



## دیدگاه

شماره: 913	<b>موضوع: برچسب قیمت کالا و خدمات و حقوق مصرف کنندگان</b>
تاریخ: 1399/05/06	
تهیه و تنظیم: داود چراغی	
<p style="text-align: right;"><b>توضیح اجمالی:</b></p> <p>در چند سال اخیر قیمت کالاها و خدمات، به تبع تشدید فشارهای ناشی از تحریم، رشد نقدینگی و تورم، رشد بالایی داشته است. در این بین افزایش بیش از سیصد درصدی قیمت ارز و طلا، به عنوان قیمت مرجع، این روند را تشدید کرده است. همزمان علاوه بر رشد قیمت کالاها و خدمات، مشکل دیگری نیز وجود دارد و آن نابسامانی در قیمت محصولات در مناطق مختلف است، بطوریکه به دلیل اطلاع رسانی غیر مکفی در اعلام نرخها بعضا در عرضه برخی از محصولات و خدمات یکسان، در مناطق مختلف کشور قیمت های متعددی مشاهده می شود. قابل ذکر است که عموما رشد قیمت کالاها و خدمات در شهرهای بزرگ به ویژه در تهران و مراکز استانها، بیشتر از شهرهای کوچک بوده است. همین وضعیت را در مناطق مختلف یک شهر نیز می توان مشاهده نمود که قیمت های محصولات، به خصوص در مناطق مرفه آن شهر، رشد بیشتری دارند. البته وجود تفاوت قیمت برای یک محصول در مناطق مختلف جغرافیایی، از ناحیه متفاوت بودن هزینه ها در مناطق مختلف، یک اصل اثبات شده است که بعضا در فرآیند فعالیت خرده فروشان از منظر رقابت در قیمت و کیفیت قابل پذیرش است. اگرچه موضوع رشد قیمت ها (به دلیل تورم و افزایش هزینه ها) با پدیده قیمت های گوناگون برای یک کالای مشخص با ویژگی های یکسان، متفاوت است لذا بایستی این مسئله با موضوع تبعیض قیمت در شرایط یکسان، متمایز گردد، زیرا مورد اخیر ریشه در تعهد اجتماعی بنگاهها، ساختار نظام توزیع و نحوه تامین کالاها توسط واحدهای عرضه کننده و یا به عبارت دقیق تر میزان هزینه تمام شده محصول برای آنها دارد. بدین ترتیب اقتصاد ایران در رابطه با موضوع رشد قیمت کالاها و خدمات در چند سال گذشته با دو چالش عمده روبرو بوده است. از یک طرف، وجود عامل تورم به دلیل رشد نقدینگی و سایر سیاست های کلان اقتصادی است که با رشد قیمت محصولات در مناطق مختلف معطوف به سطح درآمد خانوارهای ساکن آن مناطق رابطه مستقیم داشته. از سوی دیگر، هرج و مرج و تفرق در قیمت محصولات با شرایط مشابه و عرضه آن با قیمت های متعدد در خرده فروشی ها است که موضوع این نوشتار است و شرایط تحریم و محدودیت های مختلف نیز موجب تشدید این پدیده شده است که لزوما به برخی از اصول رقابت خدشه وارد می کند. باید توجه داشت که دولت در چند سال گذشته به منظور برقراری آرامش در روند رشد قیمت محصولات در مناطق مختلف کشور در هر دو محور فوق، تلاش های گسترده ای معمول نموده است، اگرچه بخش عمده اقدامات انجام شده در جهت جلوگیری از رشد گسترده قیمت کالاها و خدمات ناشی از تورم، در حوزه وظایف بانک مرکزی و وزارت اقتصاد است. اما بهبود وضعیت هرج و مرج در عرضه و تامین کالا با قیمت مصوب در مناطق، در حوزه وظایف وزارت صمت و تابع توجه به پیش فرض های شکل گیری و گسترش رقابت در بستر و فضای کسب و کار خرده فروشی ها در فرآیند زنجیره تامین و عرضه کالاها و خدمات به شرح ذیل است.</p> <p>الف) از مهمترین پیش نیازهای گسترش رقابت که لازم است در تدوین قوانین و مقررات مرتبط با تاسیس و شروع فعالیت کسب و کارها مورد توجه سیاستگذاران و برنامه ریزان قرار گیرد چهار پیش فرض ذیل است:</p> <p>۱- رفتار عقلایی: انتظار می رود همواره از یک سو بنگاهها به دنبال حداکثر کردن سود خود و از سوی دیگر مصرف کنندگان نیز به دنبال حداکثر کردن مطلوبیت شان باشد. البته بدیهی است که اطلاعات کافی از بازار نیازمند زیرساخت هایی نظیر شبکه های اطلاع رسانی، قابلیت رصد و پایش کالا در زنجیره تامین و توزیع، بازارهای یکپارچه و متصل بهم نظیر بازار بورس و .. می باشد. لذا باید قوانینی در زمینه تامین این زیرساخت ها تصویب شود،</p> <p>۲- اطلاعات کافی عرضه کننده و تقاضاکننده از شرایط بازار: تمام افراد (شامل بنگاه های سمت عرضه و مصرف کنندگان سمت تقاضا) که در این بازار فعالیت دارند باید از تمام شرایط بازار مانند قیمت و کیفیت کالاها و خدمات، اطلاع کافی داشته باشند.</p>	



## دیدگاه

۳- عدم برتری و ترجیح: در صورتی که مصرف‌کنندگانی به دلایلی غیراقتصادی همچون ارتباط یا تباری با یک بنگاه، معامله با بنگاهی را ترجیح دهد، این ترجیح باعث نقض بازار رقابت کامل می‌شود.

۴- جابجایی سریع عوامل تولید: به این صورت که اگر بنگاهی کالا و یا خدماتی را به قیمت پایین‌تر از هزینه متوسط تولید، عرضه نماید، بواسطه زیان ناشی از این فعالیت، بنگاه‌ها باید بتوانند به سرعت فعالیت خود را تغییر و در بازاری دیگر که قیمتی بالاتر از هزینه تولید دارد، شروع به فعالیت نمایند. همچنین در صورتی که قیمت کالا و یا خدمات بنگاهی بالاتر از هزینه‌های متوسط تولید باشد، این امکان برای همه بنگاه‌های بازار فراهم باشد که از بازارهای دیگر به سرعت فعالیت خود را به این بازار انتقال دهند. در غیر این صورت، هرگونه توقف دستوری و اجباری بنگاه‌ها در چنین بازاری، موجب خواهد شد که بنگاه‌ها در مناطق مختلف از قیمت‌های مصوب تخطی کنند و قیمت‌های متفاوتی را برای کالای یکسان پیشنهاد کنند.

ب) انجام فعالیت‌ها در زنجیره تامین و عرضه محصولات، وقتی مطلوب است که این فرآیندها همراه با لحاظ نمودن استانداردهای کیفی سلامت و بهداشت و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان صورت گیرند. در نتیجه باید استانداردهایی برای کلیه متقاضیان فعالیت در زنجیره تامین و عرضه محصولات به ویژه در آخرین حلقه آن یعنی شبکه توزیع کالا و خدمات، تدوین، تصویب و ابلاغ شود.

ج) سومین اقدام لازم دولت برای آماده سازی فضای رقابتی در زنجیره تامین و عرضه محصولات در کشور، مشخص کردن نهاد و سازمان متولی آن توسط دولت، به منظور پیگیری استقرار پیش فرض‌های چهارگانه بازار رقابتی، برقراری استانداردهای سلامت و بهداشت، و رعایت قانون حمایت از مصرف‌کنندگان و در نهایت پیگیری کنترل، نظارت و بازرسی این فرآیند در طول زنجیره تامین و عرضه محصولات است.

لازم بذکر است علاوه بر عوارض تورم بر اقتصاد کشور، عرضه کالاها و خدمات با قیمت بیشتر از قیمت‌های مصوب و متعارف بازار، یکی از مشکلات اساسی و ساختاری نظام توزیع کالا و خدمات ایران و اجحاف به خریداران و مصرف‌کنندگان است که موجب وارد شدن خسارت به مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان کشور، خواهد شد. در این ارتباط اگرچه دولت اقداماتی انجام داده و برخی از آنها در بهبود نسبی بازار و سمت عرضه موثر بوده اما همچنان با وضعیت مناسب و مطلوب فاصله دارد. برای نمونه در چند دهه گذشته، دولت سعی و تلاش زیادی برای ساماندهی درج و نصب برچسب قیمت کالاها و خدمات و ایجاد فضای شفاف در خرده‌فروشی محصولات داشته‌است، اما برخی فعالان عرضه کالا و خدمات بعضاً از برچسب قیمت مناسب استفاده نمی‌نمایند و یا فاقد صندوق مکانیزه فروش هستند. ضمن آنکه قیمت مصوب و مندرج در برچسب برخی کالاها و خدمات را نیز رعایت نمی‌کنند. و کالا را به قیمت بیشتری از نرخ مصوب عرضه می‌کنند.

علاوه بر آن، مشکل عدم توجه به نصب برچسب قیمت در نظام توزیع کالا و خدمات عمدتاً مربوط به بخش عمده‌فروشی و خرده‌فروشی سنتی کشور است. چراکه فعالیت فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای بدون رعایت برچسب قیمت و درج بارکد امکان‌پذیر نیست. از طرفی عمده‌فعلان بخش بازرگانی داخلی کشور را فعالان خرده‌فروشی کشور تشکیل داده‌اند که عمدتاً در متراژهای کم و محدود فعالیت دارند. این واحدها به دلیل محدودیت متراژ تنها می‌توانند از میان هزاران کالا، تنها تعداد محدودی را عرضه نمایند. در نتیجه فضای محدود خرده‌فروشی خود را اختصاص به کالاهایی می‌دهند که اولاً ارزان‌تر تهیه کنند و ثانیاً تامین‌کننده کالا، مهلت و شرایط مناسب‌تری برای پرداخت وجه کالای خریداری شده پیشنهاد نماید. شاید به همین دلیل باشد که بعضاً در برخی از این فروشگاه‌های خرده‌فروشی سنتی، به مرور کالاهای ارزان و کم‌کیفیت جانشین کالای با کیفیت شود. البته در مورد برخی کالاها و خدمات نظیر عرضه میوه در غرف میادین میوه و تره بار، این فرآیند می‌تواند برعکس باشد به نحوی که بواسطه قیمت‌گذاری میوه در میادین، معمولاً میوه‌های با کیفیت به سمت مغازه‌های خرده‌فروشی سنتی سوق می‌یابند که امکان عرضه میوه با کیفیت در قیمت‌های بالاتر فراهم باشد. مصادیقی از این قبیل را نیز می‌توان در خدمات باکیفیت آرایشگاهی و ... در مناطق مختلف مشاهده نمود.



## دیدگاه

### نکات کلیدی:

آنچه مسلم است استفاده از برچسب استاندارد قیمت کالاها و خدمات، در چارچوب یک دستورالعمل مدون، راه کاری لازم و ضروری است و باید بصورت اجباری توسط همه فعالان عرصه زنجیره تامین و عرضه محصولات استفاده شود. بطوریکه کلیه فعالین این بخش صرفا بایستی در چارچوب مفاد این دستورالعمل فعالیت داشته باشند. به هر صورت نهادینه شدن استفاده از برچسب قیمت استاندارد یکی از اقدامات لازم برای شکل دهی بستر رقابتی در زنجیره تامین و عرضه کالا و خدمات در کشور است و اهمیت زیادی در رعایت و حفظ حقوق مصرف کنندگان دارد. همچنین تا زمان تدوین استانداردهای جدید در این خصوص، باید قوانین و مقررات فعلی مرتبط با الصاق برچسب قیمت بر کالاها و خدمات در همه خرده فروشی ها رعایت شود و امور نظارتی و بازرسی مستمر و سیستماتیک بر اجرای آن پیگیری شود و با استفاده از ابزار مختلف به خصوص استفاده از رسانه های گروهی برای عموم مردم بعنوان مصرف کنندگان و فعالان کسب و کارهای اقتصادی، آگاه سازی و اطلاع رسانی شوند.

باید توجه داشت که نظام توزیع کالا و خدمات آخرین حلقه زنجیره تامین است که نقش و اهمیت زیادی در گسترش فروش کالا و حمایت از تولید کالا و خدمات در کشور از یک طرف و همچنین حمایت از حقوق مصرف کنندگان در دسترسی به کالاها و خدمات با کیفیت و قیمت مناسب از طرف دیگر دارد. لذا اصلاح نظام توزیع کالا و خدمات از جمله پیش نیازهای اصلاح نظام اقتصادی کشور است و لازم است در برنامه های توسعه کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت کشور مدنظر قرار گیرد. همچنین ضروری است کلیه فروشگاه های خرده فروشی کالاها و خدمات ملزم به تهیه و استفاده از صندوق های مکانیزه فروش و صدور فاکتور استاندارد شوند. بدیهی است این الزامات نیز باید طی اطلاعیه از طریق رسانه های گروهی، به اطلاع عموم مصرف کنندگان و فعالان کسب و کار رسانده شود. البته باید تناسبی نیز بین جرایم و حوزه تخلف و انجام جرم برقرار باشد تا بتواند در تامین اصل بازرندگی از انجام جرم، موثر واقع شود.