

مدیرکل نظارت سازمان حمایت: فروشگاه های زنجیره ای را باید به خاطر لحاظ تخفیف تشویق کرد



مدیرکل نظارت بر شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت گفت: فروشگاه های زنجیره ای را باید به خاطر لحاظ تخفیف تشویق کرد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی، اکبر تقوی شوازی؛ مدیرکل نظارت بر شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان وزارت صمت در برنامه رادیویی "دوباره صبح" رادیو اقتصاد تخفیف را یک خدمت پسندیده عنوان کرد و گفت: فروشگاه های زنجیره ای را باید به خاطر لحاظ ارائه تخفیف، تشویق کرد.

تقوی شوازی که برای گفتگو درخصوص شائبه های مطرح شده درخصوص تبانی تولیدکنندگان با فروشگاه های زنجیره ای در خصوص نرخ گذاری کالاهای ارائه شده به مشتریان در این برنامه رادیویی بصورت تلفنی حاضر شده بود گفت: این موضوع یکی از مباحثی است که از سوی مراجع ذی ربط دنبال می شود؛ اما قبل از تحلیل این موضوع باید درخصوص مبحث تخفیف مباحثی را بیان کرد.

مدیرکل نظارت بر شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان وزارت صمت با بیان اینکه یک عمل خوب

همچون تخفیف را نباید بد تفسیر کرد افزود: معنای لغوی تخفیف یعنی کم کردن قیمت؛ به این صورت که از مقداری که یک فرد به صورت قانونی امکان دریافت دارد، بخشی را تحت عنوان تخفیف کاهش دهد. به همین دلیل این که فروشگاه های زنجیره ای نسبت به قیمتی که بر روی کالا درج شده است و براساس قانون استحقاق دریافت آن را دارند درصدی را تخفیف می دهند، خدمت پسندیده ای است که شایسته تشویق است.

وی با اشاره به اهمیت تخفیف ادامه داد اهمیت تخفیف تا جایی است که حتی در احکام قضایی نیز تخفیف در مجازات وجود دارد اما اینکه تخفیف از کجا می آید و درست است یا غلط جای بررسی دارد.

مدیرکل نظارت بر شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت با تاکید بر اینکه فروشگاه های زنجیره ای امروز یک نیاز است بر ۷۰ سال فعالیت فروشگاه های زنجیره ای در کشور اشاره کرد و افزود: فروشگاه های زنجیره ای در جهان، یک صنعت بشمار می روند و به عنوان یکی از حلقه های نظام توزیع و پخش نمی توان آنها را نادیده گرفت.

تقوی شوازی با برشمردن امکانات و مزایای فروشگاه های زنجیره ای که باعث و مبنای تخفیف در فروشگاه های زنجیره ای می شوند یکی از ویژگی های فروشگاه های زنجیره ای را تخصص گرایی عنوان کرد و افزود: بکارگیری افراد متخصص در زمینه خرید، فروش، بازاریابی و امور مالی، افزایش کارایی و بهره وری و در نتیجه امکان کسب سود بیشتر را فراهم می کند.

مدیرکل نظارت بر شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت امکان خرید متمرکز و یکپارچه محصولات را یکی دیگر از ویژگی های فروشگاه های زنجیره ای عنوان کرد که بر مبحث سود تاثیر گذارند.

وی کم کردن و کم بودن فاصله تامین تا توزیع را یکی دیگری از فاکتورهای مهم در قیمت کالاها و توان ارائه تخفیف برشمرد و افزود: فروشگاه زنجیره ای به واسطه برخورداری از ویژگی ها و شرایطی می تواند مستقیماً از منبع کالا دریافت کرده و سایر حلقه های توزیع را حذف کند. در شبکه و نظام توزیع تامین کننده، تولیدکننده، شرکت های پخش، عمده فروشی و خرده فروشی هستند که برای هر کدام از این حلقه ها از لحاظ قانونی درصدی از فروش متصور است و این کم کردن فاصله تامین تا توزیع به معنای کاهش هزینه عملیات است.

تقوی شوازی در خصوص علت تمایل تولیدکنندگان و تامین کنندگان برای حضور در فروشگاه های زنجیره ای گفت: در حال حاضر در کشور بالغ بر سه میلیون و نیم واحد صنفی داریم که بالغ بر یک میلیون از آن در نظام توزیع فعالیت دارند و مزایایی متعدد فروشگاه های زنجیره ای آنان را ترغیب به حضور در فروشگاه های زنجیره ای می کند.

وی فروش عمده و انبوه و ارتباط با یک سیستم متمرکز برای فروش را یکی از مزایای دیگر فروشگاه های زنجیره ای عنوان کرد و گفت: کم بودن هزینه های فروش، انبار داری، جلوگیری از خواب سرمایه، تضمین فروش و امکان برنامه ریزی برای تولید، دریافت بموقع وجه، انتقال نظریات از مشتریان به واحدهای تولیدی در نهایت تولید و فروش بیشتری واحدها را ترغیب به حضور در فروشگاه های زنجیره ای می کند.

تقوی کاهش چشمگیر هزینه های سرسام آور تبلیغات برای برندها کم نام و نشان را علت به صرفه بودن حضور در فروشگاه های زنجیره ای شمرد.

مدیرکل نظارت بر شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت با بیان اینکه موارد گفته شده از عوامل تاثیر گذار در مبحث تخفیفات هستند، گفت: هر دو طرف با کاهش حاشیه سودی که قانون برای آنان متصور شده اقدام به عرضه با تخفیف می کنند که در حقیقت این موارد مبنای تخفیف در فروشگاه های زنجیره ای است که اقدام مثبتی محسوب می شود.

وی با بیان اینکه فروشگاه های زنجیره ای را برای این خدمت باید تشویق کرد گفت: با توجه به مسائلی که در کشور وجود دارد، طی این سال های اخیر فروشگاه های زنجیره ای متعهد شدند تا جایی که امکان پذیر باشد انواع کالاها را با درصد تخفیف به مشتریان عرضه کنند که مردم بتوانند از قیمت های پایین کالاها بهره مند بشوند.

تقوی در پاسخ به این سوال که این تخفیفات آیا از یک نظام و مجوز قانونی برخوردارند، گفت: تخفیفات در اختیار خود فروشگاه های زنجیره ای است.

وی درخصوص نظارت بر تخفیفات نیز گفت: هیچ مخالفتی با تخفیف بیشتر نیست و برای کسی که می خواهد کالای خود را ارزانتر به بازار ارائه دهد با نظارت بر کیفیت و کمیت توسط سازمانهای ذی ربط مخالفتی نداریم.

مدیرکل نظارت بر شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت در پاسخ به پرسش دیگری که آیا بقالی‌ها نیز می‌توانند تخفیف داشته باشند، اظهار داشت: بله اگر آنها تمایل داشته باشند با کاهش حاشیه سود خود می‌توانند محصولات را با تخفیف عرضه کنند که البته کالاها را با همان قیمت مصرف‌کننده عرضه می‌کنند که اگر بیشتر شود گران‌فروشی است و اگر پایین‌تر بدهد تخفیف است که کار زیبنده‌ای است و ما هم آن را توصیه و تشویق می‌کنیم.

وی درخصوص فروش اجباری اظهار داشت: با استناد به ماده ۶۴ قانون نظام صنفی این تخلف محرز است و نباید وجود داشته باشد. مردم می‌توانند از طریق ۱۲۴ در سراسر کشور تخلفات تعزیراتی مثل گرانفروشی، کم‌فروشی را به سازمان‌های صمت انتقال دهند که حتما بررسی می‌شود.

تقوی در خصوص تبلیغاتی مانند این که "یکی بخرو دوتا ببر" به چه صورت است، گفت: اگر قیمت رعایت بشود هیچ اشکالی ندارد. فرض کنید تولیدکننده تمایل دارد امروز به مناسبتی کالای خود را رایگان در اختیار مردم و یا یک فروشگاه قرار دهد که این هیچ منعی ندارد. یا فروشگاه‌ای و تولیدکننده‌ای برای کسب سهم بیشتر از بازار کالا را برای یک یا دو ماه با بیست درصد تخفیف می‌دهد، که این هم منعی وجود ندارد.

وی با رد شائبه‌های مطرح شده درخصوص قیمت‌گذاری‌های سفارشی گفت: اصلا و هیچ قیمت سفارشی نمی‌تواند از سوی فروشگاه‌های زنجیره‌ای به واحدهای تولیدکننده تحمیل شود.

تقوی با بیان اینکه چه کسی این شائبه‌های بی‌مورد را بوجود آورده تاکید کرد: تنها ده درصد سهم فروش کالا در اختیار فروشگاه زنجیره‌ای است و نود درصد در اختیار فروشگاه‌های سنتی و مغازه‌هاست. یک واحد تولیدی که سیستمی کار می‌کند و خط تولید دارد و باید صد درصد را پوشش دهد نظام دو نرخی را نمی‌تواند برقرار کند. اگر بر فرض محال این کار را انجام دهد که خلاف است و با آن برخورد قانونی می‌شود از آن طرف در رقابت می‌ماند. همچنین چیزی متصور نیست.

مدیرکل نظارت بر شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت درخصوص نحوه قیمت‌گذاری کالاها اظهار داشت: بجز کالاهای اساسی که قیمت مصوب دارد و توسط دولت تعیین می‌شود، نرخ‌گذاری بقیه کالاهای تولیدی در اختیار خودشان است که حسب ضوابط قیمت‌گذاری سازمان

حمایت ملزم هستند قیمت را درج کنند. اگر گزارشی مبنی بر قیمت نامتعارف برسد سازمان حمایت بررسی می کند که براساس قیمت تمام شده قیمت درج شود.

سرویس خبری: صنعت غذا