اخبار

ثبت نام ۲۹ هزار نفر در سامانه اعطای مسکن به خانوارهای ۳ فرزند

مدیرکل دفتر برنامه ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی از ثبت نام ۲۹ هزار و ۶۵۰ نفر در سامانه اعطای مسکن یارمین به خانوارهای دارای ۳ فرزند و بیشتر خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، پروانه اصلاحی در برنامه زنده تلویزیونی گفتگوی ویژه خبری درباره وظایف وزارت راه و شهرسازی در خصوص اجرای ماده ۳ قانون جوانی جمعیت مبنی بر اعطای زمین یا مسکن به خانوارهای بالای ۳ فرزند گفت: طبق این قانون وزارت راه و شهرسازی باید برای شهرهای زیر ۵۰۰ هزار نفر به خانواده‌هایی که فرزند سوم آنها بعد از تاریخ تصویب این قانون (۲۴ آبان ۱۴۰۰) به دنیا آمده است زمین ۲۰۰ متری تخصیص دهد.

وی افزود: بر اساس این قانون باید برای خانوارهای بالای سه فرزند ساکن شهرهای بالای ۵۰۰ هزار نفر یک واحد از واحدهای مسکونی حمایتی اختصاص داده شود. ضمن اینکه نرخ باروری در شهر محل تولد فرزند یا پدر باید کمتر از ۲.۵ باشد.

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی ادامه داد: یکی از ویژگی‌های این قانون این است که اگر خانواری از امکانات مسکن دولتی استفاده کرده باشد در صورت داشتن فرزند سوم به بعد هم می‌تواند باز دیگر از تسهیلات مسکن یارانه‌ای استفاده کنند.

وی خاطرنشان کرد: اگر خانواری ساکن کلانشهر باشد می‌تواند در شهرهای دیگر که شامل نزدیکترین شهر محل سکونت یا تولد پدر یا مادر باشد زمین دریافت کند؛ به خصوص که در کلان شهرها به اندازه کافی زمین در اختیار نداریم.

اصلاتی یادآور شد: مثل همه برنامه‌های مسکن حمایتی عموماً گسانی که در کلان شهرها زندگی می‌کنند مسکن حمایتی آنها در شهرهای جدید مجاور کلانشهرها یا شهرهای نزدیک کلان شهر است.

وی خاطرنشان کرد: در حال حاضر فرآیند ثبت نام از خانوارهای مشمول این قانون آغاز شده و در سامانه مسکن حمایتی به آدرس https://saman.mrud.ir/ می‌توانند ثبت نام کنند؛ ما ثبت نام خانوارهای مشمول را آغاز کرده و تا کنون ۲۹ هزار و ۶۵۰ سرپرست خانوار ثبت نام کرده‌اند.

رئیس اتحادیه نانوایان کرج:
کمبود آرد نداریم

رئیس اتحادیه نانوایان کرج گفت: در حال حاضر کمبود آرد نداریم و سهمیه خرداد هم خریداری شده است.

به گزارش پیام آشنا، حجت اله نصیری افزود: قیمت آرد نان فانتزی بیش از ۱۰ برابر افزایش داشته است و مردم بیشتر به نان‌های سنتی روی آورده‌اند.

وی با بیان اینکه احتمالا تا چند روز آینده قیمت مصوب نان فانتزی مشخص می‌شود، تصریح کرد: نان فانتزی تا کنون قیمت مصوب نداشته و به طور رقابتی به فروش می‌رسید ولی قیمت نان‌های فانتزی به زودی مصوب می‌شود.

وی افزود در مورد نان‌های سنتی هیچ تصمیمی گرفته نشده و آنطور که گفته شده با اجرایی شدن طرح نیز قیمت نان برای مردم تغییری نمی‌کند بلکه ما به التفاوت قیمت نان به حساب نانوایان از طرف دولت واریز می‌شود و به این صورت مردم نیز متضرر نمی‌شوند.

تصیری ادامه داد: ما آمادگی آزاد شدن قیمت آرد و فروختن نان به قیمت تمام شده را داریم زیرا یارانه برای نان هم فساد زا و هم به ضرر نانوانست و مالز اینجا خوشتر آزادی قیمت بودیم.

وی با اشاره به اینکه اکنون جو روانی بین مردم ایجاد شده که باعث شلوغی نانوایی‌ها است، گفت: این موضوع در حالی ایجاد شده که کمبود آرد نداریم و حتی سهمیه آرد خرداد ماه نانوایان خریداری شده است.

آغاز واردات گوشت قرمز گرم از روسیه و پاکستان

معاون برنامه ریزی و اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی گفت: واردات گوشت گرم قرمز از روسیه و پاکستان را آغاز کردیم و میزان مناسبی گوشت منجمد در داخل موجود داریم که تا انتهای هفته با تزویج آن تب ایجاد شده ناشی از آزادسازی از فروکش می کند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از فارس، محمد قربانی در خصوص تامین و توزیع کالاهای اساسی در بازار با اشاره به اجرای برنامه توزیع یارانه ها در دولت سیزدهم توضیح داد: قبل از اجرای این برنامه تلاش بر آن شد تا ذخایر راهبردی کالاهای اساسی و تهادهه ها را تقاد هیم تا در طول اجرای این برنامه مشکلی نداشته باشیم در این برنامه مقرر شد قیمت کالاهای اساسی منطبق با قیمت شهریور ماه همان کالاها در نظر گرفته شود و دولت نیز موظف است کاهش رفاه ایجاد شده به دلیل واقعی سازی نرخ ارز را جبران سازد.

معاون برنامه ریزی و اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی در خصوص افزایش قیمت گوشت قرمز توضیح داد: گوشت قرمز مشمول آزادسازی قیمتی نبوده و از قبل هم یارانه ای دریافت نمی کرده، این اتفاق یکی از عوارض جقیی طرح اصلاح نظام پرداختی یارانه ها بوده که موقتی است.

وی ادامه داد: اقداماتی برای تنظیم بازار صورت گرفته برای مثال واردات گوشت گرم قرمز از روسیه و پاکستان را آغاز کردیم و میزان مناسبی گوشت منجمد در داخل موجود داریم که تا انتهای هفته با تزویج آن تب ایجاد شده ناشی از آزادسازی از کم منجر به افزایش قیمت غیر واقعی نرخ گوشت قرمز شده است به قیمت واقعی خود باز می گردد.

بورس

سبز پوشی سراسری شاخص‌های بورسی

روند حرکت بازار سرمایه دیروز صعودی بود و همه شاخص‌های این بازار سبزپوش بودند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا شاخص کل بورس دیروز با ۱۰ هزار و ۸۲۰ واحد افزایش تا رقم یک میلیون و ۵۸۳ هزار واحد صعود کرد. شاخص کل با معیار هم وزن هم ۲۲۵۲ واحد افزایش یافت و رقم ۴۴۹ هزار و ۲۲۴ واحد را ثبت کرد. در این بازار ۸۷۵ هزار معامله به ارزش ۶۶ هزار و ۱۹۱ میلیارد ریال انجام شد. فولاد میارک اصفهان، ملی صنایع مس ایران، گروه مدیریت سرمایه گذاری امید؛ توسعه معادن و فلزات و معدنی و صنعتی گلگهر نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر مثبت را روی بورس گذاشتند. در آن سوی بازار سرمایه شاخص کل فرابورس با ۱۳۰ واحد افزایش به رقم ۲۱ هزار و ۶۲۰ واحد رسید. در این بازار ۴۹۹ هزار معامله به ارزش ۱۶۴۷ میلیارد ریال انجام شد. پلیمر آریاسلول سرمایه گذاری صبا تامین، فرابورس ایران و تجلی توسعه معادن وفازات نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر مثبت و در مقابل صنعتی مینو نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر منفی را روی فرابورس گذاشتند.

جزئیات نخستین عرضه خودرو در بورس

مدیر عملیات بازار بورس کالا با تشریح روند دریافت کد معاملاتی و خرید خودرو در بورس کالای ایران اعلام کرد که روز چهارشنبه خودروی کلارا در بورس کالا عرضه خواهد شد.

به گزارش پیام آشنا عباس یعقوبی با تاکید بر اینکه بسر لازم برای فروش خودرو در بورس کالا فراهم شده است اظهار کرد: هدف این است که با استفاده از بازاری شفاف و رقابتی، خودرو با قیمتی منصفانه به دست مصرف کننده برسد. وی ادامه داد: شرط لازم برای محقق شدن اهداف یاد شده، عرضه منظم توسط خودروسازان در بورس و عدم فروش در بازار خارج از بورس است تا به ایجاد بازار مشکل کمبود خودرو شود و خریداران با اطمینان از عرضه مستمر خودرو در بورس، رفتارهای هیجانی از خود بروز ندهند. مدیر عملیات بازار بورس کالای ایران با بیان اینکه اطلاعیه عرضه برای آگاهی عموم مردم روی سایت بورس کالا در دسترس قرار گرفته است، گفت: زمان ثبت سفارش تا یک روز پس از انتشار اطلاعیه عرضه تا ساعت ۸:۳۰ روز انجام معامله امکان پذیر است. پس از آن از طریق سامانه معاملاتی فروش خودرو برگزار می‌شود. استفاده از روش حراج باز متضمن کشف نرخ عادلانه و جلوگیری از به وجود آمدن انگیزه سفته‌بازی خارج از بورس می‌شود زیرا مصرف کننده نهایی تا هر قیمتی که مناسب بداند زمان دارد رقابت را ادامه دهد و خودرو مورد نیاز خود را خریداری کند.

سازمان امور مالیاتی اعلام کرد

آغاز تفکیک حساب‌های تجاری و شخصی از خردادماه

رئیس مرکز تنظیم مقررات سازمان امور مالیاتی ضمن اعلام آغاز تفکیک حساب‌های تجاری و شخصی از خرداد ماه سالجاری، جزئیات این اقدام را نیز تشریح کرد.

به گزارش پیام آشنا، محمد برزگری اظهار کرد: روند اجرایی تفکیک حساب‌های تجاری و شخصی از ابتدای خردادماه امسال آغاز خواهد شد. در پی این اقدام، صاحبان حساب‌های تجاری باید به سازمان امور مالیاتی تجاری بودن حساب خود را اعلام کنند. در این زمینه، تمام حساب‌های بانکی در کشور شخصی فرض می‌شود و فقط دارندگان حساب‌های تجاری و مرتبط به کسبوکار باید به سازمان امور مالیاتی اعلام کنند که این حساب مرتبط به کسبوکار و فعالیت تجاری یا اقتصادی آن‌هاست.

وی افزود: این اقدام در راستای فراهم‌سازی مقدمات اجرای کامل قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان انجام می‌شود زیرا یکی از الزامات این قانون اعلام ماهیت حساب‌های تجاری به سازمان امور مالیاتی به منظور شفافیت و نظارت مالی است.

رئیس مرکز تنظیم مقررات سازمان امور مالیاتی ادامه داد: فرآیندهای لازم برای تفکیک حساب‌های تجاری و شخصی انجام شده و فقط بخشی از الزامات و فرآیندهای فنی و زیرساختی برای شروع این اقدام باقی مانده است که امیدوارم تا ابتدای خرداد ماه فراهم شود.

رئیس کمیسیون سرمایه گذاری اتاق بازرگانی البرز:

مقدمات اجرای طرح انبوه سازی مسکن در البرز فراهم شد

رئیس کمیسیون سرمایه گذاری توسعه خدمات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی البرز از برنامه ریزی کمیته ساخت این کمیسیون برای فراهم شدن مقدمات اجرای طرح انبوه سازی مسکن دراستان با مشارکت صاحبان سرمایه در بخش خصوصی خبر داد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی البرز، شاهین ظهوری در نشست این کمیسیون گفت: این طرح پس از تهیه و تدوین جهت اجرا به استانداری البرز پیشنهاد خواهد شد تا پس از بررسی و تایید در استانداری بستر برای مشارکت فعال سازندگان مسکن در انبوه سازی مهیا شود.

وی افزود: دراین راستا نشست مشترکی با حضور مسئولان ذیربط در اداره کل راه و شهرسازی استان و شهرداری کرج برای مشارکت بخش خصوصی در انبوه سازی مسکن در البرز برگزار شده است.

رئیس کمیسیون سرمایه گذاری توسعه خدمات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی البرز اظهار کرد: فعالان بخش خصوصی استان در سال‌های گذشته تجربه مشارکت در ساخت چنین پروژه هایی را داشته اند اما در فرآیند کار همواره با چالش های فراوانی مواجه بودند.

ظهوری گفت: عدم تامین زیرساخت ها در محل پروژه ها، اتلاف وقت طولانی ناشی از بوروکراسی اداری برای دریافت پروانه های ساختمانی و تعیین نرخ بالای عوارض ساخت از چالش های پیش روی سازندگان مسکن در سال های گذشته بود.

وی تصریح کرد: برای رفع و مواجه نشدن انبوه سازان مسکن با اینگونه چالش ها ضروری تضمین های لازم اخذ شود.

وی با تاکید بر اهمیت توجه به تعیین قیمت مناسب برای هر متر زمین در پروژه های انبوه سازی مسکن افزود: باید ترتیبی اتخاذ شود تا سود و زیان سازنده به دقت در بستر اجرای این پروژه ها بررسی و لحاظ شود.

ظهوری درخواست مهم سازندگان مسکن برای پروژه های انبوه سازی را تمرکز بر ایجاد ارزش افزوده بر روی املاک عنوان کرد و گفت: حتی می توانیم بعد از ساخت یک بر پروژه سود حاصل از آن را با هماهنگی و مشورت متولیان راه و شهرسازی استان به پروژه های مسکن ارزان قیمت ویژه اقشار کم درآمد جامعه تزریق کنیم.

وی با تاکید بر اهمیت اصلاح ساختار دعوت از انبوه سازان مسکن برای مشارکت در پروژه های انبوه سازی مسکن در بخش صنعت البرز کارگران زیادی مشغول به کار می شوند که به لحاظ معیشتی با مشکلاتی مانند خرید مسکن مواجه هستند.

وی ادامه داد: بنابراین یکی از اهداف مهم ما برای مشارکت در پروژه های مسکن تجمیعی، تامین سرپناه با قیمت مناسب برای این قشر جامعه است.

رئیس کمیسیون سرمایه گذاری توسعه خدمات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی البرز گفت: مقرر شده است جهت تسهیل اموری مانند تخصیص زمین مناسب و حذف بوروکراسی اداری در این مسیر نشستی با استاندار البرز داشته باشیم.

وی افزود: در نشست کمیته ساخت کمیسیون سرمایه گذاری اتاق بازرگانی البرز با حضور مسئولان دولتی و فعالان بخش خصوصی در حوزه مسکن مصوب شد که طرحی را با ذکر کامل درخواست ها، نقطه نظرات پیشنهادی و اعلام لیست مشارکت کنندگان در پروژه های ساخت مسکن برای ارائه به استاندار تهیه و آماده کنیم.

تاریخ واریز سود سهام عدالت ۳۰ اردیبهشت

معاون فناوری اطلاعات شرکت سپرده گذاری مرکزی از واریز سود سهام عدالت در ۳۰ اردیبهشت خبر داد و گفت: جامانده‌گان دریافت واریز قبلی تا آخر هفته نسبت به ثبت شماره شبای خود اقدام کنند.

به گزارش پیام آشنا، محمود حسنلو معاون فناوری اطلاعات شرکت سپرده گذاری مرکزی و تسویه وجوه (سمات) در برنامه زنده تلویزیونی درباره جامانده‌گان دریافت سود سهام عدالت گفت: بیش از دو میلیون نفر از سهامداران سهام عدالت به‌دلیل نداشتن شماره شبای معتبر سود سهام عدالت برای آنها واریز نشد.

وی افزود: این افراد باید به سامانه سجام مراجعه کرده، ثبت نام و اطلاعات خود را وارد کنند تا سود سهام عدالت شأن واریز شود.

معاون فناوری اطلاعات شرکت سپرده گذاری مرکزی و تسویه وجوه ادامه داد: اگر کسانی که سود سهام عدالت برای آنها واریز نشده توانایی ثبت نام در سامانه سجام را ندارند به سامانه سهام عدالت مراجعه و اقدام به تکمیل اطلاعات و ویرایش شماره شبا برای دریافت این سود کنند.

حسنلو در پاسخ به این پرسش که چرا برخی افرادی که سال گذشته برای آنها سود سهام عدالت واریز شد امسال نتوانستند آن را دریافت کنند، اظهار کرد: ممکن است در این یک سال حساب این افراد از سوی بانک‌ها مسدود شده باشد، همچنین عده محدودی از دارندگان حساب بانکی در بانک‌های انصار، در بانک سپه شماره شبای معتبر نداشتند و بانک سپه نتوانست آنها را شناسایی کند. این عده از افراد در صورتی که در سامانه سجام ثبت نام کرده‌اند می‌توانند با مراجعه به این سامانه شماره شبای خود را ویرایش کنند تا سود سهام عدالت شأن واریز شود.

وی درباره محفوظ بودن سود سهام عدالت کسانی که آن را دریافت نکرده‌اند، گفت: قطعاً سود سهامداران عدالت محفوظ است و در بازه زمانی اعلام شده تا پایان اردیبهشت در صورتی که اطلاعات آنها شناسایی شود سودشان واریز خواهد شد.

معاون فناوری اطلاعات شرکت سپرده گذاری مرکزی و تسویه وجوه تاکید کرد: زمان واریز بعدی سود سهام عدالت ۳۰ اردیبهشت است.

حسنلو درباره سود دارندگان سهام عدالت که فوت شده‌اند، بیان کرد: افرادی که فوت شده‌اند شماره حساب آنها بلافاصله از سوی بانک مسدود می‌شود و سود سهام برای آنها قابل واریز نیست.

وی ادامه داد: تا پایان اردیبهشت امسال با کمک فوت قضایه سامانه جدیدی برای شناسایی ورثاء دارندگان سهام عدالت فوت شده راه اندازی می‌کنیم و سود سهام عدالت برای ورثاء به نسبت قانون ارث تقسیم و واریز می‌شود.

معاملات بازار مسکن به تحرک می‌رسد

یک کارشناس بازار مسکن گفت: دو عامل در سال گذشته باعث ثبات قیمت مسکن شده بود که یکی فضای اجرای برجام و دیگری افت توان خریداران بود. اما طولانی شدن روند مذاکرات تا حدودی انتظارات کاهشی را کمرنگ کرده و احتمالا در سال جاری با رشد نسبی معاملات مسکن مواجه شویم.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا سعید لطفی انتظار خرید در شرایط فعلی تا حدودی انتظارات کاهشی در بازار مسکن محو شده است. از آن طرف دولت پروژه نهضت ملی مسکن را در دستور کار دارد که فضای بازار را تا حدودی آرام می کند. بنابراین در سال جاری با یک عامل محرک و یک عامل بازدارنده در معاملات مسکن مواجهیم.

وی افزود: افزایش حدود ۵۰ درصدی دستمزد، قیمت تمام شده مسکن را مقداری بالا می‌برد. آجر و سرامیک و لام‌دیاف و آهن و غیره را کارگر تولید می کند. وقتی دستمزد افزایش می‌یابد طبیعتا قیمت ساختن تابلو می‌پذیرد.

در سوی مقابل به دلیل کاهش قدرت خرید متقاضیان، بازار مسکن کشش افزایش قیمت ندارد. یعنی یک باراوکس در بخش مسکن ایجاد شده که می‌تواند به شکل کاهش ساخت و سازبخش خصوصی بروز پیدا کند.

این کارشناس بازار مسکن با اشاره به ثبات بازار مسکن در سال ۱۴۰۰ خاطرنشان کرد: سال گذشته بازار مسکن در رکود قرار داشت؛ هرچند در اسفندماه که به طور سنتی بازار رونق می‌گیرد، شد تعداد معاملات را داشتیم اما به طور کلی در سال گذشته معاملات با افت مواجه شد. لطفی بیان کرد: سال ۱۴۰۰ در شهر تهران حدود ۷۷ هزار قرارداد خرید و فروش مسکن به امضا رسید که در مقایسه با سال قبل از آن ۷ درصد و نسبت به سال ۱۳۹۶ به میزان ۵۷ درصد کاهش پیدا کرد. ممکن است در سال جاری مقداری معاملات افزایش پیدا کند و بر روی قیمت‌ها تاثیر بگذارد اما حتما این رشد زیر نرخ تورم خواهد بود.

وی دو علت را در ثبات بازار مسکن موثر دانست و گفت: دو عامل قوی در سال گذشته به آرامش بازار مسکن منجر شد که یکی بحث کاهش توان خریدار بود و موضوع دیگر به فضای ایجاد شده برای احیای برجام مربوط می‌شد. در نتیجه معاملات کاهش یافت. امسال هردو بازامرتبط کمرنگ شده است. مذاکرات وین تا حدودی طولانی شده و انتظارات کاهشی وجود ندارد.

این کارشناس بازار مسکن تاکید کرد: به دلیل رشد دستمزد و افزایش سقف وام اوراق مسکن انتظار داریم مقداری قدرت مالی خریداران واقعی مسکن افزایش پیدا و تحلیل من این است که به تدریج شاهد افزایش معاملات خواهیم‌بود.

ترفند عجیب دلالان برای خرید ارز مسافرتی دولتی و فروش دربازار آزاد

برخی دلالان ارز مسافرتی را خریداری کرده و سپس در بازار آزاد به فروش می رسانند که از این راه می توانند تا ۶ میلیون تومان سود کنند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، در حال حاضر ارز مسافرتی با نرخ دولتی ۲۵ هزار و ۵۰۰ تا ۲۶ هزار تومان بسته به صرافی‌های مختلف، عرضه می‌شود.

سقف این ارز یک بار در سال بوده و به هر نفر ۲ هزار یورو یا معادل دلاری آن برای سفرهای هوایی با مقاصد الزام به دریافت ویزا و ۳۰۰ یورو برای مقاصد هوایی بدون ویزا و همچنین سفرهای خارجی ریلی، دریایی و زمینی است.

ارز مسافرتی به افراد بالای ۱۲ سال داده شده و مدارک مورد نیاز شامل کارت ملی، شناسنامه، پاسپورت و روادید (ویزا) اعلام شده است.

ارز مسافرتی با نرخ صرافی ملی به مسافران پرداخت خواهد شد. شعبه بانک ملی در خیابان فردوسی اقدام به درج کافئدی بر روی شیشه بانک کرده که حواله ارز مسافرتی تا سقف ۲ هزار یورو برای سفرهای نیازمند به ویزا و ۵۰۰ یورو برای سفرهای با پاسپورت در داخل شعبه صادر می‌شود ولی مسافر می تواند آن را در هنگام خروج از کشور از شعبه بانک ملی در فرودگاه امام خمینی (ره) دریافت کند.

نرخ دلار در حال حاضر در صرافی ملی و سایر صرافی‌هایی که ارز مسافرتی به قیمت دولتی می‌دهند، ۲۵ هزار و ۵۰۰ تا ۲۶ هزار تومان و یورو ۲۸ تا ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان طی روزهای اخیر است.

اما نرخ آن در بازار آزاد برای دلار، ۳۰ و یورو ۳۲ تا ۳۲ هزار و ۲۰۰ تومان در نوسان است.

در روزهای اخیر که فاصله ارز دولتی با از بازار آزاد یک تفاوت معنادار و قابل توجهی پیدا کرده برخی دلالان، اقدام به اجاره کارت ملی، شناسنامه، پاسپورت، بلیت پرواز خارجی و ویزای افراد مختلف کرده و پس از دریافت ارز مسافرتی با مدارک آنها، اقدام به فروش آن در بازار آزاد می کنند.

هزینه‌های مترتب بر این کار، مبلغ مورد نیاز برای خرید ارز دولتی، کسر ۳۰ درصدی بلیت پرواز خارجی پس از کنسل کردن آن و همچنین دستمزد ۳۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومانی افراد دلال شناسنامه و پاسپورت است؛ مابقی سودی که از مابه التفاوت ارز دولتی با آزاد به دست می آید، به جیب دلال می‌رود که گفته می شود رقمی بین ۵ تا ۷ میلیون تومان است.

به گفته تعدادی از عابران میدان فردوسی؛ بسیاری از افرادی که در صف دریافت ارز مسافرتی می‌ایستند، امکان خرید ۲ هزار یورو با نرخ دولتی را انجام سفر خارجی نداشته و تنها برای دریافت سهمیه سالانه ارز مسافرتی خود با هزینه افرادی که مدارک هویتی و پاسپورت آنها را اجاره کرده اند در صف صرافی‌ها می‌ایستند.

در حال حاضر قیمت بلیت پرواز استانبول، یک میلیون و ۹۰۰ هزار تا ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان است که در صورت کنسلی آن، ۳۰ درصد از رقم بلیت، ۵۷۰ تا ۶۰۰ هزار تومان از این مبلغ حذف می‌شود.

همچنین اگر دارنده پاسپورت ۳۰۰ هزار یورو ارز مسافرتی به قیمت ۲۸ هزار تومان خریداری شود می‌بایست ۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان هزینه کند؛ اگر قصد فروش آن در بازار آزاد به قیمت ۳۲ هزار تومان را داشته باشد، ۹ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان کسب می‌کند که یک درآمد یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومانی برای دارنده این ارز در پی خواهد داشت. با کسر ۵۷۰ هزار تومان هزینه کنسلی بلیت و دستمزد ۳۰۰ هزار تومانی دارنده پاسپورت مبلغ باقی مانده برای دلال، بیش از ۳۰۰ هزار تومان خواهد بود.

برای دلار نیز در صورتی که متقاضی ارز مسافرتی آن را به قیمت ۲۶ هزار تومان خریداری کرده و ۳۰ هزار تومان بفروشد، مابه التفاوت سود فروش ۵۰۰ دلار از مسافرتی با بازار آزاد ۲ میلیون تومان است که با کسر دستمزد اجاره دهنده پاسپورت و هزینه کنسلی بلیت پرواز استانبول، درآمد دلال از هر سهمیه ارز مسافرتی یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان است.

یادداشت

بررسی تحولات برندهای اختصاصی در صنعت خرده‌فروشی جهان و ایران
(بخش سوم)

در مجموع به نظر می‌رسد کشور ایران برخلاف بسیاری کشورهای پیشرفته اروپا و آمریکا که وارد موج‌های سوم و چهارم توسعه برندهای اختصاصی شده‌اند، هنوز در موج اول آن قرار دارد. باید توجه داشت که ضریب نفوذ خردهفروشی مدرن در ایران حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد است که بسیار پایین‌تر از مقدار این شاخص در برخی کشورهای توسعه یافته (حداقل ۵۰ درصد) است. از جمله مهمترین چالش‌های توسعه برندهای اختصاصی در ایران می‌توان به مواردی همچون عدم رقابت قیمت بین کالاهای دارای برند اختصاصی با کالاهای برند موجود در بازار (فقدان تفاوت قیمتی معنی دار)، عدم صرفه اقتصادی سفارش تولید برخی اقلام برای خردهفروشان در قالب برندهای اختصاصی و سودآور نبودن عرضه آنها بی اعتمادی مصرف کنندگان به مصرف برخی از برندهای فروشگاهی و ریسک نکردن مصرف کننده برای امتحان آنها به دلیل وجود شائبه در مورد سلامت و ایمنی محصولات عرضه شده (عمدتا غذایی)، عدم امکان ارزیابی و مقایسه کیفیت کالا توسط مصرف کننده برای خرید کالاهای دارای برند اختصاصی در قیاس با کالاهای مشابه با برندهای شناخته شده اشاره نمود. در ضمن مصاحبه‌ها و مطالعات میدانی نشان می‌دهد که قبال مصرف کنندگان به خرید برندهای اختصاصی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایران چندان قابل توجه نبوده و برای همین خردهفروشان هم تمایل چندانی به تولید سفارش و عرضه برندهای اختصاصی در فروشگاه‌های خود ندارند. علاوه بر این با توجه به عدم قطعیت‌های شیوع کرونا و چشم‌انداز مبهم آن، امکان برنامه‌ریزی دقیق و راهبردی خردهفروشان برای این موضوع میسر نیست.

۴- توصیه‌هایی برای خرده‌فروشان بزرگ دارای برند اختصاصی درایران

با توجه به آنچه گفته شد، پیشنهادات برای ایران در دو گروه برای تولیدکنندگان و خردهفروشان قابل ارایه است.

۴-۱- پیشنهادهایی برای تولیدکنندگان

بر اساس مطالعات و تجربیات موجود، پیشنهادات زیر را می‌توان برای تولیدکنندگان ارائه‌نمود.

الف- ورود به بازار برندهای اختصاصی لازمه دنیای نوین تولیدکنندگان کشور باید ورود به بازار برندهای اختصاصی را به عنوان یکی از پتانسیل‌های گسترش کسبوکار خود مد نظر قرار دهند. چرا که به‌خصوص در دوران کرونا، برندهای اختصاصی از جذابیت بیشتری برای مصرف کنندگان برخوردار شده‌اند.

ب- برقراری روابط و تعامل دوجانبه و طولانی‌مدت با خردهفروشان- تولیدکنندگان محصولات برندهای اختصاصی باید روابط مستمر و بلندمدت با خردهفروشی‌ها برقرار کنند. بهترین راه برای برقراری این روابط و انتفاع دوجانبه، تدوین استراتژی‌هایی برای تکمیل گروه‌های کالایی عرضه شده در خردهفروشی‌ها با برندهای اختصاصی است.

ج- همکاری با خردهفروشان برای بهبود برندهای اختصاصی آنها: تولیدکنندگان می‌توانند با ارایه پیشنهاداتی به مشتریان خود (خردهفروشان) برای بهبود برندهای اختصاصی آنها، به توسعه این برندها در بخش خردهفروشی کمک کنند. علاوه بر این، ارائه پیشنهادات قابل توجه در رابطه با کیفیت و قیمت، مستلزم قیمت گذاری دقیق است به نحوی که مشتریان متوجه شوند که قیمت‌های بالاتر به معنای کیفیت بالاتر است.

۴-۲- پیشنهادهایی برای خرده‌فروشان

در دوران شیوع کرونا قیمت و سلامت مهمترین معیار مصرف کنندگان در انتخاب کالاست. بنابراین خردهفروشان باید در انتخاز راهبردهای عرضه کالای با برند اختصاصی و در همکاری خود با تولیدکنندگان، بر قیمت مناسب کالا (و در عین توجه به کیفیت مناسب) توجه داشته باشند. تاشمتریان، حتی در زمان بسته‌بندی‌های اختصاصی آنها را برای خرید انتخاب کرده و نسبت به آنها وفادار بمانند. در غیر اینصورت مشتری بعد از خاتمه کرونا به خرید برندهای معمول تغییر رفتار خواهد داد. در این رابطه، بر اساس نتایج مطالعات علمی در این زمینه، خردهفروشان باید حوزه‌های اصلی زیر را برای تعیین موقعیت و تمایز برندهای اختصاصی خود در نظر داشته باشند:

الف- در اولویت قرار دادن خلاقیت و نوآوری: خردهفروشان باید در توسعه برندهای اختصاصی، همچنان به روندهای مصرفی که پیش از همه گیری وجود داشت تمرکز کنند و در عین حال تحولات جدید در زمینه الگوهای مصرف در اثر شیوع کرونا را رصد کنند به عنوان مثال، علاقه مصرف کنندگان به استفاده از محصولات گیاهی یا میان وعده‌های سالم تغییر نکرده است. در این میان می‌توان به نوآوری در این گروه‌های کالایی به فعالیت اندامه می دهند، اما به نظر می‌رسد که این توجه توسط برندهای اختصاصی در ایران متقبول مانده است. علاوه بر این، خردهفروشان باید نیازها و تمایلات جدید مصرف کنندگان در دوران شیوع کرونا و ساکتوونا را نیز مد نظر داشته باشند تا بتوانند از فرصت‌های ایجاد شده برای خلق ارزش و رقابتی استفاده کنند. به عنوان مثال، در صورت گاهش شیوع ویروس و بازگشت نسبی فعالیت کسبوکارها به سطح سابق، مصرف کنندگان به احتمال زیاد به تداوم سبک زندگی در خانه عادت کرده و به دنبال راهنمایی در مورد راه‌های جشن گرفتن تعطیلات، تولدها و مهمانی‌ها در خانه در قالب گروه‌های کوچکتر خواهند بود. این امر فرصت مناسبی را برای خردهفروشان فراهم می‌کند تا با در نظر گرفتن نیازهای جدید مصرف کنندگان و الهام از شرایط موجود، برنامه‌ریزی مناسبی را برای معرفی و عرضه انواع محصولات نوآوانه برندهای اختصاصی خود سوق دهند.

ب- تقویت بیشتر های خریدآنلاین برای برندهای اختصاصی برندهای اختصاصی به طور معمول به صورت آنلاین به خوبی نمایش داده نمی‌شوند و قابلیت‌های سایر بخش‌های محتوای دیجیتال گم می‌شوند. خردهفروشان باید از فرصت نهفته در افزایش اقبال به خریدهای آنلاین در دوران همه‌گیری بهره ببرند و توجه ویژه‌ای به تقویت عرضه آنلاین برندهای اختصاصی خود داشته باشند. خردهفروشان بزرگ و مطرح کشور باید اطمینان حاصل کنند که نمایش برندهای اختصاصی در جستجوهای دیجیتالی بهینه شده است. همچنین اگر خریداران، برندهای ملی را در سبد خرید خود دارند، باید عرضه کنندگان برندهای اختصاصی بتوانند با آن‌ها مشوق‌های ترویجی از برندهای اختصاصی به عنوان پیشنهادی برای جایگزین کردن کالاهای موجود استفاده کنند.

ج- اطلاع‌رسانی در خصوص برندهای اختصاصی: قیمت هنوز هم مزیت اصلی برای خرید برندهای اختصاصی توسط مصرف کننده محسوب می‌شود. در این رابطه موضوع قیمت برای وی باید به صورت جذابی‌ای متمایز جلوه کند. خردهفروشان بزرگ و زنجیره‌ای دارای برند اختصاصی باید این تمایز را به نحو مناسبی به مشتریان خود اطلاع‌رسانی کنند.

د- استفاده از راه‌های جدید افزایش جذابیت برندهای اختصاصی: در این زمینه به‌طور مثال خردهفروشان می‌توانند با بررسی گزینه‌های قرارداد دائن انواع محصولات مکمل در کنار محصولات برند اختصاصی آنها، در قالب یک بسته واحد عرضه کنند. در این رابطه، عرضه محصولات غذایی با برند اختصاصی به همراه گزینه‌های مناسب و مرتبط از بین سبزیجات، پروتئین تازه و دسر، می‌تواند یک بسته غذایی کامل جدید و جذاب برای خریداران باشد. راهکار دیگر جلب مشتریان برای تکرار خرید برندهای اختصاصی و امتحان کردن محصولات جدید این برندها ارایه کوپن‌ها برای دسته‌های کالایی مختلف عرضه شده با برندهای اختصاصی است.

و- شناسایی ظرفیت‌های موجود در بازار برندهای اختصاصی: در صورتی که داده‌های بدست آمده از تحقیقات بازار مورد وجود ظرفیت لازم برای تولید برندهای اختصاصی باشند، تولیدکنندگان کشور نیز باید در همکاری تنگاتنگ با فروشگاه‌های خرده فروشی بزرگ کشور، ورود به این حوزه را به عنوان یکی از ویژگی‌های نوین تولید و نوزیع، مد نظر قرار دهند. به عبارت دیگر، تولیدکنندگان ضمن برقراری روابط بر-بود با خردهفروشان باید با تدوین استراتژی‌هایی برای گسترش تولید گروه‌های کالایی با برندهای اختصاصی، روابط بلندمدتی را با خردهفروشان شکل دهند. در این رابطه، نوآوری و ارایه گزینه‌های مناسب به خردهفروشان برای عرضه این محصولات در زمینه ویژگی‌های محصول، قیمت، بسته‌بندی و غیره می‌تواند مد نظر قرار گیرد. هدف از این اقدامات در نهایت جلب نظر و اعتماد مصرف کنندگان برای خرید برندهای اختصاصی فروشگاهی است که هم دوطرف تولیدکننده و خردهفروش آن از منتفع می‌شوند. به عنوان مثال، استفاده از ظرفیت فروشگاهی میادین میوه و تره‌بار خصوصا در مورد محصولات مصرفی پر گردش، نظیر لوازم آرایشات، مواد پروتئینی و می‌تواند گزینه مناسبی برای همکاری موثر دوبخش تولید و توزیع در چارچوب استفاده از مزیت برندهای اختصاصی در فروشگاههای میاد