

هم افزایی و مشارکت به سبک سروش

به گزارش خبر خودرو، از آنجا که تغییر مدیران عامل در هر شرکتی موجب بروز حواشی می شود که ممکن است تا چند ماه بر بهره وری سازمانی تاثیر بگذارد بنابراین بسیاری از کارشناسان انتخاب مدیران ارشد و میانی شرکت ها از میان نیروهای درون سازمانی را بهترین گزینه برای حل و فصل و افزایش انگیزه در کارایی شرکت ها عنوان می کنند.

از آنجا که تغییر مدیران عامل در هر شرکتی موجب بروز حواشی می شود که ممکن است تا چند ماه بر بهره وری سازمانی تاثیر بگذارد بنابراین بسیاری از کارشناسان انتخاب مدیران ارشد و میانی شرکت ها از میان نیروهای درون سازمانی را بهترین گزینه برای حل و فصل و افزایش انگیزه در کارایی شرکت ها عنوان می کنند؛ موضوعی که به نظر می رسد، مدیرعامل جدید شرکت سایپا به آن توجه جدی داشته است، به طوری که او در ابتدای کار از تجربه نیروهای توانمند داخلی شرکت سایپا برای اداره امور بهره برده است.

محمد رضا سروش، مدیرعامل جدید گروه خودروسازی سایپا که از سال ۹۰ تا ۹۴، مدیرعامل و عضو هیات مدیره گروه بهمن، ۷۶ تا ۸۶ مدیرعامل گروه بهمن و ۷۴ تا ۷۶ معاون توسعه ساخت داخل گروه بهمن بوده است، آگاهی و شناخت بسیاری نسبت به مدیریت در شرکت های خودرو ساز دارد. سابقه او به خوبی نشان می دهد که او با تجربه خودرویی بر صندلی این گروه خودروسازی تکیه زده است و بر همین اساس نیز به نظر می رسد رویکرد او افزایش انگیزه و کارایی در شرکت سایپا است.

در شرکت ها و سازمان های بزرگ، مدیران عامل مجبورند بسیاری از وظایف مهم مجموعه خود را به دست سایر مدیران در شرکت بسپارند تا امور براساس نظم مشخصی پیش برود. چرا که برنامه ریزی های میان مدت سازمان، تجزیه و تحلیل و ارزیابی فعالیت ها و ارائه خدمات مشاوره ای به مدیران شرکت های زیر مجموعه، بر عهده این مدیران است. براین اساس بسیاری از کارشناسان معتقدند که بهره بردن از نیروهای توانمندی که در شرکت ها فعالیت داشته اند، هر چند یکی از روش های افزایش کارایی در این شرکت ها می شود اما از سوی دیگر افزایش انگیزه در میان کارکنان شرکت را به دنبال دارد که در نتیجه سازمان با هدف والاتر به کار خود ادامه دهد.

این موضوع به خصوص در شرکتی چون سایپا که دارای چندین زیر مجموعه است، از اهمیت بسیاری برخوردار است. تعدد نیروهای باتجربه و کارکشته در شرکت های خودرو ساز و انتصاب مدیران ارشد و میانی از میان این نیروها، قطعاً رمز موفقیت شرکت سایپا در جهت اثر بخشی بیشتر خواهد بود. به خصوص آنکه میزان موفقیت شرکت ها در دستیابی به هدف های مدنظر و ایجاد روابط رضایت بخش در میان مشتریان، در دست مدیران است. بنابراین اگر این مدیران وظیفه خود را به شیوه ای عالی انجام دهند، شرکت سایپا می تواند به هدف های خود در تولید و فروش از یک سو و افزایش رضایتمندی مشتریان از سوی دیگر برسد. از سوی دیگر شرکت سایپا امروز بیشتر از هر زمان دیگر نیازمند انسجام و انگیزه است. شاید به همین خاطر است که محمد رضا سروش القصد دارد مانند گروه بهمن دیدگاه ارتقا از داخل را دنبال کرده و با سنسجش نیروهای فعال در این شرکت و بهره بردن از آنها بتواند نگرش مثبت سازمانی را در این شرکت افزایش دهد تا براین اساس بتواند انگیزه و تعهد را در شرکت تحت مدیریت خود بالاتر ببرد. بهره بردن از این نیروها موجب می شود مدیرعامل از مشکلات و معایب به سرعت آگاه شود و از سوی دیگر افزایش مشارکت در این شرکت را به دنبال داشته باشد. براین اساس می توان نتیجه گرفت که رویکرد مدیرعامل این شرکت می تواند الگویی برای مدیران سایر سازمان ها باشد تا موجب هم افزایی در سازمان های دیگر شود.

پرونده تخلف ۱۱ شرکت لبنی، روغن نباتی و گوشت گرم به تعزیرات رفت

مدیرکل بازرسی ویژه سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان از ارسال پرونده تخلف ۹ شرکت لبنی، یک تولید کننده روغن نباتی و یک وارد کننده گوشت گرم گوسفندی به دلیل گرفتارنوشی و بی اعتنائی به ضوابط ابلاغی و اقدام های ارشادی، به سازمان تعزیرات حکومتی خبر داد. «محمدحسین موحدنژاد» افزود، مجموع تخلف ۹ شرکت لبنی از آغاز امسال تاکنون ۱۴۳ میلیارد ریال بود. وی بیان داشت: هر گونه تغییر و افزایش قیمت کالای لبنی منوط به تصویب کار گروه تنظیم بازار است و باید واحدهای صنعتی نسبت به درج و نصب برچسب قیمت و صدور فاکتور اقدام کنند. موحدنژاد گفت: برخی واحدهای لبنی در روزهای گذشته نسبت به افزایش غیر قانونی محصولات پرمصرف لبنی از جمله شیر، ماست و پنیر اقدام کردند که با آنها برخورد شد. وی ادامه داد: پرونده تخلف ۴۹ میلیارد ریالی یک شرکت تولید کننده روغن نباتی نیز به دلیل بی اعتنائی به ضوابط ابلاغی و قیمت مصوب، در سازمان تعزیرات حکومتی مطرح شده است.

رییس پارک علم و فناوری پردیس :

برای حمایت از دانش بنیان ها ۲ نوع تعرفه واردات تعیین شود

وی بر ضرورت هماهنگی بین سازمان های مختلف و وزارت صنعت، معدن و تجارت تاکید کرد و ادامه داد: تعرفه گذاری در این وزارتخانه صورت می گیرد و این از سطح ما بالاتر است. دستگاه های حاکمیتی، مانند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارتخانه ها باید در این زمینه رایزنی کنند. صفاری نیا یادآوری کرد: شرکت های دانش بنیان از گذشته نیز چنین مشکلی در زمینه تعرفه کالاها ی وارداتی داشته اند و این موضوع، مساله امروز نیست. شرکت های تولید کننده که تاییدیه های لازم و استاندارد را کسب کرده اند با ورود محصولات خارجی که تعرفه مناسبی ندارند، مشکل دارند و این امر در محصولات تجهیزات پزشکی و دارو بیشتر به چشم می خورد.

وی درباره استفاده از تولیدات داخلی یادآوری کرد: مهم این است که در دوران فعلی که با برخی مشکلات اقتصادی در عرصه بین الملل روبرویم، راه واردات را با تعرفه پایین تسهیل نکنیم؛ زیرا مثلاً نگران هستیم بعدها نمی توانیم مواد مورد نیاز را وارد کنیم، این امر نباید موجب شود سهم واردات زیاد افزایش یابد زیرا به صنعت داخلی و در نتیجه شرکت های دانش بنیان به شدت ضربه می زند.

رئیس پارک علم و فناوری پردیس گفت: راهکار این است که واردات را به مواد اولیه ای اختصاص دهیم که شرکت های دانش بنیان نیاز دارند؛ زیرا واقعاً توان داخلی در حدی هست که بتوانند محصولات مورد نیاز بازار را تولید و تامین کنند وی تصریح کرد: امروز نزدیک به ۴ هزار شرکت دانش بنیان ۱۳ هزار محصول و خدمات عرضه می کنند، این شرکت ها با داشتن تاییدیه ها و مجوزهای لازم در بازار هم حضور دارند، این میزان حجم زیادی است و اگر تمرکز روی حل موضوعات این شرکت ها بیشتر شود بخش عمده ای از نیازهای کشور را می توانند رفع کنند. /ایرنا



می کنند. با وجود این موارد در شرایط فعلی کشور، صادرات به همه کشورها به دلیل برخی موانع و تحریم ها ممکن نیست و این فرصت در اختیار همه شرکت های دانش بنیان قرار ندارد اما شرکت ها باید با مشکل افزایش نوسان نرخ ارز در ۶ ماه گذشته از یک سو به واسطه افزایش سود صادرات به نفع شرکت های دانش بنیان بوده و از دیگر سو به دلیل دشواری و گرانی تامین مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز از خارج، شرایط سختی را برای این شرکت ها پدید آورده است. بعضی کشورها مانند چین نرخ برابری ارز را سال ها به طور مصنوعی پایین نگه داشته اند تا هم صادرات رونق بیابد و هم نرخ محصولات تولید شده پایین باشد که در نتیجه، کارخانه های مشهور جهان تولید محصولات خود را به شعبه های خود در آن کشورها و اسبابی

رتبه اول قاچاق کالا در فرار مالیاتی

کوتاهی دولت در گزارش دهی، مردم را در پرداخت مالیات دلسرد کرد



وضع معافیت های مالیاتی بدون نظارت، بستر فرارهای مالیاتی همانند قاچاق کالا در مناطق آزاد و رانت ایجاد شده در صنعت کشاورزی را فراهم آورده است. در پntl تخصصی بر گزار شده با محوریت بررسی فرار مالیاتی که در رادیو گفت و گو برگزار شد؛ محمد رضا جعفریان، مشاور مالیاتی اتاق اصناف ایران اظهار کرد: مشکلات عمده ای از جمله عدم گزارش دهی دولت به مردم و تبعیض مالیاتی در نظام مالیاتی کشور حکم فرماست و این سبب نبود اعتماد در پرداخت مالیات مردم می شود. مودی باید از طریق گزارش های فصلی از چگونگی هزینه شدن پرداختی های خود مطلع شود و این امر جز با شفاف سازی میسر نمی شود. وی در خصوص طرح مصوب مالیات بر خانه های خالی گفت: طبق مصوب ۱۳۹۴، وزارت راه و شهر سازی موظف به طراحی سامانه ای در خصوص جمع آوری آماری از وضعیت خانه های خالی است که به دلایل متعددی این امر محقق نشد. تعداد خانه های خالی طبق آمار سالهای ۱۳۸۵، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۵ به ترتیب ۶۳۳ هزار، ۱،۶ میلیون و ۲،۶ میلیون رو به افزایش بوده است.

مشاور مالیاتی اتاق اصناف ایران افزود: آمار خانه های خالی در صورتی روبه افزایش است که در سال ۲۰۱۳۶، ۷۰ درصد مردم خانه دار بودند اما در سال جاری این مقدار به ۵۴ درصد کاهش یافته و این اختلاف فاحش ۱۶ درصدی از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۹۷ زنگ خطری برای مسئولان ذی ربط است. جعفریان با قیاس آمارهای «درصد دریافتی خانوارهای کشور» با مقیاس جهانی گفت: طبق این آمار متاسفانه هر فرد ۳۵،۵ درصد از عایدی خود را صرف هزینه های مسکن می کند. در صورتی که در مقیاس جهانی این مقدار بین ۷ تا ۱۵ درصد است. از طرفی دیگر تورم در بخش مسکن نسبت به سال قبل ۴۵،۸ درصد افزایش داشته که این موضوع حاکی از کاهش قدرت خرید است. وی در تشریح معافیت های مالیاتی در مناطق آزاد و صنعت کشاورزی بیان کرد: وضع این معافیت ها بدون نظارت مستمر، بیسستر فرارهای مالیاتی همانند قاچاق کالا در مناطق آزاد و رانت ایجاد شده در صنعت کشاورزی را فراهم آورده است. طبق آمار، معافیت های مالیاتی در ۴۰ سال گذشته سبب رونق نشده بلکه موجب جذاب تر شدن بازار برای افراد سود جو شده به طوری که در سال های اخیر رتبه های اول و دوم فرار مالیاتی به ترتیب به قاچاق کالا و بخش های بعد از تولید اختصاص یافته است.

تداوم رکود و کاهش قیمتها در بازار خودرو

بررسی قیمت ها در بازار خودرو در روزهای اخیر حاکی از تداوم رکود و بی میلی مشتریان به خرید است؛ امری که کاهش قیمت ها را به دنبال داشته و به گفته فعالان بازار

پیش از هر چیز به ثبات قیمت ارز باز می گردد.

بررسی از بازار حاکی است قیمت خودروها در ۲ هفته اخیر تغییر فاحشی نداشته و نرخ انواع خودروهای کمتر از ۳۰ میلیون تومانی، بین ۳۰ تا ۴۵ میلیون تومانی و خودروهای مونتاژی بین ۵۰ هزار تا یک میلیون تومان در نوسان بوده و به عبارت دقیق تر در ثبات نسبی به سر می برد.

در همین پیوند، رییس اتحادیه یه صنف نمایشگاه داران و فروشندگان خودروی تهران مهمترین دلیل این موضوع را ثبات نرخ ارز عنوان کرد و گفت: عرضه کنندگان بزرگ خودرو، هر گاه ثبات یا افت نرخ ارز را می بینند، عرضه خودرو را قطع می کنند، اما همزمان با افزایش نرخ ارز به افزایش قیمت ها اقدام می کنند.

«سعید مومنی» مدعی شد که در شرایط کنونی خودرو در بازار زیاد است، اما عرضه کنندگان دست نگه داشتند و خریداران نیز از آنجایی که می دانند قیمت ها غیر واقعی است، اقدام به خرید نمی کنند.

به گفته این مقام صنفی، پول ابزار کار بازاری هاست و وقتی ببینند پولشان پس از چند ماه سود نداشته، سعی می کنند به فروش خودروها اقدام کنند.

وی با تاکید بر اینکه قیمت ها در بازار غیر واقعی است، افزود: عرضه کنندگان خودرو نیز وقتی می بینند خودرو سازان که بزرگترین تامین کنندگان خودرو در بازار هستند از عرضه سر باز می زنند، آنان نیز نسبت به فروش اقدام نمی کنند.

مومنی یادآور شد: خودرو سازان نزدیک به سه ماه است که به بهانه افزایش قیمت، خودرویی به بازار عرضه نکرده یا عرضه قطره چکانی داشته اند.

وی اظهار داشت: انحصار عرضه خودرو دست سه خودرو ساز بزرگ کشور است، اما وقتی آنها نسبت به عرضه خودرو اقدام نمی کنند، آتانی که نسبت به خرید عمده اقدام کرده بودند می توانند بازار را در دست بگیرند.

«اگر در بازار انحصار نداشته باشیم، این مشتری واقعی است که با مطالبه قیمت پایین تر و کیفیت بالاتر، تعیین کننده قیمت در بازار خواهد بود.»

رییس اتحادیه یه صنف نمایشگاه داران و فروشندگان خودروی تهران ادامه داد: این روزها خودرو سازان به بهانه افزایش قیمت ها، هر روز از زیان و زیان انباشته خود خبر می دهند، در حالی که «به اعتقاد من با توجه به افزایش قیمت مواد اولیه و ارز، رشد قیمت خودروها در کارخانه باید ۱۰ تا ۲۰ درصد باشد.»

وی بیان داشت: خودرو سازان در سایر کشورها نیز برخی مواقع با ضرر و زیان بسیار کود مواجه می شوند، اما در این شرایط برای حفظ مشتریان، محصولات خود را با سود کمتر وارد بازار می کنند؛ «اما خودرو سازان ما همیشه می خواهند سود کنند»

مومنی یادآور شد: در حالی که سطح حقوق و دستمزدها در کشور افزایش نیافته، خودرو سازان نیز باید به مدیریت هزینه ها بویژه در زمان بحران بپردازند.

لزوم برخورد با سایت ها و کانال های ملتهب کننده بازار

وی گفت: مصاحبه های هر روزه مسئولان خودرویی که به بهانه های مختلف دم از افزایش قیمت ها می زنند و همچنین اقدام هماهنگ برخی سایت ها و کانال های فضای مجازی در افزایش قیمت ها، تحریک بازار را به دنبال داشته است. این مقام صنفی تاکید کرد: تا زمانی که با سایت ها و کانال های یاد شده و افرادی که آگهی خلاف واقع منتشر می کنند برخورد نشود، این روال ادامه خواهد یافت.

پیش فروش های خودرو سازان

وی به برنامه های پیش فروش خودرو سازان در ماه های اخیر نیز اشاره کرد و گفت: این پیش فروش ها روی کاغذ بوده و در عمل خودرویی در کار نیست، بنابراین انتظار نمی رفته و نمی رود که بر بازار تاثیر گذار باشند.

«خودروسازان اگر قادر بودند ابتدا به تعهدات پیشین خود عمل می کردند.»

مومنی یادآور شد: عمده این پیش فروش ها از سوی افراد سرمایه گذار و نه مصرف کننده، مورد استقبال قرار گرفت؛ دلالی خودرو و سود کردن از این طریق به شغل دوم برخی افراد در سه دهه گذشته تبدیل شده است.

حباب قیمتی خودروها

همچنین، «داود سعادت نژاد» رئیس اتحادیه یه فروشندگان لاستیک، روغن، فیلتر، پنچرگیران و فیلترسازان تهران نیز به ایرنا گفت: قیمت فعلی خودروها در بازار کاذب بوده و حباب دارد.

به گفته این مقام صنفی، در حالی که بسیاری از خودروها در زمان پیش از افزایش نرخ ارز تولید شده، اما آنچه باید آن را «تخریم های داخلی» نامید، افزایش حبابی قیمت ها را رقم زده است.

وی خاطر نشان کرد: وقتی قیمت پراید بطور مصنوعی تا حدود ۴۰ میلییون تومان بالا برده می شود، بطور قطع بر قیمت قطعات و لوازم یدکی نیز تاثیر گذار خواهد بود.

سعادت نژاد بیان داشت: بطور نمونه هر دامه گذشته قیمت لاستیک خودرو و روغن فیلتر در بازار حباب داشت، اما با تلاش های انجمن، قیمت لاستیک مدیریت شده و کاهش یافته است.

بررسی های میدانی نشان می دهد کاهش پلکانی قیمت خودروها در دومین هفته آبان ماه، همچنان ادامه دارد. با نزدیک شدن بازار به تعادل، فاصله قیمت فروش خودرو در کارخانه با قیمت بازار آزاد، کاهش یافته است. این تغییرات سبب افزایش عرضه و کاهش تقاضا در بازار آزاد شده است؛ از این رو پیش بینی می شود، این کاهش قیمت ادامه خواهد داشت.