

مدیریت قیمت دستوری؛ بایدها و نبایدها

مرتضی فاخری

دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، گروه مدیریت، دانشگاه تهران مرکز، تهران، ایران

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۲/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۱

Mandatory price management dos and don'ts

Morteza Fakheri

PhD in Strategic Management, Department of Management, University of Research Sciences, Tehran, Iran

چکیده

Abstract

Administered pricing is one of the policies that most governments implement to control prices, prevent inflation, and protect consumers. However, the experience of Iran and many other countries has shown that this policy not only does not reduce economic problems, but is also accompanied by widespread negative consequences. A more in-depth analysis of this issue is provided below. An administered price is a price that is determined by the government or a regulatory body, not based on the market mechanism (supply and demand). In this type of pricing, the government or the responsible body determines the price of goods or services with the aim of controlling the market, preventing excessive increases or decreases in prices, and protecting consumers or producers.

Keyword: Market, Consumption, People, Government, Supervision

قیمت‌گذاری دولتی یا دستوری یکی از سیاست‌هایی است که اغلب دولت‌ها برای کنترل قیمت‌ها، جلوگیری از تورم، و حمایت از مصرف‌کنندگان اجرا می‌کنند. با این حال، تجربه ایران و بسیاری از کشورهای دیگر نشان داده که این سیاست، نه تنها مشکلات اقتصادی را کاهش نمی‌دهد، بلکه با پیامدهای منفی گسترده‌ای همراه است. تحلیل عمیق‌تری از این موضوع ارائه می‌شود. قیمت دستوری به قیمتی گفته می‌شود که توسط دولت یا یک نهاد نظارتی تعیین می‌شود، نه بر اساس مکانیزم بازار (عرضه و تقاضا). در این نوع قیمت‌گذاری، دولت یا نهاد مسئول با هدف کنترل بازار، جلوگیری از افزایش یا کاهش بیش از حد قیمت‌ها، و حمایت از مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان، قیمت کالا یا خدمات را مشخص می‌کند.

کلید واژه: بازار، مصرف، مردم، دولت، نظارت

نقش قیمت در اقتصاد

راهنمایی منابع: قیمت‌ها نقش یک سیگنال را برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ایفا می‌کنند. اگر قیمت یک کالا افزایش یابد، تولیدکنندگان تشویق می‌شوند که بیشتر از آن کالا تولید کنند.

ایجاد انگیزه: قیمت‌ها می‌توانند انگیزه‌ای برای خریداران و فروشندگان ایجاد کنند. قیمت پایین مصرف‌کنندگان را جذب می‌کند و قیمت بالا تولیدکنندگان را به افزایش تولید ترغیب می‌کند.

تخصیص منابع کمیاب: از طریق مکانیزم قیمت، منابع کمیاب به سمت بیشترین تقاضا هدایت می‌شوند.

چالش‌ها و تغییرات در قیمت

تورم: افزایش مداوم در سطح عمومی قیمت‌ها که قدرت خرید را کاهش می‌دهد.

تغییرات ارزی: نوسانات نرخ ارز می‌تواند تأثیر مستقیمی بر قیمت کالاهای وارداتی یا صادراتی داشته باشد.

مالیات و تعرفه‌ها: دولت‌ها از طریق مالیات یا تعرفه‌های وارداتی می‌توانند قیمت‌ها را تغییر دهند.

انواع قیمت در سیستم‌های مختلف

قیمت بازار: قیمتی که در بازار برای یک کالا یا خدمت تعیین می‌شود.

قیمت اسمی: قیمتی که به صورت رسمی یا ثابت مشخص شده است.

قیمت واقعی: قیمتی که بعد از تعدیل با تورم یا تغییرات اقتصادی به دست می‌آید.

قیمت تعادلی: قیمتی که در آن مقدار عرضه با مقدار تقاضا برابر است.

قیمت انحصاری: قیمتی که توسط یک تولیدکننده یا فروشنده انحصاری تعیین می‌شود.

قیمت توافقی: قیمتی که بین خریدار و فروشنده به صورت توافقی تعیین می‌شود.

قیمت دولتی: قیمتی که توسط دولت یا نهادهای نظارتی تعیین می‌شود، مثلاً قیمت سوخت یا نان.

قیمت‌گذاری دولتی یا دستوری یکی از سیاست‌هایی است که اغلب دولت‌ها برای کنترل قیمت‌ها، جلوگیری از تورم، و حمایت از مصرف‌کنندگان اجرا می‌کنند. با این

۱. مقدمه

قیمت؛ عبارت است از مقدار پول یا هر نوع ارزش دیگری که برای به دست آوردن کالا، خدمات یا دارایی پرداخت می‌شود. به عبارت دیگر، قیمت نشان‌دهنده ارزش اقتصادی یک کالا یا خدمات است که در یک بازار مشخص و تحت تأثیر عرضه و تقاضا تعیین می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت: قیمت یکی از مفاهیم کلیدی در اقتصاد بوده و نقش اساسی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها ایفا می‌کند. از آنجاییکه در جامعه ای زندگی می‌کنیم که اقتصاد دولتی، همه وجود آن را احاطه کرده و معیشت مردم را تحت تأثیر قرار داده است، می‌خواهیم در مورد قیمت دولتی و به بیان اقتصاد امروزی، قیمت دستوری بپردازیم. واژه ای که سال‌هاست در کشورهای متری به کنار گذاشته شده است اما همچنان در بعضی از ممالک در حال توسعه از جمله ایران، با جدیت روز افزونی در حال استفاده است و چون برای مردم عادی، آنچنان ماهیت ملموسی ندارد بنابراین برایشان بی مفهوم و شاید بی اهمیت قلمداد می‌شود. اما اندیشمندان علم اقتصاد از نگاهی علمی به این قضیه توجه داشته که با توجه به تمرکز این مقوله در دهه اخیر در جامعه اقتصادی ایران، ضمن تبیین عملکرد قیمت و تأثیر آن در اقتصاد و رقابت آزاد، به بیان چالش‌ها، پیامدها و راهکارهای جایگزین می‌پردازیم.

عوامل تعیین‌کننده قیمت

اقتصادی بودن: قیمت بازتاب‌دهنده ارزش اقتصادی یک کالا یا خدمت است. تأثیر عرضه و تقاضا: قیمت معمولاً در بازار توسط عوامل عرضه (مقدار کالا) و تقاضا (میزان نیاز یا خواسته مصرف‌کنندگان) تعیین می‌شود. تلافی این دو عامل در بازار، قیمت تعادلی را مشخص می‌کند. تنوع: قیمت می‌تواند شامل اشکال مختلفی مانند پول نقد، اقساط، یا حتی مبادله کالا به کالا باشد.

رقابت در بازار: در بازاری که رقابت شدید است، قیمت‌ها معمولاً پایین‌تر هستند، اما در بازارهای انحصاری، تولیدکنندگان می‌توانند قیمت‌ها را بالاتر تعیین کنند.

ثبات اقتصادی: این روش می‌تواند به جلوگیری از نوسانات شدید قیمت در بازار کمک کند.

نمونه ای مبنایی از قیمت دستوری

سوخت و انرژی: قیمت بنزین، گاز و برق در بسیاری از کشورها تحت کنترل دولت است.

کالاهای اساسی: قیمت کالاهایی مانند نان، روغن، شکر یا دارو در برخی کشورها به صورت دستوری تعیین می‌شود.

حداقل دستمزد: تعیین حداقل حقوق کارگران نیز نوعی قیمت‌گذاری دستوری در بازار کار است.

نظر اقتصاددانان درباره قیمت‌گذاری دستوری

اقتصاددانان نظرات متفاوتی درباره قیمت دستوری دارند که اغلب به چارچوب‌های نظری، شرایط اقتصادی و دیدگاه‌های سیاسی آن‌ها بستگی دارد. به طور کلی، می‌توان دیدگاه‌ها را به دو دسته منتقدان و حامیان مشروط تقسیم کرد.

دیدگاه منتقدان قیمت‌گذاری دستوری

بسیاری از اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک با قیمت‌گذاری دستوری مخالف هستند و معتقدند که این سیاست منجر به اختلال در مکانیزم بازار می‌شود. دیدگاه‌های کلیدی آن‌ها عبارت‌اند از:

اختلال در عرضه و تقاضا: قیمت‌های دستوری اغلب مانع از رسیدن بازار به تعادل طبیعی می‌شوند. مثلاً اگر قیمت یک کالا پایین‌تر از سطح تعادلی تعیین شود، تقاضا افزایش و عرضه کاهش می‌یابد، که این امر باعث کمبود در بازار می‌شود.

ایجاد بازار سیاه و فساد: اقتصاددانان معتقدند که قیمت‌گذاری دستوری باعث ایجاد انگیزه برای رانت‌جویی، احتکار و شکل‌گیری بازار سیاه می‌شود.

عدم انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات بازار: بازارها پویا هستند و قیمت‌ها باید متناسب با شرایط جدید (مانند تغییر هزینه‌ها یا تقاضا) تنظیم شوند. قیمت‌گذاری دستوری این انعطاف را از بین می‌برد.

تشدید مشکلات تورمی: اقتصاددانانی چون میلتون فریدمن استدلال می‌کنند که کنترل قیمتی ممکن است

حال، تجربه ایران و بسیاری از کشورهای دیگر نشان داده که این سیاست، نه تنها مشکلات اقتصادی را کاهش نمی‌دهد، بلکه با پیامدهای منفی گسترده‌ای همراه است. در ادامه، تحلیل عمیق‌تری از این موضوع ارائه می‌شود.

قیمت دستوری به قیمتی گفته می‌شود که توسط دولت یا یک نهاد نظارتی تعیین می‌شود، نه بر اساس مکانیزم بازار (عرضه و تقاضا). در این نوع قیمت‌گذاری، دولت یا نهاد مسئول با هدف کنترل بازار، جلوگیری از افزایش یا کاهش بیش از حد قیمت‌ها، و حمایت از مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان، قیمت کالا یا خدمات را مشخص می‌کند.

ویژگی‌های قیمت دستوری

تعیین‌شده توسط دولت: دولت یا نهادهای رسمی این قیمت را تعیین می‌کنند.

عدم انعطاف‌پذیری بازار: در این روش، قیمت‌ها انعطاف کمتری نسبت به تغییرات عرضه و تقاضا دارند.

هدف‌محور بودن: معمولاً برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر، تثبیت بازار یا کنترل تورم اجرا می‌شود.

انواع قیمت‌گذاری دستوری

قیمت حداکثری: سقفی برای قیمت کالا تعیین می‌شود تا فروشندگان نتوانند بیشتر از آن قیمت بفروشند (تعیین سقف قیمت اجاره مسکن).

قیمت حداقلی: کف قیمتی تعیین می‌شود تا فروشندگان مجبور باشند حداقل به آن قیمت بفروشند (تعیین حداقل دستمزد برای کارگران).

قیمت ثابت: در این حالت، دولت قیمت مشخصی برای یک کالا یا خدمت تعیین می‌کند که نباید تغییر کند (قیمت نان یارانه‌ای در برخی کشورها).

دلایل استفاده از قیمت دستوری

کنترل تورم: دولت‌ها از قیمت‌گذاری دستوری برای کنترل افزایش بیش از حد قیمت‌ها استفاده می‌کنند.

حمایت از مصرف‌کنندگان: کالاهای اساسی مانند نان، سوخت یا دارو ممکن است با قیمت دستوری عرضه شوند تا همه اقشار جامعه بتوانند به آن دسترسی داشته باشند.

مثال‌های واقعی از قیمت‌گذاری دستوری در ایران

تجربه قیمت‌گذاری دستوری در ایران یکی از موضوعات مهم و پرچالش در اقتصاد این کشور است. دولت‌های مختلف در ایران برای کنترل قیمت کالاها و خدمات، حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و مقابله با تورم، سیاست قیمت‌گذاری دستوری را در دوره‌های مختلف اجرا کرده‌اند. با این حال، این سیاست‌ها غالباً با پیامدهای منفی مانند کمبود کالا، ایجاد بازار سیاه، و فساد همراه بوده‌اند. در ذیل، به نمونه‌هایی در این مورد، اشاره شده است:

ارز ۴۲۰۰ تومانی: این سیاست برای کنترل قیمت کالاهای اساسی اجرا شد، اما به دلیل سوءمدیریت، باعث رانت گسترده و انحراف منابع شد، که پیامدهایی شامل (افزایش قاچاق کالا،/ عدم کاهش قیمت‌ها برای مصرف‌کننده نهایی،/ کاهش اعتماد عمومی به دولت) کنترل قیمت نان و کالاهای اساسی: در بسیاری از مواقع، کنترل قیمت نان یا کالاهای ضروری به کمبود این اقلام و کاهش کیفیت آن‌ها منجر شده است.

مثال‌های واقعی از قیمت‌گذاری دستوری در جهان

آرژانتین: دولت این کشور در دوران تورم شدید، قیمت مواد غذایی را کنترل کرد. ونزوئلا: در نتیجه قیمت‌گذاری دستوری، کمبود شدید کالاهایی مانند غذا و دارو مشاهده شد. ایالات متحده (دوران جنگ جهانی دوم): کنترل قیمت‌ها برای جلوگیری از تورم ناشی از تقاضای بالای جنگ.

مزایا و معایب قیمت‌گذاری دستوری

مزایا: حمایت از اقشار کم‌درآمد: قیمت‌گذاری دستوری کمک می‌کند که کالاها و خدمات ضروری برای همه قابل دسترس باشند.

کاهش نوسانات بازار: با کنترل قیمت‌ها، از تغییرات شدید و ناگهانی جلوگیری می‌شود.

ثبات اقتصادی و اجتماعی: کنترل قیمت‌ها می‌تواند مانع از بروز ناآرامی‌های ناشی از افزایش قیمت‌ها شود.

معایب: ایجاد بازار سیاه: اگر قیمت‌گذاری دستوری بسیار پایین‌تر از قیمت واقعی بازار باشد، ممکن است عرضه کاهش یابد و بازار سیاه ایجاد شود.

اثرات تورمی را به تأخیر بیندازد اما در نهایت باعث تورم پنهان یا تشدید آن در آینده می‌شود.

دیدگاه حامیان مشروط قیمت‌گذاری دستوری

برخی اقتصاددانان با نگاه موقت و هدفمند به قیمت‌گذاری دستوری نگاه می‌کنند. آن‌ها معتقدند که در شرایط خاص، این سیاست می‌تواند مفید باشد، اما باید با احتیاط اجرا شود. اقتصاددانانی مانند جان مینارد کینز معتقدند که در برخی شرایط، دخالت دولت در اقتصاد لازم است. دلایل این افراد شامل موارد ذیل می‌گردد:

حمایت از اقشار آسیب‌پذیر: در اقتصادهای در حال توسعه یا در شرایط بحران (مانند جنگ یا تحریم)، قیمت‌گذاری دستوری می‌تواند به حمایت از گروه‌های کم‌درآمد کمک کند. مثال: کنترل قیمت نان یا سوخت. کنترل تورم شدید: در شرایط تورم بسیار بالا، قیمت‌گذاری دستوری می‌تواند به عنوان یک ابزار موقتی برای کاهش فشار قیمتی بر مصرف‌کنندگان استفاده شود.

تنظیم بازارهای انحصاری: در صنایعی که انحصار وجود دارد (مانند انرژی یا حمل‌ونقل)، قیمت‌گذاری دستوری می‌تواند از سوءاستفاده انحصارگران جلوگیری کند.

دیدگاه‌های اقتصاددانان مشهور درباره قیمت‌گذاری دستوری

آدام اسمیت: به‌عنوان بنیان‌گذار اقتصاد مدرن، معتقد بود که "دست نامرئی بازار" بهترین مکانیزم برای تعیین قیمت است و مداخله دولت در قیمت‌گذاری را ناپسند می‌دانست.

میلتون فریدمن: او مخالف سرسخت قیمت‌گذاری دستوری بود و استدلال می‌کرد که این سیاست منجر به کاهش کارایی بازار، فساد و کمبود می‌شود.

جان مینارد کینز: کینز به نقش دولت در تنظیم اقتصاد باور داشت، اما قیمت‌گذاری دستوری را تنها در شرایط خاص و به صورت موقت تأیید می‌کرد.

فریدریش هایک: او به شدت با هر نوع کنترل قیمتی مخالف بود و معتقد بود که قیمت‌ها اطلاعات ضروری برای تخصیص بهینه منابع را فراهم می‌کنند.

تشدید نابرابری: قیمت‌گذاری دستوری معمولاً به نفع طبقات مرفه و کسانی که دسترسی به کالاهای یارانه‌ای دارند، تمام می‌شود و اقشار ضعیف کمتر از آن بهره‌مند می‌شوند.

کاهش اعتماد عمومی: ناکارآمدی و فساد ناشی از قیمت‌گذاری دستوری باعث کاهش اعتماد مردم به سیاست‌های اقتصادی دولت می‌شود.

چالش‌های اجرای قیمت دستوری

نظارت بر بازار: دولت‌ها باید منابع زیادی برای نظارت بر اجرای قیمت دستوری اختصاص دهند.

هماهنگی با عرضه و تقاضا: قیمت دستوری اگر با شرایط بازار هماهنگ نباشد، می‌تواند باعث ایجاد مشکلاتی مانند کمبود یا مازاد شود.

نیاز به سیستم توزیع کارآمد: دولت باید سیستم توزیعی ایجاد کند که بتواند کالاها را به‌طور عادلانه در بین مردم تقسیم کند.

فساد و رانت‌خواری: برخی افراد ممکن است با استفاده از ارتباطات یا نفوذ خود کالاها را خارج از چارچوب قانونی عرضه کنند. فساد در قیمت دستوری یکی از پیامدهای رایج این سیاست اقتصادی است که به دلیل دخالت غیرطبیعی در مکانیزم عرضه و تقاضا، فرصت‌هایی برای سوءاستفاده و ایجاد بازارهای غیررسمی فراهم می‌کند. در ادامه، دلایل، اشکال و پیامدهای فساد در این زمینه بررسی شده است:

دلایل اصلی فساد در قیمت دستوری

اختلاف قیمت رسمی و واقعی بازار: وقتی قیمت دستوری بسیار پایین‌تر از قیمت واقعی بازار باشد، تقاضا افزایش و عرضه کاهش می‌یابد. این عدم تعادل زمینه را برای فساد فراهم می‌کند.

نظارت ناکافی: نبود زیرساخت‌های مناسب برای نظارت بر اجرا و کنترل بازار می‌تواند منجر به سوءاستفاده شود. رانت‌جویی: افراد یا گروه‌هایی با دسترسی به کالاهای یارانه‌ای یا ارزان‌قیمت ممکن است آن‌ها را در بازار آزاد به قیمت‌های بالاتر بفروشند.

کاهش انگیزه تولیدکنندگان: قیمت‌های پایین ممکن است تولیدکنندگان را از تولید بیشتر منصرف کند.

کمبود کالا: در صورت تعیین قیمت پایین‌تر از هزینه تولید، تولیدکنندگان ممکن است تولید را متوقف کنند و کمبود کالا در بازار به‌وجود آید.

چرا قیمت دستوری، اقتصاد را مختل می‌کند؟

اختلال در بازار آزاد: بازارها بر اساس اصل عرضه و تقاضا کار می‌کنند و قیمت‌ها نقش سیگنال را برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ایفا می‌کنند. قیمت‌گذاری دستوری این سیگنال را مختل می‌کند (اگر دولت قیمت یک کالا را کمتر از هزینه تولید تعیین کند، تولیدکنندگان از عرضه کالا صرف‌نظر می‌کنند).

ایجاد تورم پنهان: قیمت‌گذاری دستوری ممکن است در کوتاه‌مدت مانع افزایش قیمت شود، اما در بلندمدت با کاهش تولید و عرضه، تورم را به شکلی شدیدتر بازمی‌گرداند.

رانت و فساد: ختلاف قیمت میان بازار رسمی و بازار آزاد، فرصت‌هایی برای سوءاستفاده و رانت‌خواری ایجاد می‌کند.

مثال: تخصیص ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی در ایران که منجر به فساد گسترده شد. کاهش سرمایه‌گذاری: تعیین قیمت‌های دستوری که سود تولیدکنندگان را محدود می‌کند، انگیزه سرمایه‌گذاران برای ورود به صنایع مختلف را کاهش می‌دهد.

نتیجه: کاهش رشد اقتصادی و افت نوآوری.

پیامدهای بلندمدت قیمت‌گذاری دستوری:

کاهش رشد اقتصادی: قیمت‌گذاری دستوری با کاهش انگیزه تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران، رشد اقتصادی را محدود می‌کند.

کاهش بهره‌وری: تولیدکنندگان به دلیل محدودیت سود، کمتر به دنبال بهبود کیفیت یا افزایش بهره‌وری خواهند بود.

افزایش بدهی‌های دولت: برای حفظ سیاست‌های قیمت‌گذاری دستوری شود، که این امر منجر به افزایش کسری بودجه و بدهی می‌گردد.

اشکال فساد در قیمت دستوری

ایجاد بازار سیاه: کالاهایی که به دلیل قیمت‌گذاری دستوری کم‌یاب شده‌اند، در بازارهای غیررسمی با قیمت‌های بسیار بالاتر عرضه می‌شوند. احتکار: تولیدکنندگان یا توزیع‌کنندگان ممکن است کالاها را احتکار کنند و منتظر افزایش قیمت بمانند. تقلب در توزیع: برخی شرکت‌ها کالاهای یارانه‌ای را به جای مصرف داخلی، صادر یا در بازار آزاد می‌فروشند. فساد اداری: مسئولان یا کارمندان دولتی ممکن است برای تسهیل دسترسی برخی افراد یا گروه‌ها به کالاهای تنظیم‌شده، رشوه دریافت کنند. کاهش کیفیت کالا: برای کاهش هزینه‌ها و مطابقت با قیمت دستوری، تولیدکنندگان ممکن است کیفیت محصولات خود را پایین بیاورند. دسترسی غیرمنصفانه: اقشار خاصی که رابطه یا نفوذ بیشتری دارند، نسبت به دیگران به کالاهای یارانه‌ای دسترسی پیدا می‌کنند.

پیامدهای فساد در قیمت دستوری

بی‌اعتمادی عمومی: فساد باعث کاهش اعتماد مردم به سیاست‌های دولت و نهادهای نظارتی می‌شود. افزایش شکاف طبقاتی: افرادی که به کالاهای ارزان قیمت دسترسی ندارند، با فشار اقتصادی بیشتری مواجه می‌شوند، در حالی که برخی از فساد سود می‌برند. کاهش بهره‌وری اقتصادی: منابعی که باید صرف تولید و توزیع کالا شوند، در اثر فساد هدر می‌روند. افزایش هزینه‌های نظارت: دولت مجبور به افزایش هزینه‌ها برای جلوگیری از فساد و نظارت بر بازار می‌شود.

نمونه‌هایی از فساد در قیمت دستوری

ایران: ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی: این سیاست به سوءاستفاده و فساد گسترده در واردات کالاهای اساسی منجر شد، به طوری که برخی واردکنندگان کالاها را به قیمت آزاد فروختند. احتکار کالاهای اساسی: مانند برنج، روغن یا شکر که به دلیل اختلاف قیمت رسمی و بازار آزاد انجام شد.

ونزوئلا: در این کشور، قیمت‌گذاری دستوری مواد غذایی و کالاهای اساسی منجر به کمبود شدید شد و بازار سیاه عظیمی شکل گرفت.

هند: فساد در توزیع مواد غذایی یارانه‌ای باعث شد بخش قابل توجهی از این مواد به بازار آزاد منتقل شود.

راهکارهای کاهش فساد در قیمت دستوری

تعیین قیمت واقع‌بینانه: قیمت‌گذاری باید با توجه به هزینه‌های واقعی تولید و شرایط بازار انجام شود. شفافیت در توزیع: استفاده از سامانه‌های الکترونیکی و شفافیت در توزیع کالاهای یارانه‌ای می‌تواند فساد را کاهش دهد. نظارت موثر: ایجاد نهادهای مستقل نظارتی و استفاده از فناوری (مانند بلاک‌چین یا سامانه‌های دیجیتال) می‌تواند به کاهش فساد کمک کند.

چرا قیمت‌گذاری دستوری در ایران شکست

می‌خورد؟

تورم مزمن: در اقتصادی که نرخ تورم بالا است، قیمت‌گذاری دستوری نمی‌تواند به طور پایدار قیمت‌ها را کنترل کند.

سیستم نظارتی ضعیف: عدم وجود نظارت قوی و شفافیت، اجرای صحیح این سیاست‌ها را غیرممکن می‌کند.

اقتصاد رانتی: در اقتصادی که رانت و فساد گسترده وجود دارد، سیاست‌های قیمت‌گذاری دستوری اغلب به ایجاد فرصت برای سوءاستفاده تبدیل می‌شوند.

چندگانگی نرخ‌ها: وجود نرخ‌های مختلف برای یک کالا (مانند ارز یا سوخت)، فضا را برای فساد و بازار سیاه فراهم می‌کند.

پیامدهای منفی قیمت دستوری در ایران

ایجاد کمبود کالا: کاهش انگیزه تولیدکنندگان برای عرضه کالا به دلیل عدم تناسب قیمت دستوری با هزینه‌های تولید.

بازار سیاه و فساد: اختلاف قیمت رسمی و بازار آزاد باعث شکل‌گیری بازارهای غیررسمی و رانت‌جویی شده است.

۲. بحث و نتیجه گیری

قیمت‌گذاری دستوری به دلیل ایجاد اختلال در نظام طبیعی بازار، یکی از مخرب‌ترین سیاست‌ها برای اقتصاد است. تجربه ایران و سایر کشورها نشان داده که این سیاست به جای حل مشکلات اقتصادی، مشکلات جدیدی مانند فساد، کمبود، و کاهش کیفیت ایجاد می‌کند. به جای قیمت‌گذاری دستوری، سیاست‌های بازارمحور و هدفمند می‌توانند به بهبود شرایط اقتصادی و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر کمک کنند. قیمت‌گذاری دستوری به دلیل تأثیرات مخرب آن بر مکانیزم بازار، تولید، و سرمایه‌گذاری، بلای جان اقتصاد ایران شده است. این سیاست، اگرچه در کوتاه‌مدت ممکن است بخشی از مشکلات را حل کند، اما در بلندمدت تنها به تشدید بحران‌ها منجر می‌شود. جایگزین این سیاست، اصلاحات اقتصادی، آزادسازی تدریجی قیمت‌ها، و حمایت هدفمند از اقشار آسیب‌پذیر است.

۳. منابع و مؤاخذ

1. Kim, E. Y., & Park Park, K. (2013). Marketing mix elements influencing brand attitude strength: Global vs. domestic SPA brands. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 23(3), 1-19.
2. Hang Lee, Eunju Ko, Henrikki Tikkanen, Michel Cao Tuan Phan, Gaetano Aiello, Raffaele Donvito, Sascha Raithel. (2014) Marketing mix and customer equity of SP A brands: Cross-cultural perspectives. *Journal of Business Research*, 235-265
3. Yuksel, Yuksel, F. Bilim, Y. Destination attachment (2010). Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and cognitive loyalty, *Tourism Management*, 31, 274, 2010.
4. Peng, Wang, Q., (2006). Impact of Relationship Marketing Tactics (RMTs) on Switchers and Stayers in a Competitive Service Industry, *Journal of Marketing Management* 22:2559

هدرفت منابع: منابعی که باید برای تولید و توزیع بهینه کالاها استفاده شوند، به دلیل فساد و ناکارآمدی سیستم به هدر می‌روند.

عدم تحقق اهداف حمایتی: بسیاری از سیاست‌های قیمت دستوری، به جای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر، به سود طبقات مرفه یا رانت‌خواران تمام شده است.

راهکارهای جایگزین قیمت دستوری

آزادسازی قیمت‌ها: قیمت‌ها باید بر اساس عرضه و تقاضا تعیین شوند و دولت تنها نقش نظارتی و حمایتی ایفا کند.

حمایت مستقیم از اقشار آسیب‌پذیر: به جای دخالت در بازار، یارانه نقدی یا کالایی به اقشار آسیب‌پذیر پرداخت شود.

تقویت رقابت: دولت باید انحصارهای موجود در بازار را از بین ببرد و زمینه را برای رقابت سالم فراهم کند.

افزایش تولید: دولت با کاهش هزینه‌های تولید و ایجاد انگیزه برای تولیدکنندگان، می‌تواند عرضه کالاها را افزایش دهد.

راهکارهای بهبود قیمت‌گذاری دستوری

قیمت‌گذاری واقع‌بینانه: قیمت‌ها باید با هزینه‌های تولید و شرایط بازار همخوانی داشته باشند.

تعدیل تدریجی قیمت‌ها: حذف قیمت‌های دستوری باید به صورت تدریجی و همراه با سیاست‌های حمایتی انجام شود.

تأمین یارانه: برای حمایت از مصرف‌کنندگان، دولت‌ها می‌توانند به تولیدکنندگان یارانه بدهند تا از ضرر جلوگیری شود.

تقویت نظارت: دولت باید از سیستم‌های شفاف و کارآمد برای جلوگیری از فساد و سوءاستفاده استفاده کند.

نظارت موثر: ایجاد نهادهای مستقل نظارتی و استفاده از فناوری (مانند بلاک‌چین یا سامانه‌های دیجیتال) می‌تواند به کاهش فساد کمک کند.

تمرکز بر تقویت زیرساخت‌های تولید: به جای کنترل قیمت‌ها، باید هزینه‌های تولید و موانع تولیدکنندگان کاهش یابد.

5. Duffy, D. L.(2004). Customer Loyalty Strategies, Journal of Consumer Marketing, 15, (15), 435-448.

6. Baker,D.A(2000).Quality, satisfaction and behavioral intentions. Annals of Tourism Research, 27(3), 785–804

7. Musakhani , M., & Haghghi, M. (2012). A Model For Customer Loyalty Using Customer Knowledge Management In The Banking Industry (PrivateBanks),.BusinessManagement , 4 (12):, 147-164

۸. حقیقی، م، حسینی، ح، اهری، ا، دریکنده، ا (۱۳۹۱) بررسی تاثیر امیخته های بازاریابی بر وفاداری مشتریان " تحقیقات بازاریابی نوین سال دوم (زمستان ۱۳۹۱ شماره ۴ پیاپی ۷)

۹. لالواک، ه، کریستوفر؛ رایت، ا، (۱۳۸۵)، اصول و مدیریت بازاریابی خدمات (بهمن فروزنده، مترجم). اصفهان: نشر آموخته. ۳۴-۵۶

۱۰. رنجبران، بهرام، براری، مجتبی، تاثیر بنیان های بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان: مقایسه بانک دولتی و خصوصی، نشریه بازرگانی مدیریت، چاپ پنجم، صص، ۸۵-۱۲۵

۱۱. احمدی، ف و باژدان، ف، (۱۳۹۷)، بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر تصمیم خرید مشتری، دومین کنفرانس ملی حسابداری-مدیریت و اقتصاد با رویکرد اشتغال پایدار و نقش آن در رشد صنعت، ملایر، ۲۳-۵۶

۱۲. بختایی، ا، گلچین فر، ش (۱۳۸۶)، مدیریت کانال های توزیع، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.