

تورم آبان از مرز ۴۰درصد عبور کرد

# گرانی بازهم دامن کم‌درآمدها را بیشتر گرفت

شاخص قیمت مصرف‌کننده در آبان رشد قابل توجهی را ثبت کرد و فاصله تورمی دهک‌ها گسترده‌تر شد

بارها در کارزارهای انتخاباتی از زبان رقبای شنیده‌ام، واقعیت اقتصاد را باید در سبید خرید خانوارها دید، البته گویندگان چنین جملاتی بعد از اتمام کارزار انتخاباتی، مخصوصا اگر پیروز شده باشند، دیگر چنین سخنی بر زبان نمی‌آورند ولی هرچه هست اینکه آمارهای اقتصادی سخن می‌گویند و شاخص خوبی برای ارزیابی عملکرد اقتصادی دولت‌هاست، تازه‌ترین داده‌های منتشرشده از سوی مرکز آمار نشان می‌دهد، شاخص قیمت مصرف‌کننده با ثبت عدد ۴۱۷/۵، افزایش مهمی را تجربه کرده و سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به مهر ماه ۳۲/۴ درصد بالاتر رفته است. این رشد ماهانه زمانی اهمیت دوچندان پیدا می‌کند که در کنار جهش ۴۹/۴ درصدی تورم نقطه‌به‌نقطه قرار می‌گیرد که بیانگر آن است خانوارهای کشورمان تقریبا نیمی بیشتری از سال گذشته برای تهیه همان مجموعه کالاها و خدمات پرداخت کرده‌اند. در این میان، سهم خوراکی‌ها با رشد ۴۷/۷ درصدی ماهانه بیش از سایر گروه‌ها به چشم آمده و نشان می‌دهد اثر گرانی بیش از همه بر نیازهای روزمره و ضروری خانوارها سنگینی کرده است. در کنار این تحولات، تورم سالانه نیز به ۴۰/۴ درصد رسیده و از افزایش ۱/۵ واحد درصدی نسبت به ماه قبل حکایت دارد. فاصله تورمی دهک‌ها نیز گسترده‌تر شده و نشان می‌دهد، شرایط اقتصادی برای کم‌درآمدها سخت‌تر از گذشته رقم خورده است.

■ ■ ■

تحولات تورمی آبان ۱۴۰۴ در حالی منتشر شده است که اقتصاد کشورمان همچنان با مجموعه‌ای از فشارهای ساختاری، انتظارات تورمی فعال و نوسانات بازارهای کالایی روبه‌روست. داده‌های رسمی جدید امکان درک دقیق‌تری از روند تغییر قیمت‌ها فراهم می‌کند و به تحلیلگران اجازه می‌دهد، میزان تأثیرگذاری این عوامل بر معیشت خانوارها را ارزیابی کنند. شاخص قیمت مصرف‌کننده که معتبرترین معیار سنجش تورم در کشور محسوب می‌شود در این ماه به عدد ۴۱۷/۵ رسیده است نشان می‌دهد؛ سطح عمومی قیمت‌ها طی سال گذشته رشد قابل توجهی داشته و همچنان در مسیر افزایشی حرکت می‌کند. شاخص قیمت مصرف‌کننده بر اساس سیدی شامل صدها قلم کالا و خدمت محاسبه می‌شود و وقتی رقم آن افزایش می‌یابد، معناش این است که مردم برای تأمین همان نیازهای معمول زندگی، هزینه بیشتری پرداخت می‌کنند.

افزایش ۳۲/۴ درصدی شاخص در بازه ماهانه، معیاری است که افزایش آن را به شکل مستقیم احساس می‌کنند. وقتی در فاصله یک ماه قیمت‌ها به این میزان رشد می‌کند، به این معناست که تورم هم‌اکنون نهاده و نیروهای محرک آن فعال هستند. هرچند تورم ماهانه معمولاً نوسان‌هایی دارد و ممکن است در برخی ماه‌ها کاهش یابد، اما ثبت عدد ۳۲/۴ درصد نشان می‌دهد، سرعت افزایش قیمت‌ها در آبان قابل توجه بوده است. این روند در گروه خوراکی‌ها آشکار تر دیده می‌شود که رشد



رژا دهشیری/جوان

۴/۷ درصدی ماهانه ثبت شده و بخش اساسی نیازهای روزمره خانوارها را تحت تأثیر قرار داده است. افزایش قیمت اقلام خوراکی در اقتصادی که سهم بالایی از درآمد مردم صرف مصرف مواد غذایی می‌شود، هشداردهنده است و نشان می‌دهد فشار قیمت‌ها مستقیماً معیشت طبقات متوسط و کم‌درآمد را نشانه گرفته است.

■ **رشد ۲۲/۶ درصدی بخش غیر خوراکی**

در بخش کالاهای غیرخوراکی و خدمات، رشد ۲/۶ درصدی مشاهده می‌شود که نسبت به خوراکی‌ها پایین‌تر است اما همچنان به معنای تداوم گرانی در حوزه‌هایی چون پوشاک، مسکن، حمل‌ونقل، درمان و آموزش است. این گروه‌ها به دلیل سهم بزرگشان در سبد هزینه خانوار، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری تورم دارند و افزایش آنها بر سطح رفاه مردم و هزینه‌های ثابت زندگی اثر جدی بر جای می‌گذارد. تورم نقطه‌به‌نقطه که میزان افزایش قیمت‌ها نسبت به ماه مشابه سال قبل را نشان می‌دهد، در آبان به ۴۹/۴ درصد رسیده و نسبت به مهر ماه ۸/۸ واحد درصد افزایش پیدا کرده است. مفهوم این عدد این است که خانوارهای ایرانی تقریباً نصف بیشتر از سال گذشته برای خرید همان سبد



طبق آخرین آمار منتشرشده طی هفت ماهه نخست سال جاری، در حوزه واردات، امارات متحده عربی با واردات به ارزش ۵۵۴ میلیون دلار، بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران به شمار می‌رود. چین با ۹۰۹میلیارد دلار و ترکیه با ۵۰۹میلیارد دلار در رتبه‌های بعدی قرار دارند. این سه کشور به تنهایی بخش قابل توجهی از نیازهای وارداتی ایران را تأمین می‌کنند و نشان‌دهنده تمرکز بالای واردات کشور در چند بازار محدود است.

پس از این سه کشور، هند با یک میلیارد و ۱۸۵ میلیون دلار، آلمان با یک میلیارد و ۴۲ میلیون دلار، روسیه با ۸۲۲ میلیون دلار و هلند با ۴۵۰میلیون دلار دیگر شرکای اصلی ایران در واردات هستند اما سهم آنها نسبت به سه کشور اول به مراتب کمتر است.

در بخش صادرات طی همین بازه زمانی، چین با ۸۰۹میلیارد و ۲۲۷ میلیون دلار، بزرگ‌ترین مقصد کالاهای ایرانی است و پس از آن عراق با ۵۰۹میلیارد و ۸۲۲میلیون دلار و امارات متحده عربی با ۴۰۹میلیارد و ۵۰۰میلیون دلار در رتبه‌های بعدی قرار دارند. ترکیه با ۳۰۹میلیارد و ۷۱۴میلیون دلار، افغانستان با یک میلیارد و ۴۰۵ میلیون دلار، پاکستان با یک میلیارد و ۱۹۱ میلیون دلار و عمان با یک میلیارد و ۱۲۲ میلیون دلار دیگر مقاصد عمده صادراتی ایران را تشکیل می‌دهند.

آمارها نشان می‌دهد، نزدیک به ۵۴ درصد درآمدهای صادراتی کشور تنها از پنج کشور همسایه تأمین می‌شود. چنین تمرکز اقتصادی ایران را در برابر تغییرات ناگهانی در تقاضای این کشورها بسیار آسیب‌پذیر می‌کند و باید مبادلات اقتصادی با کشورهای مختلف توسعه یابد.

■ **سیاست‌های متناقض و تحریم‌ها**

توسعه تجارت خارجی کشور مستلزم مجموعه‌ای از عوامل داخلی و خارجی است. در داخل، سیاست‌های متناقض و ناهماهنگ، صدور بخشنامه‌های متعدد و خلق الساعه به‌ویژه پس از سال ۱۳۹۷ و سخت‌گیری‌های ارزی، مسیر فعالیت بازرگانان را دشوار کرده است. از سوی دیگر نبود حکمرانی واحد در حوزه تجارت خارجی و تصمیم‌گیری جزیره‌ای دستگاه‌ها، همراه با ورود گسترده بانک مرکزی به سیاستگذاری تجاری و تداخل سیاست‌های ارزی و تجاری،



■ **افزایش ۱/۵ واحد درصدی تورم در یک ماه**

در کنار این شاخص‌ها، نرخ تورم سالانه یکی از معیارهای کلیدی ارزیابی وضعیت اقتصادی کشور است. تورم سالانه آبان ۱۴۰۴ برابر ۴۰/۴ درصد گزارش شده که نسبت به ماه قبل ۱/۵ واحد درصد افزایش داشته است. تورم سالانه، میانگین تغییرات قیمت‌ها در ۱۲ ماه گذشته را بررسی می‌کند و تصویری از روند بلندمدت ارائه می‌دهد. وقتی تورم سالانه بالا می‌ماند، نشان می‌دهد اثرات گرانی به‌صورت مداوم در اقتصاد انباشته شده و قدرت خرید خانوارها در بلندمدت تحت فشار قرار گرفته است. افزایش این شاخص در آبان به معنای آن است که موج تورمی اخیر همچنان ادامه دارد و هنوز نشانه‌ای از ثبات پایدار در قیمت‌ها دیده نمی‌شود.

■ **بازهم فشار معیشت بر کم‌درآمدها**

یکی از بخش‌های مهم گزارش مرکز آمار، تحلیل تغییرات تورم در میان دهک‌های هزینه‌ای است. دهک اول شامل کم‌درآمدترین خانوارها و دهک دهم شامل پردرآمدترین گروه‌هاست. طبق گزارش منتشرشده، دهک اول در آبان تورم سالانه ۴۱/۷ درصد را تجربه کرده و دهک دهم با تورم ۳۹/۵ درصد مواجه شده است. اختلاف ۲/۲ واحد



اختلاف ۲/۲ واحد درصدی تورم سالانه میان دهک اول و دهم گویای آن است که باز اصلی گرانی بر دوش خانوارهای کم‌درآمد سنگینی می‌کند و نابرابری اثر تورم در حال افزایش است. این شکاف، ضرورت توجه به سیاست‌های حمایتی هدفمند و اصلاح ساختارهای معیشتی را یادآوری می‌کند

درصدی میان این دو دهک نشان می‌دهد، گرانی برای اقشار کم‌درآمد شدیدتر بوده است. علت اصلی این تفاوت را باید در نوع مصرف خانوارها جست‌وجو کرد. دهک‌های پایین سبد مصرفی متمرکز بر کالاهای اساسی دارند و افزایش قیمت خوراکی‌ها بیشترین تأثیر را بر آنها می‌گذارد. هرچه قیمت مواد غذایی با سرعت بیشتری بالا می‌رود، فشار بر این خانوارها سنگین‌تر می‌شود. در مقابل، سهم بیشتری از هزینه‌های دهک‌های بالاتر به کالاهای بادوام و خدمات اختصاص دارد؛ بخش‌هایی که معمولاً افزایش قیمت آنها تدریجی‌تر است. بنابراین فاصله تورمی دهک‌ها شاخص مهمی برای تشخیص میزان نابرابری تأثیر تورم بر اقشار مختلف جامعه است و نشان می‌دهد وضعیت اقتصادی برای گروه‌های کم‌درآمد سخت‌تر از سایرین پیش می‌رود.

در ادامه بررسی جزئیات گزارش، مسئله شاخص قیمت مصرف‌کننده اهمیت ویژه‌ای دارد. شاخص ۴۱۷/۵ به معنای آن است که سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به سال پایه، بیش از چهار برابر شده است. این شاخص زمانی معنا پیدا می‌کند که بدانییم سال پایه معیاری ثابت است و هرچه شاخص بالاتر برود، انعکاس‌دهنده انباشت تورم در اقتصاد است. افزایش سریع شاخص نشان می‌دهد گرانی تنها محدود به چند گروه کالایی نیست و گستره‌ای از کالاها و خدمات را دربر گرفته است. تحولات شاخص قیمت مصرف‌کننده در آبان امسال همچنین زمان مناسبی برای بررسی سیاست‌های اقتصادی اخیر و میزان اثرگذاری آنها بر کنترل تورم محسوب می‌شود.

■ **گرانی بنیادی**

بررسی روند تورم ماهانه نیز نشان می‌دهد، جهش قیمت‌ها بیشتر از آنکه ناشی از شوک‌های مقطعی باشد، ریشه در عوامل بنیادی دارد. نوسانات نرخ ارز، هزینه‌های تولید، محدودیت‌های تأمین مواد اولیه و تغییرات سیاستی در برخی حوزه‌ها از جمله عواملی هستند که معمولاً در افزایش تورم نقش دارند. در کنار این متغیرها، انتظارات تورمی نیز عامل مهمی است. زمانی که فعالان اقتصادی انتظار افزایش بیشتر قیمت‌ها را داشته باشند، رفتار مصرفی و تولیدی آنها تغییر می‌کند و همین انتظارات به‌طور غیرمستقیم باعث افزایش قیمت‌ها می‌شود.

در تحلیل اثرات تورم آبان، توجه به رشد ۷/۴ درصدی خوراکی‌ها نکته محوری است. مواد غذایی به دلیل ضرورت مصرف روزانه، حساسیت بالایی در جامعه ایجاد می‌کنند و جهش قیمت آنها بلافاصله در زندگی خانوارها قابل لمس است. افزایش قیمت گروه خوراکی‌ها می‌تواند ناشی از عوامل مختلفی باشد؛ از کمبود عرضه و نوسان بازار کشاورزی تا هزینه‌های حمل‌ونقل و تأثیر نرخ ارز بر قیمت کالاهای وارداتی. در برخی موارد نیز تغییرات فصلی موجب نوسان قیمت برخی اقلام می‌شود. اما ثبت رشد نزدیک به پنج درصد در یک ماه، نشان‌دهنده روندی فزاینده تغییرات فصلی است و نیازمند بررسی دقیق‌تر در حوزه سیاستگذاری اقتصادی و تنظیم بازار است.

در مقابل، رشد ۲/۶ درصدی در حوزه کالاهای غیرخوراکی و خدمات نیز اهمیت زیادی دارد. این گروه شامل هزینه‌هایی است که حذف یا جایگزینی آنها برای خانوارها بسیار دشوار است؛ از اجاره‌بها و انرژی گرفته تا آموزش و درمان. افزایش قیمت در این گروه به‌طور مستقیم رفاه خانوارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در بلندمدت موجب کاهش پس‌انداز، محدود شدن سرمایه‌گذاری خانوارها و تضعیف ثبات اقتصادی می‌شود. از آنجا که قیمت بسیاری از خدمات نسبت به کالاهای انعطاف‌پذیری کمتری دارد، افزایش تورم در این گروه اشاره به فشار پایدار در اقتصاد دارد.

■ **گرانی بیش از نصف کالاها**

در بخش تورم نقطه‌به‌نقطه، عدد ۴۹/۴ درصد نشان می‌دهد که قیمت‌ها نسبت به سال گذشته نزدیک به نصف بالاتر رفته‌اند. این سطح از تورم در کشورهای مختلف معمولاً نشانه اختلال جدی در ساختار اقتصاد و نیاز فوری به سیاست‌های تثبیتی است. کاهش قدرت خرید با این شدت موجب می‌شود خانوارها توان خرید بسیاری از کالاها را از دست بدهند و رفتار مصرفی خود را محدود کنند. این تغییر در مصرف علاوه بر فشار بر زندگی خانوار، بر بازار تولید نیز تأثیر می‌گذارد و باعث افت تقاضا و کاهش ظرفیت تولیدی در برخی صنایع می‌شود. بنابراین تورم نقطه‌به‌نقطه فقط شاخصی برای مصرف‌کنندگان نیست، بلکه معیاری مهم برای بنگاه‌های اقتصادی و تولیدکنندگان است.

در نهایت، بررسی مجموع شاخص‌ها نشان می‌دهد اقتصاد کشورمان در آبان ۱۴۰۴ با نرخ‌های بالای تورمی مواجه بوده و مسیر میان تورم همچنان دشوار و پیچیده است. داده‌ها حاکی از آن است که قیمت کالاها و خدمات در سطوح مختلف در حال افزایش است و فشار اقتصادی بر خانوارها، به‌ویژه اقشار کم‌درآمد، تشدید شده است. در چنین شرایطی، تحلیلگران اقتصادی بر ضرورت اتخاذ سیاست‌های هماهنگ تأکید می‌کنند که باید متناسب و کانونی قرار دارد و ارتباطات گسترده‌ای با همسایگان خود برقرار کرده است. ایران کشوری برخوردار از ذخایر و مواد اولیه فراوان است و کاهش ارزش ریال نیز صادرات ما را رقیب‌پذیر کرده است. کشورهای همسایه تر جیح می‌دهند از ما خرید کنند؛ این یک فرصت است که باید از آن استفاده کنیم. اما اقدامات فعلی تنها نقش مسکن دارند و برای ایجاد توسعه پایدار، نیازمند تغییرات اساسی و جراحی در ساختار تجارت خارجی هستیم.



افزایش دهد، دیگر وجود ندارد. مودودی با تأکید بر اهمیت تخصص و دانش تجارت خارجی به اینا گفت: تجارت خارجی یک علم است و برای ورود به بازارهای بین‌المللی نیازمند دانش و هنر تجارت هستیم و هم نیازمند مهارت علمی ورود به بازارها. سازمان توسعه تجارت می‌تواند با اتاق بازرگانی، فعالان اقتصادی و پیچیده برتر همکاری کند و ظرفیت‌سازی لازم در بازارهای بین‌المللی ایجاد کند اما بودجه محدود و ضریب نفوذ اندک، این امکان را از آن سلب کرده است. وی افزود: با این حال، کشور ما در موقعیت جغرافیایی مناسب و کانونی قرار دارد و ارتباطات گسترده‌ای با همسایگان خود برقرار کرده است. ایران کشوری برخوردار از ذخایر و مواد اولیه فراوان است و کاهش ارزش ریال نیز صادرات ما را رقیب‌پذیر کرده است. کشورهای همسایه تر جیح می‌دهند از ما خرید کنند؛ این یک فرصت است که باید از آن استفاده کنیم. اما اقدامات فعلی تنها نقش مسکن دارند و برای ایجاد توسعه پایدار، نیازمند تغییرات اساسی و جراحی در ساختار تجارت خارجی هستیم.

کارشناسان تأکید می‌کنند سیاستگذاری‌های اقتصادی و تجاری باید به سمت کاهش وابستگی به چند بازار محدود حرکت کند. این اقدام شامل دو محور اصلی است، نخست، حفظ و تقویت صادرات و واردات به کشورهای همسایه با هدف تثبیت روابط تجاری موجود و دوم، شناسایی و توسعه بازارهای جدید در آسیا، اروپا و آفریقا برای کاهش تمرکز و ریسک تجاری. به گفته آنها، هدف هم‌زمان به افزایش ثبات و پایداری اقتصادی کمک می‌کند.

باید توجه داشت که بدون اتخاذ سیاست‌های راهبردی برای تنوع بخشی به تجارت خارجی، اقتصاد ایران همچنان در معرض آسیب‌پذیری بالا و محدودیت‌های جدی در مواجهه با نوسانات بازارهای جهانی خواهد بود.

# رشد اقتصادی از مسیر ارتقای تجارت منطقه‌ای می‌گذرد

تقویت مبادلات با کشورهای همسایه، ظرفیت اصلی توسعه تجارت خارجی و حرکت به سمت رشد اقتصادی پایدار است



■ **حکمرانی واحد و استفاده از ظرفیت منطقه‌ای پیش‌نیاز توسعه صادرات**

محمدرضا مودودی، رئیس اسبق سازمان توسعه تجارت با اشاره به در جازدن وضعیت تجارت خارجی کشور گفت: این آشنفتگی که امروز به آن مبتلا هستیم، نیازمند ورود نیروهای جدیدی است که از روندهای گذشته عبور کنند و بتوانند تصمیمات مؤثر اتخاذ کنند. وی با بیان اینکه سازمان‌های تخصصی نیز مانند سازمان توسعه تجارت کارکرد خود را از دست داده‌اند و دیگر نمی‌توانند نرخ ارز، تنظیم بازار و مدیریت اقتصادی را به صورت مؤثر کنترل کنند گفت: در واقع سازمانی که در شرایط جنگ اقتصادی بتواند درست تصمیم بگیرد، تخصصی فکر کند و ضریب نفوذ خود را از طریق ریزن‌های بازرگانی

اقتصاد کشورمان در مسیر کاهش وابستگی به آمدهای نفتی و دستیابی به رشد پایدار قرار دارد و تجارت خارجی، به‌ویژه صادرات غیرنفتی، می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند. در سال‌های اخیر بخش قابل توجهی از مبادلات ایران با کشورهای همسایه انجام شده و از همکاری‌ها با توجه به نزدیکی جغرافیایی، پیوندهای فرهنگی و مزیت‌های لجستیکی، فرصت ارزشمندی برای توسعه تجارت فراهم کرده است. کارشناسان معتقدند، تقویت زیرساخت‌ها، انسجام در سیاستگذاری و ایجاد حکمرانی واحد در حوزه تجارت می‌تواند، حجم مبادلات با همسایگان را افزایش دهد و از این ظرفیت به شکل گسترده‌تری بهره‌برداری کند. استفاده هوشمندانه از موقعیت راهبردی کشورمان و تعمیق روابط اقتصادی منطقه‌ای می‌تواند ایران را به یکی از بازیگران اثرگذار در تجارت منطقه‌ای تبدیل کند.

■ ■ ■

بالاترین نرخ رشد تجارت در حوزه تنوع بازار و تنوع کالا در دهه ۸۰ اتفاق افتاده دوره‌ای که از ۳ تا ۳۲میلیارد دلار صادرات به ۴۰میلیارد دلار رسیدیم و این دوره، زمان شوک‌های تجارت خارجی کشور بود. متأسفانه در دهه ۹۰، سیاست‌های درست گذشته ادامه نیافت و اکنون ۸۰ درصد صادرات غیرنفتی کشور به کمتر از پنج کشور محدود شده است؛ این یک تهدید بالقوه است که نباید نسبت به آن بی‌تفاوت باشیم.

■ **ریسک بالای اقتصاد با تکیه بر ۵ شریک تجاری اصلی**

بعد از اوج‌گیری تجارت و صادرات ایران در دهه ۸۰، در یک دهه بعد تا به امروز تجارت خارجی به ویژه حوزه صادرات غیرنفتی نتوانسته با جهش و رشد قابل ملاحظه‌ای روبه‌رو شود. مشکلات تحمیلی چه در عرصه خارجی و چه تصمیمات داخلی و مدیریت ناهمگون باعث شده تا حفظ وضع موجود جایگزین استراتژی توسعه صادرات شود و تجارت کشور در ارقام قبلی به نوعی درجا زده است.

بر اساس گزارش‌ها سهم بازارهای محدود از کل تجارت خارجی ایران از ۴۹ درصد در سال ۱۳۹۹ به حدود ۵۶ درصد در پنج ماهه نخست سال ۱۴۰۴ رسیده است که حکایت از ضرورت بالا برای توسعه واردات و صادرات به کشورهای مختلف دارد.