

الگوی رفتاری اقتصاد ایران از بعد از جنگ به‌طور کلی تغییر کرده است و وارد یک چرخه تجاری جدید با مشخصات دقیق رکود-تورمی شده است. مهم‌ترین مشخصه الگوی جدید، این است که برای نخستین مرتبه بعد از گذشت چهار سال، از زمان پایان شوک برون‌زای ناشی از پاندمی کرونا، با شوک در سمت عرضه اقتصاد روبه‌رو شده است. ابرتکانه‌ای که فقط محصور به طرف عرضه یا بنگاه‌های تولیدی و خدماتی نبوده و به‌تدریج سمت تقاضا را درگیر کرده و نشانه‌های انتقال شوک به سمت تقاضا به‌تدریج نمایان شده است. افزایش موج نرخ بیکاری ناشی از تعدیل نیروی انسانی که مورد خطاب در پیام اخیر مقام معظم رهبری بوده است، مهم‌ترین گواه برای وجود ماهیت شوک فرایگر در دو سوی اقتصاد و کاهش قدرت خرید خانوارهاست.

خیز شتابان تورم

نرخ تورم (سطح عمومی قیمت کالا و خدمات) در بازه اسفند به فروردین از رشد پنج‌درصدی برخوردار بوده و به سطح ۵.۷۳ درصد (منتهی به سال قبل) به روایت مرکز آمار رسیده است. این روند نشان می‌دهد که خانوارها باید برای تأمین کالا و خدمات مورد نیاز، مبالغ بیشتری را به‌صورت ماهانه پرداخت کنند.

«مصرف‌کننده مواجه با تورم ۷۳درصدی»، تاکنون تجربه‌ای این‌گونه در هنگام مبادله پول به کالا نداشته است. به بیان ساده‌تر، برای خرید یک واحد کالایی باید مخارج بیشتری را پذیرا باشد. از منظر دیگر، این روند مستمر، گویای کاهش قدرت خرید یا تنزل مقدار مصارف خانگی است.

دشواری در مدیریت بودجه خانوار یا دولت؟

نکته درخور توجه این است که تورم ساختاری با مقادیر رو به تریاد در بازه بلندمدت؛ که غالباً دارای منشأ پولی (رشد پایه پولی و نقدینگی) است، جزء پیش‌فرض اولیه و آمیخته با مدیریت بودجه خانوار از سوی مصرف‌کننده ایرانی است، اما اینک، افزایش بی‌سابقه نرخ تورم که در بازه بعد از تاریخ انقلاب اسلامی تجربه نشده است (حتی در زمان جنگ تحمیلی و کرونا)، مصرف‌کننده را با فشار هزینه‌ای بی‌امان و مستمر و کمرشکن روبه‌رو کرده است؛ به طوری که اکنون اداره و مدیریت بودجه یک خانوار از مدیریت بودجه کشور که از تکتُر منابع درآمدی و تنوع دامنه انتخاب برخوردار است، دشوارتر شده است.

تورم از مرکز آمار ایران تا بازار تهران

به طور قطع، نرخ تورم واقعی از نرخ تورم اسمی

مورد اعلام سیاست‌گذار (چه مرکز آمار، چه بانک مرکزی) بیشتر است. واقعیت‌های عینی نمی‌تواند شکاف میان دو نرخ را پنهان کند؛ کمابینکه با تغییرات عمیق و وسیع در الگوی مصرف خانوار ایرانی که در سال‌های اخیر رخ داده است، سهم وزنی غیرواقعی در بسیاری از کالاها، ضرورت بازنگری در اقلام منتخب برای شاخص تورم یا اثر وزنی هریک از گروه‌های کالایی را چه به صورت افزایشی و چه به صورت کاهشی، برملا کرده است.

تورم بودجه‌شکن

سهم درخور توجهی از ماهیت روند تورمی اخیر و پیش‌رو ناشی از تورم کالایی (غیرپولی) و تورم وارداتی (مناثر از افزایش قیمت تمام‌شده در سطح جهانی) است که مهار و مدیریت آن، از سوی بانک مرکزی، کاری بس دشوار و صد البته سترگ است.

برای فهم دقیق اوضاع نابسامان در سمت تقاضا، شواهد نشان می‌دهد افزایش قیمت‌ها در برخی از اقلام مصرفی و مایحتاج عمومی به صورت روزانه یا هفتگی است.

این روند باعث شده قدرت خرید مصرف‌کننده با قیود و محدودیت‌های جاری و آتی بیشتری روبه‌رو شود. در اینجا، صحبت از خط فقر نیست، چراکه شاخص مزبور قابلیت ارزیابی سیاست‌های رفاهی دولت‌ها را در بازه سالانه فراهم می‌کند. اکنون صحبت از شرایطی است که محدودیت‌های منابع بودجه‌ای، تاب‌آوری خانوارها را به‌تدریج تضعیف می‌کند.

جریان نقدی قطره‌ای

مهم‌ترین واقعه مالی در بودجه خانوار، مسئله کاهش درآمد‌های جاری و اتفاقی و امحای جریان نقدی است. هم‌زمان با کاهش شدید درآمد خانوار، به ناچار مصرف آنها نیز کاهش یافته، چراکه اصل بر بقاست. افراد خانوار با کاهش شدید مصرف یا تغییرات اساسی در سبد مصرفی، تلاش می‌کنند کسورات ناشی از تضعیف جریان درآمدی را پوشش دهند. در این نقطه، حرفی از حفظ مطلوبیت مطرح نیست. در گام دوم (بعد از کاهش مصرف اقلام غیرضروری)، بسیاری از خانوارها برداشت از پس‌انداز (ذخایر نقدی) را راه‌حلی کوتاه‌مدت برای جبران نیازهای مصرفی دارای اولویت دیده‌اند.

داریی‌های جبرانی برای امرار معاش

از جمله ویژگی‌های شوک‌های برون‌زای قیمتی که



روایتی تحقیقی از تغییرات بودجه خانوار ایرانی در شرایط جنگ و نااطمینانی

سفره ناتراز



محسن ایلچی

تحلیلگر ارشد اقتصادی

منجر به تغییر تدریجی یا آنی رفتار مصرف‌کننده می‌شود، غافلگیری، غیرمنتظره‌بودن یا بسرآورد ناپذیری بودن و همچنین آمادگی برای مهار آن است. ازاین‌رو شماری از خانوارها نیز برای جبران ناترازی به فروش دارایی‌های نقدشونده، نظیر طلا یا سکه یا رمزارز روی آورده‌اند. به قسمی که موجودی سرمایه نقد و غیرنقد آنها، راهکاری کوتاه‌مدت برای جبران ناترازی بودجه رو به کسری و امرار معاش‌شان شده است که صد البته داشتن همین اهرم جبرانی، برای تمام خانوارهای ایرانی امکان‌پذیر نیست. خانوار ایرانی در روبرویی با شوک تورمی، درآمدی و هزینه‌ای ناشی از جنگ؛ دست به تغییرات اساسی در ترکیب سبد مصرفی زده است که خود نشان‌دهنده این است که سبک زندگی شان، با سرعتی باورنکردنی در حال تغییر است.

دروازه‌بانی انقباضی

آنی‌ترین اتفاقی که در سبد مصرف خانوار رخ داده است، بازنگری در ترجیحات مصرفی است. به این صورت که خرید بسیاری از کالاها و اقلام همیشگی با دروازه‌بانی انقباضی، اصولاً از جریان مصرف خارج شده است. الزاما کالاهای مزبور، جزء محصولات لوکس

را با محدودیت ناخواسته، روبه‌رو کرده است. انتخاب و مصرف کالاهای جانشین است که با عادات یا ذائقه مصرفی اعضای خانوار سازگاری ندارد.

پیش‌تر از شوک بودجه‌ای، خانوار اقلامی را انتخاب و مصرف می‌کردند که همسو با هدف حفظ مطلوبیت نسبی بوده است. طبیعی است که اقلام جایگزینی به‌عنوان کالاهای جانشین، از نظر قیمت، کیفیت و کالری، رضایت کمتری را تأمین می‌کند؛ چراکه در کوتاه‌مدت، هدف بودجه‌گردان خانوار، تأمین کالری کافی برای اعضای خانوار و پرهیز از وقوع فقر سلولی (کمبود زیستی) است، نه الزاما رضایت جمعی؛ که این مسئله در دهک‌های درآمدی پایین جامعه به طور جدی قابل ردیابی است.

مصائب سیدگردان خانواده

فشار هزینه‌ای (تورمی) و کمبود درآمد، سیدگردان‌های خانوار را با محدودیت بیشتری روبه‌رو کرده است، به طوری که انتخاب کالاهای پست، به‌ناچار انجام می‌شود.تغییرات جدی در نحوه هزینه‌کرد منابع محدود خانوار یکی دیگر از تبعات فشار مستمر مخارج زندگی است. از سبد مصرفی خانوار، اِیتم‌هایی نظیر سفر، تفریح و آموزش خارج شده است و وزن مواد غذایی و دارو با تورم، که به طور مطلق به بقا و زیست اعضای خانوار مرتبط است، وزن و سهم بیشتری به خود گرفته است.

از کیفیت‌محوری به قیمت‌محوری

تغییرات وسیع در الگوی رفتار مصرفی و سبک زندگی خانوارها، نشانگر این است که در سطوح مختلف، «کیفیت‌محوری» به سمت «قیمت‌محوری» با حساسیت بالا، تغییر کرده است.

زیست در کلان‌شهرها

این مسائل، به طور جدی در «کلان‌شهرها»، بیش از نواحی روستایی و شهرهای کوچک قابل احصا و مشاهده است، چراکه ساخت هزینه‌ای و منابع درآمدی در بودجه خانوار در اقتصادهای منطقه‌ای، اندک تفاوت‌هایی دارد. در برخی نواحی روستایی، همچنان تولیدات کشاورزی (اقتصاد فلاحتی) و دامداری (شیبانی)، جریان ناسور درآمدی را ایجاد می‌کند. با این حال، نرخ تورم و فشار به سبد مصرفی در مناطق روستایی هم بالاست و افزایش قیمت نهادهای تولید، سطح درآمد و حاشیه سود آنها را هم تحت‌الشعاع قرار خواهد داد و قیمت بسیاری از کالاهای مصرفی در



گستره ملی افزایش یافته است. در بعد هزینه‌ای، سبد مصرفی خانوار روستایی، به دلیل فقدان تنوع کالایی و خدماتی، مدیریت‌پذیرتر خواهد بود، به‌ویژه استان‌هایی که سهم بالایی در تأمین منابع غذایی در کشور دارند.

خانواده تاب‌آور و بقامحور

برای مدیریت منابع درآمدی محدود و افزایش فشار هزینه‌ای نامحدود، خانوارها چاره‌ای جز افزایش تاب‌آوری ندارند. به طور مشخص، بررسی ترجیح مصرفی آنها نشان می‌دهد افزون بر کاهش میزان خرید و مصرف، بودجه خانوار به‌سرعت از سمت «رفاه‌محوری» به سمت «بقامحوری» میل کرده است.

فقدان افق زمانی

با افزایش «تاب‌آوری مصرفی»، به طور طبیعی ذهنیت مصرف‌کننده به سمت احتکار یا ذخیره‌سازی خانگی برای کاهش اثر هزینه‌ای در افق کوتاه‌مدت و میان‌مدت معطوف شده است، اما با افزایش مستمر قیمت‌ها، این گزینه نیز به‌ویژه برای خانوارهای پرجمعیت و آسیب‌پذیر، اساسا امکان‌پذیر نبوده و نیست. از طرفی، تورم مواد غذایی، اجازه شکل‌گیری ذخیره‌سازی در بخش تقاضا را نداده است.واقعیت این است که خانوارها برای گذران زندگی تدابیر متفاوتی از خود بروز داده‌اند. اما از آنجایی که نقطه پایان جنگ سرآغازی برای مواجهه به چالش‌های پایدار اقتصادی است، نمی‌توان برای چنین وضعیتی که توصیف شد، افق زمانی مشخصی را تعریف و ترسیم کرد. پس حداقل در چشم‌انداز میان‌مدت، باید آن را مدیریت کرد.

راهکار برای سیاست‌گذار

اما نقش سیاست‌گذار چیست؟ دولت از اواخر سال گذشته به سمت توزیع کالابرگ به مقدار و میزان مشخصی، برای تمامی دهک‌های درآمدی رفته است که این کار اقدام بسیاری بجا بوده است. کاری که دولت آقای پزشکیان در راستای سیاست‌های جبرانی مفروض در تابع بهینه‌سازی رفاه اجتماعی انجام داده و می‌دهد، بسیار ضروری است. در تمامی کشورهای جهان، افزایش پرداخت‌های انتقالی حتی با آثار تورمی ناشی از رشد مخارج دولت، امری تجربی و قطعی است. اما در اغلب موارد، کشورهایی که با افزایش حجم یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم به مدد اقتصاد خانوار می‌روند، از یک تورم ساختاری دورقمی کمرشکن و استخوان‌خردکن روبه‌رو نیستند.

ریموندویل

RAYMOND WEIL
GENEVE



SARMAN Co.

شرکت سرمان

۰۲۱ ۲۲ ۶۱ ۳۷ ۵۲