



نبض اقتصاد

وزارت بهداشت و گمرک با سامانه جامع انبارها همکاری نکردند

رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی با اشاره به احتکار اقلام بهداشتی گفت: بروز این احتکارها ناشی از عدم همکاری وزارت بهداشت و گمرک با سامانه جامع انبارها است.

به گزارش فارس، علی رهبری در پاسخ به این سؤال که علی‌رغم وجود سامانه جامع انبارها دلیل احتکار اقلام بهداشتی چیست گفت: شکل‌گیری مسائلی از جمله احتکار ماسک ریشه در عدم همکاری برخی دستگاه‌ها با سامانه جامع انبارها دارد، متأسفانه با وجود الزام قانونی، رهگیری کالا در حوزه اقدام سلامت‌محور از جمله ماسک انجام نمی‌گیرد.

رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی با اشاره به لزوم ایجاد شفافیت و جلوگیری از احتکار کالاهای سلامت‌محور همچون ماسک در شرایط فعلی گفت: فلسفه ایجاد سامانه جامع انبارها، رصد کالا از بدو ورود یا تولید تا محل عرضه به مصرف‌کننده نهایی است، اما این اتفاق در حوزه اقدام سلامت‌محور به دلیل عدم همکاری برخی دستگاه‌ها از جمله گمرک رخ نداد و رهگیری کالا در این حوزه صورت نگرفت. وی یکی از دلایل عمده وضع موجود درخصوص احتکار ماسک را عدم ضمانت اجرایی سامانه جامع انبارها دانست و عنوان کرد: به عنوان مثال باید‌صدور بیمه‌نامه آتش‌سوزی و پرداخت خسارت، منوط به استعلام از سامانه جامع انبارهای شدامالین امر هنوز عملیاتی نشده است.

رهبری در ادامه با بیان این‌که سامانه جامع انبارها در حال حاضر از نظر نرم‌افزاری مشکلی ندارد، افزود: با این وجود دستگاه‌ها از دو ماه قبل همکاری خود را به شکل بسیار محدود با این سامانه آغاز کرده‌اند اما هنوز این همکاری به شکل کامل انجام نشده؛ بنابراین بهره‌برداری کامل از این سامانه منوط به همکاری کلیه دستگاه‌ها است.

رئیس مرکز توسعه تجارت با اشاره به نامه گلیه‌آمیز وزیر بهداشت به رئیس‌جمهور درخصوص احتکار ماسک توسط سودجویان گفت: تا آنجایی که بنده مطلع هستم، تعدادی از این ماسک‌ها وارداتی بوده است؛ بر همین اساس از آنجایی‌که برای رهگیری این ماسک‌ها از گمرک تا مرحله انبار، نیازمند همکاری این‌نهاد بودیم، متأسفانه همکاری لازم از سوی گمرک انجام نگرفت.

رهبری همچنین با بیان این‌که وزارت بهداشت طبق «دستورالعمل اجرایی تبصره ۴ ماده ۱۸ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز»، موظف به ثبت اطلاعات انبارهای خود را در سامانه TTAC و همچنین سامانه جامع انبارها است. اظهار کرد: متأسفانه اطلاعات موجودی برخی از انبارهای اقلام سلامت‌محور در این سامانه هائیت‌نشده است. وی در پایان گفت: شفاف‌سازی موجودی انبارهایی که در کل کشور در پی پنهان‌سازی هستند، کار پیچیده‌ای است، بنابراین در این خصوص عدم همکاری دستگاه‌ها با یکدیگر این امر را سخت‌تر خواهد کرد.

معرفی ۵۰ هزار متقاضی به بانک برای دریافت وام طرح ملی مسکن

معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی از معرفی ۵۰ هزار نفر از متقاضیان واجد شرایط طرح اقدام ملی مسکن به بانک برای دریافت تسهیلات این طرح خبر داد.

به گزارش مهر، محمود محمودزاده با تشریح ضوابط جدید ثبت‌نام متقاضیان طرح اقدام ملی در فاز دوم ثبت‌نام‌ها اعلام کرد: در فاز اول ثبت‌نام طرح اقدام ملی مسکن مجموعاً ۲۴۰ هزار نفر از متقاضیان در این طرح ثبت‌نام کردند که بعد از پالایش این متقاضیان به‌لحاظ برخورداری از شروط تعیین‌شده به طور متوسط ۵۸ درصد از ثبت‌نام‌کننده‌ها مشمول ثبت‌نام نهایی در این طرح شدند و تاکنون ۵۰ هزار متقاضی برای دریافت تسهیلات طرح اقدام ملی به شبکه بانکی معرفی شده‌اند.

وی بیشترین تعداد ثبت‌نام‌کننده واجد شرایط را به میزان ۶۶ درصد متعلق به استان اردبیل و کمترین میزان ثبت‌نام‌کننده واجد شرایط بعد از پالایش را مربوط به استان سمنان با ۳۵ درصد اعلام کرد. این میزان در شهر تهران ۴۶ درصد بوده است. محمودزاده با اعلام این‌که در فاز اول ثبت‌نام برای طرح اقدام ملی، در سراسر کشور ثبت‌نام در ۵۳۰ شهر انجام شد خاطرنشان کرد: بنا داریم تا قبل از پایان سال جاری یعنی از ۱۷ اسفندماه، فاز دوم ثبت‌نام طرح اقدام ملی مسکن را آغاز کنیم. فاز دوم ثبت‌نام در طرح اقدام ملی مسکن ابتدا در ۵ استان انجام می‌شود.



دلیل شرایط خاص و مواردی که مشترکین برای دریافت انشعاب مراجعه می‌کنند و باید حق انشعاب را طبق قانون پرداخت کنند، حداکثر مدارا با مراجعه‌کنندگان شود و در صورت تخصیص به شکل اقساطی انشعاب پرداخت شود.

این است که بازار آنلاین وسعت بیشتری داشته و بدون

محدودیت‌های مرزی و جغرافیایی است.

دبیر انجمن کسب‌وکارهای اینترنتی تاکید کرد: راهکار تبدیل بیشتر این کسب‌وکارهای سنتی به کسب‌وکارهای آنلاین و مجازی ابتدا ایجاد رغبت در بین آحاد مختلف مردم است. از طرف دیگر باید به مردم آموزش‌های کافی را برای ورود به این عرصه داد تا مخاطرات بعدی را به همراه نداشته باشد.

وی در بخش دیگری از سخنان خود گفت: دولت باید برای توسعه کسب‌وکارهای اینترنتی و آنلاین در کشور زیرساخت‌های آن را ایجاد کند و در کنار آن رسانه ملی و صداوسیما نیز نقش ترویجی خود را ایفا کنند تا این امر تحقق یابد.

دبیر انجمن کسب‌وکارهای اینترنتی با بیان این‌که در حال حاضر مردم اشتیاق بیشتری برای خرید اینترنتی پیدا کرده‌اند، یادآور شد: هم‌اکنون بین ۵۰ تا ۶۰ هزار کسب‌وکار آنلاین با نماد و به صورت رسمی در کشور مشغول به کار هستند و ۲۶۰ هزار فروشنده نیز محصولات خود را در این بازار گسترده ارائه می‌کنند.

الفت‌نسب افزود: متأسفانه در سال‌های اخیر خیلی از افراد بدون داشتن هیچ‌گونه برنامه‌ای به این عرصه ورود کرده‌اند که لازم است هر چه سریع‌تر ساماندهی شده و آموزش‌های لازم را ببینند.

وی با اشاره به کمک‌های دولت برای توسعه فضای کسب‌وکار اینترنتی نیز گفت: دولت می‌تواند با توسعه زیرساخت‌ها از جمله افزایش سرعت اینترنت و پست و به رسمت شناختن فضای مجازی به این امر کمک کند و نهادهای دیگر نیز باید قوانین مربوط به این حوزه را به روز کنند تا این هدف متحقق شود.

دبیر انجمن کسب‌وکارهای اینترنتی در پایان تاکید کرد: طبیعتاً در این دوران که بیماری کرونا در کشور شیوع پیدا کرده اگر کسب‌وکارهای اینترنتی کار خود را به نحو احسن انجام دهند مردم در آینده نیز استقبال بیشتری از آنها خواهند کرد.

موفقیت فروشگاه‌های اینترنتی در ایران

عادل طالبی، دبیرانجمن صنفی کارفرمایی فروشگاه‌های اینترنتی شهر تهران بیان کرد: به طور کلی دو مسیر برای ورود به کسب‌وکارهای اینترنتی در ایران وجود دارد. پایه بسیاری



از کسب‌وکارهایی که در کشور وجود دارد از همان ابتدا از نوع فناوری اطلاعات بوده است که از آن جمله می‌توان به شرکت‌های دیوار، دیجی‌کالا و اسنپ اشاره کرد.

دبیر انجمن صنفی کارفرمایی فروشگاه‌های اینترنتی شهر تهران تصریح کرد: از طرف دیگر پایه دیگر کسب‌وکارهای اینترنتی از همان روز اول فناوری اطلاعات نبوده است به این صورت که بنکداران و فروشندگان برای عرضه بیشتر محصول خویش ساینی را طراحی کرده و محصولاتشان را به فروش می‌رسانند.

طالبی گفت: طبیعتاً از چند سال گذشته تا به حال و خصوصاً در این‌دوران که فعالیت کسب‌وکارهای سنتی با اختلال و رکود مواجه شده است، نیاز به تحول دیجیتال در کشور بیش از پیش احساس می‌شود که برای این امر دو روش وجود دارد که هر دوی آنها نیز ربط مهمی به اندازه سازمان دارند.

وی در ادامه یادآور شد: روش اول برون‌سپاری است به این صورت که شرکت‌های کوچک و متوسط در سراسر کشور می‌توانند فرآیندهای تجاری خود را به بیرون از سازمان مربوطه ارائه کنند. روش دوم نیز درون‌سپاری است به این صورت که شرکت‌های بزرگ کارهای خود را توسط بخش‌های مختلف خود انجام می‌دهند، به این صورت می‌توان گفت تحول دیجیتال در کشور ایجاد می‌شود.

دبیر انجمن صنفی کارفرمایی فروشگاه‌های اینترنتی شهر تهران در پایان گفت: باید به این نکته نیز اشاره کرد که کسب‌وکارهای خرد و خیلی کوچک مثل بقالی‌ها و نانواپی‌ها به خاطر دانشان به صورت سنتی باقی خواهند ماند چون در محدوده معینی قرار دارند و می‌توانند خدمات عرضه بدهند. 

نامه‌نگاری بین وزارتخانه‌های صنعت و ارتباطات برای ترویج الگوی خرید اینترنتی



- بهبود و افزایش پهنای باند کشور، به‌خصوص در حوزه کسب‌وکارهای اینترنتی (مخصوصاً در شهرهای بزرگ درگیر با ویروس)
- کمک به کاهش هزینه‌های مرتبط با ارائه خدمات اینترنتی در پیامک ارسالی به عموم مردم
- ترویج استفاده از خرید اینترنتی در پیامک‌های ارسالی به عموم مردم
- استفاده رایگان یا با تخفیف ویژه از خدمات اینترنت مصرف‌کنندگان برای تعامل با کسب‌وکارهای اینترنتی

تمدید مهلت پرداخت قبوض آب و برق تا پایان اردیبهشت ۹۹

وزیر نیرو از مهلت به مشترکین برای پرداخت حق انشعاب و قبوض آب و برق تا پایان اردیبهشت آینده خبر داد.

رضا اردکانیان در گفت‌وگو با خبرگزاری صداوسیما با اشاره به شیوع ویروس کرونا در کشور گفت: شرایط بیماری کرونا، موجب رکود و کندی در برخی



این روزها کسب‌وکارهای سنتی از رونق افتاده‌است/ عکس: مهر

تغییر نسل کسب‌وکارها

رکود اقتصادی ناشی از ویروس کرونا ضرورت ارتقای مشاغل سنتی به کسب‌وکارهای اینترنتی را دوچندان کرد

✚ بحران کرونا هرچند موجب کاهش تردد مردم در خیابان‌ها و کسادى بازار بسیاری از اصناف شد، اما مشتریان فروشگاه‌های اینترنتی را دوچندان کرد تا نگاه‌ها به کسب‌وکارهای دیجیتال در ایران، به‌روژتر شود.

با گسترش سطح دسترسی مردم به اینترنت، بسیاری از خریدهای روزانه از طریق اینترنت قابل انجام است. فروشگاه‌های اینترنتی سهم قابل‌توجهی از بازار خرده‌فروشی را از آن خود کرده‌اند و این روند پس از بحران کرونا با سرعت دوچندان، در حال پیشرفت است. تا پیش از این، بسیاری از صاحبان کسب‌وکارهای سنتی مانند مغازه‌ها و فروشگاه‌ها از آنلاین شدن خریدهای مردم و قدرت گرفتن رقبای دیجیتال شان گلایه داشتند اما تحولاتی که در هفته‌های اخیر رخ داد، احتمالاً نظرات منفی و رویکرد

مقاومت کسبه سنتی نسبت به کسب‌وکار اینترنتی را خنثی کرده است. اکنون بسیاری از مغازه‌داران و واحدهای صنفی به این باور رسیده‌اند که اگر در کنار مغازه خود، از سایت اینترنتی یا شبکه‌های اجتماعی هم برای بازاریابی و فروش محصولات شان استفاده می‌کردند، با بحران اخیر ناشی از کاهش تردد مردم در خیابان‌ها، این چنین با صفر شدن فروششان مواجه نمی‌شدند. این روزها در حالی که اصناف کوچک و فعالان اقتصادی دست به دامن دولت شده‌اند که برای نجات آنها از رکود ناشی از کرونا، تمهیداتی همچون تخفیف بیمه و مالیات و امهال تسهیلات بانکی برای آنها در نظر بگیرد، کسب‌وکارهای اینترنتی رونق مناسبی دارند و حتی فروششان بیشتر از قبل هم شده است.

از سوی دیگر مردم هم که این روزها ترجیح می‌دهند کمتر به سطح شهرها بروند و به مغازه‌ها سر بکشند از این‌که می‌توانند مایحتاج خود را از طریق فروشگاه‌های اینترنتی به‌راحتی خریداری کنند، رضایت دارند. وقتی يك کالا به آسانی و با همان قیمت مغازه‌ها و حتی ارزان‌تر، در يك فروشگاه اینترنتی به فروش می‌رسد، چرا مردم باید خود را به‌زحمت انداخته و ريسك ابتلا به ویروس کرونا را هم متحمل شوند و به فروشگاه‌های سطح شهر مراجعه کنند. تا پیش از ماجرای کرونا هم قابل پیش‌بینی بود که کسب‌وکارهای سنتی برای بقای خود نیاز به تغییر و ارائه خدمات به صورت آنلاین دارند اما وقایع اخیر همچون يك کاتالیزور در این زمینه عمل کرد که می‌تواند موجب رشد سریع‌تر کسب‌وکارهای اینترنتی در ایران نیز شود.

فروش سوپرمارکت‌های اینترنتی بیشتر هم شد

سعید درخشانی، رئیس اتحادیه صنف سوپرمارکت گفت: طبیعتاً فروشندگان خواربار نیز مثل تمامی اصناف دیگر با شیوع بیماری کرونا دچار آسیب‌های زیادی شدند ولی در رئیس اتحادیه صنف سوپرمارکت افزایش هم یافته است. وی افزود: توسعه فروش اینترنتی محصولات و کالاهای مختلف جزو ضروریات همه اصناف خصوصاً در وضعیت موجود است لکن صنف سوپرمارکتی‌ها چون بیشتر فروشندگان آن از میانسالی هم عبور کرده‌اند آموزششان بسیار مشکل است از طرف دیگر مردم نیز همچنان به خرید نقدی علاقه دارند.

رئیس اتحادیه صنف سوپرمارکت تصریح کرد: با این حال اتحادیه برنامه‌های زیادی برای سوق دادن فروشندگان به فروش اینترنتی دارد و تبلیغ و تشویق زیادی برای پا گذاشتن به عرصه اینترنتی در نظر گرفته‌ایم که کم‌کم در حال انجام است و در سال‌های آینده باید منتظر محقق شدن این امر باشیم هرچند در حال حاضر نیز خیلی از فروشگاه‌ها به این سمت حرکت کرده‌اند.

✚ مشکلات فروش اینترنتی پوشاک محمد جواد صدق‌آمیز، رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه صنف پوشاک عنوان کرد: در ایران تا سال ۲۰۱۶ – بیشترین فعالان صنعت پوشاک معتقد بودند تا با توجه

به فروش اینترنتی پوشاک در سطح جهان به‌طور گسترده‌ای افزایش یافته و تصور قبلی اشتباه بوده است.

صدق‌آمیز در ادامه یادآور شد: با توجه به این امر ضرورت داشت تمامی نهادهای مربوط در کشور برنامه‌های خود را برای توسعه فروش اینترنتی ارائه دهند به همین دلیل به اصناف مختلف درگیر با صنعت پوشاک این امر را اطلاع‌رسانی کردیم

هرچند سرعت رشد و توسعه فروش اینترنتی پوشاک نسبت به تلفن همراه و سایر کالاهای الکترونیکی پایین است.

وی گفت: به همین دلیل حدود ۱۳ ماه برای تهیه طرح جامع فروش پوشاک اینترنتی زمان گذاشتیم و آن را به نهادهای



برخی فروشگاه‌ها فروش افزایش هم یافته است. وی افزود: توسعه فروش اینترنتی محصولات و کالاهای مختلف جزو ضروریات همه اصناف خصوصاً در وضعیت موجود است لکن صنف سوپرمارکتی‌ها چون بیشتر فروشندگان آن از میانسالی هم عبور کرده‌اند آموزششان بسیار مشکل است از طرف دیگر مردم نیز همچنان به خرید نقدی علاقه دارند.

رئیس اتحادیه صنف سوپرمارکت تصریح کرد: با این حال اتحادیه برنامه‌های زیادی برای سوق دادن فروشندگان به فروش اینترنتی دارد و تبلیغ و تشویق زیادی برای پا گذاشتن به عرصه اینترنتی در نظر گرفته‌ایم که کم‌کم در حال انجام است و در سال‌های آینده باید منتظر محقق شدن این امر باشیم هرچند در حال حاضر نیز خیلی از فروشگاه‌ها به این سمت حرکت کرده‌اند.

مشکلات فروش اینترنتی پوشاک

محمد جواد صدق‌آمیز، رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه صنف پوشاک عنوان کرد: در ایران تا سال ۲۰۱۶ – بیشترین فعالان صنعت پوشاک معتقد بودند تا با توجه



به فروش اینترنتی پوشاک در سطح جهان به‌طور گسترده‌ای افزایش یافته و تصور قبلی اشتباه بوده است.

صدق‌آمیز در ادامه یادآور شد: با توجه به این امر ضرورت داشت تمامی نهادهای مربوط در کشور برنامه‌های خود را برای توسعه فروش اینترنتی ارائه دهند به همین دلیل به اصناف مختلف درگیر با صنعت پوشاک این امر را اطلاع‌رسانی کردیم

هرچند سرعت رشد و توسعه فروش اینترنتی پوشاک نسبت به تلفن همراه و سایر کالاهای الکترونیکی پایین است.

وی گفت: به همین دلیل حدود ۱۳ ماه برای تهیه طرح جامع فروش پوشاک اینترنتی زمان گذاشتیم و آن را به نهادهای