

مدیرکل نظارت بر شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت تاکید کرد: فروشگاه‌های زنجیره‌ای را باید به خاطر لحاظ تخفیف تشویق کرد



مدیرکل نظارت بر شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان وزارت صمت در برنامه رادیویی "دوباره صبح" رادیو اقتصاد تخفیف را یک خدمت پسندیده عنوان کرد و گفت: فروشگاه‌های زنجیره‌ای را باید به خاطر لحاظ ارائه تخفیف تشویق کرد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی به نقل از همشهری، دکتر تقوی شوازی که برای گفتگو درخصوص شائبه‌های مطرح شده درخصوص تبانی تولیدکنندگان با فروشگاه‌های زنجیره‌ای 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 می‌شود؛ اما قبل از تحلیل این موضوع باید درخصوص مبحث تخفیف مباحثی را بیان کرد.

مدیرکل نظارت بر شبکه‌های 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.

دکتر 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 زنجیره‌ای به واسطه برخورداری از ویژگی‌ها و شرایطی می‌تواند مستقیماً از منبع کالا دریافت کرده و سایر حلقه‌های توزیع را حذف کند. در شبکه و نظام توزیع تامین کننده، تولیدکننده، شرکت‌های پخش، عمده فروشی و خرده فروشی هستند که برای هر کدام از این حلقه‌ها 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 فروشگاه‌های زنجیره‌ای 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 فروشگاه‌های زنجیره‌ای آنان را ترغیب به حضور در فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌کند.

وی فروش عمده و انبوه و ارتباط با یک سیستم متمرکز برای فروش را یکی از مزایای دیگر فروشگاه‌های زنجیره‌ای عنوان کرد و گفت: کم بودن هزینه‌های فروش، انبار داری، جلوگیری از خواب سرمایه، تضمین فروش و امکان برنامه‌ریزی برای تولید، دریافت بموقع وجه، انتقال نظریات از مشتریان به واحدهای تولیدی در نهایت تولید و فروش بیشتری واحدها را ترغیب به حضور در فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌کند.

تقوی کاهش چشمگیر هزینه‌های سرسام آور تبلیغات برای برندها کم نام و نشان را علت به صرفه بودن حضور در فروشگاه‌های زنجیره‌ای شمرد.

مدیرکل نظارت بر شبکه‌های 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 می‌کنند که در حقیقت این موارد مبنای تخفیف در فروشگاه‌های زنجیره‌ای است که اقدام مثبتی محسوب می‌شود.

وی با بیان اینکه فروشگاه‌های زنجیره‌ای را برای این خدمت باید تشویق کرد گفت: با توجه به مسائلی که در کشور وجود دارد، طی این سال‌های اخیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای 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 شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت در پاسخ به پرسش دیگری که آیا بقالی ها نیز می توانند تخفیف داشته باشند، اظهار داشت: بله اگر آنها تمایل داشته باشند با کاهش حاشیه سود خود می توانند محصولات را با تخفیف عرضه کنند که البته کالاها را با همان قیمت مصرف کننده عرضه می کنند که اگر بیشتر شود گران فروشی است و اگر پایین تر بدهد تخفیف است که کار زیبنده ای است و ما هم آن را توصیه و تشویق می کنیم.

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

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 تولید کننده تمایل دارد امروز به مناسبتی کالای خود را رایگان در اختیار مردم و یا یک فروشگاه قرار دهد که این هیچ منعی ندارد. یا فروشگاه ی و تولیدکننده ای برای کسب سهم بیشتر از بازار کالا را برای یک یا دو ماه با بیست درصد تخفیف می دهد، که این هم منعی وجود ندارد.

وی با رد شائبه های مطرح شده درخصوص قیمت گذاری های سفارشی گفت: اصلا و هیچ قیمت سفارشی نمیتواند از سوی فروشگاه های زنجیره ای به واحدهای تولیدکننده تحمیل شود.

تقوی با بیان اینکه چه کسی این شائبه های بی مورد را بوجود آورده تاکید کرد: تنها ده درصد سهم فروش کالا در اختیار فروشگاه زنجیره

ای است و نود درصد در اختیار فروشگاه های سنتی و مغازه هاست. یک واحد تولیدی که سیستمی کار می کند و خط تولید دارد و باید صد درصد را پوشش دهد نظام دو نرخ را نمی تواند برقرار کند. اگر بر فرض محال این کار را انجام دهد که خلاف است و با آن برخورد قانونی می شود از آن طرف در رقابت می ماند. همچنین چیزی متصور نیست.

مدیرکل نظارت بر شبکه های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت درخصوص نحوه قیمت گذاری کالاها اظهار داشت: بجز کالاهای اساسی که قیمت مصوب دارد و توسط دولت تعیین می شود، نرخ گذاری بقیه کالاهای تولیدی در اختیار خودشان است که حسب ضوابط قیمت گذاری 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.

منبع: همشهری آنلاین