

مبنای درج قیمت و انواع آن در تجارب کشورها:

به منظور ممانعت از تشتت قیمت ها، در کشورهای مورد بررسی همچون هندوستان، مالزی، ترکیه، آلمان و استرالیا چاپ «قیمت مقطوع» فروش برای مصرف کننده نه تنها انجام نمی شود، بلکه به عنوان یک عامل شکل گیری رویه های ضد رقابتی «ممنوع» اعلام شده است. لذا در این کشورها به منظور ممانعت از تشتت قیمت ها به ویژه در رابطه با «کالاهاى تند مصرف» (FMCG) از روش های دیگری استفاده می شود که به شرح زیر می باشد:

■ چاپ دو قیمت روی کالا در محل درب کارخانه: ۱. «هزینه تمام شده» یا به عبارتی «حداقل قیمت فروش» و ۲. «حداکثر قیمت فروش» کالا. در اینجا با ایجاد یک باند قیمتی، ضمن اینکه دامنه نوسانات قیمت کالا در نقاط مختلف کشور مشخص می گردد، از رخداد قیمت گذاری تهاجمی (کمتر از هزینه تمام شده) و همچنین قیمت گذاری غیرمنصفانه نیز در بازار ممانعت به عمل می آید.

■ درج دو رقم روی برچسب قیمت کالا در سطح خرده فروشی: ۱. قیمت برای مصرف کننده: ۲. «قیمت واحد محصول» برحسب واحد وزنی مشخص (کالاهاى تند مصرف). هدف از درج «قیمت واحد محصول» ایجاد قابلیت مقایسه قیمتی برای یک محصول است که در بسته بندی های مختلف روانه بازار می شود. این امر در حال حاضر عمدتاً در کشورهای پیشرفته (اتحادیه اروپا، استرالیا، ایالات متحده، ...) نیز بکار گرفته می شود. ترکیه نیز به واسطه پیوستن به اتحادیه اروپا درج برچسب قیمت واحد روی محصولات تند مصرف را در خرده فروشی های بزرگ و مدرن اجباری کرده است.

■ در ایران چاپ قیمت تمام شده روی محصول در محل درب کارخانه امری مرسوم بوده است و مطابق بند «ی» ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ تعیین قیمت بافروش مشروط به ایجاد اختلال در رقابت ممنوع شده است. حکم قانونی مذکور

برای ممانعت از تشتت قیمت ها، در کشورهای نظیر هندوستان، مالزی، ترکیه، آلمان و استرالیا چاپ «قیمت مقطوع» فروش برای مصرف کننده نه تنها انجام نمی شود، بلکه به عنوان یک عامل شکل گیری رویه های ضد رقابتی «ممنوع» اعلام شده است

به حدی کلی است که اگر تولید کننده در صدد تبانی با خرده فروشی های بزرگ و چاپ قیمت غیر واقعی روی محصول برآید، حدود قانونی برشمرده، ممنوعیتی در برابر وی ایجاد نمی کند.

دستاوردهای اجرای طرح:

■ قیمت غیرواقعی فعلی با اعمال حاشیه سودهای غیرقانونی را می تواند اصلاح نماید؛

■ با تعدیل حاشیه سود غیرقانونی اعمال شده در شبکه توزیع، باعث کاهش قیمت می گردد؛

■ با لحاظ قیمت واحد نیز باعث جلوگیری از سردرگمی مصرف کنندگان و سوء استفاده احتمالی حلقه های تامین و توزیع می گردد؛

■ درج قیمت تولیدکننده بر روی محصولات و قیمت مصرف کننده در محل عرضه در کوتاه مدت محقق می شود؛

■ کاهش قیمت و درج قیمت واقعی و قانونی در چارچوب رقابت یا برای کالای مشمول قیمت در میان مدت محقق می شود.

روش های ممانعت از تشتت قیمت کالاها در تجارب جهانی

هندوستان	مالزی	ترکیه	آلمان	استرالیا
چاپ دو قیمت روی کالا در محل کارخانه: ■ «هزینه تمام شده» یا به عبارتی حداقل قیمت فروش محصول ■ «حداکثر قیمت خرده فروشی» و نه «قیمت مقطوع»	درج «برچسب قیمت» حاوی قیمت تمام شده به انضمام مالیات در سطح خرده فروشی	درج دو «برچسب قیمت» در سطح خرده فروشی* قیمت تمام شده به انضمام مالیات قیمت واحد روی محصولات تند مصرف		

کشورها					روش ها	رویکرد اطلاع رسانی قیمت
استرالیا	آلمان	هند مالزی ترکیه	هند مالزی ترکیه	هند مالزی ترکیه		
ممنوع	ممنوع	ممنوع	ممنوع	ممنوع	قیمت مقطوع بافروش (RPM)	پرینت قیمت روی کالا در سطح تولید کننده
خیر	خیر	خیر	خیر	بله	هزینه تمام شده محصول: حداقل قیمت فروش	
خیر	خیر	خیر	خیر	بله	حداکثر قیمت فروش	
ممنوع	ممنوع	ممنوع	ممنوع	ممنوع	قیمت مقطوع بافروش محصول (RPM)	تعیین قیمت کالا در سطح عمده فروشی (BYB)
خیر	خیر	خیر	خیر	خیر	قیمت پیشنهادی بافروش (SRP)	
بله	بله	بله	بله	خیر	قیمت مصرف کننده: قیمت تمام شده به انضمام مالیات	درج برچسب قیمت بر حسب خرده فروشی (BYC)
در صورت تمایل خرده فروشی	در صورت تمایل خرده فروشی	در صورت تمایل خرده فروشی	در صورت تمایل خرده فروشی	خیر	قیمت پیشنهادی تامین کننده (Suggested Resale Price)	
واحد های اجباری برای مدرن	اجباری برای واحد های مدرن	در صورت تمایل خرده فروشی	خیر	خیر	درج قیمت واحد (Unit Price) به ازای واحد وزنی مشخص از محصول	

در ایران چاپ قیمت تمام شده روی محصول در محل درب کارخانه امری مرسوم بوده است و مطابق بند «ی» ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ تعیین قیمت بافروش مشروط به ایجاد اختلال در رقابت ممنوع شده است.