

دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی: بازار با درج قیمت تولیدکننده کالا رقابتی می‌شود



رشید عزیزپور گفت: درج قیمت تولیدکننده روی کالاها علاوه بر حذف قیمت دستوری موجب رقابتی شدن بازار می‌شود.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگروفودنیوز)، به نقل از ایرنا؛ رشید عزیزپور دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی، درباره حذف درج قیمت مصرف کننده روی کالاها افزود: موضوع درج قیمت تولید کننده از سال‌های قبل توسط صنعت غذا پیگیری می‌شد. خواسته فعالان این صنعت حذف درج قیمت مصرف کننده و امکان رقابتی شدن بازار بود هرچند در مرحله‌ای هم این موضوع تا حدی جلو رفت.

دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران با بیان اینکه این فرایند در کل دنیا شناخته شده و کارشناسان این موضوع را تایید می‌کنند، اظهار کرد: اواخر دوره اول یا دوره دوم دولت قبل، بخشنامه‌ای توسط وزارت صنعت برای حذف قیمت مصرف کننده تدوین شد.

وی تصریح کرد: به هر حال اینکه قیمت مصرف کننده حذف شود اقدام مثبتی است و بازار به طور کامل در مدار عرضه و تقاضا قرار می‌گیرد و رقابتی می‌شود. البته طبق تصمیم وزارت صنعت مقرر شده به طور پلکانی قیمت‌ها از مصرف کننده به سمت درب کارخانه سوق پیدا

کند، هرچند این احتمال وجود دارد که در آینده قیمت تولید کننده هم حذف شود.



کاهش واسطه گری

عزیزپور هدف درج قیمت تولیدکننده برای از بین بردن فاصله بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده را در نظام توزیع عامل کاهش واسطه گری دانست و گفت: بنابراین از تولیدکنندگان خواسته شده تا قیمت مشخص کنند.

دبیرکل کانون انجمن های صنایع غذایی ایران اطلاع رسانی، آموزش و فرهنگسازی هم برای تولیدکنندگان و هم برای توزیع کننده و مصرف کننده را ضروری دانست و یادآور شد: این اطلاعات باید در اختیار تمام مردم قرار بگیرد.

وی اضافه کرد: امکان دارد در آینده با شرایط موجود، به عنوان مثال تولیدکننده کالایی را به سیستم توزیع یک هزار تومان بفروشد، بعد سیستم توزیع آن را به مغازه داری بدهد، مغازه اول اتیکت کالایش را یک هزار و ۲۰۰ تومان، مغازه ای دیگر یک هزار و ۲۲۰ تومان و مغازه ای دیگر یک هزار و ۱۸۰ تومان تعیین کند؛ بنابراین این اطلاع رسانی باید اتفاق بیفتد.

این فعال اقتصادی روند صدور بخشنامه و اجرای آن را بسیای سریع توصیف کرد و گفت: متأسفانه فرصت کافی برای آمادگی تولیدکنندگان از نظر سخت افزاری و هماهنگی درون واحدی وجود نداشت. به دلیل اینکه حاشیه سود خرده فروشی و مصوبه های سود خرده فروشی و شبکه های توزیع مورد نقد شبکه توزیع است، این موضوع باعث چالش شد و چند وقت اخیر بین تولیدکنندگان و توزیع کنندگان با سازمان حمایت بحثی شکل گرفته که شاید باید در این حوزه از قبل جلسات و نشست هایی برگزار می شد.

وی ادامه داد: این طرح خوبی در راستای حذف قیمت مصرف کننده و قیمت گذاری دستوری است از طرفی مشکلاتی در بخش تولیدکننده، توزیع کننده، شبکه های توزیع و مصرف کننده که با پارامترهایی همراه بود، بهتر انجام شود.

عزیزپور اضافه کرد: چندی پیش تعدادی کالا از جمله نوشیدنی ها، نوشابه ها، آبمیوه ها، آبهای آشامیدنی با درج قیمت تولیدکننده به بازار عرضه شد در ادامه کالاهای دیگری از جمله محصولات کنسروی و رب ها به فهرست اولیه اضافه شدند تا براساس عرضه و تقاضا بازار را تنظیم کنند و اگر فروشنده ای گران فروشی کند مردم متوجه می شوند و دیگر خریدی انجام نمی دهند.

وی ادامه داد: همچنین دستگاه های نظارتی نیز با گران فروشان برخورد می کنند؛ بنابراین مشکلی در این بخش پیش نخواهد آمد.

بر اساس این گزارش، وزارت صنعت، معدن و تجارت از ۱۳ دی ماه ۱۴۰۰ برای مقابله با گرانفروشی، طرح درج قیمت تولیدکننده را از ۱۴ قلم کالا آغاز کرد و این طرح به سرعت در حال اجرا و توسعه است.

این اقدام به منظور شفافسازی قیمت است و تولیدکننده باید بر روی کالاهای تولیدی خود، قیمت درب کارخانه را درج کرده و فروشگاه ها و واحدهای صنفی نیز مکلف به درج قیمت مصرفکننده هستند.

هدف از اجرای این طرح علاوه بر مقابله با گرانفروشی و شفافسازی قیمت ها، بهره‌مندی قانونی و منطقی هر یک از عوامل زنجیره تولید، توزیع و عرضه از سودهای مصوب قانونی و همچنین کاهش بهای پرداختی توسط مصرف کنندگان را منجر می شود.

درج و نصب برچسب قیمت توسط آخرین حلقه توزیع کالاها باعث بهره‌مندی از نرخ‌های رقابتی برای مصرف کنندگان و تولیدکنندگان بوده و اعمال مدیریت فروش از مزیت های این طرح است.

قیمت مصرف کننده درج شده روی بسیاری از کالاها قیمت های واقعی و قانونی نیستند و بیشتر آنها قیمت هایی است که با توافق واحدهای تولیدی، واسطه ها و فروشگاه گذاشته می‌شود بنابراین درج قیمت تولیدکننده روی کالاها باعث می‌شود که دست واسطه ها کوتاه شده و قیمت‌های کاذب از میان برود.

این کالاها در حال حاضر تنها شامل هفت کالای سوپرمارکتی شامل دستمال کاغذی، آب معدنی، آب میوه‌ها، نوشابه گازدار، ماءالشعیر، پودر لباسشویی، پوشک بچه و هفت قلم کالاهای سرمایه‌ای شامل انواع لوازم خانگی کوچک و بزرگ مانند غذاساز، نوشیدنی‌ساز، چرخ گوشت، مایکروویو، تلویزیون، یخچال فریزر و ماشین لباسشویی می شود.

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 فروشگاه‌ها است.

این طرح به سامانه بهین‌یاب و سامانه جامع تجارت متصل می‌شود و عرضه کننده 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.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: ایرنا