اخبار کوتاه

انتصاب مدیر عامل شرکت آب منطقه ای البرز به عنوان رئیس شورای هماهنگی استان

وزیر نیرو مدیر عامل شرکت آب منطقه ای البرز را به عنوان رئیس شورای هماهنگی صنعت آب و برق استان منصوب کرد

به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی آب منطقه ای البرز رضا رد کلیان طی حکمی ضمن انتصاب داود نجفیان به عنوان رئیس شورای هماهنگی مدیران وزارت نیرو در استان البرز، همکاری با سایر اعضای این شورا را به منظور تحقق کامل اهداف و انجام وظایف مندرج در نظام نامه هماهنگی مدیران استانی وزارت نیرو خواستار شد.

گرانفروشی و کم فروشی نان در صدر تخلفات صنفی تیر ماه

معاون نظارت و بازرسی سازمان صمت تهران با بیان اینکه ۶۹ هزار بازرسی در تیر ماه انجام شد گفت بیشترین تخلف گرانفروشی مربوط به نان و کم فروشی هم مربوط به وزن چانه نان بوده است

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، سعید محمدی پور در مورد آخرین وضعیت گشت های نظارت و بازرسی، گفت: در تیر ماه سال جاری ۶۹ هزار و ۴۴۱ مورد بازرسی انجام و ۶ هزار و ۱۹۸ پرونده تخلف به ارزش ریالی ۱،۹۰۰ میلیارد ریال تنظیم و به مراجع ذیربط ارجاع شده است که بیشترین مورد تخلف مربوط به گرانفروشی، کم فروشی، تقلب و عدم صدور فاکتور معتبر بود.

معاون نظارت و بازرسی سازمان صمت تهران افزود: بیشترین تخلف گرانفروشی مربوط به نان و کم فروشی هم مربوط به وزن چانه نان بوده است.

محمدی پور ادامه داد: همچنین در تیر ماه بیش از ۶ هزار و ۳۶۰ بازرسی در خصوص قاچاق مواد غذایی اعم از گوشت، لوازمی، برنج، چای و روغن خام به ارزش ریالی ۱،۷۰۰ میلیارد ریال صورت گرفته است.

وی گفت: همچنین بیش از ۴ هزار گشت مشترک نیز در این ماه انجام شد که در این گشتهای مشترک ۴ هزار و ۹۷۵ بازرسی با ۶۶۵ پرونده تخلف به ارزش ۳۵ میلیارد و ۲۷۴ میلیون ریال تنظیم شده و به مراجع مربوطه ارجاع شده است.

محمدی پور یادآور شد: مردم از طریق تماس با ۱۲۴ موارد تخلف را گزارش دهند.

درصورت عدم پرداخت قبض ۲۰ هزار تومانی، تلفن قطع می شود

به گفته مدیر کل ارتباطات و امور بین الملل شرکت مخابرات ایران، صورتحساب تلفن ثابت یک ماهه شده است و اگر قبض پایان یک دوره بیش از ۲۰ هزار تومان باشد و پرداخت نشود، تلفن به صورت یکطرفه قطع می شود

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، محمدرضا بیدخام اظهار کرد: با توجه به اینکه صورت حساب تلفن ثابت در دوره های یک ماهه صادر می شود، ضروری است برای جلوگیری از یکطرفه شدن خطوط تلفن، مبالغ صورت حساب بصورت ماهانه و در مهلت زمانی تعیین شده از طریق سامانه تلفنی ۲۰۰۰ و یا سایت شرکت مخابرات ایران و یا همچنین از طریق تلفن همراه با کد دستوری ستاره ۲۰۲۰ مربع پرداخت شود.

آخرین قیمت برنج ایرانی و خارجی

افزایش قیمت برنج داخلی و خارجی همچنان ادامه دارد و برنج ایرانی تا ۴۴ هزار و ۵۰۰ تومان هم قیمت خورده است

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، آمارهای رسمی از ادامه افزایش قیمت برنج حکایت دارد؛ به طوری در گزارشی که اخیر مرکز آمار ایران درباره تورم اقلام خوراکی منتشر کرده بررسی وضعیت قیمت برنج نشان می دهد هر کیلو برنج ایرانی در تیر ماه امسال به طور متوسط بیش از ۳۷ هزار و ۳۰۰ تومان قیمت خورده در حالی که این محصول تا ۴۴ هزار و ۵۰۰ تومان هم فروش رفته است. این محصول در تیر ماه سال گذشته هر کیلو به طور متوسط ۲۶ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت داشته و در خرداد سال جاری به ۳۶ هزار و ۸۰۰ تومان رسیده است.

براین اساس برنج ایرانی در مقایسه با خرداد ۱.۴ و نسبت به تیر ماه سال قبل ۴۰.۸ درصد افزایش قیمت دارد.

بورس

سهامداران نباید به صورت هیجان زده وارد بورس شوند

یک کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه مسیر حرکت بورس در بلند مدت صعودی است، گفت: سهامداران نباید به صورت هیجانی وارد بازار شوند و باید این موضوع را مدنظر قرار دهند که با وجود رشد مکرر شاخص بورس، ارزش معاملات از رشد چندان بالایی برخوردار نیست

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایرنا «مهیار کلاهچی» روند معاملات بورس را در چند وقت اخیر مورد ارزیابی قرار داد و افزود: چند روز اخیر بازار سرمایه را باید به افزایش نرخ ارز مرتبط دانست که به لحاظ روانی تاثیراتی را بر فعالان حاضر در بازار گذاشت تا ارتباط مستقیمی را که بین دلار و بورس وجود دارد را ارزیابی کنند و در انتظار رشد قیمت ها در بازار سهام همسو با نرخ دلار باشند.

وی گفت: با توجه به بررسی روند بازار سهام در میان مدت باید اعلام کرد که بازار طی یک یا دو ماه گذشته در محدوده های ارزنده ای برای سرمایه گذاری وارد شد و کلیت بازار با توجه به برگزاری مجامع و برخی از اتفاقات بنیادی رخ داده در کشور در شرایط مناسب رشد قرار گرفت.

وی با اشاره به طرح نظرات و صحبت های نامرضت در مورد بازار سرمایه، گفت: به عنوان مثال گفته شده حبایی که در مرداد ۹۶ در شاخص بورس ایجاد شد اکنون دیگر تخلیه شده است و با توجه به تورمی که از سال گذشته تاکنون در بازار شاهد هستیم معاملات این بازار باید خود را با تورم تطبیق دهد.

وی خاطر نشان کرد: این ادعا چندان دقیق نیست اما باعث شد تا بازار سهام در مسیر صعودی قرار بگیرد و تا حدی از ضرر و زیان سهامداران را جبران کند.

این کارشناس بازار سرمایه روند روند حرکت بورس، گفت: پیش بینی دقیقی را نمی توان از بازار ارائه داد اما به نظر می رسد با توجه به وضعیت فعلی بازار، شاخص بورس بتواند تا کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد رشد کند اما این اتفاق نمی تواند به سرعت در بازار رخ دهد بلکه بازار روند صعودی خود را با شتابی ملایم طی خواهد کرد.

وی گفت: اتفاقاتی که در چند روز اخیر در معاملات بورس رخ داد و بازار، حرکت های بزرگی را به سمت صعود در پیش گرفت، نباید باعث شود که سهامداران به صورت هیجانی وارد بازار شوند و باید این موضوع را مدنظر قرار دهند که با توجه به رشد مکرر شاخص بورس در بازار، ارزش معاملات از رشد چندان بالایی برخوردار نیست. به گفته کلاهچی، زمانی که شاخص بورس ۳۰ هزار واحد رشد می کند، لازم است ارزش معاملات به حدود ۱۵ هزار میلیارد تومان برسد تا حرکت صعودی بازار روند منطقی را در پیش داشته باشد.

وی افزود: اگر قرار باشد حرکت صعودی بازار با رقم ۶ هزار میلیارد تومان به صورت برشتاب باشد، این اتفاق، خطرناک خواهد بود، ضمن اینکه در ادامه حرکت صعودی که در دو ماه اخیر رخ داد در روز شنبه و یکشنبه حرکتی قوی در معاملات بازار صورت گرفت. این موضوع از همان زمان نشان داد به احتمال زیاد بازار برای مدتی موقت روندی نزولی را در پیش بگیرد که براساس همین پیش بینی، شاخص بورس روز گذشته در فاز اصلاحی قرار گرفت.

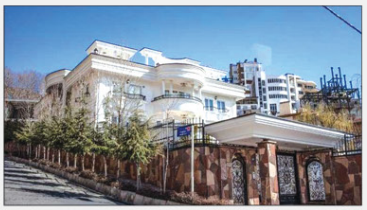
کلاهچی ادامه داد: سهامداران باید نسبت به این واقف باشند که روند اصلاحی بازار نگران کننده نیست و برای بازار لازم بود تا بعد از رشدی که تجربه کرد چنین اصلاحی را تجربه کند.

این کارشناس بازار سرمایه خاطرنشان کرد: شاخص کل و کلیت بازار بعد از رشدی که تجربه کردند، نیاز داشت وارد چنین اصلاحی شود تا شاخص بورس بعد از این استراحت دوباره روند صعودی خود را طی کند و بتواند به محدوده پیش بینی شده برسد.

وی روند معاملات بورس را در نیمه دوم مرداد ماه بررسی کرد و گفت با توجه به شرایطی که در بازار حاکم است ممکن است شاخص بورس برای مدت دو هفته اصلاحی باشد اما این پیش بینی چندان دقیق نیست و نمی توان به آن اکتفا کرد چراکه ممکن است اتفاقاتی در بازار رخ دهد که روند معاملات را تحت تاثیر قرار دهد و روند اصلاحی بازار را خنثی کند.

کلاهچی با تاکید بر اینکه در وضعیت فعلی هیچگونه ریسکی تهدید کننده معاملات بازار نیست، گفت: قیمت جهانی و کامودیتی را می توان رو به بالا پیش بینی کرد و نباید اعلام کرد که بالا رفتن قیمت های جهانی تاثیر مثبت بر معاملات بازار سهام می گذارد و شاخص بورس رو به صعود حرکت می کند.

مالیات خانه‌های لوکس معطل تدوین آئین‌نامه



مدیرکل دفتر طراحی و تحلیل فرآیندهای سازمان امور مالیاتی از آماده نشدن آیین نامه اجرایی قانون مالیات بر خانه های گران قیمت در سال جاری و صفر بودن درآمد این پایه مالیاتی در سال گذشته خبر داد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، در قوانین بودجه سال های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ مالیات بر واحدهای مسکونی گران قیمت که به قانون مالیات بر خانه‌های لوکس مشهور شده، برای سقف‌های پیش بینی شده به ترتیب ۷۰۰ و ۹۰۰ میلیون تومان در دو سال مذکور تبصره‌هایی در نظر گرفته شده بود.

با این حال به دلیل آماده نشدن آئین نامه اجرایی مربوطه که باید از سوی وزارت امور اقتصادی تهیه و در هیئت دولت تصویب می‌شد، هیچ درآمدی از محل این پایه مالیاتی در سال ۱۳۹۹ ثبت نشده است.

آئین نامه اجرایی قانون مالیات بر خانه‌های گران قیمت هنوز هم از سوی وزارت اقتصاد تهیه نشده است.

براساس بندهای ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۴ تبصره ۶ قانون بودجه ۱۴۰۰، در سال جاری (۱۴۰۰) واحدهای مسکونی و باغ ویلاهای گران‌قیمت در صورتی که واحد مسکونی بالای ۱۰ میلیارد تومان باشد، بر اساس ضرایبی که برای دامنه‌های قیمتی ۱۰ تا ۱۵، ۱۵ تا ۲۵، ۲۵ تا ۴۰، ۴۰ تا ۶۰ و مازاد بر ۶۰ میلیارد تومان تعیین شده، از مالکان این واحدهای مسکونی مالیات اخذ خواهد شد.

مدیرکل طراحی و تحلیل فرآیندهای سازمان مالیاتی: آئین نامه اجرایی مالیات بر خانه‌های گران قیمت هنوز تهیه نشده است

محمد برزگری مدیرکل دفتر طراحی و تحلیل فرآیندهای سازمان امور مالیاتی در گفت وگو با خبرنگار مهر در پاسخ به این پرسش که تا کنون چه رقمی از محل این پایه مالیاتی وصول شد؟ اظهار کرد: در سال ۱۳۹۹ از محل مالیات بر خانه‌های گران قیمت هیچ درآمدی وصول نشده است.

وی افزود: دلیل عدم وصول این درآمد مالیاتی، تهیه نشدن آئین نامه اجرایی آن است. در قانون بودجه هم در سال ۱۳۹۹ و هم سال ۱۴۰۰ اجرای قانون مالیات بر خانه‌های گران قیمت منوط به تهیه آئین نامه مربوطه که به تأیید هیئت دولت برسد، شده بود.

این مقام مسئول در سازمان امور مالیاتی تصریح کرد: آئین نامه اجرایی این قانون در سال گذشته تهیه نشد و برای سال جاری نیز هنوز خبری از تدوین این آئین نامه نیست.

وی خاطرنشان کرد: تا زمانی که این آئین نامه تهیه نشود، امکان وصول درآمدی از محل این پایه مالیاتی نیست؛ چون بر اساس این آئین نامه است که نحوه شناسایی واحدهای گران قیمت و نرخ گذاری آنها و همچنین چگونگی اخذ مالیات از این محل مشخص خواهد شد.

برزگری درباره نحوه دسترسی سازمان امور مالیاتی به بانک اطلاعاتی خانه‌های لوکس و گران قیمت یادآور شد: باید در آئین نامه اجرایی این قانون، مشخص شود که چه دستگاههایی چه اطلاعاتی را در اختیار سازمان مالیاتی قرار دهند؛ مثلاً شهرداری، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، وزارت راه و شهرسازی و ... اطلاعات خود درباره واحدهای مسکونی گران قیمت را به سازمان مالیاتی می‌دهند و این سازمان هم بر اساس آئین نامه‌ای که به تصویب دولت می‌رسد، نحوه تطبیق این اطلاعات با یکدیگر را تدوین و اجرا خواهد کرد؛ اما این آئین نامه تا کنون تهیه و تصویب نشده است.

یادداشت

ظهور فروشگاه های زنجیره ای اشتغال را کاهش می دهد؟

با افزایش تعداد فروشگاههای زنجیرهای و همواره تخفیف در کشور شاهد اعتراضاتی مبنی بر کهشدن تعداد مشتریان سوپرمارکت‌ها و فروشگاههای کوچک هستیم. در این نوشته قصد داریم این موضوع را از جهات مختلف بررسی کنیم.

تاسیس فروشگاههای همواره تخفیف بر افراد مختلفی از مصرف‌کنندگان، سایر فروشندگان و جامعه اثر می‌گذارد که در این یادداشت اثرات هر کدام را بررسی می‌کنیم.

مصرف‌کنندگان

رقابت در اقتصاد هدف به‌نفع مصرف‌کنندگان است، با خروج انحصار از دست سوپرمارکت‌ها شاهد کاهش قیمت‌ها و تخفیفات قابل توجه در کالاهای مختلف هستیم که در شرایط تورمی کنونی توجه مصرف‌کنندگان را به‌خود جلب کرده‌است. افراد برای خرید‌های ماهانه فروشگاههایی را ترجیح می‌دهند که تخفیف بیشتری به آنها ارائه می‌دهند و یا قیمت کمتر می‌توانند کالای بیشتری را خریداری کنند. علاوه بر آن برخی از این فروشگاههای زنجیرهای، فروشگاههایی بزرگ و معتبر هستند که تنوع کالاها در آن بسیار زیاد است و افراد حق انتخاب بیشتری دارند، بنابراین از این حیث نیز به نفع مصرف‌کنندگان است. همچنین افراد در این فروشگاهها برخلاف سوپرمارکت‌ها امکان مقایسه قیمت محصولات مختلف و برندهای مختلف را دارند و می‌توانند خرید خود را سساعت‌ها ادامه دهند در صورتی که در سوپرمارکت‌ها به علت فضای کوچک و حضور یک فروشنده چنین امکانی وجود ندارد و افراد ناچارند به سرعت انتخاب کرده و از فروشگاه خارج شوند. بنابراین از نظر مصرف‌کنندگان تاسیس اینگونه فروشگاهها چه از نظر قیمت و چه از نظر تنوع و آزادی عمل کاری بسیار پسندیده است و مورد استقبال مصرف‌کنندگان واقع شده است.

سایر فروشندگان

معمولا، ظهور کسب‌وکارهای جدید، کسب‌وکارهای سنتی با این استدلال که مشتریان خود را از دست داده‌اند و افراد بسیاری بیکار شده‌اند، به دنبال به‌دست آوردن انحصار در گروه شغلی خود هستند در حالیکه باید به این نکته توجه کرد که به دلیل بزرگ بودن این کسب وکارها و سرمایه‌گذاری گسترده‌ای که در این کسب وکارها می‌شود شغل‌های بیشتری نسبت به کسب‌وکارهای سنتی ایجاد می‌شود چراکه این کسب و کارها نسبت به آنچه در گذشته وجود داشته، تعداد افراد بیشتری نیاز دارند و همچنین شغل‌های جدیدی تعریف می‌شود که در کسب و کارهای سنتی جایی نداشت مثلا در سوپرمارکت‌ها جز یک یا دو فروشنده فرد دیگری مشغول نیست اما در فروشگاههای زنجیرهای تعداد زیادی فروشنده، انباردار، پیک، بازاریاب و... وجود دارد از طرفی احتمالا فروشندگان خرد بر این باورند که تعداد زیادی از مشتریان خود را بواسطه فروشگاههای همواره تخفیف از دست داده‌اند. قطعا کسانی که به‌صورت عمده خرید می‌کنند فروشگاههایی که تخفیف بیشتری دارند را ترجیح می‌دهند اما واضح است که هر مصرف‌کننده در طول روز یا هفته خریدهای جزئی و روزمره‌ای دارد که برای اینگونه خریدها رفتن به فروشگاههای بزرگ به‌صرفه نیست چراکه معمولا رفتن به این فروشگاهها از به استفاده از خودروی شخصی دارد و برای خریدهای روزمره افراد ترجیح می‌دهند از سوپرمارکت محله خرید کنند و وقت کمتری صرف خرید شود مگر آنکه در محله آنها به فاصله نزدیک فروشگاه زنجیرهای یا همواره تخفیف وجود داشته باشد که در میان جمعیت کل کشور افراد محدودی چنین امکانی دارند. از طرفی به دلیل افزایش جمعیت و مهاجرت از روستا به شهر، تعداد مصرف‌کنندگان در کل افزایش یافته، بنابراین سهم سوپرمارکت‌ها نیز افزایش یافته است. همچنین در برخی از مناطق به‌خصوص مناطق بلحاظ درآمدی خوب شهر، تنوع کالاهایی مثل بستنی، ماست، نوشیدنی و... در سوپرمارکت‌ها بسیار بیشتر از فروشگاه‌های زنجیرهای است و همین موضوع باعث افزایش خرید از سوپرمارکت‌ها می‌شود. درنتیجه به نظر می‌رسد تعداد سرفه مشتریان سوپرمارکت‌ها به قدری کم نشده است که فشار سنگینی از این جهت به آنها وارد شده باشد و البته نباید تمام این موضوع را به حضور فروشگاههای زنجیرهای ربط داد علت اصلی کاهش درآمد احتمالی سوپرمارکت‌ها و کم شدن مشتریان آن‌ها، زیاد شدن تعداد سوپرمارکت‌ها و جذب شدن افراد به اینگونه شغل‌هاست.

از دیدگاه جامعه به نظر می‌رسد وجود فروشگاههای زنجیرهای مفید بوده‌است چراکه این فروشگاهها بزرگ بوده و دارای صرفه مقیاس هستند. در اقتصاد صرفه مقیاس به حالتی اشاره دارد که در اثر افزایش حجم تولید، هزینه متوسط تولید هر واحد کالا کاهش می‌یابد. صرفه مقیاس دو نوع است داخلی و خارجی. در مثال موردبحث صرفه مقیاس خارجی قابل بررسی است چرا که عوامل خارجی که موجب صرفه مقیاس فروشگاههای زنجیرهای می‌شود برای سوپرمارکت‌ها هم وجود دارد به‌عنوان مثال عواملی از قبیل قوانین و تصمیمات و برنامه‌های دولت مثل معافیت‌های مالیاتی ممکن است سبب ایجاد صرفه مقیاس برای فروشگاهها شود که این عوامل برای سوپرمارکت‌ها نیز وجود دارد البته عبارتی کلی دولت به دلایل مختلف از یک صنعت یا گروه خاصی حمایت می‌کند مثلا به‌دلیل اهمیت یک صنعت خاص، مالیات بر این صنعت را کاهش می‌دهد یا معافیت‌های مالیاتی برای آن صنعت وضع می‌کند و بنابراین هزینه‌های تولید در آن صنعت کاهش پیدا می‌کند و نسبت به سایر صنایع مزیت پیدا می‌کند که این مزیت برای تعلقی اعضای آن صنعت یا گروه یکسان است پس در بحث کنونی صرفه‌های مقیاس خارجی موضوعیت ندارد. اما عوامل داخلی مختص هر شرکت یا فروشگاه است و این مورد می‌تواند موجب ایجاد صرفه مقیاس برای یک فروشگاه شود که عامل بسیار مهمی برای رقابت و ماندن در بازار محسوب می‌شود از جمله صرفه‌های مقیاس داخلی که فروشگاههای زنجیرهای از آن برخوردار هستند می‌توان به خرید عمده و کوتاه کردن زنجیره تولید اشاره کرد. این فروشگاهها به‌دلیل داشتن شعب زیاد و نیز مشتریان بسیار زیاد به‌صورت عمده در تعداد بسیار زیاد خریدهای خود را انجام می‌دهند. بنابراین امکان خرید محصول با قیمت‌های خیلی پایین‌تر نسبت به سوپرمارکت‌ها را دارند و همچنین بسیاری از این فروشگاهها کارخانه‌های تولید موادغذایی و شوینده خود را دارند یا اینکه مستقیما از تولیدکننده خرید می‌کنند و واسطه‌ها را حذف کرده‌اند بنابراین قیمت تمام‌شده محصول برای آنها کاهش می‌یابد و می‌توانند به مشتریان خود تخفیف ارائه کنند. همچنین به‌علت حجم بالای فروش آنها هزینه‌های ثابت مثل انباداری و اجاره برای هر واحد محصول بسیار ناچیز می‌شود. همچنین این فروشگاهها مدیریت واحدی دارند و چون سرمایه و توان این شرکت‌ها در مقایسه با سوپرمارکت‌ها بسیار زیاد است، توانایی استفاده از مدیران و بازاریابان متخصص را دارند و از این جهت نیز مزیت دارند از طرفی چون توانایی استخدام کارشناسان توانمند را دارند به گونه‌ای فروشگاه‌های خود را طراحی می‌کنند که مصرف‌کنندگان با دیدن کالاهایی که به آنها نیاز ندارند به خرید ترغیب شوند و از این طریق درآمد بیشتری کسب می‌کنند. بنابراین فروشگاه‌های زنجیره‌ای به‌دلیل داشتن صرفه‌های مقیاس و کوتاه کردن زنجیره تولید نسبت به سوپرمارکت‌ها مزیت دارند و به دلیل داشتن این مزیت می‌توانند کالا را با قیمت پایین‌تر تهیه کرده و در اختیار مشتریان خود قرار دهند. بنابراین مصرف‌کنندگان از وجود این فروشگاه‌ها کاملا منتفع می‌شوند چراکه قیمت‌ها نسبت به سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های کوچک کمتر است و حق انتخاب بیشتری دارند.

جمع‌بندی

باظهور کسب‌وکارهای جدید، معمولا کسب‌وکارهای سنتی با این استدلال که مشتریان خود را از دست داده‌اند و افراد بسیاری شغل خود را از دست داده‌اند به‌دنبال انحصار در گروه شغلی خود هستند در حالیکه باید به این نکته توجه کرد که به دلیل بزرگ بودن این کسب وکارها و سرمایه‌گذاری گسترده‌ای که در این کسب وکارهای شود شغل‌های بیشتری نسبت به کسب‌وکارهای سنتی ایجاد می‌شود. اما همانطور که گفته شد وجود این فروشگاهها به دلیل داشتن صرفه‌های مقیاس و کوتاه‌کردن زنجیره تولید کاملا به نفع مصرف‌کنندگان است. بنظر می‌رسد سوپرمارکت‌ها آن دسته از مشتریان خود که به‌صورت عمده خرید می‌کنند را از دست بدهند اما افراد همچنان خریدهای روزانه خود را از سوپرمارکت‌ها انجام می‌دهند و چون جمعیت کل کشور افزایش یافته تعداد مشتریان هر فروشگاه را سوپر مارکت هم افزایش یافته است. اما اگر این مورد را در نظر نگیریم و مشتریان سوپرمارکت‌ها کاهش یافته باشد این دلیل خیلی برای اعتراض به وجود فروشگاه‌های بزرگ نیست چراکه دنیا به سمت رقابت حرکت کرده‌است و افراد باید تمام تلاش خود را انجام دهند تا در این رقابت موفق باشند. سوپرمارکت‌ها برای افزایش فروش خود می‌توانند از اپلیکیشن‌های سفارش آنلاین مانند اسنپ‌خود استفاده کنند که در ایام کرونا بسیار مورد استفاده مصرف‌کنندگان قرار گرفته و حتما این تجربه برای ایام پس از کرونا هم باقی خواهد ماند. بنابراین راه برای جذب مشتری بسته نیست کافیست از پیشرفت فناوری استفاده کرد.

رادنیه پاپی بالاکرویه
دانشجوی دکترای اقتصاد شریف
Alborz.payam@gmail.com

معاون اشتغال وزارت کار:

۹ میلیون نفر در کشور کد شغلی دریافت کردند

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: ۲۵ میلیون نفر اطلاعات شغلی خود را در سامانه طی اشتغال و کسبوکار وارد کردهاند که از این تعداد ۹ میلیون نفر موفق به دریافت کد شغلی شدند.

به به گزارش پیام آشنا به نقل از ایرنا، عیسی منصوری دیروز در جلسه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی گفت: یک میلیون نفر در نوبت دریافت کد شغلی هستند که در حال بررسی آن هستیم.

وی افزود: اکنون در کشور کد ملی و کدپستی وجود دارد و در صدد هستیم تا کد شغلی را نیز فراگیر کنیم.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ادامه داد: این بستر کاملا آماده است و بر اساس هوش مصنوعی در حال اجراست که امیدواریم در دوره بعد، توسعه یابد.

وی با اشاره به اینکه ۴ و نیم بنگاه در سامانه ملی اشتغال و کسب و کار ثبت شدند گفت: این امر همچنان ادامه دارد.

منصوری گفت: یک سامانه ملی مشاغل نیز زیر پوشش این سامانه وجود دارد که ظرف یک ماه آینده اطلاعات کامل افراد دارای مشاغل خانگی را در آن اعلام می کنیم.

وی خاطر نشان کرد: تمرکز ما بر روی نهادهایی از جمله کمیته امداد امام خمینی(ره)، بهزیستی و جهاد دانشگاهی است که تا زمینه مشاغل خانگی را پیگیری کنند از این رو این طرح الگوی نوین توسعه مشاغل خانگی در ۹ استان به صورت مقدماتی اجرا شده است.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: توسعه مشاغل خانگی پایش می شود.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با اشاره به تغییر رویکرد در حوزه اشتغال خانگی گفت: پیش از این رویکرد منفعل بود و منتظر بودیم تا درخواست کنندگان به دنبال مجوز و تسهیلات بیایند که از این رویکرد به سمت فعال حرکت کردیم.

وی گفت: در مرحله اول نیازمند بانک اطلاعاتی بودیم که در همین راستا سامانه ملی اشتغال و کسب و کار شکل گرفت.

منصوری افزود: در ادامه گذر از مجوز محوری به گواهی محوری داشتیم وصدور الکترونیکی مجوزها را پیگیری کردیم و اکنون بخش قابل توجهی از مشاغل خانگی گواهی دریافت کردند.

وی خاطر نشان کرد: همچنین مرکز پایش سیاست ها و اشتغال در کشور ایجاد شده است و اکنون هر سیاستی در خصوص مشاغل خانگی پایش می شود.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با تدوین کتابی در خصوص مشاغل خانگی و سیاست های مجلس و بیانات رهبری خبر داد.

وی با اشاره به بحث اشتغال زایی روستایی گفت: با شفاف سازی، انحراف در این حوزه به چهار درصد رسیده که تاکنون سابقه نداشته است.

این مقام مسئول گفت: در این عرصه شناسایی، توانمندسازی، آموزش و اتصال به بازار کار ایجاد شده است که امیدواریم در ادامه فعالیت این وزارت شاهد انجام اقدامات ارزنده و استمرار این روند باشیم تا سیاست گذاری خوبی در حوزه اشتغال مشاغل خانگی ایجاد شود.

رشد ۱۷۱ درصدی ظرفیت نیروگاه‌های تجدیدپذیر در ۴ سال گذشته

معاون وزیر نیرو گفت: ظرفیت نیروگاه‌های تجدیدپذیر در چهار سال گذشته با رشد ۱۷۱ درصدی به ۹۰۳ مگاوات رسیده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل ازپایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نیرو، "محمد ساتکین" در آخرین نشست شورای معاونان و مدیران عامل شرکت‌های استانی آب و برق افزود: سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر و بهره‌وری انرژی برق از مجموعه‌هایی بوده است که در مقایسه با سایر ارگان‌های صنعت برق دیرتر به مجموعه فعالان بخش تجدیدپذیر پیوسته است اما همواره در تلاش بوده تا نقش خود را هرچه بهتر ایفا کند.

وی ادامه داد: در زمان آغازبه کار دولت دوازدهم، مجموع ظرفیت نیروگاه‌های تجدیدپذیر حدود ۳۳۲ مگاوات بوده که با پایان دولت دوازدهم به ۹۰۳ مگاوات رسیده، یعنی رشدی معادل ۱۷۱ درصد داشته است و البته این روند در حوزه انرژی خورشیدی سرعت بیشتری به خود گرفته و بیش از سایر اشکال انرژی تجدیدپذیر پیشرفت کرده‌است.

وی افزود: بیشترین میزان نصب‌شده نیروگاه‌های تجدیدپذیر در سال ۱۳۹۵ را متعلق به نیروگاه‌های بادی با ظرفیت ۱۹۱ مگاوات دانست و خاطرنشان کرد: این ظرفیت اکنون به ۳۰۹ مگاوات رسیده است.

رئیس سازمان ساتبا از رشد ظرفیت نیروگاه‌های خورشیدی از ۳۰ مگاوات به ۳۸۴ مگاوات خبر داد و آن را نشان‌دهنده نگاه توسعه‌ای نیروگاه‌های تجدیدپذیر دانست.

وی گفت: با توجه به شرایط کشور ما از پتانسیل خورشیدی بهتر از پتانسیل سایر منابع انرژی تجدیدپذیر استفاده کردیم.

ساتکین افزود: تنوع رشد نیروگاه‌های تجدیدپذیر نشان می دهد که می توانیم از تمام ظرفیت توسعه این نیروگاه‌ها به‌ویژه خورشیدی و بادی و حتی زیست‌توده، بازیافت تلفات حرارتی، برق‌آبی کوچک و توربین‌ابسطالی استفاده کنیم.

ایرانی‌ها چند خانه جدید در ترکیه خریدند؟

رئیس خانه اقتصاد ایران و ترکیه می‌گوید که با وجود تغییراتی که اقتصاد دنیا پس از شیوع کرونا تجربه کرده، همچنان مسکن یکی از مهم‌ترین پیشران‌های اقتصاد ترکیه به شمار می‌رود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، جلال ابراهیمی اظهار کرد: در اقتصاد ترکیه، پیمانکاران حوزه ساختمان، ارزآوران خالص به شمار می‌روند، زیرا با فروش محصولات خود به شهروندان خارجی، در سال‌های گذشته توانسته‌اند درآمدهای ارزی مهمی را نصیب دولت ترکیه کنند.

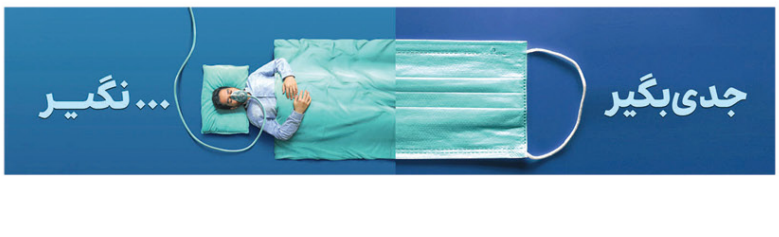
به گفته وی، با وجود مشکلاتی که اقتصاد ترکیه در ماه‌های گذشته و تحت تاثیر شیوع کرونا با آن مواجه بود، بخش مسکن توانسته حرکت رو به جلو خود را از سر بگیرد تا نیمه سال جاری میلادی، فروش مسکن به خارجی‌ها ۴۴ درصد افزایش پیدا کرده است. رئیس خانه اقتصاد ایران و ترکیه با بیان اینکه بانک‌های این کشور برای افزایش توان خرید، نرخ بهره وام مسکن را کاهش داده‌اند، اظهار کرد: همین سیاست‌های حمایتی باعث شده که تنها در یک ماه، ۱۳۴ هزار واحد مسکونی در ترکیه به فروش برود که از این تعداد، ۶۸۳ واحد سهم ایرانی‌ها بوده است.

ابراهیمی با اشاره به تداوم روند افزایشی قیمت مسکن ترکیه در ماه‌های گذشته، توضیح داد: برآوردها نشان می‌دهد در یک ماه گذشته، میانگین قیمت خانه در ترکیه ۳.۹ درصد افزایش یافته و نرخ واقعی سالانه نیز بیش از ۱۰ درصد رشد کرده است.

وی ادامه داد: در میان شهرهای اصلی، بالاترین رشد قیمت مسکن در یک ماه گذشته به آنکارا با ۴.۳ درصد اختصاص دارد و پس از آن ازمیر با ۳.۶ و استانبول با ۲.۸ درصد قرار گرفته‌اند. در روند یک ساله نیز قیمت خانه در ازمیر حدودا ۳۰ درصد، استانبول ۲۷ و آنکارا ۲۶ درصد افزایش یافته است.

رئیس خانه اقتصاد ایران و ترکیه درباره جزئیات آمارهای بازار مسکن ترکیه در ماه‌های گذشته نیز گفت: فروش مسکن در مقایسه با ماه قبل دو برابر شده و در ماه ژوئن به ۱۳۴ هزار و ۷۳۱ واحد رسیده است که یکی از علت های آن کاهش نرخ بهره بانکی برای خرید مسکن از سوی بانک‌های دولتی است و استانبول با ۲۵۸۳۲ واحد بیشترین سهم در فروش و آنکارا با ۱۳ هزار در مرحله دوم است.

ابراهیمی افزود: در میان کشورهای خارجی عراقی‌ها با خرید ۷۷۳ واحد خانه در ماه گذشته اصلی‌ترین مشتریان خارجی خانه در ترکیه بوده‌اند و ایران با ۶۸۳ واحد در رده بعدی قرار دارد. شهروندان روسیه، افغانستان و آلمان نیز در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

به گزارش ایسنا، ترکیه در سال‌های گذشته به مقصد تجاری و سرمایه گذاری بسیاری از ایرانی‌ها بدل شده و از این رو شهروندان ایران در سال‌های گذشته یکی از اصلی‌ترین مشتریان خانه در ترکیه بوده‌اند.

پس از شیوع کرونا، ترکیه مقصد مسافرتی بسیاری از شهروندان ایران نیز به شمار می‌رفت اما در ماه‌های گذشته تعداد این مسافران به شکلی جدی کاهش پیدا کرده است.