اخبار

قائم‌مقام وزیر صمت:

سبد کالایی در آینده جایگزین یارانه نقدی می‌شود

قائم‌مقام وزیر صمت گفت: ارائه سبد کالا در جبران افزایش قیمت‌ها مستلزم مقدماتی بود بنابراین تصمیم گرفته شد که این کار با عجله انجام نشود و ابتدا یارانه نقدی پرداخت و سپس سبد کالایی ارائه شود.

به گزارش پیام آشنا، محمدصادق مفتح به نقل از وزارت صمت در یک برنامه تلویزیونی با بیان اینکه ارائه کالابرگ به مقدماتی نیاز دارد، اظهار کرد: این تصور که برای کالابرگ یک کار سخت‌افزاری جدید مانند آنچه که در دهه ۶۰ داشتیم، انجام می‌شود؛ اشتباه است و به این شکل نخواهد بود. در این زمینه حتماً از زیرساخت‌های موجود مانند کارت بانکی استفاده خواهد شد.
به گفته قائم‌مقام وزیر صمت در امور بازرگانی، این‌که در قبال افزایش قیمت، سبد کالا ارائه شود تا هزینه خانوار کنترل و اطمینان حاصل شود که مقدار مواد غذایی لازم به خانواده‌ها می‌رسد از اول در دستور کار دولت قرار گرفته، اما نیاز به مقدماتی مثل زیرساخت الکترونیک، تأمین، راحتی تهیه کالا و وضعیت شبکه توزیع داشت. بنابراین نیازمند برنامه ریزی و دقت بیشتری دارد که به همین دلیل مقرر شد با عجله اجرا نشود و ابتدا افزایش قیمت‌ها به صورت نقدی و بعد به سبد کالایی اجرا شود.
مفتح با بیان اینکه قرار نیست کالاها با قیمت مصوب در مراکز خاص عرضه شود، بلکه عرضه در کل شبکه توزیع انجام می‌شود، گفت: فقط بر اساس پیش‌بینی روبه‌رو شدن با موج خرید مردم در ابتدای کار توصیه شد سازمان‌ها و فروشگاه‌هایی که قابل برنامه‌ریزی است، مثل سازمان میدان‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای مکلف شوند ساعت فروش خود را افزایش دهند.
قائم‌مقام وزیر صمت در امور بازرگانی در خصوص امکان فروش و یا واگذاری بخشی از این یارانه و یا امکان اختصاص کل مبلغ یارانه به خرید یک کالای اساسی مانند روغن، اظهار کرد: به‌طور طبیعی، مانند گذشته این شرایط شکل خواهد گرفت. ممکن است فرد به واحد صنفی مراجعه کند و بخشی از سهمیه تعیین شده خود را دریافت کند، اما این موضوع به توافق فرد صاحب کالا و مغازه‌دار بر می‌گردد و کلان نیست که در آن‌ها دخالت کنیم. ما موافق این وضعیت نیستیم، آن را به رسمیت نمی‌شناسیم و توصیه نمی‌کنیم، چون مقادیر سهمیه کالاهای اساسی که قرار است در قالب کالابرگ توزیع شود، بر اساس استانداردهای بهداشت و تغذیه است.
وی افزود: این ماجرا اجتناب ناپذیر است، اما توصیه جدی ما این است که این مقادیر بر اساس استانداردهای تغذیه مصرف شود.

کاهش ۵۰ درصدی تولید و فروش نان‌های فانتزی

رئیس اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم تهران با اشاره به اینکه جدا کردن نان های سنتی و فانتزی در بحث اصلاح یارانه اشتباه بوده است از کاهش ۵۰ درصدی تولید و فروش این نوع نان خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، محمدجواد کرمی با اشاره به ۱۰ برابر شدن قیمت آرد صنف و صنعت و به دنبال آن افزایش قیمت نان‌های فانتزی گفت: زمانی که این اتفاق می‌افتد اما قیمت نان‌های سنتی که رقیب ما هستند، تغییری نمی‌کند، مشخص است که کاهش فروش اتفاق بیفتد.
وی اضافه کرد: تولید و فروش نان‌های فانتزی به دنبال این اتفاق، ۵۰ درصد کاهش داشته است.
کرمی توضیح داد: با توجه به وضعیت معیشت مردم، کاملاً طبیعی است که آنها برای صرفه جویی در هزینه‌ها، نان‌های سنتی را جایگزین کنند ضمن اینکه حتی در برخی از ساندویچی‌ها نیز نان لواش به جای نان باگت استفاده می‌شود که این هم از دیگر معضلات اجرای چنین طرحی است.
وی تصریح کرد: نان‌های فانتزی در حوزه خبازی قرار می‌گیرند و نباید وزارت جهاد کشاورزی ما را زیر مجموعه صنف و صنعت قرار می‌داد، این اقدام اشتباه بوده و دولت هر طرحی را که می‌خواست برای نان‌های سنتی اجرا کند باید همان طرح را برای نان‌های فانتزی نیز اجرا می‌کرد و اگر قرار است فروش نان سنتی با کارت باشد باید همین طرح را برای نان‌های فانتزی نیز اجرا کند.

معاون وزیر نفت:

ایران در حال بررسی صادرات گاز به اروپاست

معاون وزیر نفت در امور گاز از افزایش صادرات گاز طبیعی به عراق و تعیین مهلت برای پرداخت بدهی‌های این کشور به ایران خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، مجید چگنی در حاشیه بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی در جمع خبرنگاران درباره صادرات گاز طبیعی به کشور عراق گفت: قرارداد صادرات گاز به این کشور سال آینده پایان می‌یابد که در حال تنظیم قرارداد جدید هستیم و دو طرف تکالیفی را به عهده خواهند داشت.
وی با اشاره به امضای یک تفاهم‌نامه با طرف عراقی درباره افزایش صادرات گاز در هفته‌های اخیر افزود: بر این اساس با توجه به نیاز این کشور صادرات گاز از سوی ایران افزایش یافت و در این تفاهم‌نامه قید شد که بدهی یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلاری عراق به ایران تا پایان ماه مه پرداخت شود و در صورت پرداخت نشدن دوباره گفت‌وگو و رایزنی می کنیم.
مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران همچنین در پاسخ به پرسشی درباره احتمال صادرات گاز ایران به اروپا، اظهار کرد: ایران در حال بررسی این موضوع است و هنوز به نتیجه نرسیده‌ایم، اما ایران همواره به‌دنبال توسعه دیپلماسی انرژی و گسترش بازار است.

حل مشکل شیرخشک رژیمی نوزادان تا ۱۰ روز آینده

رئیس انجمن تولیدکنندگان شیرخشک نوزاد کمبود شیرخشک رژیمی نوزاد را ناشی از عدم تخصیص به موقع ارز برای واردات ماده اولیه این کالا دانست و اعلام کرد که مشکل این نوع شیرخشک تا ۱۰ روز آینده به طور کامل حل خواهد شد.

به گزارش پیام آشنا، هانی تحویل‌زاده در پاسخ به این سوال که چرا شیرخشک رژیمی در بازار کم است؟ گفت: در مقاطعی باید برای خرید ماده اولیه شیرخشک‌های رژیمی ارز مورد نیاز تخصیص داده می‌شد که متاسفانه تخصیصی صورت نگرفت و تولیدکننده و وارد‌کننده زمان خرید را از دست دادند.
وی ادامه داد: کمبود شیرخشک رژیمی در بازار ناشی از عدم تخصیص به موقع ارز است.
رئیس انجمن تولیدکنندگان شیرخشک نوزاد اضافه کرد: شیرخشک‌های رژیمی و مواد اولیه مرتبط با آن مقاطع خاصی در دنیا تولید می‌شوند و اینگونه نیست که هر زمان ارز داشتیم آن را تهیه کنیم. باید همان زمان که تولیدات آن صورت می‌گیرد خرید انجام شود در غیر این صورت خرید به عقب می‌افتد.
وی در پاسخ به اینکه چه زمانی مشکل کمبود شیرخشک رژیمی در بازار حل خواهد شد؟ گفت: دو ماه پایانی سال ۱۴۰۰ ارز شرکت‌های تولیدکننده شیرخشک تامین و خرید انجام شد این محموله‌ها دو هفته قبل وارد گمرک شدند و به تدریج در حال ترخیص و تحویل به شرکت‌های پخش دارویی هستند.
تحویل زاده اضافه کرد: تشریفات اداری ترخیص کالا از گمرک حدود سه هفته طول می‌کشد. اینگونه نیست که وقتی ماده اولیه و شیرخشک نهایی به گمرک برسد بتوان سریع آن را ترخیص کرد. بر اساس آخرین آمار تشریفات اداری اکثراً انجام شده و محموله در حال ترخیص است. اما ۱۰ روز طول می‌کشد که این شیرخشک‌های رژیمی به مراکز استان‌ها برسد.
به گفته وی مشکل شیرخشک‌های رژیمی طی روزهای آینده به تدریج حل خواهد شد و تا ۱۰ روز آینده نیز مشکلی در این زمینه وجود نخواهد داشت.
رئیس انجمن تولیدکنندگان شیرخشک نوزاد در ادامه گفت: امیدواریم دولت یا ارز دولتی را کامل حذف کند تا بتوانیم با ارز نیمایی یا آزاد در زمان دقیق تولید ماده اولیه، آن را به موقع خریداری کنیم یا اگر اصرار بر تامین ارز دولتی دارد به موقع آن را تامین کند تا زمان خرید را از دست ندهیم.

ربیعی خبر داد:

استقرار ۲۸۴ شرکت دانش بنیان در البرز

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان البرز گفت: هم اکنون ۲۸۴ شرکت و مؤسسه دانش بنیان در استان البرز مستقر و در حال فعالیت‌هستند

به گزارش پیام آشنا، رامین ربیعی اظهار کرد: با تحلیل ارائه شده از میزان تولیدات و فروش شرکت‌های دانش‌بنیان طبق مهمترین محصولات هر استان و بر اساس میزان فروش بالای یک میلیارد تومان در سال، استان البرز با ۲۸۴ شرکت دانش بنیان، جایگاه دومی کشور را در این حوزه به خود اختصاص داده است.
وی ادامه داد: همچنین با ۱۶ هزار و ۲۴۹ نفر در شاخص اشتغال بعد از استان تهران در جایگاه دوم را کسب نموده است.
رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان البرز با اشاره به صدور ۱۵۴ فقره پروانه بهره برداری از مجموع شرکت‌های دانش بنیان مستقر در استان گفت: خوشبختانه روند تجاری سازی محصولات دانش بنیان و تولید انبوه محصولات در این حوزه در استان البرز روند مناسبی را طی می‌کند و هم اکنون نیز برای ۷۴ طرح جدید دانش بنیان در استان البرز جواز تأسیس صادر شده و مراحل اجرایی پروژه‌های خود را طی می‌کنند.
ربیعی اضافه کرد: بر اساس میزان پراکندگی نوع صنعت، استان البرز در حوزه‌های فناوری زیستی، کشاورزی و صنایع غذایی، دارو و فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان، ملزومات و تجهیزات پزشکی، برق و الکترونیک و مخابرات و سیستم‌های خودکار، رتبه دوم و در حوزه‌های مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی، ماشین آلات و تجهیزات پیشرفته، رتبه سوم کشور را به خود اختصاص داده است.
رئیس سازمان صمت البرز گفت: در سال‌هایی که شاهد تحریم‌های بسیار سنگینی بودیم یکی از ارکان مهمی که اقتصاد ما را سر پا نگه داشت اتکای کشور به شرکت‌های دانش بنیان بوده است.
ربیعی گفت: امسال مقام معظم رهبری با نگاه تیزبینانه و دقیق خود در حوزه تولید، نقش شرکت‌های دانش بنیان و فناورانه را پررنگ‌تر دیده اند و به اهمیت تولید دانش بنیان برای عبور از چالش‌های مختلف اقتصادی، توسعه و حل مشکلات مختلف کشور توجه ویژه ای نشان داده اند چرا که با اتکا به ظرفیت‌های حوزه دانش بنیان می‌توان گام‌های بزرگ و مؤثری در جهت توسعه صادرات با ارزش افزوده بالا، اشتغالزایی و رقابت با محصولات خارجی برداشت.

جهاد کشاورزی البرز:

مرغ و شیر مازاد تولید کنندگان البرزی را خریداریم

سرپرست سازمان جهاد کشاورزی البرز گفت: برای متعادل سازی بازار عرضه و تقاضا، خرید شیر خام مازاد از دامداران با نرخ مصوب برای استفاده در تولید شیرخشک صورت‌می‌گیرد.

به گزارش پیام آشنا، عبدالرضا روشن نژاد روز یکشنبه ۲۵ اردیبهشت در نشست قرارگاه امنیت غذایی استان البرز با اشاره به اینکه در تامین و عرضه کالاهای اساسی مورد نیاز مردم استان هیچ مشکلی وجود ندارد، افزود: با رصد روزانه بازار استان، شاهد ثبات نسبی در تأمین و عرضه کالاهای اساسی هستیم، به ویژه در تامین و عرضه مرغ، تخم‌مرغ و لبنیات، استان از وضعیت مطلوبی برخوردار است.
سرپرست سازمان جهاد کشاورزی البرز مدیریت و پایداری بازار را از اولویت های سازمان جهاد کشاورزی در راستای اجرای طرح مردمی سازی یارانه ها اعلام و تصریح کرد: علاوه بر تأمین و نظارت بر عرضه بازار کالاهای اساسی، برنامه ریزی برای تداوم و پایدارسازی تولید، حمایت از تولیدکنندگان و افزایش ضریب خوداتکایی محصولات با رویکرد صادرات نیز در دستور کار سازمان است که در برنامه های تحولی سازمان با جدیت پیگیری می شود.
روشن نژاد با بیان اینکه خرید شیر مازاد از تولیدکنندگان استان در دستور کار سازمان جهاد کشاورزی قرار دارد، افزود: برای متعادل سازی بازار عرضه و تقاضا، خرید شیر خام مازاد از دامداران با نرخ مصوب برای استفاده در تولید شیرخشک صورت می‌گیرد
وی همچنین با اشاره به خرید مازاد مرغ تولیدکنندگان گفت: شرکت پشتیبانی امور دام استان با همکاری معاونت بهبود تولیدات گیاهی سازمان و اداره کل دامپزشکی استان، اقدامات لازم را برای خرید مرغ مازاد تولید کنندگان استان با نرخ مصوب، به عمل آورد.

حصاری خبر داد:

ارجاع پرونده ۵۳ نانوایی متخلف در البرز به تعزیرات حکومتی

رئیس اتاق اصناف مرکز البرز اعلام کرد: پرونده ۵۳ نانوایی متخلف از ابتدای اردیبهشت ماه جاری تاکنون به تعزیرات حکومتی این استان ارجاع شده است.

به گزارش پیام آشنا، بهروز حصاری گفت: طی این مدت ۳۹۳ واحد صنفی نانوایی توسط بازرسان معاونت نظارت و بازرسی اتاق اصناف البرز مورد بازدید قرار گرفت.
وی گفت: با توجه به عدم افزایش قیمت در یارانه تخصیصی به واحدهای صنفی نانوایی سنتی؛ هیچگونه افزایش قیمتی در عرضه اینگونه نان ها نخواهیم داشت و فقط گندم صنف و صنعت به صورت آزاد عرضه می‌شود.
وی خاطرنشان کرد: هیچگونه کمبودی در عرضه کالاهای اساسی از جمله آرد در استان البرز وجود ندارد و نظارت بر نانوایی های این استان برای پیشگیری از تخلفاتی مانند کم‌فروشی و گرانفروشی تشدید شده است.
حصاری افزود: قیمت آرد نانوایی ها هیچگونه تغییری نداشته و با هر گونه افزایش قیمت نان برخورد می شود.
حصاری گفت: بازرسان اتاق اصناف با هر گونه گرانفروشی ، کم فروشی و عدم درج قیمت و عدم رعایت دستورالعمل بهداشتی به شدت برخورد می کنند.
رئیس اتاق اصناف مرکز البرز گفت: طرح ویژه نظارت بر نانوایی ها به شدت افزایش یافته و بازرسان بر رعایت بهداشت فردی و محیط ، کیفیت ، وزن و رعایت نرخ های مصوب ، توسط متصدیان نانوایی ها، مورد ارزیابی بازرسان قرار می گیرند. حصاری افزود: شهروندان در صورت مشاهده موارد تخلف شامل کم فروشی یا گران فروشی ، مراتب را از طریق شماره تماس ۳۶۱۱۷ اتاق اصناف مرکز استان البرز به بازرسان واحد بازرسی ونظارت اصناف البرز اطلاع دهند.

یک مقام مسئول اعلام کرد:

توزیع ۱۶۰ هزار تن برنج و شکر با قیمت مصوب در کشور

مدیرکل توزیع و فروش شرکت بازرگانی دولتی ایران از توزیع ۱۰۰ هزار تن انواع برنج وارداتی و ۶۰ هزار تن شکر در کشور با هدف حفظ آرامش بازار و ثبات قیمت‌ها خبر داد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از شرکت بازرگانی دولتی ایران، حجت براتعلی با اعلام خبر توزیع ۱۰۰ هزار تن برنج در سطح کشور گفت: ۱۰۰ هزار تن انواع برنج وارداتی و ۱۰۰ هزار تن شکر نیز در ایام ماه مبارک رمضان عرضه شد.
وی افزود: از ابتدای امسال، ۱۳۰ هزار تن روغن خام برای ثبات جریان تولید در کشور از مخازن ذخیره‌سازی متعلق به شرکت بازرگانی دولتی ایران، تحویل کارخانجات روغن نباتی شده است که این روند به صورت مستمر ادامه دارد.
براتعلی در مورد توزیع کالای راهبردی شکر نیز گفت: توزیع شکر از اواخر سال گذشته در کشور آغاز شده است و مقدار عرضه این کالا در ایام عید و ماه مبارک رمضان به ۱۰۰ هزار تن رسید.
مدیرکل توزیع و فروش شرکت بازرگانی دولتی ایران خاطرنشان کرد: این شرکت به عنوان متولی تأمین ذخایر راهبردی کالاهای اساسی کشور، مطابق برنامه‌های کارگروه تنظیم بازار محصولات کشاورزی نسبت به توزیع کالاهای اساسی با هدف حفظ آرامش بازار اقدام می‌کند.

نرخ خودروهای وارداتی از ۷۰۰ میلیون تا ۱.۴ میلیارد تومان خواهد بود

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با بیان اینکه تعرفه واردات خودرو مانند گذشته است، گفت: با در نظر گرفتن قیمت اصلی خودرو و مجموع حقوق ورودی، خودروها بین ۷۰۰ میلیون تا ۱.۴ میلیارد تومان خواهد بود.

به گزارش پیام آشنا، مهدی دادفر در مورد سازوکار واردات خودرو، اظهار کرد: تعرفه در نظر گرفته شده برای واردات خودرو همانند گذشته به ترتیب ۵۵ درصد، ۷۵ درصد و ۹۵ درصد است. بنابراین با در نظر گرفتن ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده و مجموع حقوق ورودی با نرخ ارز نیما، می‌توان گفت که خودروهای وارداتی از ۷۰۰ میلیون تا یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان قیمت خواهند داشت. وی ادامه داد: به نظر می‌رسد سقف قیمت خودروهای وارداتی ۲۰ هزار دلار و حجم موتور نیز ۲۵۰۰ سی سی باشد
دبیر انجمن واردکنندگان خودرو افزود: واردات خودرو از نظر تزریق محصول به بازار، می‌تواند بخشی از نیاز را پاسخ دهد. منتهی نکته این است که نباید واردات به صورت انحصاری در اختیار خودروساز و یا قطعه ساز قرار گیرد باید شرایطی فراهم شود که واردات برای همه تسهیل شود.
وی با بیان اینکه خودروی خارجی رقیب خودروی داخلی نیست، گفت: با توجه به وضعیت کیفیت و قیمت خودروهای داخلی، نمی‌توان گفت که خودروی خارجی رقیبی برای خودروی داخلی است، اما در صورت بهبود سیاست‌ها می‌توان امیدوار بود که خودروسازان با پذیرش فضای رقابتی نسبت به افزایش کیفیت و کاهش هزینه‌های تولید اقدام کنند و خودروهای اقتصادی روانه بازار کنند.

پیشنهاد مدیر عامل بورسی به جراحان اقتصادی:

ضرورت اجرای سیاست انقباضی برای کاهش هزینه‌های دولت

عیسی رضایی گفت: ضرورت جراحی اقتصادی بر کسی پوشیده نیست، اما دولت علاوه بر کالاهای اساسی می‌بایست مابه تفاوت یارانه تمام حامل‌های انرژی را بدون هرگونه تبعیض به مردم تخصیص دهد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، عیسی رضایی، مدیرعامل باسابقه بازار سرمایه با اشاره به جراحی اقتصادی دولت گفت: جراحی اقتصادی در اقتصاد فعلی کشور ضروری و حیاتی است اما لازم است دولت بدون هر گونه تبعیض یا طبقه بندی در دهک‌های درآمدی به تمام مردم ایران بر اساس کد ملی هر شخص یارانه ناشی از حذف ارز ترجیحی را اختصاص دهد.
وی افزود: در این جراحی امید می‌رود یارانه سایر حامل‌های انرژی اعم از برق و گاز یا بنزین نیز به مردم واگذار شود تا هر شخصی بر اساس تصمیم و نیاز خود برای مصرف آن برنامه ریزی کند.
در داستان یارانه‌ها اشخاصی که اتومبیل ندارند می‌توانند یا یارانه سوختی که وی تخصیص یافته برای سایر مصارف خود تصمیم گیری کند.
این کارشناس اقتصادی تثبیت هزینه سایر کالاها برای خانوارهای ایرانی علی رغم تعدیل قیمت کالاهای اساسی را غیرممکن دانست و گفت: وقتی در طرف هزینه‌ها افزایش حقوق و دستمزد نیروی انسانی و یا هزینه حمل و نقل افزایش می‌یابد به طور طبیعی قیمت کالا و سایر محصولات نیز دستخوش تعدیل می‌شود بنابراین اصلاحات اقتصادی می‌بایست بر اساس حذف یارانه تمام حامل‌های انرژی و تخصیص منابع آن به عموم مردم باشد تا بتوان به موفقیت این طرح امیدوارتر بود.
وی با بیان اینکه دولت می‌بایست برای جراحی اقتصادی واقعی از هزینه‌های خود با اعمال سیاست‌های انقباضی شروع کند، یادآور شد: در حال حاضر بیش از ۲۸ درصد از نرخ تورم فعلی کشور را بانک‌ها ایجاد می‌کنند که به دلیل سیاست‌های غلط در سنوات گذشته به وجود آمده و همچنان ادامه دارد.
مدیر عامل سابق مؤسسه اعتباری کوثر افزود: بانک‌ها سالیانه حجم پولی کلانی را برای تسویه سود پرداختی به سپرده گذاران خود خلق می‌کنند و این در حالی است که نرخ بهره تسهیلات بانکی با توجه به حاشیه سود پایین فعالیت‌های اقتصادی منجر به خرد شدن کمر اقتصاد و صنعت کشور شده است.
وی با اشاره به تجربه کشور ترکیه در مواجه به نرخ بهره و پیامدهای ابر تورمی این کشور عنوان کرد: دولت می‌تواند با سیاست‌های انقباضی برای هزینه کردهای خود ضمن اصلاح ساختارهای پیچیده در اقتصاد کلان ایران، به بهبود وضعیت معیشت مردم از طریق آزاد سازی حامل‌های انرژی و تخصیص یارانه آن بدون هر گونه طبقه‌بندی درآمدی کمک شایانی نماید.

یادداشت

بررسی تحولات برندهای اختصاصی در صنعت خرده‌فروشی جهان و ایران

(بخش دوم)

د. عوامل موثر در موفقیت برندهای اختصاصی

در رقابت و نزاع موجود بین عرضه برندهای معروف و برندهای اختصاصی، این خرده‌فروشان هستند که می‌توانند بر قدرت خود بیافزایند؛ از آنجایی که فضای فروشگاه‌های خرده فروشی محدود است، لذا بسیاری از آنها خواهان حاشیه سود بالاتری برای پذیرش و فروش نام‌های تجاری جدید می‌شوند. علاوه بر این، خرده‌فروشان تنها در قبال دریافت حاشیه سود بالاتر، حاضر به تخصیص فضای اختصاصی به فروش یا تبلیغ برندهای شرکت‌های مختلف می‌شوند.
در این میان، خرده‌فروشانی که برند اختصاصی خود را دارند می‌توانند بیشترین و بهترین فضای فروشگاهی و انبارها را به محصولات اختصاصی خود تخصیص دهند. از سوی دیگر، خرده‌فروشی‌های صاحب برندهای اختصاصی سعی می‌کنند با افزایش کیفیت و بهبود بسته‌بندی این محصولات و کاهش هزینه‌های توسعه‌ای، مشتریان بیشتری را جذب کنند. در این میان، حتی برخی از خرده‌فروشان از تبلیغات گسترده و انبوه استفاده می‌کنند. یکی از مثال‌های موفق در این زمینه، شرکت خرده‌فروشی لوبلاو[۳]، بزرگترین خرده‌فروشی کانادا است. این شرکت در سال ۱۹۸۴ عرضه محصولات شکلات، بیسکوئیت و چیپس خود را تحت برند اختصاصی (پرزیدنتز چویس[۴]) آغاز کرد. لوبلاو هم‌اکنون محصولات متنوعی شامل اقلام خواروبار، لوازم منزل، پوشاک، محصولات کودک، دارو، تلفن همراه و کالاهای عمومی را تحت برندهای اختصاصی مختلف خود عرضه می‌کند.

۲- روندهای ناشی از شیوع کرونا در حوزه برندهای اختصاصی

بازار برندهای اختصاصی ابتدا عمدتا در کشورهای اروپایی و سپس آمریکای شمالی رواج یافت. در سال ۲۰۲۰ سهم برندهای اختصاصی از فروش اقلام مصرفی پرگردش در انگلستان و سوئیس ۴۲ درصد، اسپانیا ۳۹ درصد، آلمان ۳۴ درصد، هلند ۳۳ درصد، ایتالیا ۱۹ درصد، استرالیا ۱۸ درصد و ایالات متحده ۱۶.۵ درصد بوده است.
طبق گزارش شرکت تحقیقات بازار آی‌آر‌آی (IRI)، پیش از همه‌گیری کرونا برندهای اختصاصی، حدود ۱۶ درصد از بازار خرده‌فروشی ایالات متحده را تشکیل می‌دادند. در مقابل، شرکت نیلسن[۵] گزارش می‌دهد که در آسیا- پاسیفیک مصرف‌کنندگان به برندهای ملی وفاداری بیشتری داشته و ضریب نفوذ برندهای اختصاصی در این منطقه پایین‌تر از متوسط جهانی است.
دنیاگیری ویروس کرونا رفتارهای خرید مصرف‌کنندگان را تغییر داده است. یکی از روندها در این رابطه، افزایش اقبال به برندهای اختصاصی خرده‌فروشی‌هاست. در اوایل شیوع کرونا، به دلیل هجوم خریداران قفسه‌های فروشگاه‌ها از اقلام مصرفی پرگردش با برندهای ملی معمول در کشورها خالی شدند. در نتیجه مصرف‌کنندگان وادار به خرید برندهای اختصاصی مشابه این اقلام شدند. علاوه بر این، کاهش سطح درآمدها، عدم قطعیت‌های موجود و لزوم تفکر آینده‌نگرانه در دوران شیوع کرونا، در کنار قیمت پایین‌تر برندهای اختصاصی نسبت به اقلام مشابه با برندهای ملی، به دلیل دیگری برای ترغیب مصرف‌کنندگان به خرید بیشتر برندهای اختصاصی تبدیل شده است.
براساس آخرین نظرسنجی موسسه مک‌کنزی[۶] از مصرف‌کنندگان ۱۳ کشور جهان در سپتامبر ۲۰۲۰، بیش از ۶۵ درصد پاسخ‌دهندگان تمایل به ادامه خرید برندهای جدیدتر را اظهار کرده‌اند که تبعاً برندهای اختصاصی می‌توانند انتخاب اصلی افراد برای اقلامی چون گروه‌های کالایی مصرفی پرگردش باشند. همچنین نتایج نظرسنجی شرکت تحقیقاتی آلیکس پارتنرز[۷] از حدود ۱۰۰۰ مصرف‌کننده در ایالات متحده که در ماه می ۲۰۲۰ منتشر شده دلیل اول اکثر افراد برای امتحان کردن برندهای جدید، کمبود کالای برندهای متداولی که پیش از دوران کرونا خریداری می‌شدند عنوان شد و دلیل دوم آنها نیز توجه به معیار قیمت محصول بوده است. یکی از نتایج مستقیم اهمیت یافتن مساله قیمت، کاهش اقبال به برندهای گران‌قیمت و تمایل به استفاده از برندهای اختصاصی خرده‌فروشان است.
در ارتباط با تغییرات روند تقاضا برای برندهای اختصاصی در سطح جهانی در دوران کرونا اطلاعات دقیقی در دست نیست. اما مطالعات مختلفی در این خصوص در ایالات متحده صورت گرفته است. طبق گزارش شرکت آی‌آر‌آی، از زمان آغاز شیوع کرونا فروش برندهای اختصاصی در این کشور ۲۹ درصد رشد داشته که بیش از رشد ۲۴ درصدی برندهای متداول (ملی و ...) بوده است. بررسی‌های شرکت آلیکس پارتنرز نشان می‌دهد حدود یک چهارم مصرف‌کنندگان، در دوران کرونا برندهای اختصاصی را امتحان کرده‌اند و از میان این افراد حداقل ۳۰ درصد قصد دارند همچنان نسبت به برندهای جدید خود وفادار بمانند. به لحاظ گروه‌های کالایی تحت برندهای اختصاصی در بازار جهانی، مواد غذایی و آشامیدنی‌ها جایگاه مهمی را به خود اختصاص می‌دهند. خرده‌فروشی‌هایی چون آمازون، کاستکو، دلار جنرال، تارگت، کروگر و وال‌مارت از بزرگترین عرضه‌کنندگان برندهای اختصاصی این محصولات هستند. طبق پیش‌بینی وبسایت ریسرچ اند مارکت[۸]، بازار جهانی برندهای اختصاصی این نوع اقلام، طی دوره چهار ساله ۲۰۲۰-۲۴ معادل ۲۱۵.۸۱ میلیارد دلار رشد خواهد کرد. بطوری که نرخ رشد سالانه آن معادل ۶ درصد برآورد شده است. بر این اساس، مواردی مانند افزایش حضور آنلاین برندهای اختصاصی محصولات مزبور، گسترش بازار آن به محصولات خاص و یکپارچه‌سازی فناوری برای ایجاد شبکه مشارکتی در بخش خرده‌فروشی، موتورهای محرکه این رشد خواهند بود. عامل مهم دیگر رشد، اقبال مصرف‌کنندگان به این برندها در اثر شرایط دوران کرونا و احتمالا تداوم نسبی آن در دوران پساکرونا خواهد بود. طبق بررسی‌های انجمن مواد غذایی ایالات متحده[۹]، ۸۳ درصد خرده‌فروشان مواد غذایی به دنبال گسترش راهبردهای فروش آنلاین برندهای اختصاصی بوده، ۷۷ درصد قصد دارند بر اقلام با قیمت پایین‌تر ولی دارای ارزش بیشتر تمرکز کنند و ۷۴ درصد نیز بر عرضه اقلام مورد نیاز آشپزی فوری در منزل و آماده‌کردن غذا در خانه توجه ویژه دارند.

۳- وضعیت برندهای اختصاصی در ایران و تاثیر شیوع کرونا بر آن

علیرغم برخی اقدامات ارزشمند انجام شده توسط فروشگاه‌های زنجیره‌ای برتر در ایران -به خصوص آنها که از قبل در عرصه تولید نیز فعال بوده و یا بعدها بواسطه ادغام رو به عقب در زنجیره، به عرصه تولید وارد شده‌اند- هنوز سهم برندهای اختصاصی از بازار خرده‌فروشی مدرن در ایران کمتر از ۱ درصد است. عرضه تعداد اقلام برندهای اختصاصی در ایران، محدود و بعضا ناپایدار و غیر مستمر بوده و فقط به اقلامی همچون محصولات سلولزی (از جمله انواع دستمال کاغذی)، کنسروها (رب گوجه فرنگی، مربا و ...)، برنج و غیره مربوط می‌شود که بایند برخی فروشگاه‌های زنجیره‌ای عرضه می‌شود. البته فروشگاه‌های زنجیره‌ای اختصاصی برخی از شرکت‌ها نظیر شیرین عسل، گلرنگ، میهن و غیره که بخشی از اقلام تولیدی خود را با برندهای شرکتی خود تولید و عرضه می‌کنند؛ با اندکی اغماض در این زمره قابل ذکر هستند اما نکته این است که این کالاها فقط برای عرضه در فروشگاه خودشان تولید نشده است بلکه در فروشگاه‌های زنجیره‌ای دیگر نیز عرضه می‌شوند در حالی که برند اختصاصی کالایی است که فقط برای عرضه در شعب یک فروشگاه مشخص (و با برند همان فروشگاه) تولید می‌شود. از دیگر فروشگاه‌های عرضه کننده برند اختصاصی، می‌توان به هایپراستار اشاره نمود.

زهرا آقاجانی
عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
Alborz.payam@gmail.com