شوک‌ها می‌توانند بسیار سریع‌تر از بسیاری کشورها به بحران در بازار کالاهای اساسی و اختلال در تولید منجر شوند.

در سطح فیزیکی و واقعی اقتصاد، اختلال در زنجیره تأمین یکی از اصلی‌ترین منشأهای بی‌ثباتی معرفی شده است. ناامنی مسیرهای تجاری، افزایش هزینه حمل‌ونقل و بیمه، وابستگی به واردات مواد اولیه و قطعات حساس، آسیب‌پذیری زیرساخت‌های انرژی و همچنین محدودیت‌های ارزی و مالی، موجب کاهش ظرفیت تولید و افزایش هزینه تمام‌شده کالاها می‌شود. در این میان، اختلال در صنایع مادر مانند فولاد، پتروشیمی، انرژی و حمل‌ونقل، آثار خود را به کل اقتصاد سرریز می‌کند و قیمت کالاهای مصرفی و اساسی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. علاوه بر این، بی‌ثباتی در بورس کالا، رقابت‌های شدید ناشی از نگرانی نسبت به آینده و محدودیت عرضه، خود به سیگنال‌دهی منفی و تشدید انتظارات تورمی دامن می‌زند.

در سطح رفتاری نیز گزارش نشان می‌دهد که «کمبود انتظاری» گاه حتی خطرناک‌تر از کمبود واقعی است. اخبار جنگ، نااطمینانی و نگرانی نسبت به آینده، موجب هجوم مردم و بنگاه‌ها به بازار، احتکار خانگی و تجاری، خریدهای هیجانی و شکل‌گیری تقاضای کاذب می‌شود. در چنین فضایی، واسطه‌گری و دلالی نیز نقش دوگانه پیدا می‌کند؛ از یک‌سو می‌تواند بخشی از اختلال توزیع را جبران کند، اما از سوی دیگر، با نگه‌داشتن کالا، عرضه قطره‌چکانی و قیمت‌سازی، به ایجاد کمبود مصنوعی و افزایش قیمت‌ها منجر می‌شود. همچنین پلتفرم‌های آنلاین و سکوها‌های آگهی نیز در شرایط جنگ به «لنگر ذهنی قیمت» تبدیل شده و حتی بدون انجام معامله واقعی، می‌توانند انتظارات تورمی و رفتارهای سوداگرانه را تشدید کنند.

این پژوهش همچنین تأکید می‌کند که بخشی از بی‌ثباتی بازار، ریشه در مسائل ساختاری و نهادی دارد. بوروکراسی سنگین اداری و بانکی، تعدد سامانه‌های غیرهماهنگ، ضعف در حکمرانی داده، هزینه بالای تأمین مالی و فروش اعتباری گران، موجب می‌شود که حتی در مواردی که امکان تأمین کالا وجود دارد، فرایند تولید و توزیع با تأخیر و هزینه بالا مواجه شود. در کنار این مسائل، کنترل‌های غیرهدفمند قیمت و تمرکز بیش از حد بر برخوردهای تعزیراتی، بدون توجه به هزینه واقعی تولید، می‌تواند به کاهش انگیزه تولید، گسترش بازار سیاه و تشدید چندنرخ‌شدن بازار منجر گردد.

بر این اساس، پژوهش مجموعه‌ای از راهکارهای سیاستی را برای مدیریت بازار در شرایط جنگ پیشنهاد می‌کند. نخست، پایداری زنجیره‌های تولید و تأمین از طریق شناسایی حلقه‌های گلوگاهی، تنوع‌بخشی به منابع تأمین، توسعه مسیرهای جایگزین حمل‌ونقل و حمایت هدفمند از صنایع راهبردی باید در اولویت قرار گیرد. دوم، استفاده از ابزارهای تأمین مالی زنجیره‌ای مانند برات الکترونیک، اوراق گام، فکتورینگ و سازوکارهای تسویه زنجیره‌ای می‌تواند فشار هزینه مالی و کمبود سرمایه در گردش را کاهش داده و از انتقال هزینه‌های مالی به قیمت مصرف‌کننده جلوگیری کند.

در حوزه تنظیم بازار نیز پژوهش بر ضرورت بازطراحی نظام توزیع و نظارت تأکید دارد. یکپارچه‌سازی سامانه‌های نظارتی و توزیعی، ایجاد داشبوردهای داده‌محور برای رصد لحظه‌ای بازار، استفاده از گزارش‌های مردمی به‌عنوان ابزار هشدار زودهنگام، و تشکیل قرارگاه‌های کالایی برای هماهنگی میان دستگاه‌ها، از جمله پیشنهادهای کلیدی این گزارش است. همچنین پیشنهاد شده است که تنظیم‌گری بازار به‌صورت هوشمند و اولویت‌بندی شده انجام شود؛ به‌گونه‌ای که تمرکز اصلی نهادهای نظارتی بر کالاهای اساسی و غیرقابل جایگزین باشد و از مداخله گسترده و غیرضروری در سایر بازارها پرهیز شود.

در نهایت، این پژوهش تأکید می‌کند که مدیریت بازار در شرایط جنگ، صرفاً مسئله کنترل قیمت نیست، بلکه بخشی از امنیت اقتصادی و اجتماعی کشور محسوب می‌شود. موفقیت در این حوزه نیازمند ترکیبی از سیاست‌های حمایتی، حکمرانی داده، تنظیم‌گری هوشمند، مشارکت بخش خصوصی و مدیریت انتظارات تورمی است تا بتوان از شکل‌گیری کمبود مصنوعی، بی‌ثباتی شدید و فرسایش اعتماد عمومی جلوگیری کرد و زمینه لازم برای بازسازی و ثبات اقتصادی پس از جنگ را فراهم ساخت.