कमोडिटी के दाम घटने से कंज्यूमर्स की हैपी दिवाली

एडिबल ऑयल और चीनी के दाम कम रहने से सस्ती मिठाइयों का जोर

[अनिंद्य उपाध्याय & रत्ना भूषण | नई दिल्ली]

इस साल कंज्यूमर्स के लिए फेस्टिव सीजन की शुरुआत अच्छी हुई है क्योंकि कई कमोडिटीज के दाम काबू में हैं। एडिबल ऑयल और चीनी के दाम कम रहने से कंपनियां भी कम कीमत पर मिठाइयां और फ्रायड फूड्स बेच रही हैं। इससे उन्हें सेल्स और प्रॉफिट मार्जिन बढ़ाने में मदद मिली है।

पिछले कुछ साल में इकनॉमिक स्लोडाउन और मांग कम होने के चलते कंपनियां दिवाली से पहले सेल्स नहीं बढ़ा पाती थीं। तब बड़े शहर महंगाई से बेहाल थे। इंडस्ट्रियल ग्रोथ कम होने और आर्थिक सुस्ती के चलते कंज्यूमर डिमांड कमजोर थी। उस समय कई कंपनियां रूरल मार्केट के जरिये बिजनेस बढ़ाने की कोशिश कर रही थीं। हालांकि इस साल सेंटीमेंट अच्छा है।

बड़ी कुकिंग ऑयल कंपनी रुचि सोया के मैनेजिंग डायरेक्टर दिनेश सहारा ने बताया, 'इस बार की दिवाली कंज्यूमर्स के लिए अच्छी है। कुकिंग ऑयल के दाम रिकॉर्ड कम हैं। कुछ महीने पहले तक जो 75 रुपये किलो मिल रहा था, आने वाले महीनों में उसका दाम 55-58 रुपये हो जाएगा। दिवाली के बाद तो दाम और 5 पर्सेंट कम होंगे। उसकी वजह यह है कि डोमेस्टिक हार्वेस्ट अच्छी है और त्योहारों के बाद मांग भी कम होगी।' इंडस्ट्री एग्जिक्यूटिव्स का कहना है कि कम दाम से मांग बढ़ाने में मदद मिलेगी। इस दौरान आम तौर पर सेल्स ग्रोथ 15-20 पर्सेंट रहती है। इस साल इसमें और 5 पर्सेंट की बढ़ोतरी हो सकती है।

> **"इस बार की दिवाली कंज्यूमर्स के लिए अच्छी है। कुकिंग ऑयल के दाम रिकॉर्ड कम हैं। कुछ महीने पहले तक जो 75 रुपये किलो मिल रहा था, आने वाले महीनों में उसका दाम 55-58 रुपये हो जाएगा। दिवाली के बाद तो दाम और 5 पर्सेंट कम होंगे**
>
> **दिनेश सहारा,** MD, रुचि सोया

अडानी विल्मर के चीफ ऑपरेटिंग ऑफिसर आंग्शू मलिक ने भी यही बात कही। उनका कहना है कि यह साल ब्रांडेड ऑयल सेगमेंट के लिए बढ़िया रहेगा। उन्होंने बताया कि जब कमोडिटी प्राइसेज में कमी आती है तो हमें उसके मुताबिक ब्रांडेड प्रॉडक्ट्स के दाम कम नहीं करने पड़ते। इससे अलग-अलग कंपनी के मार्जिन में 20-30 पर्सेंट तक की बढ़ोतरी हो सकती है।

इसी तरह फूड कंपनियों को भी दाम में बगैर कटौती के ज्यादा सेल्स की उम्मीद है। एडिबल ऑयल और चीनी के दाम कम होने से उनकी कॉस्ट कम हो गई है।

आईटीसी फूड्स के चितरंजन डार ने कहा, 'इस साल पॉजिटिव सेंटीमेंट के चलते उम्मीदें काफी ज्यादा हैं। हम फेस्टिव सीजन में सेल्स पिछले साल से अधिक रहने की उम्मीद कर रहे हैं। हालांकि मैं इसका कोई आंकड़ा नहीं दे सकता।' मिठाई और स्नैक्स बनाने वाली कंपनी बीकानेरवाला फूड्स को भी इकनॉमिक रिकवरी के चलते अच्छी सेल्स की उम्मीद है।

कंपनी के मैनेजिंग डायरेक्टर एस एस अग्रवाल ने बताया, 'जहां कुछ सामान सस्ते हुए हैं वहीं कुछ महंगे हो गए हैं। इसलिए हम कंज्यूमर प्राइस कम नहीं कर पा रहे हैं। हालांकि पिछले सालों के फेस्टिव सीजन की तरह हमें इस बार त्योहारों में मिठाई के दाम बढ़ने के आसार नहीं दिख रहे।'

इकनॉमिक टाइम्स
7/10/14