

درج قیمت تولید کننده، هزینه توزیع ۱۲۰ درصدی را از بین برد پایان اجحاف به مصرف کنندگان!

کالا یا دستمزد خدمت به سهولت و روشنی برای همگان قابل رویت باشد براساس قوانین متعدد از جمله ماده (۶) قانون تعزیرات حکومتی مصوب ۱۳۶۷/۱۲/۲۳، ماده (۵) قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۵ و مواد (۶۵ و ۱۵) قانون اصلاح قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۹۲/۶/۱۲ مورد تاکید و تصریح قرار گرفته است، اما موضوع تخلف عدم درج قیمت کماکان از فراوانی برخوردار بوده و در صدر خلفات احصاء شده در گزارشات بازرسی است و علی رغم تلاش های معموله وضعیت مطلوب و مورد انتظار حاصل نشده است. همچنین متأسفانه یکی از چالش های اصلی در بازار، درج قیمت های غیر قانونی بر روی کالاها می باشد.

■ با توجه به مطالبه عمومی و با هدف ترغیب و تشویق بنگاه های صحیح العمل و شفاف سازی قیمت ها، و بهره مندی قانونی و منطقی هر یک از عوامل زنجیره تولید، توزیع و عرضه از سودهای مصوب قانونی و اطلاع رسانی مستمر از قیمت انواع کالا و خدمات و همچنین کاهش بهای پرداختی توسط مصرف کنندگان لازم است با فراگیر شدن درج قیمت کالا و خدمات به عنوان الزام قانونی، موجبات استیفای بیش از پیش حقوق مصرف کنندگان فراهم گردد.

دلایل اجرای طرح:

با توجه به ضرورت انجام پروژه، از مهمترین دلایل اجرای آن می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- شفاف سازی قیمت ها؛
- ایجاد رقابت و به تبع آن کاهش قیمت؛
- سهولت در مقایسه و انتخاب کالا و خدمات برای خریدار؛
- ارتقای اعتماد عمومی؛
- جلوگیری از سوء استفاده و اجحاف به مصرف کنندگان؛
- امکان نظارت بر رعایت سودهای مصوب قانونی حلقه های تامین و توزیع.



میان دست)، کالاهای مصرفی (پایین دست و نهایی) و خدمات در نظر گرفته شده است که یکی از مهمترین آن ها «استقرار درج قیمت تولید کننده و قیمت واحد» است. علت بکارگیری این پروژه آن است که کالاهای مصرفی از درب کارخانه تا زمانی که به دست مصرف کننده می رسد نباید بیش از ۳۰ درصد افزایش قیمت داشته باشد اما بعضاً تا ۱۲۰ درصد هزینه توزیع اعمال می شود که نوعی اجحاف به حقوق مصرف کننده است.

اهداف پروژه استقرار درج قیمت تولید کننده و قیمت واحد:

■ با عنایت به مفاد بند ۲۳ سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی مبنی بر «شفاف و روان سازی نظام توزیع و قیمت گذاری و روزآمد سازی شیوه های نظارت بر بازار»، استمرار اطلاع رسانی نظام مند، دقیق و بهنگام در مورد قیمت کالا و خدمات به مصرف کنندگان، از الزامات اساسی به شمار می رود.

■ 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

کالاهای مصرفی از درب کارخانه تا زمانی که به دست مصرف کننده می رسد نباید بیش از ۳۰ درصد افزایش قیمت داشته باشد اما بعضاً تا ۱۲۰ درصد هزینه توزیع اعمال می شود که نوعی اجحاف به حقوق مصرف کننده است

★ **دکتر احمد تشکینی**
رئیس موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

از آنجاکه استمرار مدیریت بازار با رویکردهای سنتی از کارایی لازم برخوردار نیست، ضروری است مدیریت بازار (با رویکردهای تحولی) به منظور ایجاد ثبات در عرضه و تقاضا و قیمت کالاها با ابزارهای هوشمند و خودتنظیم مد نظر قرار گیرد. وزارت صنعت، معدن و تجارت در برنامه تحولی مدیریت بازار کالاها و خدمات به دنبال مدیریت هوشمند بازار از حلقه اول یعنی پیش از تولید و تولید تا حلقه آخر یعنی توزیع و مصرف است. در این راستا مدیریت بازار با مداخلات ضروری و حداقلی دولت پیگیری می شود و این رویکرد در اصلاح نظام قیمت گذاری و کنترل های پیشینی و پسینی دنبال خواهد شد. وزارتخانه متبوع با برخورداری از برنامه های تحولی برای گذار از مدیریت بازار سنتی به نوین، استفاده از ابزارهای خودتنظیم و هوشمند کردن پایش ها و نظارت ها را به صورت جدی در دستور کار خود قرار داده است. برای مدیریت هوشمند بازار پروژه عملیاتی مختلفی در ارتباط با کالاهای پایه (بالادست و