

شرایط فعلی به‌ضرر «مصرف‌کننده» و «خودروساز» است

یک کارشناس صنعت خودرو گفت: شرایط فعلی که قیمت رسمی فروش خودروهای داخلی کمتر از قیمت تمام‌شده‌است، تنها به‌نفع دلالت و سفته‌بازان بوده و برخلاف منافع مصرف‌کنندگان و خودروسازان است. حسن کریمی‌سنجری اظهار کرد: صنعت خودرو و همچنین صنعت قطعه‌سازی، صنایع ارز‌بری هستند که به شدت از تغییرات نرخ ارز تأثیر می‌پذیرند. وی با بیان اینکه حتی در خودروهای پرتیراژی که تا حد زیادی داخلی‌سازی شده‌اند نیز بخش قابل توجهی از مواد اولیه قطعات آنها همچون مواد پلیمری وارداتی است، خاطر نشان کرد: بنابراین در شرایط فعلی که نرخ ارز صنایع افزایش بیش از دو برابری داشته، قیمت تمام‌شده و هزینه تولید قطعات و محصول نهایی نیز افزایش یافته‌است. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: از طرف دیگر بررسی بازار مواد اولیه داخلی صنعت خودرو و قطعه همچون مواد پتروشیمی و فلزات نشان می‌دهد که این مواد نیز حدود دو برابر افزایش قیمت داشته‌اند؛ بنابراین اگر در چنین شرایطی به خودروساز به‌صورت دستوری گفته شود که محصول تولیدی را به قیمت پیشین عرضه کن، اتفاقی که می‌افتد آن است که خودروساز و قطعه‌ساز هر دو وارد زیان می‌شوند.

کریمی‌سنجری با بیان اینکه زیان‌ده شدن صنعت خودرو و قطعه‌سازی در چندماه اخیر باعث تعطیلی تعداد قابل توجهی از واحدهای قطعه‌سازی شده‌است، تصریح کرد: قطعه‌ساز امکان تهیه قطعه با قیمت‌های فعلی را ندارد، بنابراین دو اتفاق می‌افتد؛ واحدی که آستانه تحمل آنها پایین است ور شکسته و تعطیل می‌شوند که در چند ماه اخیر برای بسیاری از واحدهای قطعه‌سازی این افتاده و مابقی نیز باز یسان به تولید ادامه می‌دهند؛ اقدامی که در درازمدت ممکن نخواهد بود. وی ادامه داد: اتفاقی که در این شرایط می‌افتد آن است که به دلیل تعطیلی و زیان‌ده شدن واحدهای قطعه‌سازی، تولید قطعات کاهش یافته و خودروساز با مشکل کمبود و کسری قطعه مواجه می‌شود که در یک ماه اخیر همین اتفاق افتاده و شاهد تولید حدود ۷۰ هزار دستگاه خودرو ناقص در کارخانه‌های خودروسازی بودیم. این کارشناس صنعت خودرو افزود: خروجی چنین وضعیتی این است که به قیمت زیان‌دهی و ور شکسته شدن واحدهای خودروسازی و قطعه‌سازی، قیمت فروش خودرو از سوی خودروساز ثابت می‌ماند، اما طبیعی است که بازار آزاد با هوش بوده و در آنجا قیمت‌ها بر اساس متغیرها و شرایط واقعی اقتصاد تعیین می‌شود. وی با بیان اینکه به این ترتیب وضعیت فعلی پیش می‌آید که در آن قیمت خودرو در بازار آزاد نزدیک به دو برابر قیمت‌های رسمی در کارخانه‌های سازنده است، تصریح کرد: برنده این شرایط تنها دلالت و سفته‌بازان هستند که به‌سایت فروش خودروسازان هجوم آورده و خودروها را به قیمت رسمی دریافت و با سودهای انجمنی در بازار آزاد عرضه می‌کنند.

**ایران از انتقال پول خود در آلمان صرف‌نظر کرد**

مطبوعات آلمانی اعلام کردند ایران از تصمیم خود برای انتقال ۳۰۰ میلیون یورو از وجوه نزد بانک مشترک ایران و اروپا در آلمان صرف‌نظر کرده‌است. به گزارش ایسنا به نقل از آسوشیتد پرس، تاکنون خبرگزاری آلمان، روزنامه «زودوویچه تسایتونگ»، «ن‌دار» و «ودار» خبر داده‌اند که ایران به سازمان تنظیم مقررات مالی آلمان «بافین» اعلام کرده‌است از تصمیم خود برای انتقال بخشی از وجوه حساب خود در بانک ایران و اروپا که در هامبورگ مستقر است صرف‌نظر کرده‌است. آمریکا در ماه‌های اخیر و به دنبال انتشار خبر تصمیم ایران برای انتقال این وجوه فشار زیادی به مقامات و بانک مرکزی آلمان آورده بود تا مانع از انتقال وجوه شوند. آمریکا بهانه مخالفت خود با این انتقال وجوه را نگرانی‌های تروریستی و پولشویی عنوان کرده بود. بانک مرکزی آلمان ماه گذشته اعلام کرده بود تا زمانی که از نحوه مصارف وجوه و اینکه مطمئن شود وجوه انتقالی ناقض قوانین تحریم مالی و پولشویی نیست، اجازه انتقال این وجوه را نخواهد داد. لازم به ذکر است ایران با بیان اینکه اتباع این کشور برای پرداخت‌های ارزی در سفرهای خارجی خود به دلیل تحریم کشور توسط شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت اعتباری با مشکل مواجهند، خواستار برداشت از حساب خود در بانک تجاری ایران و اروپا برای پرداخت‌از مسافرتی شده بود. پیشتر ریچارد گرتل-سفی‌آمریکادر آلمان- در مصاحبه با نشریه بیلده که نخستین بار خبر تلاش ایران برای انتقال این وجوه را مخابره کرده بود گفت: از دولت آلمان می‌خواهیم در بالاترین سطح به این موضوع ورود کند و جلوی این انتقال را بگیرد.

گذر از پرتگاه

فناوری پرداخت موبایلی در فاصله میان مصرف‌کنندگان پیشرو و اکثریت پیشین است



به نظر می‌رسد یک روش مناسب برای بازاریابی در استان‌های با سطح استفاده پایین‌تر از پرداخت‌های اینترنتی و موبایلی، استفاده از کارمزد پایین‌تر باشد تا هزینه فرصت پذیرش تکنولوژی برای اکثریت پایین‌بیاید. پرداخت موبایلی و اینترنتی از تکنولوژی‌های تسهیل‌کننده پرداخت است. بررسی میزان انتشار استفاده از این تکنولوژی در استان‌های ایران جالب توجه است. با استفاده از ادبیات انتشار تکنولوژی و تحلیل نرخ نفوذ آن می‌توان عوامل مؤثر بر افزایش نرخ انتشار تکنولوژی پرداخت اینترنتی و موبایلی را شناخت؛ همچنین می‌توان بر پایه متغیرهای مؤثر بر افزایش نرخ نفوذ تکنولوژی، پیشنهادهایی برای نهادهای مختلف در راستای انتشار بیشتر داد.

دسته‌بندی از انواع پذیرنده‌ها باید بر مبنای زمان پذیرش تکنولوژی صورت بگیرد. این دسته‌بندی از استفاده‌کنندگان تکنولوژی دارای یک منحنی زنگوله‌ای یا نرمال است که تکرار پذیرش نوآوری در طول زمان را نشان می‌دهد. این منحنی اگر به صورت تجمعی رسم شود، حالت یک منحنی -شکل به خود می‌گیرد. افراد در این زنگوله به وسیله درصد نسبی مشتریانی که تکنولوژی را در

هر مرحله پذیرفته‌اند به پنج دسته تقسیم می‌شوند. این پنج دسته بر مبنای ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، شاخصه‌های مرتبط با شخصیت، رفتار ارتباطاتی و روابط اجتماعی با یکدیگر متفاوت‌اند. زودتر از همه نوآوران و مصرف‌کنندگان پیشرو قرار دارند. سپس اکثریت پیشین عمل‌گرا، اکثریت پسین محافظه‌کار و واپسین مصرف‌کنندگان وارد می‌شوند. زمانی که یک محصول جدید مبتنی بر تکنولوژی وارد بازار می‌شود، کسانی می‌توانند تصویری بسازند که مبنای تصمیم‌گیری و داوری دیگران از این محصول تکنولوژیک باشد. به این افراد مصرف‌کنندگان پیشرو گفته می‌شود. مصرف‌کنندگان پیشرو نیازهایی دارند که هنوز در بازار به آنها پاسخ داده نشده و برای همین درگیر توسعه ایده‌های نوین می‌شوند. این مصرف‌کنندگان نیازها را زودتر از دیگران می‌فهمند، انتظار مزایای بیشتری از محصول دارند و خودشان نیز این احساس را دارند که پیشگام و نوآور هستند. این مصرف‌کنندگان به فرایند انتشار تکنولوژی کمک می‌کنند. اکثریتی که پس از مصرف‌کنندگان پیشرو وارد چرخه‌ی استفاده از تکنولوژی می‌شوند به راحتی و راه‌حل‌های

آزمون‌شده تمایل بیشتری دارند. با بررسی داده‌های میزان استفاده از پرداخت اینترنتی و موبایلی، به نظر می‌رسد استفاده از این تکنولوژی در کشور در فاصله میان مصرف‌کنندگان پیشرو و اکثریت پیشین است. استان‌هایی مانند تهران، اصفهان، یزد و قزوین به مرحله اکثریت پیشین رسیده‌اند ولی خوزستان، کهگیلویه و بویراحمد و سیستان و بلوچستان هنوز در مرحله مصرف‌کنندگان پیشرو قرار دارند. گذر از مرحله مصرف‌کنندگان پیشرو به اکثریت پیشین یکی از پرتگاه‌های موجود برای انتشار مناسب تکنولوژی است. بسیاری از نوآوری‌ها در این پرتگاه گرفتار می‌شوند و نمی‌توانند محصول تکنولوژیک خود را به بلوغ و استفاده‌ی حداکثری برسانند. یکی از دلایل عدم توفیق در گذر از پرتگاه آن است که تا پیش از پرتگاه نیاز کمتری به فعالیت‌های بازاریابی و آسان‌سازی استفاده کاربر بود، چرا که مصرف‌کنندگان خود تحرک لازم برای رفع نیازهای خود واخذ تکنولوژی تسهیل‌کننده را داشتند. پس از پرتگاه استفاده‌کنندگانی قرار دارند که انگیزه کمتری برای شناخت تکنولوژی‌های نوین یا فراگیری روش استفاده از تکنولوژی جدید دارند. این اکثریت علاقه‌منداند که تکنولوژی

پرداخت موبایلی و اینترنتی از تکنولوژی‌های تسهیل‌کننده پرداخت است. بررسی میزان انتشار استفاده از این تکنولوژی در استان‌های ایران جالب توجه است. با استفاده از ادبیات انتشار تکنولوژی و تحلیل نرخ نفوذ آن می‌توان عوامل مؤثر بر افزایش نرخ انتشار تکنولوژی پرداخت اینترنتی و موبایلی را شناخت

جدید هر چه بیشتر سهل الوصول و آسان فهم باشد. بسیاری از سازمان‌ها در این مرحله شکست می‌خورند، این سازمان‌ها یا نمی‌توانند فعالیت‌های مناسب بازاریابی برای شناسایی محصول خود به اکثریت را ارائه کنند یا نمی‌توانند به اندازه کافی تکنولوژی خود را آسان برای کاربر کنند. مور در کتاب خود با نام «گذر از پرتگاه» راه حل‌هایی را برای گذر از مرحله مصرف‌کنندگان پیشرو به

اکثریت پیشین ارائه می‌کند. برای گسترش انتشار تکنولوژی پرداخت اینترنتی در مناطق مختلف کشور و گذر از مرحله مصرف‌کنندگان پیشرو به اکثریت پیشین می‌توان پیشنهادهای مختلفی مطرح کرد، اما مهم‌ترین آنها فعالیت‌های بازاریابی متناسب با نیاز و درک این مصرف‌کنندگان و آسان نمودن استفاده است. یکی از شاخصه‌های مطلوب مصرف‌کنندگان اکثریت، آسانی استفاده از تکنولوژی است. باید توجه داشت سطحی از آسانی استفاده که مناسب مصرف‌کنندگان پیشرو است نمی‌تواند مصرف‌کنندگان اکثریت را به پذیرش تکنولوژی جدید مجاب کند، برای همین ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت اینترنتی و موبایلی باید تلاش کنند تا تکنولوژی خود را به اندازه‌ی کافی برای استفاده مشتریان اکثریت ساده نمایند. به نظر می‌رسد یکی از دلایل مهم شتاب پایین استفاده از پرداخت اینترنتی و موبایلی در استان‌های یادشده، گذر نکردن از پرتگاه باشد. حدس آن است که مولفه‌های مؤثر بر انتشار از جمله سطح سواد استفاده از تکنولوژی، روابط اجتماعی مبتنی بر شبکه بانکی، دسترسی به سخت‌افزارهای تسهیل‌کننده استفاده سیستم پرداخت‌نویان از جمله گوشی‌هوشمند و لپ‌تاپ و غیره عوامل مؤثر بر شتاب پایین انتشار تکنولوژی در استان‌هایی مانند ایلام و سیستان و بلوچستان باشد.

مبتنی بر همین مدل انتشار تکنولوژی می‌توان توصیه‌های سیاستی نیز برای افزایش شتاب انتشار تکنولوژی در استان‌های مختلف داشت. توصیه اول ناظر به بازاریابی و معرفی خدمات و مزایای آن در مقایسه با سیستم سنتی پرداخت است. طبق این رهنمود، آموزش استفاده از پرداخت‌های موبایلی و اینترنتی و معرفی آن در مراکز آموزشی و ساخت کلیپ‌های آموزشی می‌توان بازاریابی مناسبی برای شناخت این تکنولوژی توسط اکثریت عملگر صورت داد. توصیه دوم سیاستی ناظر به عدم دسترسی به سخت‌افزارهای تسهیل‌کننده استفاده از سیستم پرداخت‌نویان همچون گوشی هوشمند است. طبق

با بررسی داده‌های میزان استفاده از پرداخت اینترنتی و موبایلی، به نظر می‌رسد استفاده از این تکنولوژی در کشور در فاصله میان مصرف‌کنندگان پیشرو و اکثریت پیشین است. استان‌هایی مانند تهران، اصفهان، یزد و قزوین به مرحله اکثریت پیشین رسیده‌اند ولی خوزستان، کهگیلویه و بویراحمد و سیستان و بلوچستان هنوز در مرحله مصرف‌کنندگان پیشرو قرار دارند

این رهنمود، می‌توان جویز مختلفی که بانک‌ها و موسسات مالی اعتباری به مشترکین خود می‌دهند از جنس گوشی‌های هوشمند کرد تا با استفاده از اثرات شبکه و تبلیغات دهان‌به‌دهان، دیگران را نیز به استفاده از گوشی هوشمند ترغیب نمود و شتاب انتشار از تکنولوژی را افزایش داد. توصیه سوم ناظر به آسان‌سازی استفاده برای مشتریان است. همانگونه که بیان شد، یکی از عوامل کلیدی در پذیرش تکنولوژی توسط مشتریان اکثریت، آسانی استفاده است. ممکن است فرایندهایی که برای مشتریان پیشرو آسان به نظر بیاید، برای مناطق روستایی و کمتر توسعه‌یافته سخت پیچیده باشد، برای همین به نظر می‌رسد متخصصین مقوله واسطه‌کار بر با توجه به ویژگی‌های استفاده‌کنندگان هر منطقه، اپلیکیشنی متناسب با سطح راحتی همان منطقه برایشان تدارک ببینند. توصیه آخر، استفاده از نظام تبعیض قیمتی برای استان‌های مختلف است. اگر بنا باشد که بر پرداخت‌های اینترنتی و موبایلی کارمزد گرفته شود، به نظر می‌رسد یک روش مناسب برای بازاریابی در استان‌های با سطح استفاده پایین‌تر، استفاده از کارمزد پایین‌تر باشد تا هزینه فرصت پذیرش تکنولوژی برای اکثریت پایین بیاید و به اتخاذ تکنولوژی جدید ترغیب شوند.



دیگر هم بپردازند. اوراق تسهیلات مسکن توسط بانک مسکن منتشر می‌شود. این اوراق قابلیت معامله در فرابورس ایران را دارد و ارزش اسمی هر برگ پنج میلیون ریال است. مدت اعتبار اوراق تسه حداکثر تا دو دوره شش ماهه قابل تمدید است. این اوراق با توجه به اینکه چقدر تا زمان اعتبارش باقی مانده دارای قیمت متفاوتی است. در صورتی که مدت اعتبار این اوراق به اتمام رسیده و دارنده اوراق از تسهیلات آن استفاده نکند، نماد معاملاتی آن متوقف خواهد شد و وجوه پرداختی دیگر به دارنده اوراق بازپرداخت نخواهد شد.

جمعیت دارند تا سقف ۵۰ میلیون تومان و در نهایت غیر زوج‌های ساکن در سایر مناطق تا سقف ۴۰ میلیون تومان وام دریافت کنند که به ترتیب هر کدام باید ۱۲۰، ۱۰۰، ۸۰ برگ بهادار اوراق تسهیلات مسکن را از فرابورس ایران خریداری کنند. با این حساب مجردهای تهرانی باید برای خرید این اوراق ۷ میلیون و ۹۳۰ هزار تومان، افراد ساکن در مراکز استان بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت مبلغ ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و افراد گروه سوم مبلغ ۵ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان پرداخت کنند. البته در صورت تمایل برای دریافت وام ۲۰ میلیون تومانی جماله باید مبلغ ۲ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان