

بازار داغ گرانفروشی و کم‌فروشی به اسم تخفیف / «تخلف» راز ارزان‌فروشی برخی فروشگاه‌های زنجیره‌ای



فروشگاه‌های زنجیره‌ای این روزها رقیب جدید سوپرمارکت‌های محلی شده‌اند، به طوری که به شکل قارچ‌گونه در هر محله‌ای از تهران سرباز کرده‌اند.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی، به نقل از پرسون، این روزها به قدری فروشگاه‌های زنجیره‌ای در محلات تهران فعال شده‌اند که در یک دوئل اقتصادی سوپرمارکت‌های محلی را از گردونه کسب و کار خارج کرده‌اند؛ یکی از طرفندهای فروشگاه‌های زنجیره‌ای ارائه تخفیفات کالا است که سیل مشتری را به خود جذب کرده است به طوری که هر از گاهی تخفیف کالا را بیش از ۵۰ درصد عنوان می‌کنند و چشم‌هر رهگذری از این فروشگاه‌ها را به خود جلب می‌کنند.

خبرنگار اقتصادی پرسون در یک گزارش میدانی از دلایل این ارزان‌فروشی و تخفیف‌ها گزارش تهیه کرده است که در ادامه می‌خوانید:

کم‌فروش عامل ارزان‌فروشی

در ابتدا به یکی از بزرگترین فروشگاه های زنجیره ای غرب تهران مراجعه می کنیم، بر روی لوازم شوینده و بهداشتی برچسب های تخفیف دار زده شده است، به طور نمونه دستمال کاغذی با قیمت ۸ هزار تومان ۵ هزار تومان به فروش می رسد، به عبارتی نزدیک ۵۰ درصد تخفیف از قیمت مصرف کننده عرضه می شود، در این بین با یکی از مراجعه کنندگان این فروشگاه هم صحبت می شویم او که تمایلی ندارد نامش در گزارش درج شود، گفت: « دلایل گوناگونی پشت پرده این تخفیفات وجود دارد؛ امکان دارد بازار فروش وجود نداشته باشد به همین خاطر تولیدکننده و فروشنده تمایل دارند زودتر از موعد کالایشان را بفروشند تا به پول برسند.»

او ادامه داد: « برخی از این تخفیف ها احتمال دارد مربوط به نزدیک شدن اتمام تاریخ مصرف آن باشد که فروشگاه تصمیم می گیرد کالا را هر چه زودتر به فروش برساند تا موجب ضرر مالی نشود.»

در این میان یکی از کارکنان این فروشگاه که شاهد گفتگوی ما با این شهروند تهرانی است، گفت: « بخشی از این ارزان فروشی به دلیل کم فروشی است، به این شکل که حجم کالاها کمتر از میزان مشخص آن است، به این صورت که وزن کالا کمتر از میزان استاندارد آن است.»

او ادامه داد: « البته در برخی از کالاها به سفارش فروشگاه به تولید کننده محصول کمتری بسته بندی می شود و حتی درج قیمت روی آن کالا نیز به سفارش فروشگاه انجام می شود و سپس فروشگاه زنجیره ای قیمت پایین تر از کالا را به فروش می رساند که عنوان کند تخفیف خرید به مشتری می دهد.»

این پرسنل فروشگاه زنجیره ای بخشی از این پشت پرده ارزان فروشی را مربوط به خرید انبوه می داند، گفت: « فروشگاه های زنجیره ای خرید کالا از یک کارخانه را به شکل انبوه انجام می دهد به طوری که دو تا سه کامیون خریداری می شود، اما یک مغازه دار کوچک محلی تنها دو تا سه کارتن از آن کالا خریداری می کند، بنابراین تولید کننده بسته های تشویقی برای مشتری عمده خود قرار می دهد و این بسته های تشویقی توسط تولید کننده به فروشگاه های بخشی از ارزان فروشی را به وجود می آورد.» نباید یک طرفه قضاوت کرد، بخش دیگری از این ارزان فروشی ها مربوط به این است که فروشگاه های زنجیره ای دست دلالان و واسطه گران را کوتاه کرده است و موجب شده که قیمت کاهش پیدا کند، همچنین برخی از این فروشگاه های زنجیره ای بخشی از کالاها را در کارخانه های تولیدی خودشان تهیه می کنند به همین

خاطر ارزان تر عرضه می کنند.

از قدیم گفتند هر ارزانی بی حکمت نیست

به یکی دیگر از فروشگاه های زنجیره در مرکز شهر مراجعه می کنیم، فروشگاه‌هایی که متعلق به یکی از نهادهای دولتی است، به غرفه محصولات پروتئینی مراجعه می کنیم و نظر یکی از شهروندان تهرانی را در خصوص تخفیف بیش از اندازه کالا جویا می شویم، گفت: «اگر این فروشگاه ها راست می گویند برنج، قند، شکر و روغن را به عنوان کالاهای تنظیم بازار تخفیف دهند؛ چرا این کالاها که در سبد تمامی اقشار جامعه قرار دارد به شکل تخفیف دار عرضه نمی کنند، این نشان از یک تخلف را می دهد.»

او که خود را «ابوالفضل رحمتی» بازنشسته تامین اجتماعی معرفی می کند، ادامه داد: «از قدیم گفته اند هر ارزانی بی حکمت نیست، قطعاً دلایلی دارد.»

وی افزود: «در پودرهای ماشین لباسشویی مواد آبی رنگی وجود دارد که به آن آنزیم می گویند این مواد عامل تمیز کننده هستند که بعضی از تولید کنندگان این مواد را بسیار کم در بسته بندی‌ها می ریزند یا از مواد با کیفیت پایین تر استفاده می کنند و این عامل ارزان فروشی محصولشان است.»

این شهروند تهرانی به گوشت چرخ کرده نیز اشاره کرد، گفت: «گوسفند زنده این روزها کیلویی بین ۶۰ تا ۷۰ هزار تومان قیمت دارد، حال چطور می شود که گوشت چرخ کرده گوسفندی را ۸۰ هزار تومان به فروش رسانند و ۱۰ هزار تومان نیز تخفیف قیمت دهند؛ امکان دارد این گوشت گوساله باشد یا بیش از اندازه چربی داشته باشد.»

عوام فریبی در فروش کالا

به فروشگاه دیگری که به تازگی وارد میدان رقابت شده است رفته ایم، یکی از مشتریان به خبرنگار ما علت ارزان فروشی را این طور عنوان کرد: «در بخشی از کالاها عوام فریبی برای ارزان فروشی صورت می گیرد، به این شکل که قیمت را بالاتر از قیمت درج شده بر روی کالا اعلام می کنند و سپس تخفیف می زنند، اما باز هم قیمت تخفیف بالاتر از قیمت روی محصول است.»

او برای اثبات صحبت هایش اپلیکشن خرید اینترنتی این فروشگاه را

که بر روی تلفن همراهش نصب کرده نشان می دهد، گفت: « قیمت جای را ۱۰۷ هزار تومان در نظر گرفته اند که با تخفیف ۶۰ هزار تومان به فروش می رسد در حالی که قیمت روی این کالا ۵۵ هزار تومان است.»

این شهروند تهرانی در ادامه افزود: « برخی از کالاها مدت زمان انقضاء آن رو به اتمام است به همین خاطر حراج قیمتی صورت می گیرد تا هرچه سریعتر به فروش برسد.»

وی خاطر نشان کرد: « اگر کالایی حدود ۵۰ درصد حاشیه سود دارد پس چرا سازمان حمایت از مصرف کننده و تولید کننده، تعزیرات حکومتی و نهادهای دیگر این اجازه را می دهند که قیمت گذاری صورت بگیرد، به عبارتی قرار بر این است که آن کالا به طور مثال ۱۰ هزار تومان قیمت گذاری شود چطور کمتر از این میزان به فروش می رسد بنابراین همان قیمت درج شده نیز تخلف است.»

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: پرسون