

دلایل درج قیمت تولید روی کالا/ جزئیات ضرایب سود حلقه های توزیع



سازمان حمایت در گزارشی ضمن ارائه دلایل و ضرورت درج قیمت تولیدکننده روی کالا، جزئیات ضرایب سود حلقه های توزیع را اعلام کرد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگرو فود نیوز)، بر اساس آنچه که بر روی خروجی سایت سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف کنندگان، آمده، ضرورت و اهمیت اجرای طرح درج قیمت تولیدکننده بر روی کالا در کشور در قالب ۸ هدف عنوان شده است.

در این گزارش آمده است: با عنایت به مفاد بند ۲۳ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مشعر بر «شفاف و روان‌سازی نظام توزیع و قیمت‌گذاری و روزآمدسازی شیوه‌های نظارت بر بازار»، استمرار اطلاع رسانی نظام مند، دقیق و بهنگام در مورد قیمت کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان، لازمه این امر است. در این راستا درج قیمت از طریق الصاق برچسب یا اتیکت روی کالا یا نصب تابلو و نرخنامه در محل تولید، عرضه، کسب و حرفه به نحوی که قیمت واحد کالا یا دستمزد خدمت به سهولت و روشنی برای همگان قابل رویت باشد بر اساس قوانین متعدد از جمله ماده (۶) قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۲۳/۱۲/۶۷، ماده (۵) قانون حمایت از

حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۸۸.۷.۱۵ و مواد (۱۵ و ۶۵) قانون اصلاح قانون نظام صنفی مصوب ۹۲.۶.۱۲ مورد تاکید و تصریح قرار گرفته لکن موضوع تخلف عدم درج قیمت کماکان از فراوانی برخوردار بوده و در صدر تخلفات احصاء شده در گزارشات بازرسی است و علیرغم تلاش‌های معموله وضعیت مطلوب و مورد انتظار حاصل نشده است.

اما درباره چرایی درج قیمت تولید کننده روی کالاها سید رضا فاطمی امین، وزیر صمت در یک برنامه تلویزیونی با اشاره به جلسه ستاد تنظیم بازار درباره درج قیمت تولید کننده روی محصولات گفت: «در برخی محصولات شاهد هستیم که قیمت مصرف کننده درج شده روی کالا ۳۰ تا ۴۰ درصد بیش از قیمت تولید کننده است و به عبارتی در نظام توزیع افزایش غیرمعمول قیمت‌ها را شاهد بوده‌ایم بنابراین برای رفع این مسئله در تلاش هستیم از هفته جاری به جای درج قیمت مصرف کننده، قیمت تولید کننده روی ۱۵ کالا درج شود.»

آیا با اجرای این طرح، تخفیف های دروغین حذف می شود؟

بارزترین دلیلی که مقامات بازرگانی داخلی کشور را بر آن داشته تا قیمت تمام‌شده کالاها را به اطلاع مشتریان برسانند، به دادن تخفیف های نجومی مربوط می‌شود. این مقامات می‌گویند اگر فروشندگانی برای فروش یک کالای تولید داخل تا حدود ۵۰ درصد تخفیف می‌دهد این به معنای آن است که قیمت فروش حتی از دو برابر قیمت تولید نیز بیشتر بوده که پس از کسر نصف قیمت، هم هزینه‌های تولید و سود تولیدکننده و هم حاشیه اندک سود برای فروشنده را تامین کرده است.

این مهم باعث شد تا مقامات بازرگانی برای جلوگیری از گران‌فروشی و در نظر گرفتن حاشیه‌های ضخیم سود فروشنده، راهکار درج قیمت تولیدکننده به جای قیمت مصرف‌کننده را تدبیر کنند تا مشتریان متوجه قیمت واقعی محصول شوند و گول تخفیف های دروغین را نخورند.

عباس تابش رئیس سازمان حمایت از مصرف کننده و تولیدکنندگان هم چند روز پیش در یک برنامه تلویزیونی درباره درج قیمت تولیدکننده به جای قیمت مصرف‌کننده روی کالاها اظهار کرد: «یکی از مشکلاتی که به تازگی با آن مواجه بودیم ارائه تخفیف‌های اغواکننده بود و فاکتور مستندی هم در دسترس نبود که مشخص شود بر چه اساس این تخفیف ارائه می شود اما با این طرح، دیگر تخفیف های دروغین وجود ندارد چون تولید کننده، قیمت تمام شده را که به منزله فاکتور است

روی محصولات درج کرده است.»

یکی از مشکلات در سطح عرضه، درج قیمت‌های غیرواقعی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. شواهد نشان می‌دهد که فروشگاه‌ها در قالب طرح‌های تخفیفی و حراج، حجم بالایی از کالاها را با تخفیف‌های غیرواقعی ۲۰ تا ۵۰ درصدی و عرضه می‌کنند. با اجرای این طرح، فروشگاه‌های زنجیره‌ای ملزم می‌شوند که برچسب تخفیفات قیمت غیر واقعی را از روی قفسه‌ها حذف کنند و همان قیمت مصرف کننده روی کالا، در معرض دید عموم قرار گیرد.

پیش از این بسیاری از تولیدکنندگان در برخی مواقع کالاهای خود را با تخفیف ویژه و حتی زیر قیمت تمام شده به فروش می‌رساندند که به دلیل درج قیمت مصرف کننده روی کالاها، این تخفیف در بیشتر اوقات به صورت کامل به شبکه توزیع خرده فروشی می‌رسید و مصرف کننده هیچ سودی نمی‌برد.

ممکن است تولید کننده، قیمت تمام شده را هم بیشتر از قیمت واقعی تولید برای فروشگاه های بزرگ درج کند؟

یکی از دلایلی که برخی فروشگاه ها اقدام به دادن تخفیف های نجومی می کردند درج قیمتی بیش از قیمت واقعی محصول برای فروشگاه های زنجیره ای بود و برخی این احتمال را داده اند که تولیدکنندگان برای فروشگاه های بزرگ باز هم اقدام به درج قیمت بالاتر از قیمت واقعی داشته باشند. با این طرح تولیدکنندگان بر اساس قیمت تمام شده کالا و سود قانونی خود و مالیات بر ارزش افزوده اقدام به درج قیمت تولید کننده می کنند.

محمدصادق مفتاح قائم مقام وزیر صمت در امور بازرگانی در این باره گفته: مبنای محاسبه مالیات واحد تولیدی، قیمت کالا در کارخانه است. اگر تولیدکننده به هر دلیلی قیمت محصول نهایی خود را افزایش دهد، ملزم است که براساس همان عدد، پرداخت مالیات داشته باشد. از اینرو تولیدکنندگان برای این که مالیات بیشتری پرداخت نکنند از درج قیمت غیرواقعی امتناع می‌کنند بنابراین قیمت نهایی، قیمت واقعی کالا خواهد بود. بدین جهت در این بخش سیستم خودکنترلی داریم. در ضمن طبق دستورالعمل هرگونه تخفیف بیش از ۳ درصد تولید کننده به فروشنده ها، باید از قیمت تولید کسر و روی کالا درج شود.

چطور با درج قیمت تمام شده، قیمت ها کاهش پیدا می کند؟

در حال حاضر برخی از واحدهای تولیدی اقدام به درج قیمت غیرواقعی بر روی کالاها نموده و با ارائه تخفیفات غیر متعارف به عوامل توزیع و عرضه کننده کالا و تحقق خواسته های آنها برای کسب سود بیشتر در راستای کسب سهم بیشتر از بازار فروش موجبات برهم زدن تعادل بازار، ایجاد شرایط رقابت ناسالم و اجحاف در حق مصرف کنندگان و تولید کنندگان صحیح العمل را فراهم می کنند. با درج قیمت تولید کننده واقعی حاشیه سودهای غیر متعارف حذف گردیده و بالتبع منجر به کاهش قیمت مصرف کننده می گردد.

از آن جایی که کالاها در شهرهای مختلف تولید می شود، یک کارخانه به شهر عرضه کننده نزدیک و به شهر دیگر بسیار دورتر است، تاکنون تولیدکننده باید با یک قیمت واحد، کالای خود را در شهرهای مختلف عرضه می کرد، بنابراین تولیدکننده از آن جا که نمی داند محصول تولیدش در کدام شهر توزیع می شود، ناچار است طولانی ترین مسیر و بیشترین هزینه را در نظر بگیرد تا کالا به دست مصرف کننده برسد.

در حقیقت مصرف کننده مجبور بود بیشترین هزینه حمل را در همه شهرها پرداخت کند حال اگر ما قیمت تولیدکننده (قیمت کالا در کارخانه) را مبنا قرار دهیم در این صورت کالایی که در تهران فروخته می شود با درصدی مشخص افزایش پیدا می کند و در شهرهای دورتر با قیمت بالاتر عرضه می شود. به این شکل کشف قیمت آسان تر است و دیگر تولیدکننده مجبور نیست بر قیمت نهایی کالای خود بیفزاید. بدین جهت اگر قیمت تولیدکننده به جای مصرف کننده روی کالا درج شود، قیمت کالاها شفاف تر می شود و خریداران هم اطمینان پیدا می کنند که کالا را با قیمت واقعی می خرند.

قیمت مصرف کننده را چطور باید محاسبه کنیم؟

قبل از این که بخواهید قیمت کالایی را پرداخت کنید باید بدانید میزان سود بعد از درج کارخانه درباره کالاها متفاوت است؛ به گفته محسن حسینلویی، مدیرکل نظارت بر خدمات عمومی و شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت، میزان سود توزیع کنندگان سراسری ۱۰ درصد و خرده فروشی ها از ۷ تا ۱۵ درصد بر اساس کالاهای مختلف متغیر است.

با این حال حسینلویی با بیان این که اگر مردم می خواهند روی قیمت

تولیدکننده محاسبه‌ای داشته باشند، می‌توانند ۲۲ تا ۲۵ درصد به آن اضافه کنند و این به منزله آن است که حدود یک چهارم تا یک پنجم، به قیمت تولیدکننده اضافه خواهد شد، اظهارکرده: «از این هفته در سطح فروشگاه‌ها، شاهد درج قیمت تولیدکننده خواهیم بود و فروشگاه‌ها موظف هستند با سودهای اعلام شده قیمت مصرف کننده را تعیین کنند، از این رو اگر قیمت مصرف کننده کالایی بالاتر از قیمتی که فروشگاه اعلام می‌کند، باشد آن کالا با همان سود منطقی و مصوب شده از سوی فروشگاه‌های زنجیره‌ای باید فروخته شود؛ بر این اساس مبنای قیمت بارکد فروشگاه‌هاست.»

ضرایب سود حلقه های توزیع به شرح جدول ذیل است.

حداکثر ضرایب سود قابل اعمال در صورت توزیع از طریق شرکت های پخش سراسری

شرح کالا	درصد سود و هزینه های پخش سراسری	درصد سود و هزینه های خرده فروشی	حداکثر درصد قابل اضافه شدن به قیمت درب کارخانه تا مصرف کننده
پوشک بچه و دستمال کاغذی	۱۰	۱۵	حدود ۲۶.۵ درصد
پودر لباسشویی	۱۰	۱۰	حدود ۲۱ درصد
انواع آب میوه	۱۰	۱۲	حدود ۲۳.۲ درصد
آب معدنی	۱۴	۱۲	حدود ۲۷.۷ درصد
انواع نوشابه گازدار، ماءالشعیر و نوشیدنی مالت	۱۰	۱۰	حدود ۲۱ درصد
انواع شوینده بجز پودر لباسشویی	۱۰	۱۵	حدود ۲۶.۵ درصد
انواع کنسروجات و ترشیجات، رب و سس	۱۰	۱۲	حدود ۲۳.۲ درصد
انواع محصولات سلولزی	۱۰	۱۵	حدود ۲۶.۵ درصد
انواع ماکارونی	۱۰	۱۰	حدود ۲۱ درصد

حداکثر ضرایب سود قابل اعمال در صورت توزیع از طریق عمده فروشی

شرح کالا	درصد سود و هزینه‌های عمده فروشی	درصد سود و هزینه‌های خرده فروشی	حداکثر درصد قابل اضافه شدن به قیمت درب کارخانه تا مصرف کننده
انواع لوازم خانگی کوچک	۴	۱۰	حدود ۱۴.۴ درصد+هزینه حمل بین شهری
انواع لوازم خانگی بزرگ	۳	۷	حدود ۱۰.۲ درصد+هزینه حمل بین شهری
انواع لنت ترمز	۳	۱۵	حدود ۱۸.۵ درصد+هزینه حمل بین شهری
انواع فیلتر روغن	۳	۱۲	حدود ۱۵.۴ درصد+هزینه حمل بین شهری
روغن موتور	۳	۱۲	حدود ۱۵.۴ درصد+هزینه حمل بین شهری

اگر کالایی گران باشد، مصرف کننده چه کاری باید انجام دهد؟

از قدیم گفتند، جریمه گران فروش، نخریدن است. خریدار با قیاس قیمت تولید و فروش به این نتیجه می‌رسد که آیا کالا گران است یا خیر. با این اتفاق دیگر نیازی به بازرس و تعزیرات و... نیست چرا که همه مردم خودشان درباره خرید یک کالا تصمیم می‌گیرند. خریدار اگر احساس کرد کالا گران است تحت هیچ شرایطی آن را خریداری نمی‌کند. همین امر باعث می‌شود که فروشنده به خاطر گران فروشی (با خرید نکردن مردم) از سوی مردم جریمه شود. من بسیار به این طرح خوش بین هستم.

بر اساس بند ۲۳ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی بر شفافسازی فرایند قیمت‌گذاری، نظام توزیع و روان‌سازی آن تاکید کرده است؛ بنابراین وزارت صنعت، معدن و تجارت برای مقابله با گرانفروشی، طرح درج قیمت تولیدکننده را از ۱۴ قلم کالا آغاز کرده است و این طرح به سرعت در حال اجراء و توسعه است.

این تصمیم با تاکید وزیر صمت اتخاذ شده و به منظور شفاف سازی قیمت، تولید کننده باید بر روی کالاهای تولیدی خود، قیمت درب کارخانه را درج نموده و فروشگاه ها و واحدهای صنفی نیز مکلف به درج قیمت مصرف کننده هستند.

این کالاها فعلاً شامل ۷ کالای سوپرمارکتی شامل دستمال کاغذی، آب معدنی، آب میوه‌ها، نوشابه گازدار، ماءالشعیر، پودر لباسشویی، پوشک بچه و ۷ قلم کالاهای سرمایه‌ای شامل انواع لوازم خانگی کوچک و بزرگ مانند غذاساز، نوشیدنی‌ساز، چرخ گوشت، مایکروویو، تلویزیون، یخچال فریزر و ماشین لباسشویی است.

در خصوص کالاهای انتخاب شده نیز باید گفت که تصمیم گرفته شده تا کالاهایی که بازارشان رقابتی است انتخاب و اطلاع‌رسانی قیمت به جای کارخانه در مرحله عرضه به مصرف‌کننده اجرا شود که البته فاز اول اجرای این طرح شامل کالاهایی می‌شود که سهم و نقش قابل توجهی در سبد هزینه خانوارها ندارند.

با اجرای این طرح، فروشگاه‌های زنجیره‌ای باید برچسب تخفیفات قیمت غیرواقعی را از روی قفسه‌ها حذف کنند و همان قیمت مصرف‌کننده روی کالا، در معرض دید عموم قرار گیرد.

البته فروشگاه‌های زنجیره‌ای بر اساس قانون باید ۲۰ درصد سهم شبکه توزیع را در اختیار داشته باشند، اما اکنون هشت درصد از سهم شبکه توزیع کالاها بر عهده این فروشگاه‌هاست.

این طرح به سامانه بهین‌یاب و سامانه جامع تجارت متصل می‌شود و عرضه‌کننده موظف است قیمت مصرف‌کننده را در قفسه کالا قرار دهد و دلیل ثبت نشدن قیمت مصرف‌کننده روی کالاها در کنار قیمت تولیدکننده نیز جلوگیری از سردرگمی خریداران است.

اهداف اجرای طرح درج قیمت تولیدکننده بر روی کالاها

- ۱- مقابله با گرانفروشی و شفاف‌سازی قیمت‌ها
- ۲- بهره‌مندی قانونی و منطقی هر یک از عوامل زنجیره تولید، توزیع و عرضه از سودهای مصوب قانونی
- ۳- کاهش بهای پرداختی توسط مصرف‌کنندگان
- ۴- بهره‌مندی از نرخهای رقابتی برای مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان
- ۵- اعمال مدیریت فروش
- ۶- کوتاه شدن دست واسطه‌های و از بین رفتن قیمت‌های کاذب

۷- روزآمدسازی شیوه های نظارت در بازار

۸- روان سازی نظام قیمت گذاری و کاهش بهای پرداختی توسط مصرف کنندگان

مزایای اجرای طرح درج قیمت تولیدکننده بر روی کالاها

۱- شفاف سازی قیمت ها

۲- ایجاد رقابت و کاهش قیمت

۳- سهولت در مقایسه و انتخاب کالاوخدمات برای خریدار

۴- ارتقای اعتماد عمومی

۵- جلوگیری از گرانفروشی و اجحاف به مصرفکنندگان

۶- امکان نظارت بر رعایت سودهای مصوب قانونی حلقه های تامین و توزیع

۷- کاهش قیمت تمام شده کالا برای اصناف

۸- حذف واسطه های غیرضرور

۹- از بین رفتن احتمال تبانی با تولیدکننده و حذف تخفیف های بدون مبنا و غیرواقعی

۱۰- جزئیات درج قیمت تولیدکننده روی کالا/ قیمت های کاذب از بین می رود

سرویس خبری: صنعت غذا