

دوشنبه ۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱ ● ۱۵ شوال ۱۴۴۳ ● ۱۶ می ۲۰۲۲

اخبار

بانک مرکزی اعلام کرد

ممنوعیت ورود کالا به کشور بدون

تایید منشأ ارز

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای ممنوعیت واردات کالا به کشور بدون ثبت سفارش و تعیین منشأ ارز را به شبکه بانکی ابلاغ کرد.

بانک مرکزی اعلام کرد: بر اساس ابلاغ شماره ۶۴۷۶/۱۴۰۱ تاریخ ۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۱ این بانک به شبکه بانکی و مبتنی بر مصوبه ستاد مقابله با تحریم شورای عالی امنیت ملی «واردات کلیه کالاها به صورت تجاری به کشور، اعم از مناطق آزاد تجاری – صنعتی و ویژه اقتصادی و سایر مبادی ورودی بدون ثبت‌سفارش و تعیین منشأ ارز بانک مرکزی ممنوع است».

ضمناً خاطرنشان می‌سازد این بخشنامه تا پایان بهمن ماه سال ۱۴۰۱ معتبر است.

خبریداران خودرو بخوانند؛

سامانه تخصیص یکپارچه خودرو
فعالیت خود را آغاز کرد

سامانه یکپارچه تخصیص خودرو از امروز ۲۵ اردیبهشت آغاز به کار کرد.

براساس اجرای بند ۵ از دستورات ابلاغی رئیس‌جمهوری در خصوص چگونگی عرضه خودرو برای ایجاد شفافیت و افزایش رضایتمندی مردم، سامانه یکپارچه تخصیص خودرو از امروز ساعت ۱۲ در نشانی sale.iranecar.com در دسترس است.

در روزهای یکشنبه و دوشنبه، متقاضیان می‌توانند از بخشنامه‌های مختلف فروش خودرو که از طرف تمامی شرکت‌های خودروسازی ارائه‌شده است، مطلع شوند و از روز سه شنبه ۲۷ اردیبهشت‌ماه، امکان ثبت‌نام در سامانه فراهم خواهد شد. در نخستین دوره فروش خودرو در این سامانه، بازه زمانی یک هفته‌ای برای ثبت‌نام متقاضیان در نظر گرفته‌شده است و تقدّم یا تأخّر زمان ثبت‌نام، هیچ تأثیری بر قرعه‌کشی و شانس برنده شدن نخواهد داشت و مراسم قرعه‌کشی با نظارت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان انجام می‌شود.عرضه‌خودرو براساس این سامانه بسیار متنوع و چند برابر ظرفیت دوره‌های پیشین خواهد بود و تمامی خودروسازان موظفند تمامی محصولات خودروه‌ای سواری خود را در این سامانه یکپارچه عرضه کنند و هیچ‌گونه استثنایی برای تخصیص خودرو به مشتریان خارج از این سامانه وجود نخواهد داشت.

روند فروش خودرو در این سامانه شفاف است و به این شکل از تاطلم بازار، بازار سازی و سو استفاده سوداگران و تضییع حقوق مردم جلوگیری خواهد شد.

نرخ مرغ کاهشی شد

رئیس اتحادیه فروشندگان مرغ و ماهی گفت: نخریدن کالایی که بیش از حد گران شده است باید به یک فرهنگ تبدیل شود چراکه با این گرانی‌ها تولیدکنندگان می‌خواهند سوده‌های چند صد برابری نصیب خود کنند و آگاهی مردم باید بالا برود و با نخریدن باعث متعادل کردن قیمت‌ها در بازار شوند.

مهدی یوسفخانی، با اشاره به کاهش نرخ مرغ در بازار، گفت: مرغ گوشتی تا صبح روز گذشته با نرخ مصوب ۵۹ هزار و ۸۰۰ تومان عرضه می‌شد اما بعد از ظهر دیروز نرخ آن به زیر نرخ مصوب رسید و حدود ۵ هزار تومان کاهش پیدا کرد.

به گفته این فعال اقتصادی، قیمت مرغ امروز نیز همچنان روند کاهش و تقاضا کاهش پیدا کرد. ۱۰ هزار تومان کاهش نرخ را تجربه کرد. وی علت عدم استقبال از خرید مرغ را به کاهش توان خرید مردم نسبت داد و افزود: قیمت مصوب بیشتر از توان و قدرت خرید مصرف‌کنندگان است از این‌رو میزان خرید و تقاضا کاهش پیدا کرد. یوسفخانی‌ادامه داد: پیش‌بینی می‌شود قیمت مرغ فردا نیز روند کاهشی خود را دنبال کند و این روند کاهشی همچنان ادامه خواهد داشت تا در نهایت روی یک نرخ ثابت بماند.

رئیس اتحادیه فروشندگان مرغ و ماهی با بیان اینکه نهاده‌ها با نرخ دولتی تا پایان اردیبهشت به تولیدکنندگان داده خواهد شد، افزود: وزارت کشاورزی به عنوان متولی اعطای نهاده‌ها تا پایان این ماه با ارز دولتی، نهاده‌ها را در اختیار تولیدکنندگان قرار خواهد داد و با ماماهی بعد به صورت تدریجی این نهاده‌ها قطع خواهد شد.

وی با اشاره به تاثیر پویش‌های نه به خرید کالاهای اساسی گران، گفت: نخریدن کالایی که بیش از حد گران شده است باید به یک فرهنگ تبدیل شود چراکه با این گرانی‌ها تولیدکنندگان می‌خواهند سوده‌های چند صد برابری نصیب خود کنند و آگاهی مردم در این زمینه باید بالا برود و با نخریدن یک کالای گران باعث متعادل کردن قیمت‌ها در بازار شوند.

قیمت تخم‌مرغ بالاتر از توان مردم است

ناصر نبی‌پور رئیس هیئت مدیره اتحادیه مرغ تخم گذار در گفتوگو با ایلنا، با اشاره به کاهشی شدن قیمت تخم‌مرغ در بازار، گفت: روند کاهشی شدن قیمت تخم‌مرغ از دیروز آغاز شد و قیمت تخم‌مرغ به کیلویی ۲۰۰ تومان هم رسید.

وی با بیان اینکه با گرم شدن هوا روزانه ۲۰۰ تا ۲۵۰ تن مزاد تولید داریم، خاطر نشان کرد: دولت نرخ یک کیلو مرغ در مرغاری‌ها را ۲۹ هزار و ۸۰۰ تومان اعلام می‌کرد طبیعی است که نرخ آن در بازار به کیلویی ۷۰ تا ۸۰ هزار تومان برسد؛ این افزایش نرخ بالاتر از توان خرید مصرف‌کنندگان است از این‌رو میزان تقاضا برای خرید کاهش پیدا کرد. این فعال اقتصادی با اشاره به ادامه‌دار بودن روند کاهشی قیمت تخم‌مرغ تا شهریور سال جاری، گفت: بسیاری از تولیدکنندگان خرد توان تامین هزینه‌ها را ندارند از این‌رو مرغ‌های خود را به کشتارگاه‌ها می‌فروشند. نبی‌پور با بیان اینکه ذرت با نرخ کیلویی ۱۲ هزار تومان در بازار موجود نیست، خاطر نشان کرد: دولت نرخ ذرت در بازار آزاد را کیلویی ۱۲ هزار تومان اعلام کرد این در حالیست که ذرت در بازار کیلویی ۱۳ هزار تومان فروش می‌رسد.

عضو اتاق بازرگانی تهران درباره حجم صادرات فرش ایران در حال حاضر گفت: با اقدامات غیرکارشناسانه در سالهای اخیر فرش ایرانی را مقطوع النسل کردند و ورود مقدار قابل توجهی ارز به کشور را با این کار بستند.

سیدرضی حاجی آقامیری درباره افت شدید صادرات فرش ایران و وضعیت این صنعت در سال‌های اخیر به خبرنگار ایلنا گفت: سال‌های متمادی است که در مورد این موضوع صحبت کرده‌ام و متأسفانه اکنون دیگر این صنف به پایان کار خود رسیده و چیزی از آن باقی نمانده است.

رئیس هیأت مدیره شرکت صادرات قالی در ادامه افزود: از زمانی که آقای همتی مصوبه تعهد ارزی بانک مرکزی را گذاشت در واقع تیر خلاص را به این بخش زده شد. ما همیشه درخواستمان این بوده که فرش باید از این قضیه مستثنی شود و اصلا موضوع این نیست که پول فرش برنگردد. سوءتفاهمی در این زمینه وجود دارد که وقتی می‌گوئیم فرش از الزام برگشت ارز توسط قوانین دولت که برای پیمان ارزی وضع کرده‌اند، مستثنی شود، فکر می‌کنند منظور ما این است که ما نمی‌خواهیم ارز را به کشور برگردانیم در حالی‌که اصلا چنین چیزی نیست.

وی در ادامه تصریح کرد: مقصود ما این است که در شرایط تحریم و مشکلاتی که اکنون وجود دارد، صادرات فرش بتواند ادامه یابد. و منظور هر صادرکننده‌ای در هر رشته‌ای نیست و در مورد صادرکننده واقعی صحبت می‌کنیم، نه کسانی که می‌خواهند پول از کشور خارج کنند. بلکه در مورد کسانی صحبت می‌کنیم که در این مملکت سال‌ها

کار و کارآفرینی و ارز تولید کرده و توسط صادراتی که انجام می‌دادند قطعا این ارز را بر می‌گردانند تا دو مرتبه بتوانند این چرخه را ادامه دهند.

این کارشناس صنعت فرش در ادامه با اشاره به مصوبه تعهد ارزی بانک مرکزی برای صادرات فرش دستباف گفت: صادرکننده فرش می‌توانست این ارز را خودش از طریق‌ه که تشخیص می‌داد، برگرداند در حالی‌که بانک مرکزی می‌گوید از طریق‌ه که من تعیین می‌کنم باید این ارز برگردد که آن طریق‌ه که بانک مرکزی می‌گوید شدنی نیست و در آن مسیر آنقدر تهدید و ارباع و شائبه وجود دارد که صادرکننده ترجیح می‌دهد که دیگر صادرات نداشته باشد.

رزش صادرات به ۷۰ میلیون دلار

فرش ایرانی را مقطوع‌النسل کردند



حاجی آقا میری افزود: این موضوع باعث خوردن لطمه بزرگی به فرش شد یعنی خیلی از صادرکنندگان خوشنام واقعی این کار را کنار گذاشتند چون احساس کردند که ممکن است که مورد تهدید قرار بگیرند و آبرو و حیثیت آنها از بین برود. این مشکلی بود که این پیمان ارزی در این حوزه ایجاد کرد.

عضو کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی

ایران درباره حجم صادرات فرش ایران در حال حاضر

گفت: حجم صادرات خیلی پایین و آنقدر کم است

که اصلا نمی‌توان آن را مطرح کرد.

صنایع‌دستی در هر رشته‌ای یک تعرفه جدا دارد که برای فرش هم

همین طور است.

یعنی فرش، قوانین گمرکی‌اش

گزارش «امتیاز» در مورد پخش و توزیع صحیح کالا در ایران؛

پشتیبانی بخش خصوصی کجاست؟

های مقطعی هستند در عوض مدیر حمل و نقل خواهان کاهش

هزینه ها بوسیله انتخاب شیوه های حمل و نقل اقتصادی تر ولی

کندتر است. مدیریت مالی روی کاهش موجودی ها تأکید دارد و

تمایل به توسعه شبکه های انبارداری ندارد. مدیران تولید علاقه مند

تولید استاندارد و دوره های تولید بلند مدت هستند. احتمال دارد هر

یک از مدیران در زمینه حرفة ای خود فردی کارآمد معرفی شوند

ولی ممکن است این امر به قیمت ناکارآمدی استراتژی بازاریابی تمام

شود. در نگرش سیستمی به مدیریت توزیع فیزیکی مفهوم هزینه کل

اهمیت دارد. زیرا هزینه های جزئی کم اهمیت تر از هزینه های کل

است. هزینه ها بازتابی از استراتژی توزیع هستند و حداثثر خدمات

یک حداقل هزینه ها میسر نخواهد بود. مدیریت توزیع فیزیکی بعنوان

یک مرکز تجزیه برای تجزیه تحلیل بسیار ارزشمند است. همچنانکه

این وظیفه در حال حاضر بعنوان ابزار بازاریابی در جای صحیح خود

شناسایی شده است. در بازارهای محصولات یکسان جایی که تفاوت

در قیمت ها قابل اغماض است خدمات اغلب بعنوان یک ابزار رقابتی

بکار می روند در حقیقت مشتریان برای محصولاتی که به موقع ارسال

می شوند برتری قااند.

توزیع کالا از طریق شبکه های توزیع عمده فروشی

محاسن:

۱. هزینه های توزیع در این روش پایین تر است و قیمت تمام

شده کالا را کاهش داده و با حاشیه سود خرده فروش را افزایش

می دهد.

۲. تعداد زیادی از شرکتها و مراکز پخش کوچک از طریق شبکه

های توزیع عمده فروشی تامین می شوند.

معایب:

۱. به دلیل شیوه های خاص نقد و نسیه در بازار، کالاهای معمولاً

بسیار پایین تر از قیمت واقعی خود به فروش می روند و استراتژی‌های

قیمت گذاری کالا را در کل بازار تحت الشعاع قرار می دهند و به

اصطلاح، کالا ذلیل می شود.

۲. شرکتها هیچ کنترلی بر شیوه های توزیع بازار ندارند.

۳. ریسک باز پرداخت وجه کالای فروخته شده افزایش می یابد.

۴. شبکه توزیع شرکت به صورت مستقیم در اختیار در اختیار

بنکداران قرار می گیرد که در بلند مدت برای شرکت خطرناک است

و شرکت عملاً از مکانیسم توزیع کالا هیچ اطلاعی ندارد.

۵. شبکه توزیع عمده فروشی هیچ فشاری برای فروش کالاهای

شرکت به خود وارد نمی سازد و در صورت ضعیف بودن کالا به هر

دلیل، کالا را پس می زند.

توزیع کالا از طریق شبکه شرکت های پخش

اساساً به دلیل اینکه هر شخصی با هر سابقه و با هر مقدار پولی

می تواند مبادرت به ایجاد شرکت پخش کند (همانطور که در کشور،

به ویژه در شهرهای بزرگ مانند تهران بوضوح شاهد آن هستیم)،

تعداد زیادی شرکت های پخش کوچک در جاهای مختلف مشاهده

می شود که ریسک فعالیت با این شرکتها چه از نظر بازپرداخت

وجه کالاهای فروخته شده و چه از نظر کنترل نحوه فعالیت آنها

به حدی بالاست که عملاً فعالیت با این سیستم ها را فاقد هر گونه

توجیه می می دهد.

در این بخش فقط به همکاری با شرکت های بزرگ پخش اشاره

می شود:

مزئتها:

۱. ریسک بازگشت وجه کالای فروخته شده نسبتاً در مقایسه با

روش اول پایین است.

۲. به دلیل وجود تجربه نسبتاً خوب در امر توزیع مویرگی و

وجود اطلاعات به روز در این سیستم ها، کنترل شبکه توزیع و مسیر

کالای فروخته شده آسان است.(البته اگر اطلاعات در اختیار شرکت

تولید کننده قرار داده شود).

۳. سرعت انتقال کالا به بازار نسبتاً خوب است.(البته نه در همه

موارد)

۴. به دلیل متمرکز بودن سیستم سفارش دهی و باز پرداخت

وجه کالای فروخته شده، مشکلات تعدد مشتری و مراکز سفارش

وجود ندارد و طرف حساب یک نفر است.

معایب:

۱. شرکت تولید کننده هیچ کنترلی بر شیوه های توزیع کالا

ندارد.

۲. به دلیل واحد بودن کانال توزیع، در صورتی که به هر دلیل،

شرکت تولید کننده، توزیع کالا را انجام ندهد، شرکت تولید کننده

فلج خواهد شد.

۳. سیستم تامین مالی شرکت، منوط به پرداخت پول از یک

منبع واحد می شود. در صورتی که به هر دلیل پرداخت پول از

طرف شرکت توزیع کننده قطع شود، سیستم تولید کننده با مشکلات

عده‌ای مواجه خواهد شد.

۴. در صورتی که عملکرد سیستم توزیع مورد رضایت تولید

کننده نباشد، شرکت تولید کننده نمی تواند عکس العمل مناسب و

سریع از خود نشان دهد.

۵. در بلند مدت، شرکت توزیع کننده عملاً تعیین کننده خط

مشی تولید کننده خواهد بود و تولید کننده باید تابع تصمیمات

توزیع کننده باشد.

۶. دوره باز پرداخت وجه فروخته شده به شرکت های پخش

بزرگ بسیار طولانی بوده و هزینه فرصت از دست رفته سرمایه برای

خبر

اقت ۶۰ تا ۷۰ درصد فروش نان فانتزی

نرخ یک کیسه آرد ۱۰ برابر شده است

رئیس اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم گفت: هدف از اجرای این طرح مبارزه با رانت عنوان شده است این در حالیست که در عمل با اجرای آن امکان ایجاد رانت‌ها را تقویت شده، چراکه مردم به سمت خرید نان‌هایی می‌روند که پارانه به آنها تخصیص داده می‌شود.
محمود جواد کرمی، با اشاره به دوگانگی سیاست‌ها در حوزه نان، گفت: تولیدکنندگان نان‌های فانتزی موافق آزادسازی نرخ آرد صف و صنعت هستند؛ اما منتقد نحوه اجرای این طرح هستند چرا که آزادسازی آرد باید در همه حوزه‌های نان اعم از سنتی و صنعتی صورت می‌گرفت و محدود به نانوایان فانتزی نمی‌شد.

وی با بیان اینکه مردم توانایی خرید جنس گران در حوزه نان را ندارند، افزود: اگر سیاست اصلاح نظام پارانهای همزمان برای نان‌های سنتی نیز اعمال می‌شد اینگونه واحدهای تولیدکننده نان‌های حجیم با مشکل مواجه نمی‌شدند.
این فعال صنفی افت فروش نان‌های فانتزی را ۶۰ تا ۷۰ درصد دانست و افزود: هدف از اجرای این طرح مبارزه با رانت عنوان شده است این در حالیست که در عمل با اجرای آن امکان ایجاد رانت‌ها را تقویت شده است چراکه مردم به سمت خرید نان‌هایی می‌روند که پارانه به آنها تخصیص داده می‌شود.کرمی ادامه داد: برنامه پنجم و ششم توسعه به ما می‌گوید که باید به سنتی برویم که ۴۰ درصد نان‌های تولیدی حجیم و صنعتی شود اما در عمل با اجرای این طرح پخت نان سالم را از چرخه تولید خارج می‌کنیم.

به گفته وی؛ برای ایجاد رقابت سالم بین نانوایان سنتی و فانتزی باید شرایط اعطای پارانه مساوی شود؛ و در یک رقابت سالم قرار بگیرند اجرای این طرح باعث شده است که تعدادی از واحدهای خرد تعطیل و تعداد قابل توجهی از کارگران در این حرفه بیکار شوند. رئیس اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم تصریح کرد: نانوایان فانتزی در ابتدای سال باوجود افزایش نرخ هزینه‌های جانبی برنامه‌ای برای ارتقا قیمت نان نداشتند چراکه همواره رقیب قدرتمندی به نام نانوایان سنتی را در کنار خود احساس می‌کردند به همین دلیل با همان نرخ نان را عرضه کردیم. این فعال صنفی با اشاره به افزایش ۱۰ برابری نرخ یک کیسه آرد، گفت: قیمت یک کیسه آرد از ۶۷ هزار تومان به کیسه‌ای ۶۴۰ هزار تومان رسیده پس طبیعی است که شاهد افزایش ۲ برابری نرخ نان فانتزی باشیم.

کرمی با اشاره به کاهش سرمایه در گردش نانوایان فانتزی، گفت: یک واحد صنفی پیش از آزادسازی نرخ آرد صف و صنعت ۱۰۰ کیسه آرد را ۷ میلیون تومان خریداری می‌کرد اما هم اکنون باید همین حجم آرد را ۷۰۰ میلیون تومان خریداری کند. پیش از اجرای این طرح باید معایب آن را می‌دیدند سپس آن را عملیاتی می‌کردند؛ اجرای یک شبه این طرح باعث شد که ستون صنف ما شکندنه شود.

وی در پایان بیان کرد: طرح پرداخت پارانه می‌کرند؛ اجرای یک شبه این طرح باعث شد

که ستون صنف ما شکندنه شود.

ردیف دیده می‌شدند.

ادامه یادداشت

در خدمت مصرف کنندگان نهایی

ایوب سرفراز

از سوی دیگر زنجیره تامین را زنجیره ارزش نیز می‌نامند. علت اینکه این زنجیره را می‌توان «زنجیره ارزش» نامید، این است که در مرحله زنجیره سعی می‌شود تا ایجاد ارزش شود یا ارزش‌افزینی گردد و درنهایت محصول نهایی که دارای بالاترین ارزش‌افزوده است به مشتری نهایی تحویل می‌شود.

در یک زنجیره تامین مدیریت‌شده، سازنده و تأمین‌کنندگان، خریداران و مشتریان و به‌عبارت‌دیگر همه اعضا در سازمان گسترش‌یافته، باهم کار می‌کنند تا یک محصول و یا یک خدمت مشترک را به بازار عرضه کنند که مشتری مایل است بری آن پول پرداخت نماید. این شرکت‌های همکار، به‌صورت یک سازمان گسترش‌یافته عمل می‌کنند و از منابع مشترک استفاده بهینه کرده تا به مزیتی رقابتی منحصربه‌فرد دست یابند. نتیجه آن محصول یا خدماتی است با کیفیت بالا، قابلیت دسترسی آسان و هزینه پایین.

مدیریت‌زنجیره تامین شامل یکپارچه‌سازی فرآیندهای کسب‌وکار از استفاده‌کننده نهایی تا تأمین‌کنندگان اولیه است که محصول، خدمات و یا اطلاعاتی را مهیا می‌کند که برای مشتریان ایجاد ارزش می‌کنند. به‌طور خلاصه می‌توان موارد زیر را به‌عنوان اصول نظام مدیریتی در زنجیره تامین برشمرد:تقسیم‌بندی مشتریان.تنظیم شبکه لجستیک با توجه به نیازهای مشتریان و اصل سوددهی.هم‌راستا نمودن زنجیره تامین با نیازهای بازار.طراحی و تولید محصول با گرایش به نظرات مشتری و بالا بردن سرعت پذیرش تغییرات در زنجیره تامین.مدیریت منابع عرضه مانند هزینه تولید مواد و خدمات مرتبط.

فعالیت‌های مدیریت‌زنجیره تامین مدیریت:زنجیره تامین شامل فعالیت‌های مختلفی است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از:فعالیت‌های عملیاتی شرکت‌های تولیدی؛ شرکت‌های تولیدی از واحدهای مختلفی مانند مالی، اداری، بازاریابی، طراحی مهندس، ساخت و تولید، کنترل کیفی، انبار، پخش و غیره تشکیل‌شده است. به واحد دارای اهداف و برنامه‌های خاص خود است. عموماً ارتباط بین واحدها نقش بزرگی در کارایی شرکت‌ها دارد. بهینه شدن ارتباطات بین واحدها با به اشتراک‌گذاری داده‌های مفید صورت می‌پذیرد که این باعث بهبود درروند زنجیره تامین می‌گردد.