

പതിനാലാം കേരള നിയമസഭ

പതിനഞ്ചാം സമ്മേളനം

നക്ഷത്ര ചിഹ്നമിട്ട ചോദ്യം നം.21

28.05.2019 ൽ മറുപടിയ്ക്ക്

സപ്തകോ മാർക്കറ്റുകളിലെ വില

ചോദ്യം

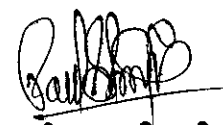
ഉത്തരം

ശ്രീ.റോഷി അഗസ്റ്റിൻ
 ശ്രീ.മോൻസ് ജോസഫ്
 ശ്രീ.പി.ജെ.ജോസഫ്
 ശ്രീ.സി.എഫ്.തോമസ്

ശ്രീ. പി. തിലോത്തമൻ
 (ഭക്ഷ്യവും സിവിൽ സപ്ലൈസും വകുപ്പു മന്ത്രി)

(എ) സപ്തകോ ഔട്ട് ലെറ്റുകളിൽ നിത്യോപയോഗസാധനങ്ങൾ ലഭ്യമല്ലാത്ത വിവരം ശ്രദ്ധയിൽപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടോ; ഉണ്ടെങ്കിൽ ഇക്കാര്യത്തിൽ വേണ്ട നടപടി സ്വീകരിക്കുമോ;	(എ) ചില സപ്തകോ വിൽപനശാലകളിൽ ചില സമയങ്ങളിൽ ഏതാനും നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ ലഭ്യമല്ലാതെ വന്നുവെങ്കിലും അടിയന്തരമായി സ്റ്റോക്ക് എത്തിച്ച് ദൗർലഭ്യം പരിഹരിച്ചിട്ടുണ്ട്.
(ബി) നിത്യോപയോഗസാധനങ്ങൾ നാമമാത്രം സ്റ്റോക്ക് ചെയ്യുകയും ബ്രാൻഡഡ് ഉല്പന്നങ്ങൾ മാത്രം വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നത് മൂലം സാധാരണക്കാർക്ക് സപ്തകോ ഔട്ട് ലെറ്റുകൾ പ്രയോജനപ്പെടാത്ത അവസ്ഥയ്ക്ക് പരിഹാരം കണ്ടെത്തുമോ;	(ബി) നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ നാമമാത്രം സ്റ്റോക്ക് ചെയ്ത് മറ്റ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രം വിൽപന നടത്തുക എന്ന സ്ഥിതി വിശേഷം ഉണ്ടായിട്ടില്ല. സബ്സിഡി നിരക്കിൽ അവശ്യ നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്ത് വിപണിയിൽ കാര്യക്ഷമമായ ഇടപെടൽ നടത്തുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കാണ് സപ്തകോ പ്രാമുഖ്യം നൽകുന്നത്. സബ്സിഡി നിരക്കിൽ അവശ്യസാധനങ്ങൾ വിൽക്കുന്നത് മൂലമുണ്ടാകുന്ന ഭീമമായ നഷ്ടം ലഘൂകരിക്കുന്നതിന് സപ്തകോ സ്വന്തം ബ്രാൻഡിലുള്ള ശബരി ഉൽപ്പന്നങ്ങളും ഇതര ബ്രാൻഡുകളുടെ വിവിധ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും വിൽപന നടത്തുന്നതുമൂലം സപ്തകോയുടെ സബ്സിഡി നഷ്ടം ഒരു പരിധിവരെ നിയന്ത്രിക്കുന്നതിനും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ആവശ്യമായ എല്ലാ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും ലഭ്യമാക്കാൻ സാധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്.
(സി) പ്രധാനപ്പെട്ട ഔട്ട് ലെറ്റുകളിൽ സാധനങ്ങൾ വിൽക്കുന്നത് ഓപ്പൺ മാർക്കറ്റിനേക്കാൾ കൂടിയ വിലയിലാണെന്ന പരാതിക്ക് പരിഹാരം കണ്ടെത്തുമോ;	(സി) സപ്തകോ വില്പനശാലകൾ മുഖേന വിതരണം ചെയ്യുന്ന എല്ലാ സാധനങ്ങളും ഓപ്പൺ മാർക്കറ്റിലേതിനേക്കാൾ വില കുറച്ചാണ് വിൽപന നടത്തുന്നത്. അരിയും പ്രധാന പലവ്യഞ്ജനങ്ങളും സബ്സിഡി നിരക്കിലും എഫ്.എം.സി.ജി ഇനങ്ങൾ

	<p>MRP യെക്കാൾ 5 മുതൽ 30 ശതമാനം വരെ കുറവിലാണ് വിറ്റുവരുന്നത്. സാധാരണയായി എഫ്.എം.സി.ജി. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് കൈകാര്യ ചെലവുകൾക്കും ലാഭത്തിനുമായി വാങ്ങൽ വിലയുടെ ഏകദേശം 8% മുതൽ 27% വരെയും ബ്രാൻഡ് അരിയ്ക്ക് വാങ്ങൽ വിലയുടെ 20 ശതമാനവും (11% ഡിപ്പോ ഡെലിവറി, 9% ഔട്ട് ലെറ്റ് ഡെലിവറി) മാർജിൻ ഈടാക്കുന്നു.</p>
<p>(ഡി) മുൻസർക്കാരുകളുടെ കാലഘട്ടത്തിൽ, ഓപ്പൺ മാർക്കറ്റിലെ വിലയും സപ്ലൈകോ വിലയും തമ്മിൽ താരതമ്യം ചെയ്ത് പരസ്യം നൽകിയിരുന്ന രീതി പുനഃസ്ഥാപിക്കുമോ;</p>	<p>(ഡി) മുൻ സർക്കാരുകളുടെ കാലഘട്ടത്തിൽ, ഓരോ മാസവും പുതുക്കി നിശ്ചയിക്കുന്ന സബ്സിഡി വില, അന്നേ ദിവസത്തെ പൊതുവിപണി വിലയുമായി താരതമ്യം ചെയ്താണ് ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നത്. അക്കാലയളവിൽ 3 മുതൽ 7 ലക്ഷം രൂപ വരെയാണ് പ്രമുഖ ദിനപത്രങ്ങളിൽ മേൽപ്പറഞ്ഞ പരസ്യത്തിനായി ചെലവായിരുന്നത്. ഈ സർക്കാർ അധികാരത്തിലെത്തിയതിന് ശേഷം, സബ്സിഡി വിൽപ്പന നിരക്കുകൾ വർദ്ധിപ്പിക്കാതെ നിലനിർത്തിയിരിക്കുന്നതിനാലും പരസ്യത്തിനായുള്ള വർദ്ധിച്ച ചെലവ് കാര്യക എന്ന ഉദ്ദേശ്യത്തോടെയുമാണ് പ്രതിമാസ വില താരതമ്യപ്പെട്ടിട്ട് പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നത് ഒഴിവാക്കിയത്.</p>
<p>(ഇ) ശബരി ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണനിലവാരപരിശോധന ഉറപ്പാക്കിയിട്ടുണ്ടോ; അവയ്ക്ക് ഡീലർഷിപ്പ് കൊണ്ടുവരാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നുണ്ടോ; വ്യക്തമാക്കുമോ?</p>	<p>(ഇ) ഉണ്ട്. ശബരി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ CFRD/NABL(National Accreditation Board for Testing & Calibration Laboratories) അംഗീകൃത ലാബിൽ പരിശോധിച്ച് ഗുണനിലവാരം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നുണ്ട്. ശബരി ഉല്പന്നങ്ങൾ റാൻഡമായി ലാബിൽ അയച്ച് പരിശോധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ശബരി ചായപ്പൊടി പൊതു വിപണിയിൽ വിതരണം നടത്തുന്നതിന് സ്വകാര്യ ഡീലർമാരെ ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ടെങ്കിലും കാര്യമായ വിൽപ്പന ലഭിക്കാത്തതിനാൽ കൂടുതൽ ഡീലർമാരെ ഏർപ്പെടുത്താൻ ആവശ്യമായ പ്രാഥമിക നടപടികൾ എടുത്തുവരുന്നു. മറ്റ് ശബരി ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപന സ്വകാര്യ ഡീലർമാരെ ഏൽപ്പിക്കുന്നത് പരിഗണനയിലില്ല.</p>



സെക്ഷൻ ഓഫീസർ