

از قیمت ها چگونه با خبر شویم؟

سمیه محمدنیا حنایی - یکی از معضلات این روزها، نوسانات شدید قیمت هاست که باعث شده در بیشتر موارد فروشنده ها از این فرصت سوء استفاده کنند و کلاه گشادی بر سر خریداران نا آگاه بگذارند. به همین منظور سازمان حمایت از مصرف کنندگان با همکاری مرکز توسعه تجارت الکترونیک، اقدام به راه اندازی مرجعی برای اطلاع از قیمت ها کرده است. در تعریف این سایت این گونه آمده است:

سامانه اطلاع رسانی قیمت کالا و خدمات، با همکاری سازمان

حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان و مرکز توسعه تجارت الکترونیک طراحی شده و به بهره برداری رسیده است. هدف اصلی این سامانه، افزایش شفافیت در خصوص قیمت کالاها و خدماتی است که شهروندان به صورت روزانه با آن ها سرو کار دارند.

در این سامانه سه نوع قیمت به شهروندان نمایش داده می شود. حداقل و حداکثر قیمت کالاها که از سطح کشور جمع آوری می شود و قیمت مصوب مصرف کننده که حداکثر قیمت قابل قبول بر اساس هزینه های تولید یا قیمت مصوب کالا است.

هم اکنون سامانه اطلاع رسانی قیمت کالا و خدمات از طریق درگاه اینترنتی www.124.ir و همچنین اپلیکیشن آسان پرداخت در

اختیار شهروندان قرار دارد. شهروندان گرامی می توانند در صورت ارائه کالا و خدمات با قیمتی بیش از قیمت اعلامی در سامانه از سوی واحدهای صنفی یا عرضه کنندگان کالا و خدمات، گزارش ها و شکایات خود را از طریق بخش ثبت شکایت یا شماره تلفن ۱۲۴ اعلام کنند تا در اسرع وقت به گزارش آن ها رسیدگی شود.

در این سامانه شما می توانید از قیمت گذاری گروه های کالایی و خدماتی آگاهی پیدا کنید. هر چند هنوز این سامانه در خصوص قیمت گذاری های خدماتی نتوانسته است دامنه شمول قابل قبولی را به دست بیاورد اما چون می توان از فضای اعلام شکایت آن استفاده کرد، می توان آن را برای تنظیم منصفانه بازار مناسب ارزیابی کرد.

چشمی مشاغل مجازی در دوران کرونایی

بنگاه ها چگونه تجارت الکترونیک می کنند؟

محمد
حقوق
روزنامه نگار
اقتصادی

کرونا با وجود رکود سنگینی که در بسیاری از فعالیت های اقتصادی ایجاد کرد، فرصت جدیدی برای چشم فعالیت اقتصادی مبتنی بر فضای مجازی به وجود آورد. تعداد کسب و کارهای دارنده نماد اعتماد الکترونیک در نیمه نخست امسال با چشم سه برابری نسبت به نیمه اول سال ۹۸ مواجه شده و به بیش از ۱۶ هزار واحد رسیده است. در این مدت ارزش اسمی معاملات تجارت الکترونیک ۲۸۴ درصد

و تعداد تراکنش های تجارت الکترونیک نیز ۵۲ درصد افزایش داشته که جملگی بیانگر آغاز رقابت کسب و کارها برای توسعه فروش و بازاریابی اینترنتی است؛ هر چند هنوز سهم تعداد تراکنش های خرید اینترنتی از کل تراکنش های بانکی (با رقم ۵ درصد) و همچنین نسبت حقیقی ارزش تجارت الکترونیک به تولید ناخالص داخلی (با رقم ۰/۳۷ درصد) زیاد نیست که خود این موضوع می تواند فرصت

مناسبی برای فعالان اقتصادی به شمار بیاید. با این اوصاف، گزارش اخیر مرکز توسعه تجارت الکترونیک، داده های قابل توجهی از آن چه هم اینک در فضای مجازی و در حوزه کسب و کارها در جریان است، ارائه کرده که می تواند راهنمای اولیه برای تعیین مسیر بنگاه های اقتصادی به شمار آید. در صفحه امروز، به بیان گزیده ای از این آمارها خواهیم پرداخت.

روش های عمدتاً سنتی برای تامین مالی

هم اکنون ۸۶ درصد واحدهای تجارت الکترونیک از روش سرمایه گذاری شخصی برای توسعه کسب و کار استفاده کرده اند که می تواند روشی سنتی قلمداد شود. در مقابل، تنها ۸ درصد به سرمایه گذاری از طریق شتاب دهنده ها که روشی نوین محسوب می شوند، رو آورده اند.

سهم هر روش از روش های ۴ گانه تامین مالی (درصد)



میزان به کارگیری کسب و کارها از کانال های فروش

طبق بررسی انجام شده، ۸۱ درصد واحدهای تجارت الکترونیک از شبکه های اجتماعی، ۲۸ درصد از اپلیکیشن ها و ۴۶ درصد از پیام رسان ها برای ارائه کالا یا خدمات بهره می برند. این کانال های فروش، علاوه بر وب سایت بوده است.

سهم هر روش از میان روش های فروش سه گانه (علاوه بر وب سایت - درصد)



رشد ۱۷ درصدی تعداد فروشندگان کالا

آمارها نشان می دهد در نیمه نخست ۹۹، حدود ۴۹ درصد از واحدهای تجارت الکترونیک صرفاً در حوزه فروش کالا فعالیت داشته اند که این میزان نسبت به سال ۹۸ حدود ۱۷ درصد رشد داشته است. با این حال حدود ۲۷ درصد از واحدهای تجارت الکترونیک فقط خدمات ارائه کرده اند که این میزان نسبت به سال گذشته با ۲۱ درصد افت مواجه شده است. ۲۴ درصد از واحدهای تجارت الکترونیک نیز در هر دو حوزه فروش کالا و ارائه خدمت فعالیت داشته اند که این میزان نسبت به سال گذشته تغییری نداشته است.

توزیع حوزه فعالیت واحدهای تجارت الکترونیک (درصد)



بیشترین زمینه های فعالیت واحدهای تجارت الکترونیک

داده های گزارش مرکز توسعه تجارت الکترونیک گویای این مطلب است که هم اکنون، عمده فعالان این عرصه، فروشندگان کالا هستند. در رده های بعدی حوزه های آموزش، برنامه نویسی، تبلیغات، انتشارات و گردشگری قرار دارند. سهم سایر فعالیت ها مانند تعمیر رایانه، هنر و سرگرمی، سلامت، حقوقی و حسابداری، ورزشی، املاک، معماری و مهندسی و ... بسیار اندک بوده که تقریباً می توان گفت جای فعالیت بیشتری برای توسعه دارند.

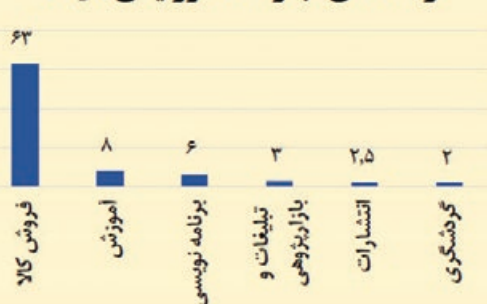
سهم هر گروه از سابقه فعالیت واحدهای تجارت الکترونیک (درصد)



واحدها عمدتاً چقدر سابقه دارند؟

اگر سابقه فعالیت واحدهای تجارت الکترونیک را از زمان دریافت نماد اعتماد در نظر بگیریم، باید گفت که عمده این واحدها زیر ۴ سال سابقه فعالیت دارند. در این میان، ۳۳ درصد تازه کارند و سابقه آن ها به یک سال نمی رسد. این، نقطه امیدواری برای آن هایی است که تازه می خواهند دست به کار شوند.

سهم هر فعالیت از کل زمینه فعالیت واحدهای تجارت الکترونیک (درصد)



جدول تحولات تجارت الکترونیک در ۶ ماهه امسال

ارزش اسمی معاملات تجارت الکترونیک	۶۳۹ هزار میلیارد تومان
رشد اسمی ارزش معاملات تجارت الکترونیک (نسبت به نیمه نخست ۹۸)	۲۸۴ درصد
تعداد کل تراکنش های تجارت الکترونیک	۱۰۵ میلیارد
رشد تعداد تراکنش های تجارت الکترونیک (نسبت به نیمه نخست ۹۸)	۵۲ درصد
سهم تعداد تراکنش های خرید اینترنتی از کل تراکنش های بانکی	۵ درصد