

# بررسی سیاست‌های تنظیم بازار ایران و مقایسه آن با تجارب کشورهای منتخب

(مطالعه موردی مرغ، تخم مرغ، روغن نباتی، قند و شکر)\*

زورار برمه

(عضو هیأت علمی و پژوهشگر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)

حالی که بررسی تجربه تنظیم بازار در ایران بیانگر آن است که سیاست‌های تنظیمی برای تعداد زیادی از کالاها بکار رفته‌اند و از سوی دیگر برای هر کالا از تعدد و تنوع چندانی برخوردار نبوده‌اند. بنابراین لازم است که کالاهای حساسی که نیاز به سیاست‌های تنظیمی دارند مشخص شده و سیاست‌های متنوعی نیز برای تنظیم بازار آن‌ها اتخاذ گردد.

## ۱- مقدمه

بازار مکانی است که روابط بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در آن شکل می‌گیرد و کالا و خدمات در آن مبادله می‌شود، بنابراین بازار متشکل از چندین مولفه است که عبارتند از: عرضه و تقاضا (توابع بازار)، مقدار و قیمت محصول (متغیرهای اصلی بازار)، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و دولت (عامل‌های اصلی بازار) و عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضا.<sup>(۱)</sup> از سوی دیگر مهم‌ترین و شاید حتی اولین هدف هر نظام اقتصادی، برقراری تعادل پایدار در آن باشد. تعادل‌گرایی در یک نظام، مربوط به کنترل یا کاهش

هر کشوری برای تنظیم و برقراری تعادل بین عرضه، تقاضا و کاهش نوسانات قیمتی به ویژه در زمینه محصولات کشاورزی (بدلیل فصلی بودن و تبعیت تولید آن‌ها از شرایط آب و هوایی) اقدام به اتخاذ سیاست‌هایی جهت تنظیم بازار می‌نماید. مجموع این سیاست‌ها در قالب تنظیم بازار قرار می‌گیرند. هدف اصلی این مقاله شناساندن سیاست‌های تنظیم بازار،

بررسی تجربه کشورهای در زمینه تنظیم بازار، بررسی تاریخچه تنظیم بازار در ایران و مطالعه سیاست‌های تنظیم بازار در چهار کالای اساسی گوشت مرغ، تخم مرغ، روغن نباتی، قند و شکر می‌باشد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که دامنه سیاست‌های تنظیم بازار بسیار گسترده است، اما هر کشوری این سیاست‌ها را تنها برای یک یا دو قلم کالا که در آن کشور از حساسیت بالایی برخوردارند به اجرا می‌گذارد. از سوی دیگر این کشورها از سیاست‌های متنوعی برای تنظیم بازار آن کالا استفاده نموده‌اند، در



نوسانات متغیرهای اصلی، در محدوده‌های تعیین شده می‌باشد (برای مثال تلاش در جهت اینکه قیمت‌ها به عنوان یک عنصر اصلی سیستم اقتصادی و بازار بیش از حد نوسان نداشته باشند). از این رو بقای یک نظام اقتصادی تا هنگامی برقرار است که متغیرهای اصلی در محدوده معینی عمل نمایند. (۲)

در اقتصاد ایران شاخص قیمت‌ها تا اوایل دهه ۵۰ از نوسانات چندانی برخوردار نبود، اگرچه روند قیمت‌ها افزایشی بود، ولی این افزایش منجر به عدم تعادل در اقتصاد نشده است. از سال ۱۳۵۰ به بعد شاخص قیمت‌ها روند افزایشی به خود گرفت و در دوره ۶۳-۱۳۵۰، بطور متوسط سالیانه ۱۳/۸ درصد افزایش داشته است. روند افزایش قیمت‌ها با شروع جنگ و سپس سیاست‌های تعدیل روند لجام‌گسیخته‌ای یافت و از آنجا که هر نظام اقتصادی بدون استفاده از شیوه‌های کنترل، قادر به حفظ تعادل نخواهد بود، دولت با استفاده از مکانیسم‌های کنترلی اقدام به گسترش دخالت خود و به نوعی کنترل و تنظیم بازار نمود و برای اجرای سیاست‌های تنظیم بازار اقدام به تشکیل نهاد و سازمان‌هایی نمود. برای نمونه در سال ۱۳۵۲ مرکز بررسی قیمت‌ها با هدف نظارت و کنترل بر قیمت کالاها و خدمات ایجاد شد. در سال ۱۳۵۳ صندوق حمایت از مصرف‌کننده ایجاد شد. صندوق مزبور موظف شد که فهرست کالاهایی که نیازمند حمایت دولت می‌باشند را تهیه و با درج قیمت به اطلاع عموم برساند. در سال ۱۳۵۶ صندوق حمایت از مصرف‌کننده به سازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان تغییر نام داد.

در دوره پس از انقلاب اسلامی به دلیل شروع جنگ تحمیلی و محاصره اقتصادی، کشور با کمبود شدید کالاهای اساسی روبه‌رو شد و بر این اساس ستاد بسیج اقتصادی تشکیل شد و از سوی دیگر سازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و مرکز بررسی قیمت‌ها در دی ماه ۱۳۵۸ در هم ادغام شد و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ایجاد گردید.

پس از اجرای سیاست‌های تعدیل اقتصادی در برنامه اول توسعه که رشد سریع و سرسام‌آور قیمت‌ها در اقتصاد نمایان شد، دولت با تشکیل ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار به کنترل عرضه و تقاضای کالاها

در دوره پس از انقلاب اسلامی به دلیل شروع جنگ تحمیلی و محاصره اقتصادی، کشور با کمبود شدید کالاهای اساسی روبه‌رو شد و بر این اساس ستاد بسیج اقتصادی تشکیل شد و از سوی دیگر سازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و مرکز بررسی قیمت‌ها در دی ماه ۱۳۵۸ در هم ادغام شد و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ایجاد گردید.

پس از اجرای سیاست‌های تعدیل اقتصادی در برنامه اول توسعه که رشد سریع و سرسام‌آور قیمت‌ها در اقتصاد نمایان شد، دولت با تشکیل ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار به کنترل عرضه و تقاضای کالاها

## ۲- بررسی مفهوم تنظیم بازار در اقتصاد و سیاست‌های تنظیم بازار

تنظیم بازار مجموعه‌ای از مقررات، سیاست‌ها و استراتژی‌هایی است که جهت حمایت از عاملین بازار (مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان) بین متغیرهای اصلی بازار (قیمت و مقدار) استفاده می‌گردد. برای این منظور سیاست‌هایی برای تغییر در عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای کالاها اعمال می‌شود. بنابراین تنظیم بازار تعریف بسیار گسترده‌ای دارد و به روش‌های مختلفی قابل اجرا است، اما در مجموع شامل افزایش یا کنترل مقدار و قیمت عرضه و تقاضا، حفظ یا تثبیت درآمد تولیدکنندگان و حمایت از مصرف‌کنندگان می‌شود. (۳)

تامسون (۴) (۱۹۹۸) معتقد است تنظیم بازار به معنای دخالت دولت در اقتصاد از طریق ابزارهای غیرقیمتی مثل سهمیه، کنترل‌های انحصاری، اطلاعات مربوط به مشتریان (مثل برچسب) و استانداردهای کیفی محصولات است. فرانک (۵) (۱۹۹۴) وظیفه مهم قیمت را به عنوان یکی از سیاست‌های تنظیم بازار، کنترل عرضه در سطح منطقی می‌داند، بطوریکه از مصرف بیش از حد کالاها و خدمات جلوگیری نماید. همچنین قیمت را سیگنالی برای چگونگی استفاده از نهاده‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی می‌داند. بر اساس نظر کاف (۶) (۲۰۰۰) در

جدول (۱). سیاست‌های اقتصادی تنظیم بازار

سیاست‌های مرزی		سیاست‌های داخلی		
انحصار واردات	محدودیت‌های واردات (تعرفه و موانع غیرتعرفه‌ای)	فروش داخلی با تخفیف	ذخیره‌سازی	سیاست‌های کنترل عرضه
مجوز واردات	پارانه صادرات	سیاست‌های پرداخت جبرانی	اطلاع‌رسانی	سیاست‌های قیمتی (قیمت تضمینی، قیمت کف و سقف)
مجوز صادرات	سیاست ضد دامپینگ	انتقال تولید از نواحی دارای مزاد به نواحی دارای کمبود	سیاست ضدکارتل	پرداخت یارانه‌های مصرفی
	ممنوعیت صادرات (فصلی یا کلی)	بیمه محصولات	مسایل بهداشتی	یارانه‌های تولید
	تاخیر در روبه‌های اداری و گمرکی	مالکیت و تجارت دولتی	صندوق تثبیت	استانداردها
				کنترل سطح زیرکشت

ماخذ: پرمه و همکاران (۱۳۸۵)

بحث تنظیم بازار، ابتدا باید درباره سیاست‌های کلان که رفتار متغیرهای اقتصادی را در سطح کلان کشور تحت تاثیر قرار می‌دهند، بحث شوند. این سیاست شامل سیاست‌های پولی و مالی، مانند تغییر در مخارج عمومی، مالیات‌ها و... می‌باشند. سیاست‌های تنظیم بازار دارای دامنه متنوعی است، ولی به طور کلی می‌توان آن‌ها را در دو دسته سیاست‌های داخلی<sup>(۷)</sup> و مرزی<sup>(۸)</sup> تقسیم‌بندی نمود (جدول ۱).

### ۳- مروری بر تاریخچه سیاست‌های تنظیم بازار در ایران

دخالت دولت در تعیین، تثبیت و کنترل قیمت در ایران سابقه‌ای طولانی دارد که با وقوع انقلاب اسلامی، جنگ تحمیلی و اجرای سیاست‌های تعدیل اقتصادی با وسعت بیشتری اعمال گردید. در اغلب موارد سیاست تنظیم بازار دولت، کنترل قیمت‌ها بوده که شدت و ضعف آن به نوع و ماهیت دولت‌ها بستگی داشته است. در حوزه تعیین، تثبیت و کنترل قیمت، اولین بار در سال ۱۳۵۰ در قانون نظام صنفی کمیسیون‌هایی جهت تعیین نرخ برای کالاها و خدمات و نظارت بر اعمال آن‌ها پیش‌بینی شده بود که قسمتی از ماده ۴۵ قانون نظام صنفی مصوب سال ۱۳۵۰ در این ارتباط بدین شرح بود: «کمیسیون نظارت مکلف است نرخ آن تعداد از کالاها و یا خدماتی را که رعایت آن بوسیله افراد و یا واحدهای صنفی لازم می‌باشد، تعیین نمایند». در اوایل سال ۱۳۵۲ که سال شروع تورم دو رقمی در ایران بود، شورای عالی تضمین حداقل قیمت محصولات کشاورزی و دامی به منظور هماهنگی کلیه سیاست‌ها و اقدامات مربوط به تعیین حداقل قیمت محصولات کشاورزی تشکیل شد. در سال ۱۳۵۲ مرکز بررسی قیمت‌ها جهت بررسی قیمت‌ها و مقابله با افزایش آن بوجود آمد.

در تیر ۱۳۵۳ در قانون تشکیل وزارت بازرگانی نیز مجدداً تشکیلات مرکز بررسی قیمت‌ها پیش‌بینی شد که علاوه بر قیمت کالا برای واحدهای تولیدی، تعیین قیمت خرده‌فروشی نیز که قبلاً از وظایف اتاق اصناف بود به عهده آن گذاشته شد. در سال ۱۳۵۳ صندوق حمایت از مصرف‌کننده ایجاد شد. صندوق مزبور موظف شد که فهرست کالاهایی که نیازمند حمایت دولت می‌باشند را تهیه و با درج قیمت به اطلاع عموم برساند. علاوه بر اخذ مابه‌التفاوت از بعضی از کالاها و پرداخت یارانه به برخی دیگر از کالاها در جهت ایفای نقش حمایتی صندوق ضروری دانسته شد. این صندوق و مرکز بررسی قیمت‌ها هر دو وابسته به وزارت بازرگانی بودند که در ابتدا مستقل عمل می‌کردند ولی با تصویب مجلس در سال ۱۳۵۶ صندوق حمایت از مصرف‌کننده به عنوان سازمانی به نام سازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان که به صورت شرکت سهامی اداره می‌شد به کار خود ادامه داد. امر بررسی قیمت‌ها، تعیین نرخ و انتشار نرخ‌نامه جهت کالاها و تولید داخل و وارداتی در این سازمان انجام می‌شد. بنابراین به عنوان اهداف این سازمان، حمایت از تولیدات داخلی و افزایش آن و نیز حمایت از مصرف‌کنندگان به هنگام بروز نوسانات شدید قیمتی بوده است.

در دوره پس از انقلاب اسلامی به دلیل شروع جنگ تحمیلی و محاصره اقتصادی، کشور با کمبود شدید کالاهای اساسی روبه‌رو شد و همین موجب شد دولت برای حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان سیاست‌هایی را در پیش بگیرد بر این اساس و برای تمرکز سیاست‌های حمایتی شورای انقلاب برای سازماندهی بازار طرح ادغام سازمان

حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و مرکز بررسی قیمت‌ها را در دی ماه ۱۳۵۸ تصویب نمود و بدین وسیله سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ایجاد شد. بعلاوه به دلیل محدودیت عرضه کالاها دولت اقدام به سهمیه‌بندی کالاها نمود و برای این کار در تاریخ ۱۳۵۹/۷/۵ با تاسیس ستاد بسیج اقتصادی سعی کرد شکاف بین عرضه و تقاضا را کاهش دهد. این ستاد به روش‌های مختلف اقدام به سهمیه‌بندی کالاها در کشور می‌نمود که توزیع کالاها را بر اساسی و ضروری یکی از این موارد می‌باشد.

با شروع برنامه اول (برنامه تعدیل اقتصادی)، اصلاح نظام قیمت و قیمت‌گذاری به عنوان مهم‌ترین اقدام این برنامه به حساب می‌آمد. اجرای این برنامه تکان‌های شدید قیمتی را در اقتصاد به وجود آورد و نرخ تورم را بشدت افزایش داد. در نتیجه چرخشی در سیاست‌های اقتصادی تعدیل و جایگزینی سیاست تثبیت بوجود آمد. پس از آن کنترل نرخ ارز، قیمت‌گذاری، تأمین مواد اولیه برای واحدهای تولیدی، تأمین و قیمت‌گذاری کالاهای اساسی در دستور کار قرار گرفت و ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار با این منظور تشکیل شد (۱۳۷۳). وظیفه ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار برنامه‌ریزی، پشتیبانی، هماهنگی و نظارت در تأمین و توزیع کالاهای اساسی، حساس و ضروری کشور، از طریق تأمین نیازهای واحدهای تولیدی و استفاده از حداکثر ظرفیت آن‌ها همچنین تنظیم عرضه کل از طریق صادرات یا فراهم نمودن تسهیلات کافی برای واردات کالا، سامان‌دهی شبکه‌های توزیع و تعیین ضوابط لازم در توزیع کالا، استفاده از شبکه‌های خصوصی و تعاونی، عرضه مستقیم و زنجیره‌ای و فراهم نمودن امکانات و منابع مالی لازم برای فعالیت آن‌ها، استفاده از توان بخش بازرگانی دولتی در تدارک مواد اولیه کالاهای واسطه‌ای و مصرفی و انجام سایر فعالیت‌ها و اتخاذ تدابیر لازم در تأمین به موقع و توزیع صحیح کالاهای اساسی، حساس و ضروری کشور و نیز اصلاح تشکیلات و سازماندهی تعزیرات حکومتی و اجرای مقررات مربوطه بوده است. سرانجام در بهمن ۱۳۸۱ کمیسیون تنظیم بازار جای ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار را گرفت.

### ۴- مروری بر سیاست‌های تنظیم بازار در کشورهای مختلف<sup>(۹)</sup>

در کشور ژاپن پنج دسته سیاست تنظیم بازار از جمله کنترل توزیع دولتی برنج، تثبیت قیمت با یک قیمت توافقی (گوشت گاو و خوک)، حداقل قیمت تضمینی (گندم، جو، سیب‌زمینی، نیشکر، قند و شکر)، پرداخت جبرانی (سویا و شیر خام) و سیاست صندوق تثبیت (تخم مرغ، میوه‌جات و سبزیجات) اعمال می‌گردند. در کره جنوبی نیز چهار نوع سیاست تنظیم بازار توسط دولت بکار گرفته می‌شوند که عبارتند از: سیاست خرید محصولات کشاورزی (برنج و جو)، سیاست تثبیت قیمت (گوشت گاو و خوک)، سیستم ذخایر احتیاطی (फल قرمز، حبوبات، سیب زمینی و ذرت) و سیاست پرداخت جبرانی (پیاز و سیر).<sup>(۱۰)</sup>

در کشور اسلواکی<sup>(۱۱)</sup> آژانس مداخله کشاورزی (IPA)<sup>(۱۲)</sup> وظیفه تثبیت بازار محصولات کشاورزی و ذخایر کالاهای اساسی از طریق دخالت و خرید براساس قیمت مداخله‌ای، فروش کالاهای مورد نیاز از طریق کالاهای خریداری شده و تنظیم کمی تولید، بازاریابی و مصرف را به عهده دارد. دخالت دولت و صندوق دولتی تنظیم بازار در محصولات

غلات، شیر و گوشت گاو بوده است. مهم‌ترین ابزار استفاده شده، دخالت قیمتی (قیمت ثابت در مورد شیر) و مداخله خرید حجم مشخصی از محصول با کیفیت استاندارد بوده است. در کشور نروژ<sup>(۱۳)</sup> تعاونی‌های کشاورزی در تنظیم بازار نقش اساسی ایفا می‌کنند. یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که توسط دولت نروژ سیاست تنظیم بازار در آن اعمال گردیده، بخش لبنیات می‌باشد. در این بازار دولت سیاست‌های یکسان‌سازی قیمت بین استفاده‌های مختلف شیر و بازار فرآورده‌های لبنی<sup>(۱۴)</sup>، تنظیم بازار در دوران بخش لبنیات<sup>(۱۵)</sup>، حمایت قیمتی از شیر بر اساس موافقت‌نامه کشاورزی<sup>(۱۶)</sup> و کاربرد سهمیه شیر<sup>(۱۷)</sup> را اعمال می‌نماید.



دخالت دولت در بازار به صورت مستقیم نیست و این کار از طریق تعاونی‌های تولید و بخش خصوصی انجام می‌گیرد. ولی به دلیل اهمیت برنج، دولت تنها به تعیین قیمت‌های سقف و کف بسنده ننموده بلکه مجموعه‌ای از سیاست‌ها را از جمله انحصار واردات برنج، اعطای تسهیلات و کمک‌های مالی به کشاورزان با نرخ پایین بهره، خرید برنج مازاد و اعطای کمک‌های مالی در جهت ذخیره‌سازی و انبارداری این محصول اعمال می‌کند. کشور هند<sup>(۱۹)</sup> نیز در بازار چای، قهوه، کائوچو و تنباکو از طریق صندوق تثبیت اقدام به تنظیم بازار می‌کند. در جدول (۲) سایر سیاست‌های تنظیم بازار کشورها آمده است.

در کشور اندونزی<sup>(۱۸)</sup> برنج جزء کالاهای اساسی بوده و دولت سیاست‌های قیمت کف و سقف را برای تنظیم بازار استفاده می‌نماید، اما

۵- بررسی سیاست‌های تنظیم بازار در ایران  
۱-۵- بررسی سیاست‌های تنظیم بازار قند و شکر

جدول (۲). مقایسه سیاست‌های تنظیم بازار در کشورهای منتخب و ایران

شرح	ژاپن	کره جنوبی	جمهوری چک	اسلواکی	نروژ	تایوان	اندونزی	هند	چین	ایران	تایلند
تثبیت قیمت با یک قیمت توافقی	☐	☐	☐	☐	☐	☐			☐		☐
قیمت تضمینی	☐		☐	☐	☐	☐				☐	
قیمت هدف					☐						
پرداخت جبرانی	☐	☐	☐								
صندوق تثبیت قیمت و درآمد	☐										
ذخیره سازی		☐			☐					☐	☐
انحصار واردات							☐			☐	
اعطای کمک‌های مالی جهت ذخیره‌سازی							☐				
سیستم خرید قراردادی								☐			
پرداخت یارانه به نهاده‌ها			☐							☐	
یارانه صادرات					☐					☐	
سهمیه تولید			☐	☐							
تعرفه فصلی					☐					☐	
تعرفه										☐	☐
اطلاع رسانی				☐						☐	
مجوز واردات			☐								
مجوز صادرات										☐	
خرید و فروش دولتی	☐	☐					☐	☐			☐
پرداخت بر اساس تولید			☐								
انتقال تولید از نواحی مازاد به کمبود					☐						
فروش داخلی با تخفیف					☐						
جیره‌بندی									☐	☐	

ماخذ: پر مه و همکاران (۱۳۸۵)

قند و شکر از جمله کالاهای اساسی است که در بازار داخلی ایران از دو سو مورد حمایت قرار گرفته است. از یک سو برای افزایش تولید داخلی، دولت سیاست‌هایی برای حمایت از تولید اتخاذ نموده و از طرف دیگر چون جزء کالاهای اساسی بوده، لذا در سبب حمایتی کالاهای مصرفی قرار داشته است. بعلاوه صنعت قند و شکر کشور همانند سایر صنایع در پرتو سیاست‌های جانشینی واردات شکل گرفت و همین امر تولید آن را در انحصار کامل دولت قرار داد که این انحصار تا سال ۱۳۸۰ و با لغو انحصار آن ادامه داشت.

پیدایش انحصار صنعت قند و شکر، به انحصار خرید قند و چای در سال ۱۳۰۹ برمی‌گردد. علت انحصار عدم توانایی رقابت کارخانه قند کهریزک با کارخانه‌های قند کشور روسیه بود و این انحصار تا سال ۱۳۳۵ ادامه داشت. با تصویب برنامه عمرانی دوم قبل از انقلاب، انحصار دولت در تولید ملغی شد (کارخانه‌های قند و شکر بخش خصوصی ایجاد شدند)، ولی فروش آن تا سال ۱۳۴۰ در اختیار دولت بود. پس از این سال و تا سال ۱۳۵۳ فروش قند و شکر بوسیله بخش خصوصی و دولتی صورت می‌گرفت. در دهه ۵۰، دولت به منظور کنترل قیمت‌ها، قند و شکر کارخانه‌ها را با قیمت کمتر از قیمت بازاری خریداری می‌کرد و به بازار عرضه می‌نمود. از سال ۱۳۵۳ دولت جهت کنترل قیمت، سازمان قند و شکر را موظف به خرید تولیدات کارخانه‌های قند و توزیع آن در بازار نمود. در این دوره به دلیل بالا بودن قیمت جهانی در مقایسه با قیمت داخلی، دولت از واردات شکر منتفع می‌گردید. ولی با افزایش قیمت جهانی شکر در اوایل انقلاب (۱۳۵۸)، واردات شکر هزینه‌های سنگینی بر بودجه دولت تحمیل می‌نمود. در این سال‌ها توزیع قند و شکر به صورت کوپنی و با نرخ تثبیتی صورت می‌گرفت.<sup>(۲۰)</sup>

بر اساس مصوبه شورای اقتصاد در سال ۱۳۷۰ کارخانه‌های قند و شکر موظف بودند ۴۰ درصد تولیدات خود را به دولت بفروشند و نسبت به فروش مابقی آن در بازار آزاد مخیر بودند. در این سال واردات شکر از طریق بخش خصوصی آزاد گردید و عملاً اولین گام آزادسازی و رفع انحصار از این صنعت برداشته شد. در سال ۱۳۷۱ افزایش واردات شکر توسط بخش خصوصی و از سوی دیگر عدم حمایت‌های منطقی از تولید

داخلی، روند کاهش قیمت داخلی را به همراه داشت. در سال ۱۳۷۳ کارخانه‌ها مجاز به فروش تمام محصول خود در بازار آزاد شدند و شرکت سهامی قند و شکر با انجام مناقصه حداکثر ۱۹۵ هزار تن از تولید داخلی را خریداری نماید. در سال‌های ۷۸-۱۳۷۳ سیاست‌های دولت در بازار قند و شکر تغییر نمود، بطوریکه واردات از طریق بخش دولتی انجام شد و از سوی دیگر ۴۵ درصد تولید داخلی مستقیماً توسط دولت خریداری می‌گردید و ۵۵ درصد مابقی نیز از طریق صدور حواله خریداری می‌شد. بعلاوه در این دوره عرضه قند و شکر توسط کارخانه‌ها محدود شد. این سیاست‌ها در سال بعد دوباره دستخوش

تغییر شد و دولت تنها همان ۴۵ درصد تولید کارخانه‌ها را خریداری نمود و کارخانه‌ها برای فروش مابقی آن دارای محدودیتی نبودند. همچنین واردات دولتی محدود و بیشتر از طریق کارخانه‌ها انجام می‌شد. در سال ۱۳۸۰ نقش دولت در واردات شکر پررنگ شد و بیشتر واردات توسط دولت انجام شد. بطور کلی مداخله دولت در بازار قند و شکر در چهار دسته تعیین قیمت تضمینی خرید، تعیین نرخ مصوب فروش قند و شکر، کنترل و نظارت بر واردات شکر و تعیین سهم خرید تولیدات داخلی توسط دولت خلاصه نمود.<sup>(۲۱)</sup>

## ۲-۵- بررسی سیاست‌های بازار روغن نباتی

در تنظیم بازار روغن نباتی سه وزارتخانه جهادکشاورزی، صنایع و معادن و بازرگانی نقش داشته‌اند، هر چند وظیفه تنظیم بازار به عهده وزارت بازرگانی بوده است. در سال‌های ۱۳۷۷-۱۳۷۳ ستاد برنامه پشتیبانی تنظیم بازار از طریق تامین نیازهای واحدهای تولیدی و استفاده از حداکثر ظرفیت آن‌ها و همچنین تنظیم عرضه کل از طریق واردات کالا اقدام نموده است. این ستاد طی این سال‌ها با توجه به پیش‌بینی مصرف و مقدار تولید اقدام به اختصاص ارز برای واردات مازاد تقاضا می‌نمود (بخش اعظم روغن (حدود ۹۰ درصد) از محل واردات روغن خام و تصفیه آن در داخل تامین می‌شود). طی این سال‌ها عمده تولید کارخانه‌های داخلی از طریق روغن خام تحویلی از طریق شرکت‌های مباشر دولتی و توزیع بر اساس سیاست‌های دولت انجام می‌گرفت و تنها در این دوره واحدهای تولیدکننده برای حمایت از تولید دانه‌های روغنی در داخل کشور مجاز به خرید دانه‌های روغنی و تبدیل آن‌ها به روغن نباتی و فروش آن در بازار به قیمت آزاد گردیدند. طی این سال‌ها و سال‌های بعد همواره شرکت مباشر تهیه، تدارک و توزیع می‌بایست بخشی از سهمیه روغن نباتی سال بعد را در اواخر سال قبل از آن تهیه و به صورت ذخیره در انبارها نگهداری نماید.

در دوره ۸۳-۱۳۷۸ جهت حمایت دولت از تولید دانه‌های روغنی و افزایش کیفیت روغن نباتی تولید داخل این شرکت مجاز به فعالیت بیشتر در بازار داخلی گردید و انواع روغن نباتی تولید داخل با کیفیت متفاوت وارد

بازار گردید و بخش بیشتری از روغن نباتی مصرفی کشور از طریق بازار آزاد تهیه و توزیع می‌گردید، اما در این سال‌ها همواره بخشی از روغن نباتی مصرفی کشور به صورت یارانه‌ای تهیه و توزیع شده است. از جمله سیاست‌های دیگر اتخاذ شده در خصوص تنظیم بازار روغن نباتی، الزام واردات دانه‌های روغنی به جای بخشی از روغن خام در جهت تهیه روغن خام و کنجاله در داخل کشور می‌باشد.

حمایت از تولید انواع دانه‌های روغنی خصوصاً دانه کلزا از دیگر سیاست‌های دولت در خصوص تنظیم بازار روغن نباتی بوده است. تعیین قیمت تضمینی خرید انواع دانه‌های روغنی، تعیین



قیمت مصوب فروش روغن نباتی، انحصار واردات انواع روغن خام و دانه‌های روغنی، کنترل بر نظام تهیه، تدارک و توزیع روغن خام تا روغن نباتی و کنترل صادرات روغن نباتی مهم‌ترین سیاست‌های تنظیم بازار روغن نباتی طی این سال‌ها بوده است. (۲۲)

### ۳-۵- بررسی سیاست‌های تنظیم بازار گوشت مرغ

در بین کالاهای اساسی شاید بازار هیچ کالایی همانند گوشت مرغ دستخوش نوسانات نبوده است. در سال ۱۳۵۹ با شروع جنگ تحمیلی و وجود محدودیت واردات نهاده‌های تولید، حوزه دخالت دولت در این بخش گسترش یافت. مداخلات دولت عمدتاً از طریق کنترل قیمت محصول و پرداخت یارانه به نهاده‌های تولید تا سال ۱۳۶۹ ادامه یافت. در سال ۱۳۷۰ سیاست آزادسازی گوشت مرغ و تخم مرغ تصویب شد و براساس آن ارز مورد نیاز این صنعت از ارز دولتی به رقابتی و در مراحل بعدی به شناور و صادراتی تبدیل گردید. این وضعیت تا سال ۱۳۷۷ ادامه یافت و باعث افزایش شدید قیمت نهاده‌ها و گوشت مرغ شد. از طرفی دیگر به رغم بحث آزادسازی، بخش قابل توجهی از ساختار بازار و نهاده‌های آن در اختیار دولت باقی ماند و سازوکارهای لازم برای حضور فعال و جدی بخش خصوصی در بازار فراهم نشد. (۲۳) بنابراین دولت در طول برنامه اول و دوم تقریباً انحصار واردات نهاده‌های این صنعت را بر عهده داشت. (۲۴)

در برنامه سوم توسعه آزادسازی نهاده‌های مرغ افزایش یافت و بخش زیادی از یارانه تولیدی که صرف تامین نهاده‌های وارداتی می‌شد به تولید داخل اختصاص یافت. طی دوره آزادسازی، عمدتاً ساختار بازار در اختیار دولت بوده است (۹۰ درصد واردات ذرت و پودر ماهی و ۷۳ درصد کنجاله سویا) و آزادسازی در بازار تولید و نهاده تغییرات قابل ملاحظه‌ای را ایجاد نکرده است و فقط واردات نهاده‌ها از ارز دولتی به رقابتی تبدیل شده است و عملاً سازوکار و سیاست‌های اجرایی برای چگونگی جذب و مشارکت بخش خصوصی و نحوه اصلاح ساختار بازار از کارآمدی لازم برخوردار نبوده است.

طی سال‌های ۸۲-۱۳۷۸ متوسط سهم دولت در واردات ذرت، کنجاله سویا و پودر ماهی به ترتیب به ۴/۱۲، ۲/۳ و ۸/۴ درصد کاهش پیدا کرد. بنابراین ساختار بازار نهاده‌های این محصول تغییر اساسی پیدا نکرد. بی‌ثباتی و نوسان قیمت مرغ و نهاده‌های تولید و تبعات و حساسیت‌های آن بر درآمد تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان سیاستگذاران بخش را ملزم کرد تا به منظور کاهش علق بی‌ثباتی قیمت‌ها و دادن اطمینان به تولیدکنندگان در مورد سطوح قیمت‌های آینده، از سیاست تثبیت و تنظیم بازار و قیمت‌گذاری استفاده نمایند. بر این اساس وزارت جهاد کشاورزی با ارایه طرحی به شورای اقتصاد بر ضرورت سیاست‌گذاری برای تنظیم بازار مرغ تاکید نمود. این طرح در تاریخ ۱۳۸۱/۸/۱۸ در کمیسیون شورای اقتصاد طرح و مقرر گردید که خرید و ذخیره‌سازی و عرضه چرخشی ۲۰ هزار تن گوشت و مرغ به منظور تنظیم بازار توسط دستگاه مباشر انجام گیرد. براساس این مصوبه خرید محصولات زمانی صورت می‌گیرد که قیمت آن پایین‌تر از قیمت کف تعیین شده بود و عرضه محصول زمانی خواهد بود که قیمت بازاری محصول به بالاتر از قیمت سقف تعیین شده برسد. در این صورت قیمت عرضه محصول توسط دستگاه مباشر ۱۰ درصد زیر قیمت سقف تعیین

شده خواهد بود. از زمان اجرای این مصوبه تا پایان سال ۱۳۸۱ براساس گزارش دستگاه مباشر (شرکت پشتیبانی امور دام) مجموعاً ۲۰۶۳۶ تن گوشت مرغ مازاد بازار را خریداری کرد که با احتساب گوشت مرغ وارداتی حجم گوشت خریداری شده به ۲۸۰۲۵ تن رسید که از این مقدار ۸۲۳۰ تن مجدداً در بازار عرضه شد و مابقی به عنوان ذخیره به سال بعد انتقال یافت. در سال ۱۳۸۲ دستگاه مباشر با استفاده از ذخایر سال گذشته و خریدهای صورت گرفته در سال فوق‌الذکر عملیات تنظیم بازار را استمرار بخشید و به رغم اینکه قیمت نهاده‌ها متأثر از قیمت‌های جهانی افزایش یافته بود، در قیمت گوشت مرغ تغییر محسوسی نسبت به قیمت سال گذشته حاصل نشد و نوسانات فصلی قیمت نیز به حداقل میزان در سال گذشته رسید. (۲۵)

از سوی دیگر علاوه بر طرح ذخیره‌گردشی، از سال ۱۳۸۱ دولت با اخذ مجوز از شورای اقتصاد موظف گردید به منظور حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و با اخذ نظر کارشناسی از سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان قیمت کف و سقف این محصولات را برای مقاطع ۴ ماهه تعیین و نسبت به تنظیم بازار این محصولات اقدام نماید. براساس مصوبه شورای اقتصاد در صورتی که قیمت‌های سقف (مصرف‌کننده) از میزان تعیین شده فراتر رود دستگاه مباشر باید مرغ را با ۱۰ درصد پایین‌تر از قیمت مصوب در بازار عرضه نماید. به عبارتی براساس این مصوبه وقتی قیمت گوشت مرغ به بالاتر از ۱۴ هزار ریال به ازای هر کیلوگرم افزایش یابد، باید قیمت مرغ منجمد با ۱۰ درصد پایین‌تر یعنی ۱۲۶۰۰ ریال عرضه شود. (۲۶)

### ۴-۵- بررسی سیاست‌های بازار تخم مرغ

تخم مرغ همانند مرغ تا سال ۶۷ در قالب کالاهای یارانه‌ای ارایه می‌شد، اما در پی آزادسازی آن و تبعیت از بازار، عرضه و تقاضای این کالا دچار نوسان قیمت و مشکلاتی در تولید، عرضه و تقاضا شد. کاهش و افزایش قیمت‌ها در عین اینکه مصرف‌کنندگان را دچار مشکل کرده، سرمایه‌گذاران را نیز در این بخش با ضرر و زیان بسیار مواجه کرده است. در این سال‌ها بازار تخم مرغ به تناوب شاهد افزایش تولید و افت قیمت در یک فصل و کاهش تولید و افزایش قیمت آن در فصل دیگر بوده است. این نوسان موجب شد تا تعداد زیادی از واحدهای صنعت مرغداری به ناچار بخشی از ظرفیت تولید خود را خالی کنند و برخی دیگر با ورشکستگی از دور رقابت خارج شوند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۳۰ درصد ظرفیت واحدهای تولیدی تخم مرغ در کشور بدون استفاده می‌باشند و در عین حال همچنان سالانه ۷۵۰ هزار تن تخم مرغ تولید می‌شود. نوسان شدید قیمتی و روند نزولی قیمت‌ها در این سال‌ها سیاستگذاران را مجبور به اتخاذ سیاست‌هایی به منظور حمایت از این محصول کرد و برای اولین بار پرداخت یارانه صادراتی برای تخم مرغ صادراتی تصویب گردید و در تاریخ ۸۰/۲/۱۶ شورای اقتصاد مقرر نمود مبلغ ۴۰ میلیارد ریال از اعتبارات بودجه سال در اختیار مرکز توسعه صادرات قرار گیرد تا متناسب با میزان صادرات تخم مرغ و مرغ تخم‌گذار به صادرکنندگان کالاهای مذکور پرداخت نماید (هزار ریال به ازای هر کیلوگرم). علاوه بر این هر کیلوگرم مرغ چرب تخم‌گذار که به صورت اختیاری و داوطلبانه از طریق کشتار توسط مرغداری‌های کشور از چرخه تولید حذف می‌گردید مبلغ ۲ هزار ریال تا سقف ۵ هزار تن جمعاً

۱۰ میلیارد ریال در اختیار وزارت جهاد کشاورزی به عنوان دستگاه مباشر قرار گیرد. با اجرای این سیاست حدود ۲۷ هزار تن تخم مرغ صادر گردید. (۲۷)

پرداخت یارانه صادراتی موجب شد که در ۱۳۸۰ سال صادرات تخم مرغ افزایش چشمگیر پیدا کند. در ادامه حمایت از تولید تخم مرغ در سال ۱۳۸۱ سیاست خرید تضمینی تخم مرغ تصویب شد و برای اولین بار دستگاه غیردولتی (شرکت میهن) مسئولیت خرید تضمینی این محصول را به عهده گرفت. در قالب این طرح مقرر شده تا میزان ۵ هزار تن تخم مرغ در فصولی که تقاضای کمتری وجود دارد (بهار، تابستان) خریداری شود. دوره ماندگاری تخم مرغ حداکثر سه ماه بوده و باید به صورت گردهی جایگزین شود تا محصول خریداری شده در فصولی که تقاضای زیادی وجود دارد برای تنظیم بازار تخم مرغ به کار گرفته شود. اگرچه این سیاست‌ها عملاً در کاهش نوسانات قیمت این محصول توفیق قابل ملاحظه‌ای را به دست نیاورد و بازار محصول در سطح قیمت‌های مصوب تثبیت نشد، اما صادرات تخم مرغ را مورد حمایت قرار داد و ریسک تولید این محصول، برای تولیدکنندگان کمتر گردید، اما به رغم تعیین قیمت کف و سقف و یارانه صادراتی، قیمت این محصول از نوسانات شدیدی برخوردار بوده است، بطوریکه در مقطعی از سال (بهمن ماه) قیمت‌های خرده‌فروشی بازار حدود ۳۹ درصد بالاتر از قیمت سقف تعیین شده بوده است و لذا سیاست‌های اعمال شده عملاً مانع از نوسان شدید قیمت‌ها نشده است.

## ۶- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تنظیم بازار مجموعه‌ای از سیاست‌ها است که دولت‌ها به منظور برقراری تعادل در بازار و ثبات در عوامل اصلی بازار (قیمت و مقدار) اتخاذ می‌نمایند. این سیاست‌ها چنانچه اشاره شد تنها مختص به ایران نیست، بلکه بیشتر کشورها بنا به ملاحظات اقتصادی و اجتماعی در بازار دخالت نموده و اقدام به تنظیم بازار کالاهای خاص می‌نمایند. چنانچه تجربه کشورهای مورد بررسی نشان داد این کشورها به تناوب از سیاست‌های مداخله‌ای در بازار محصولات کشاورزی استفاده کرده‌اند. بر این اساس در ایران نیز مجموعه‌ای از سیاست‌های تنظیم بازار در محصولات و کالاهای مورد بررسی وجود دارند که عبارتند از:

۱. واردات ساده‌ترین راه جبران کمبودهای داخلی است، به ویژه زمانی که که دولت از منابع درآمد ارزی مناسبی برخوردار بوده است. این سیاست برای تنظیم بازار شکر، روغن نباتی و در بعضی از مقاطع برای گوشت مرغ اعمال شده است.

۲. انحصار تولید، خرید و توزیع کالاهای اساسی، حساس و ضروری در اختیار دولت بوده است. این سیاست در مورد شکر و روغن نباتی به وفور از جانب دولت اعمال گردیده است.

۳. کنترل قیمت، سیاست قیمت تضمینی و قیمت‌های کف و سقف یکی از سیاست‌های مهم دولت در زمینه تنظیم بازار می‌باشد. این سیاست‌ها برای تمام کالاهای مورد بررسی به تناوب استفاده شده است.

۴. پرداخت یارانه به نهاده‌های تولید یکی دیگر از سیاست‌هایی است که دولت برای تنظیم بازار استفاده نموده است. این سیاست‌ها در بازار شکر (پرداخت یارانه برای نهاده‌های تولید چغندر قند)، مرغ و تخم مرغ

(پرداخت یارانه به دان مرغ، کنجاله سویا و...) اعمال شده‌اند. ۵. در بعضی از سال‌ها که کشور با مازاد مقطعی تولید مواجه بوده، برای جلوگیری از کاهش قیمت‌ها اقدام به صادرات مقداری از کالاهای اساسی (به ویژه تخم مرغ) نموده است.

مقایسه سیاست‌های تنظیمی کشورهای مورد بررسی نشان می‌دهد که نوع سیستم حمایتی و مداخله‌ای در این کشورها تغییر یافته و از حمایت قیمتی به سوی حمایت درآمدي و از حمایت مستقیم به سمت حمایت‌های جبرانی تغییر یافته و یا در حال تغییر است، ولی تا سال‌های اخیر سیاست‌های کشاورزی و نحوه دخالت دولت در بازار این کشورها به صورت مستقیم و در راستای تنظیم بازار داخلی بوده است. این سمت و سو در مورد ایران نیز صادق است و تمام تلاش نهادهای تنظیم کننده بازار در جهت تنظیم بازار داخلی می‌باشد. به بیان دیگر مسایلی از قبیل تثبیت قیمت‌ها و درآمد تولیدکنندگان به همراه امنیت غذایی در داخل کشور هدف عمده این سیاست‌ها بوده است، اما در سال‌های اخیر تمرکز بسیاری از کشورها روی تجاری نمودن کشاورزی و تلاش برای دستیابی هر چه بیشتر به بازار جهانی می‌باشد. به علاوه جدی‌تر شدن مسایلی مثل رعایت اصول کشاورزی پایدار در تولید، مصرف، امنیت و سلامت غذایی نیز مسیر تصمیم‌گیرها و سیاست‌گذاری‌ها را تغییر داده است.

نکته دیگر که باید به آن اشاره کرد این است که سیستم اقتصادی ایران از تمامی مکانیسم‌های کنترلی در تنظیم بازار استفاده نکرده است و بیشتر به دنبال سیاست قیمتی و قیمت‌گذاری بوده است که ضمن اخلاص در بازار بار مالی برای دولت به همراه داشته و همین امر موجب شده در بعضی موارد با وجود اتخاذ این سیاست، در عمل اجرا نشده است. بنابراین لازم است که دست‌اندرکاران امر تنظیم بازار از تمام سیاست‌های موثر تنظیم بازار (به ویژه مکانیسم‌های غیرمستقیم) استفاده نمایند. به علاوه در بیشتر کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت به دلیل منع خرید دولت و دستگاه‌های دولتی، خرید محصولات به تعاونی‌های تولید و اگذار شده است، ولی در ایران دولت در بحث تنظیم بازار هم سیاست‌گذار است و هم مجری. این امر در تقابل صریح با سازمان جهانی تجارت است. نقش تعاونی‌ها در کشور هندوستان، اندونزی، اسلواکی و... در تنظیم بازار بسیار موثر و کارساز بوده است. در ایران تنها در زمینه خرید گردهی مرغ و تخم مرغ از تعاونی‌ها استفاده شده است و در کالاهای دیگر نقش آن‌ها چندان پررنگ نمی‌باشد.

## پی‌نوشت‌ها:

\* این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی "بررسی سیاست‌های تنظیم بازار در ایران و مقایسه آن با تجربه کشورهای منتخب (مطالعه مرغ، تخم مرغ، روغن نباتی، قند و شکر) است که در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

اجرا شده است.

۲- پرمه، زورار و همکاران. بررسی روند سیاست های تنظیم بازار در ایران و مقایسه آن با تجارب سایر کشورهای منتخب (مطالعه موردی مرغ، تخم مرغ، قند و شکر و روغن نباتی). مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی. سال ۱۳۸۴.

۳- پرمه، زورار و همکاران. بررسی سیاست های تنظیم بازار در کشورهای مختلف. مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی. سال ۱۳۸۵.

۴- سهرابی، بهمن و آذر، عادل. تعیین نوع کنترل و نظارت در مدیریت توزیع کالاهای اساسی در ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.

۵- وزارت بازرگانی دفتر مطالعات اقتصادی (۱۳۸۵). بازار شکر با تاکید بر سیاست های حمایتی

۶- مصوبات ستاد برنامه پشتیبانی تنظیم بازار در سال های مختلف

۷- مؤسسه پژوهش های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی. معاونت سیاست های حمایتی. تحلیلی بر فرایند تنظیم بازار مرغ و تخم مرغ در سال های اخیر. ۱۳۸۳ کمیسیون تنظیم بازار (۱۳۸۱). طرح ذخیره گردشی گوشت مرغ و تخم مرغ

8- Ching-Chanc.1992. Republic of China. the Trade of Agriculture and its Role in the National Economy Mechanisms and Practices of Agricultural Policy in Asia and the Pacific /Asian Productivity Organization.

9- Dewen.W.(2002).*Chain's Grain Marketing Reform.a Casee Study of Zhejiang, Jiangsus and Guangdong Provinces.* Asia Pacey Press at the Australian National University.

10- Fan. S and Cohen. M.J.1999.Critical Choices Chain's Agricultural Policy. *International Food Policy Research Institute*, Washington, D.C.

11- Fukuda. H, Dych.J and Stout.2003. *Rice Sector Policies in Japan.* USDA.ERS.

12- Food Market Exchange. *Thailand's Rice Policy 2000/01.* The National Rice Policy and Measures Committee, Department of Internal Trade.

13- Hamamoto. T, Dych.J and Stout.2002. Oilseeds Policies Japan. USDA.ERS.

14- Kahf.M.2002. *Principles, Objectives, and Tools for Market Regulation in Islamic Perspectives.* Seminar on Islamic Approach to Market Regulation and Economic Stability, Tehran.Iran 2000.

15- Kajisa.K and Takamasa.A.(2003). The Evolution of Rice Price Policies over Four Decades:Thailand, Indonesia, and the Philippines. *Foundation for Advanced Studies on International Development*, Tokyo Japan

16- Ministry of Commerce & Industry. Government of India. Report of the Commettee to Recommend Operational Modalities of the Price Stabilization Fund for Coffee, Tea, Rubber & Tobacco. Department of Commerce.2002.

17- Rogstad,B.2004. *Norwegian Agriculture Status and Trends.* Norwegian Agricultural Economics Research Institute.

18- USAID.(2000). *Rice Floor Price Policy.* Bappenas//DAI Food Policy Advisory Team. Policy Brief No.6

۱- بخشوده، محمد. ۱۳۸۲

۲- سهرابی، بهمن و آذر، عادل. ۱۳۷۶

۳- بخشوده، محمد. ۱۳۸۲

4-Tamson

5-Frank

6-Kahf

7-Internal (Domestic) Policy

8-Border Policy

۹- برای توضیحات بیشتر به پرمه و همکاران (۱۳۸۵) و بخشوده (۱۳۸۲) رجوع شود.

10- USDA (2002).Fukuda.H - Dych.J and Stout (2003) - Hamamoto. T, Dych.J and Stout.(2002).

11- OECD (2002)

12- Agricultural Intervention Agency

13- Rogstad, B.2004

14- Price equalization between various uses of milk and dairy product markets

15- Market regulation within the dairy sector

16- Milk price support via the Agricultural Agreement

17- Milk quota system

18- USAID (2000) - Kajisa.K and Takamasa.A.(2003).

19- Ministry of Commerce & Industry. Government of India(2002)

۲۰- وزارت بازرگانی دفتر مطالعات اقتصادی (۱۳۸۵). بازار شکر با تاکید بر سیاست های حمایتی

۲۱- مصوبات ستاد برنامه پشتیبانی تنظیم بازار

۲۲- همان منبع پیشین

۲۳- روزنامه شرق- پنجشنبه آذر

۲۴- مؤسسه پژوهش های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی. معاونت

سیاست های حمایتی. تحلیلی بر فرایند تنظیم بازار مرغ و تخم مرغ در سال های اخیر ۱۳۸۳.

۲۵- کمیسیون تنظیم بازار (۱۳۸۱). طرح ذخیره گردشی گوشت مرغ

۲۶- همان منبع پیشین

۲۷- مصوبات ستاد برنامه پشتیبانی تنظیم بازار

منابع:

۱- بخشوده، محمد. بررسی تجربه کشورهای در تنظیم بازار محصولات کشاورزی. مؤسسه پژوهش های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی. ۱۳۸۲