

## یادداشت

### ۲ گام رونق تولید و صادرات در دولت چهاردهم

رحیم مرتضایی، رئیس اتاق بازرگانی همدان

بخشی از آنچه دست‌وپال تولیدکنندگان و صادرکنندگان راسته، قوانین دست و پا گیری است که در بسیاری مواقع با تفسیرهای متفاوت از قانون به وجود می‌آید و بخش‌سخت‌تر آن نیز مواردی است که با وضع مصوبات شبانه دولت ایجاد شده است، اما عمده مشکلات پیش رو، تأثیرات تحریم‌های غرب علیه ایران است. در انزوای قرار گرفتن تجارت ایرانیان با خارج از کشور به‌مرور زمان و در کمتر از هشت سال چنان پررنگ شده که امروز صادرکنندگان در وارد کرن ارزهای حاصل از فروش کالای خود ناتوان مانده‌اند. این ناتوانی علاوه بر اینکه حاصل تحریم‌های غرب علیه ایران است، با تحریم‌های داخلی تشدید شده است. اگر ترامپ ایران را به‌شدت تحریم کرد، باز هم تولیدکنندگان و صادرکنندگان، راه‌هایی برای دور زدن محدودیت‌ها پیدا کردند، اما تحریم‌هایی که حاصل تصمیمات داخلی در کشور بوده و در دولت‌های پیشین وضع شده، عمده راه‌های تجارت و تولید را به روی واحدهای اقتصادی بسته است. یکی از این ضربه‌ها به تولید و صادرات، همان سیاست رفع تعهد ارزی است؛ مصوبه‌ای که آسیب آن به‌مراتب سخت‌تر از ضربه اجنبی‌ها بود. تعهدات ارزی، تعداد زیادی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان را درگیر مسائلی کرده که نتیجه آن جز کاهش تولید و صادرات کشور نیست.. صفحه ۴

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

مستاجران برای تمدید قرارداد باج میدهند

## رکود معاملات مسکن در بهار ۱۴۰۳



فرصت امروز: با پایان فرآیند شمارش آرا، «مسعود پزشکیان» با کسب ۴۲ درصد و «سعید جلیلی» با کسب ۳۸ درصد آرا به دور دوم انتخابات ریاست‌جمهوری راه یافتند؛ انتخاباتی که در روز جمعه آینده، ۱۵ تیرماه برگزار خواهد شد. براساس اعلام سخنگوی ستاد انتخابات کشور، در پایان شمارش آرای چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری کشور، از مجموع ۲۴ میلیون و ۷۲۵ هزار و ۵۸۵ آرای اخذشده، «مسعود پزشکیان» با کسب ۱۰ میلیون و ۴۱۵ هزار و ۱۹۱ رأی و «سعید جلیلی» با کسب ۹ میلیون و ۴۷۳ هزار و ۲۹۸ رأی به ترتیب با قرار گرفتن در جایگاه‌های اول و دوم به دور دوم انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم راه پیدا کردند. براساس آمارها، همچنین «محمدباقر قالیباف» با کسب ۳ میلیون و ۳۸۳ هزار و ۳۴۰ رأی و «مصطفی پورمحمدی» با کسب ۲۰۶ هزار و ۳۹۷ رأی، رتبه‌های سوم و چهارم را کسب کردند. مجموع آرای باطله در این انتخابات نیز یک میلیون و ۲۵۶ هزار و ۹۵۹ رأی بوده است.

انطور که ستاد انتخابات وزارت کشور گزارش داده است، کل واجدین شرایط حضور در انتخابات ریاست جمهوری، ۶۱ میلیون و ۴۵۲ هزار و ۳۲۱ نفر بودند که با این حساب، میزان مشارکت در مرحله نخست انتخابات ۱۴۰۳ معادل ۳۹٫۹ درصد بوده است. قرار است دور دوم انتخابات ریاست جمهوری در روز

فرصت امروز: ۱۶ اقتصاددان برنده جایزه نوبل با انتشار نامه مشترکی نسبت به خطرات اقتصادی انتخاب «دونالد ترامپ» به عنوان رئیس‌جمهور آمریکا، هشدار دادند و تأکید کردند که ریاست جمهوری ترامپ در آمریکا تورم را در این کشور شعله‌ور خواهد کرد. اقتصاددانان برنده نوبل در نامه مشترکی که اولین بار توسط پایگاه آکسیوس منتشر شد، هشدار دادند: درحالی‌که هر یک از ما دیدگاه‌های متفاوتی در مورد جزئیات سیاست‌های اقتصادی مختلف داریم، همه ما موافقیم که برنامه اقتصادی «جو بایدن» بسیار برتر از برنامه «دونالد ترامپ» است. به‌درستی این نگرانی وجود دارد که «دونالد ترامپ» با بودجه‌های غیرمسئولانه مالی خود دوباره تورم را تشدید کند. «ترامپ» تاکنون پیشنهاد کرده است که کاهش مالیات دوره اول خود را دائمی کند و تعرفه‌های جهانی بر همه واردات اعمال نماید، با نرخ تعرفه ویژه بین ۶۰ تا ۱۰۰ درصد برای چین و افزایش فشار بر هیأت مستقل فدرال رزرو برای کاهش نرخ بهره. اقتصاددانان و تحلیلگران وال‌استریت به‌طور یکسان پیش‌بینی کرده‌اند که هر کدام یا همه این پیشنهادها می‌تواند سطح قیمت‌ها را که علیرغم کاهش اندک در ماه‌های اخیر آسیب‌پذیر هستند، دوباره افزایش دهد. این نامه مشترک در رهبری «جوزف استیگلیتز» که در سال ۲۰۰۱ برنده جایزه نوبل اقتصاد شد، منتشر شده است. «جورج آکروف»، «سر آنگوس دیتون»، «کلودیا گلدین»، «سر الیور هارت»، «اریک ماسکین»، «دانیل مک فادن»، «آلین رومر»، «اچر میرسون»، «ادموند فلیس»، «ریل رومر»، «آلین راث»، «ولیاام شارپ»، «رابرت شیلر»، «کریستوفر سیمز» و «اربرت» از جمله امضاکنندگان این نامه هستند. این اقتصاددانان نوشتند که محققان غیرحزبی پیش‌بینی می‌کنند که اگر «دونالد ترامپ» با موفقیت دستور کار خود را اجرا کند، تورم را افزایش خواهد داد. به عقیده این اقتصاددانان، به‌درستی این نگرانی وجود دارد که «دونالد ترامپ» با بودجه‌های غیرمسئولانه مالی خود دوباره تورم را تشدید کند. «ترامپ» تاکنون پیشنهاد کرده است که کاهش مالیات دوره اول خود را دائمی کند و تعرفه‌های جهانی بر همه واردات اعمال نماید، با نرخ تعرفه ویژه بین ۶۰ تا ۱۰۰ درصد برای چین و افزایش فشار بر هیأت مستقل فدرال رزرو برای کاهش نرخ بهره. اقتصاددانان و تحلیلگران وال‌استریت و تحلیلگران وال‌استریت به‌طور یکسان پیش‌بینی کرده‌اند که هر کدام یا همه این پیشنهادها می‌تواند سطح آسیب‌پذیر هستند، دوباره افزایش دهد.

اولین منظره انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در حالی هفته گذشته بین «جو بایدن» و «دونالد ترامپ» برگزار شد که ۱۶ اقتصاددان برنده جایزه نوبل در نامه مشترکی نسبت به پیروزی ترامپ در انتخابات ۲۰۲۴ هشدار دادند و اعلام کردند: ریاست جمهوری ترامپ در آمریکا، تورم را شعله‌ور خواهد کرد. در این نامه که اولین بار از سوی پایگاه آکسیوس منتشر شده، آمده است: درحالی‌که هر یک از ما دیدگاه‌های متفاوتی در مورد جزئیات سیاست‌های اقتصادی مختلف داریم، همه ما موافقیم که برنامه اقتصادی «جو بایدن» بسیار برتر از برنامه «دونالد ترامپ» است. به‌درستی این نگرانی وجود دارد که «دونالد ترامپ» با بودجه‌های غیرمسئولانه مالی خود دوباره تورم را تشدید کند. «ترامپ» تاکنون پیشنهاد کرده است که کاهش مالیات دوره اول خود را دائمی کند و تعرفه‌های جهانی بر همه واردات اعمال نماید، با نرخ تعرفه ویژه بین ۶۰ تا ۱۰۰ درصد برای چین و افزایش فشار بر هیأت مستقل فدرال رزرو برای کاهش نرخ بهره. اقتصاددانان و تحلیلگران وال‌استریت به‌طور یکسان پیش‌بینی کرده‌اند که هر کدام یا همه این پیشنهادها می‌تواند سطح

جمعه ۱۵ تیرماه برگزار شود. به گفته سخنگوی ستاد انتخابات کشور، زمان تبلیغات بعد از اعلام وزارت کشور آغاز می‌شود و تا ۲۴ ساعت قبل از روز رأی‌گیری ادامه خواهد داشت. در مجموع، ۵۸ هزار و ۶۴۰ شعبه شمارش شده است که شامل ۳۸۲ شهرستان می‌شود. ۲۴ میلیون و ۵۲۵ هزار و ۱۸۵ رأی شمارش شده است و ترتیب آرا به شرح زیر است:

- مسعود پزشکیان: ۱۰ میلیون و ۴۱۵ هزار و ۹۹۱ رأی.
- سعید جلیلی: ۹ میلیون و ۴۷۳ هزار و ۲۹۸ رأی.
- محمدباقر قالیباف: ۳ میلیون و ۳۸۳ هزار و ۳۴۰ رأی.
- مصطفی پورمحمدی: ۲۰۶ هزار و ۳۹۷ رأی.

سخنگوی ستاد انتخابات با بیان اینکه وزارت کشور، نتایج آرای شمارش‌شده را به شورای نگهبان ارسال کرد، گفت: تأیید صحت انتخابات به عهده شورای نگهبان است. براساس قانون و موارد قانون انتخابات ریاست جمهوری هیچ کدام از نامزدها نتوانستند اکثریت مطلق آرا را به دست آورند. بدین ترتیب، نفر اول و دوم به عنوان دارنده برترین آرای این دوره به شورای نگهبان معرفی می‌شوند و جمعه هفته آینده، زمان برگزاری مرحله دوم خواهد بود. البته بعد از تأیید شورای نگهبان، زمان تبلیغات بعد از اعلام وزارت کشور آغاز می‌شود و تا ۲۴ ساعت قبل از روز رأی‌گیری ادامه خواهد داشت. به گفته «محسن اسلامی»،

مشارکت ۴۰ درصدی در چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری

### پزشکیان و جلیلی به مرحله دوم رفتند

از جمع آرا، تأییدشده در مرحله نخست انتخابات ریاست جمهوری، «مسعود پزشکیان» ۴۲۶ درصد، «سعید جلیلی» ۳۸۸ درصد، «محمدباقر قالیباف» ۱۳۸ درصد و «مصطفی پورمحمدی» ۰۸ درصد آرا را کسب کردند. براساس این گزارش، آمار منتشرشده از سوی ستاد انتخابات وزارت کشور، از روند خطی سهم آرای نامزدها و همچنین آرای باطله حکایت دارد. سازگاری این نتایج با پیش‌بینی‌های مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی نیز جالب‌توجه است. با آغاز شمارش آرای انتخابات ریاست‌جمهوری از بامداد شنبه، ستاد انتخابات کشور طی ۹ نوبت، آخرین وضعیت آرای شمارش‌شده و تعداد آرای هر یک از نامزدها را اعلام کرد و در نهایت نتایج نهایی انتخابات در ساعت ۱۱:۳۰ اعلام شد. به گزارش «خبرآنلاین»، از جمع ۶۱ میلیون و ۴۵۲ هزار و ۳۲۱ نفر واجدین شرایط رأی دادن در انتخابات ریاست‌جمهوری، ۲۴ میلیون و ۵۲۵ هزار و ۱۸۵ نفر در انتخابات شرکت کردند که از آن میان، یک میلیون و ۵۶ هزار و ۱۵۹ رأی، باطله و مابقی آرای صحیح به چهار نامزد حاضر در رقابت بود. با این حساب، میزان مشارکت در انتخابات به ۳۹٫۹ درصد میرسد. «مسعود پزشکیان» با ۱۰ میلیون و ۴۱۵ هزار و ۹۹۱ رأی، حدود ۴۲٫۵ درصد از آرای اخذشده را کسب کرد و در جایگاه نخست قرار گرفت. «سعید جلیلی» با کسب ۹ میلیون و ۴۷۳ هزار و ۲۹۸ رأی، حدود ۳۸٫۶ درصد از آرا را به دست آورد و

۱۶ اقتصاددان برنده جایزه نوبل هشدار دادند

### تبغات تورمی ریاست جمهوری ترامپ

قیمت‌ها را که علیرغم کاهش اندک در ماه‌های اخیر آسیب‌پذیر هستند، دوباره افزایش دهد.

این نامه مشترک به رهبری «جوزف استیگلیتز» که در سال ۲۰۰۱ برنده جایزه نوبل اقتصاد شد، منتشر شده است. همچنین «جورج آکروف»، «سر آنگوس دیتون»، «کلودیا گلدین»، «سر الیور هارت»، «سر الیور هارت»، «اریک ماسکین»، «دانیل مک فادن»، «ریل رومر»، «اچر میرسون»، «ادموند فلیس»، «پل رومر»، «آلین راث»، «ولیاام شارپ»، «رابرت شیلر»، «کریستوفر سیمز» و «اربرت» از دیگر امضاکنندگان این نامه هستند که در آن، نگرانی از پیروزی ترامپ در کارزار انتخابات ریاست جمهوری آمریکا به وضوح به چشم میخورد. ۱۶ اقتصاددان برنده جایزه نوبل در نامه مشترک خود نوشت‌هاند: محققان غیرحزبی پیش‌بینی می‌کنند که اگر «دونالد ترامپ» با موفقیت دستور کار خود را اجرا کند، تورم را افزایش خواهد داد. به عقیده این اقتصاددانان، به‌درستی این نگرانی وجود دارد که «دونالد ترامپ» با بودجه‌های غیرمسئولانه مالی خود دوباره تورم را تشدید کند. «ترامپ» تاکنون پیشنهاد کرده است که کاهش مالیات دوره اول خود را دائمی کند و تعرفه‌های جهانی بر همه واردات اعمال نماید، با نرخ تعرفه ویژه بین ۶۰ تا ۱۰۰ درصد برای چین و افزایش فشار بر هیأت مستقل فدرال رزرو برای کاهش نرخ بهره. اقتصاددانان و تحلیلگران وال‌استریت به‌طور یکسان پیش‌بینی کرده‌اند که هر کدام یا همه این پیشنهادها می‌تواند سطح قیمت‌ها را که علیرغم کاهش اندک در ماه‌های اخیر آسیب‌پذیر هستند، دوباره افزایش دهد.

**نگاه استیگلیتز به سیاست‌های آمریکا**

«جوزف استیگلیتز»، برنده جایزه نوبل اقتصاد سال ۲۰۰۱ درباره این نامه میگوید: پس از مشاهده نتایج نظرسنجی‌های اخیر که نشان می‌دهند رأی‌دهندگان برای مدیریت اقتصاد آمریکا به «دونالد ترامپ» نسبت به «جو بایدن» اعتماد بیشتری دارند، تصمیم به انتشار این نامه گرفته است. این نامه تنها چند روز پیش از اولین منظره ریاست‌جمهوری در انتخابات سرتاسری آمریکا منتشر شد؛ مناظره‌ای که زمان‌قابل‌توجهی از آن به اقتصاد و به‌طور خاص تورم اختصاص داشت. در دوره «ترامپ»، شاخص قیمت مصرف‌کننده سال‌به‌سال در دسامبر در سه سال از چهار سال ریاست جمهوری او کاهش یافت. کمپین ترامپ به‌شدت موضع اقتصاددانان برنده جایزه نوبل را رد کرد. در همین زمینه، «کارولین لویت»، سخنگوی ستاد انتخاباتی ترامپ در بیانیه‌ای به «سی‌ان‌بی‌سی» گفت که مردم آمریکا به برندگان جایزه صلح نوبل یواژرش نیاز ندارند تا به آنها بگویند کدام رئیس‌جمهور پول بیشتری در جیب خود گذاشته است.

در سمت مقابل، کمپین بایدن از این فرصت به خوبی استفاده کرد و نامه را در روز سه‌شنبه با این توضیح منتشر کرد که اقتصاددانان برجسته، برندگان جایزه نوبل و رهبران تجاری همگی می‌دانند که آمریکا نمی‌تواند برنامه اقتصادی خطرناک

دامنه نوسان، ۱۰ هزار واحد بالا رفت

### واکنش بورس به نتیجه انتخابات

فرصت امروز: با برداشته شدن محدودیت دامنه نوسان قیمت سهام از فردای انتخابات ریاست جمهوری، شاخص کل بورس تهران بیش از ۱۰ هزار واحد رشد کرد و به یک قدمی ۲٫۱ میلیون واحدی رسید. بازار بورس تهران همچون سایر بازارهای دارای تماما نگاه خود را معطوف به نتیجه انتخابات ۸ تیرماه قرار داده بود و در دقایق پایانی معاملات شنبه که اعلام شد انتخابات..

پایش بخشی حقیقی اقتصاد از تداوم کاهش تولید و فروش خودرو در اردیبهشت ماه حکایت دارد

# چشم‌انداز تولید صنعتی ۱۴۰۳

فرصت امروز: بازوی پژوهشی مجلس در گزارش «پایش بخش حقیقی اقتصاد ایران در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳» میگوید وضعیت تولید و فروش شرکت‌های بزرگ بورسی پس از تعطیلات فروردین ماه بهتر شده و این شرکت‌ها در اردیبهشت‌امسال در شاخص تولید ۱٫۸ درصد و در شاخص فروش ۷ دهم درصد نسبت به اردیبهشت‌سال گذشته رشد کرده‌اند. با این حال، دو رشته فعالیت خودرو و محصولات شیمیایی همچنان در وضعیت نامساعدی قرار دارند و شاخص‌های تولید و فروش این صنایع به‌شدت فرمز است. پایش بخش حقیقی اقتصاد به بررسی آن دسته از فعالیت‌هایی گفته میشود که با تولید کالاها و خدمات، ارتباط مستقیمی دارد و جدا از بخش مالی اقتصاد است که به خرید و فروش در بازارهای مالی میپردازد. بنابراین هرگونه نوسان در تولید و فروش بخش حقیقی اقتصاد مستقیما با عامه مردم و طیف وسیعی از کارگران و کارفرمایان سروکار دارد.

طبق گزارش مرکز پژوهش‌ها، در اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به ماه مشابه سال قبل، شاخص تولید شرکت‌های صنعتی بورسی افزایش ۱٫۸ درصدی و شاخص فروش افزایش ۰٫۷ درصدی را تجربه کرده است. ضمن آنکه شاخص تولید و فروش در اردیبهشت‌امسال نسبت به ماه قبل با افزایش ۲۶٫۶ درصدی و ۴۲٫۲ درصدی مواجه..

عملکرد صنعت بیمه در ۲ ماهه نخست امسال نشان میدهد

### سهم ۷۴ درصدی خودرو از بازار بیمه

### مدیریت و کسب‌وکار

### بازاریابی در صنعت خودرو: اصول و تکنیک‌ها

شاید کمتر صنعتی در دنیا مثل خودروسازی در طول دهه‌هایتمادی ثباتش از نظر میزان فروش را حفظ کرده باشد. مردم هنوز هم علیرغم توسعه حیرتانگیز وسایل حمل و نقل عمومی تمایل زیادی برای خرید اتومبیل دارند. همین امر کمپانیهای بزرگ دنیا را سال به سال به سوی تولید محصولات بهتر هدایت میکند. البته در این میان میزان رقابت دستکمی از جام جهانی فوتبال ندارد. همانطور که در تورنمنت‌های بزرگ ورزشی فقط چند تا تیم مشخص شانس قهرمانی دارند، اینجا هم برندهایی مثل نیوتوتا یا مرسدس بنز حرف اول و آخر را میزنند. شاید فکر کنید بیامو و فورد به خاطر خوششانسی و تولید محصولات باکیفیت بدل به گزینیهایی بینهایت محبوب برای مردم سراسر دنیا شده‌اند. خب در این صورت کمی حق با شماست، اما ماجرا به طور کامل در این مورد خلاصه نمیشود. راستش را بخواهید، اینجا ردپای بازاریابی نیز کاملا مشهود است. خب...

در جایگاه دوم قرار گرفت. «محمدباقر قالیباف» با ۳ میلیون و ۳۸۳ هزار و ۳۴۰ رأی و کسب ۱۳٫۸ درصد از آرا و «مصطفی پورمحمدی» با ۲۰۶ هزار و ۳۹۷ رأی و کسب ۰٫۸ درصد آرا به ترتیب در جایگاه‌های سوم و چهارم قرار گرفتند رقابت نزدیک و سپس فاصله گرفتن «پزشکیان» از «جلیلی» در انتخابات حائز اهمیت است. آمار منتشرشده در مراحل اولیه مربوط به شعبه‌های کم‌جمعیتی بود که شمارش آنها زودتر به پایان رسید. نزدیکی آرای «پزشکیان» و «جلیلی» و حتی پیششازی «جلیلی» در برخی ساعات‌ها از پایگاه رأی بالاتر وی در مناطق کم‌جمعیت (روستاها و شهرهای کوچک) حکایت دارد. با ادامه شمارش آرا و ورود شهرهای پرجمعیت‌تر و کلانشهرها، وضعیت پیشرفت آرا تغییر کرد و در نهایت «پزشکیان» از «جلیلی» سبقت گرفت. رفتار خطی آرای نامزدها نشان می‌دهد که آرای «مسعود پزشکیان» حول ۴۲٫۲ درصد، «سعید جلیلی» حول ۳۷٫۷ درصد، «محمدباقر قالیباف» حول ۱۳٫۸ درصد و «مصطفی پورمحمدی» حول ۰٫۸ درصد از کل آرای شمارش‌شده نوسان می‌کرد و سهم آرای باطله نیز حدود ۴٫۳ درصد آرای شمارش‌شده بود. در پایان با توجه به آمار نهایی، «مسعود پزشکیان» با ۴۲٫۵ درصد آرا و «سعید جلیلی» با ۳۸٫۶ درصد آرا به عنوان نفرات اول و دوم، راهی مرحله دوم چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری شدند.

از آن چیزی بوده است که بسیاری نگران آن بودند. در این میان، «کریستالینا جورجیوا»، مدیر صندوق بین‌المللی پول گفت: انتظار دارد تورم آمریکا که توسط شاخص قیمت هزینه‌های مصرف شخصی اندازه‌گیری می‌شود تا اواسط سال ۲۰۲۵ به هدف ۲ درصدی فدرال رزرو بازگردد که در اسبق زودتر از پیش‌بینی خود فدرال رزرو برای بازگشت به هدف در سال ۲۰۲۶ است. «جورجیوا» در جمع خبرنگاران گفت که پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول خوش‌بینانه‌تر است؛ زیرا سپر فعلی تورم نشان‌دهنده بازگشت سریع‌تر به هدف است تا حدی به این دلیل که هزینه‌های مصرف‌کننده قوی آمریکا ناشی از ثروت ایجادشده در طول همه‌گیری کرونا در حال فروکش است و بازار کار هم در حال رقابتی‌تر شدن است.

**انرا نگرانی صندوق بین‌المللی پول**

صندوق بین‌المللی پول در بیانیه هفته گذشته خود از دولت آمریکا خواست تا برای جلوگیری از افزایش سطح بدهی، مالیات‌ها را افزایش دهد. صندوق بین‌المللی پول در حالی رشد قوی و پویا در بزرگ‌ترین اقتصاد جهان و پیشرفت در جهت کنترل تورم را مستثنا و تحسین میکند که در این حال میگوید: کسری بودجه و بدهی بالا، یک خطر فزاینده برای اقتصاد آمریکا و اقتصاد جهانی ایجاد می‌کند و به‌طور بالقوه موجب افزایش هزینه‌های تأمین مالی و افزایش خطر جابهجایی آرام تعهدات سررسید می‌شود. این نهاد بین‌المللی در بیانیه خود، واشتنگن را به دلیل افزایش کسری بودجه مورد سرزنش قرار داد و پیش‌بینی کرد که در صورت تداوم، نسبت بدهی به تولید ناخالص داخلی آمریکا تا پایان دهه جاری به سطح نگران‌کننده ۱۴۰ درصد خواهد رسید. به اعتقاد پژوهشگران صندوق بین‌المللی پول، چنین کسری‌ها و بدهی‌های بالایی، خطر فزاینده‌ای را برای اقتصاد آمریکا و جهان ایجاد می‌کند که به‌طور بالقوه منجر به افزایش هزینه‌های تأمین مالی خواهد شد.

بر همین اساس، صندوق بین‌المللی پول برای دومین سال متوالی مقرر کرد که آمریکا نرخ مالیات پسر درآمد را به‌تدریج افزایش دهد، نه‌تنها برای ثروتمندترین آمریکایی‌ها، بلکه برای خانوارهایی که کمتر از ۴۰۰ هزار دلار در سال درآمد دارند؛ آسانساری که جو بایدن، رئیس‌جمهور آمریکا در وعده‌های انتخاباتی مجدد خود قول داده است از آن عبور نکند. صندوق بین‌المللی پول همچنین اعلام کرد: تشدید تعرفه‌های تجاری آمریکا و سایر موانع تجاری همراه با افزایش استفاده از سیاست‌های صنعتی به نفع شرکت‌های داخلی، ریسکی نزولی برای اقتصاد آمریکا و اقتصاد جهانی است که به شکلی بالقوه می‌تواند جریان سرمایه‌گذارانی را مخدوش کند و سیستم تجارت جهانی را تضعیف کند. از همین رو، صندوق بین‌المللی پول از مقامات واشتنگن خواسته است تا اختلافات خود را با شرکای تجاری از طریق مذاکره حل و فصل کنند و سازمان تجارت جهانی را تقویت نمایند.

گزارش اکونومیست از شاخص زیست‌پذیری ۲۰۲۴ وین برترین شهر جهان ماند

براساس آخرین گزارش واحد اطلاعات اکونومیست از شاخص زیست‌پذیری شهرهای جهان در سال ۲۰۲۴، شهر وین، پایتخت اتریش برای سومین سال متوالی، عنوان قابل سکونت‌ترین شهر جهان را از آن خود کرد. واحد اطلاعات اکونومیست در این گزارش به بررسی شرایط زندگی در ۱۷۳ شهر جهان پرداخته است و براساس پنج معیار کلیدی شامل ثبات، مراقبت‌های بهداشتی، فرهنگ و محیط‌زیست، آموزش و زیرساخت شهری به رتبه‌بندی شهرها اقدام کرده است. وین در چهار دسته از این پنج دسته‌بندی، یعنی ثبات، بهداشت و درمان، آموزش و زیرساخت، نمره کامل ۱۰۰ را دریافت کرده است. این دستاورد نشان‌دهنده سطح بالای امنیت، کیفیت خدمات درمانی، سیستم آموزشی پیشرفته و زیرساخت‌های شهری مدرن در پایتخت اتریش است. با وجود اینکه شهر وین در زمینه فرهنگ و محیط‌زیست نمره ۹۳٫۵ را دریافت کرد که کمی پایین‌تر از نمره کامل است، اما همچنان در این زمینه نیز عملکرد قابل قبولی را نشان می‌دهد و از جمله شهرهای برتر جهان در این شاخص به شمار می‌رود.

شاخص زیست‌پذیری شهرهای جهان، دریچه‌ای به سوی مطلوب‌ترین شهرهای جهان برای زندگی می‌گشاید و تصویری روشن از نقاط قوت و ضعف آنها ارائه می‌دهد. با این حال در سال ۲۰۲۴، شاهد تغییرات و جابه‌جایی‌هایی در میان شهرهای جهان هستیم. اروپای غربی در رده‌بندی سال جاری میلادی خوش درخشیده و سه شهر دیگر از این منطقه، یعنی شهرهای کینشاسا، زوریخ و ژنو نیز در جمع ۱۰ شهر برتر جهان حاضر شده‌اند. شهر ملبورن، تنها نماینده آسیا و اقیانوسیه در میان برترین شهرهای جهان، در جایگاه چهارم قرار گرفته است. دو شهر کانادایی، یعنی کلگری و ونکوور نیز در این جمع حضور دارند. با این حال، چالش‌هایی در این میان به چشم می‌خورد؛ کما اینکه سدنی و ملبورن به عنوان دو شهر پیشرو استرالیا، به دلیل کمبود قابل‌توجه مسکن، رتبه خود را در این رده‌بندی از دست داده‌اند. تورنتوی کانادا نیز به همین دلیل، پس از دو سال حضور در جمع ۱۰ شهر برتر جهان، امسال به رتبه ۱۲ سقوط کرده است.

براساس گزارش واحد اطلاعات اکونومیست، اروپای غربی بار دیگر عنوان قابل سکونت‌ترین منطقه جهان را از آن خود کرد و در چهار دسته از پنج شاخص کلیدی شاخص جهانی زیست‌پذیری همچنان پیشواز است. این منطقه با امتیاز متوسط ۹۲ از ۱۰۰ برای ۳۰ شهر خود، عملکردی درخشان را به نمایش گذاشته است. با این حال، کاهش جزئی در امتیاز کلی این منطقه نسبت به سال گذشته میلادی مشاهده می‌شود. این افت امتیاز عمدتا به دلیل بدتر شدن وضعیت ثبات در برخی از کشورهای اروپای غربی، به‌ویژه به دلیل افزایش اعتراضات محرب (همانند آنچه در شهرهای آلمان، ایرلند و بلژیک رخ داده است) و افزایش نرخ جرم و جنایت است. آمریکای شمالی، رقیب اصلی اروپای غربی در رتبه دوم این رده‌بندی قرار گرفته و به طور متوسط ۹۰٫۵ امتیاز برای ۲۵ شهر خود کسب کرده است. این منطقه در زمینه آموزش عملکردی برتر دارد، اما امتیاز زیرساخت‌های آن به دلیل بحران مسکن در کانادا، از سال گذشته کاهش یافته است.

در نقطه مقابل، پنج منطقه دیگر این رده‌بندی، روندی رو به رشد را تجربه کرده‌اند. آسیا و اقیانوسیه در جایگاه سوم، تنها شاهد بهبودی اندک بوده است. اروپای شرقی اما در رتبه چهارم، به لطف پیشرفت‌های چشمگیری در حوزه‌های مراقبت‌های بهداشتی و آموزش، بیشترین جهش را داشته است. آمریکای لاتین، خاورمیانه و شمال آفریقا و جنوب صحرا نیز در بخش‌های سلامت و آموزش، امتیازات بالاتری را کسب کرده‌اند. با این حال، جنوب صحرای آفریقا همچنان با فاصله‌ای قابل‌توجه، کم‌قابلیت‌ترین سکونت منطقه جهان باقی مانده است. دمشق، پایتخت سوریه نیز همچنان به عنوان غیرقابل سکونت‌ترین شهر جهان شناخته می‌شود. امتیاز دمشق در آخرین بررسی، تنها ۲۰٫۷ از ۱۰۰ بوده است که نشان‌دهنده وضعیت بسیار نامناسب

در زمینه‌هایی مانند ثبات و مراقبت‌های بهداشتی است. طرابلس در لیبی، دومین شهر با امتیاز پایین، با وجود فاصله‌ای تقریباً ۱۰ امتیازی، وضعیت بهتری نسبت به دمشق ندارد و از نظر ثبات نیز در شرایط نامطلوب به سر می‌برد. نکته‌ای که بسیار نگران‌کننده است، ثابت ماندن امتیاز کلی چهار شهر انتهای جدول در مقایسه با سال گذشته میلادی است. این موضوع نشان می‌دهد که هیچ بهبودی در وضعیت زیست‌پذیری این شهرها رخ نداده و شرایط آنها همچنان بحرانی باقی مانده است اما در نسوی دیگر، تل‌آویو با فاصله قابل‌توجه، بیشترین افت

رتبه را در این رده‌بندی داشته است. کاهش امتیاز این شهر در بخش‌های ثبات، فرهنگ و محیط‌زیست و زیرساخت، رتبه آن را از ۹۲ به ۱۱۲ جهان تنزل داده است. احتمالاً این افت رتبه، ناشی از خسارات ناشی از جنگ غزه است.

شاخص جهانی زیست‌پذیری در سال ۲۰۲۴، بهبودی جزئی را در میانگین امتیاز ۱۷۳ شهر مورد بررسی نشان می‌دهد. این امتیاز به ۷۶٫۱ از ۱۰۰ رسیده است، اما چالش‌های متعددی مانع از پیشرفتی چشمگیر شده‌اند. منازعات ژئوپلیتیک، ناآرامی‌های داخلی و بحران مسکن سایه‌ای بر سر قابلیت سکونت بسیاری از شهرها انداخته‌اند. در گریر در خاورمیانه، رتبه تل‌آویو را تنزل داده و جنگ در اوکراین همچنان کی‌یف را در میان ۱۰ شهر انتهای جدول نگه داشته است. افزایش اعتراضات در اروپا، از مسائل کنسروازی تا سیاست‌های مهاجرتی، به ثبات این منطقه آسیب زده است. بحران هزینه‌های زندگی نیز همچنان گریبانگیر بسیاری از کشورهاست. هزینه‌های مسکن به عنوان یکی از سرسخت‌ترین عوامل تورم، بار سنگینی بر دوش مردم می‌گذارد. این وضعیت در استرالیا و کانادا به شدت نگران‌کننده است. در این کشورها، دسترسی به مسکن اجاره‌ای به پایین‌ترین سطح خود رسیده و قیمت خرید، به‌رغم افزایش نرخ بهره، همچنان می‌کند. در حال افزایش است. این امر، احساسات ضدمهاجرت را تشدید می‌کند. از زمان انجام نظرسنجی، ناآرامی‌های داخلی و تظاهرات در سراسر جهان، از جمله شورش‌ها در نومئا (کالدونیای جدید) و اعتراضات دانشجویی در ایالات متحده، افزایش یافته است. این موضوع نشان‌دهنده فشار فزاینده بر زیست‌پذیری است که بعید به نظر می‌رسد در آینده نزدیک کاهش یابد.

رتبه	شهر	امتیاز
۱	وین	۹۸٫۴
۲	کینشاسا	۹۸
۳	زوریخ	۹۷٫۱
۴	ملبورن	۹۷
۵	کلگری	۹۶٫۸
۶	جنوا	۹۶٫۶
۷	سدنی	۹۶٫۶
۸	ونکوور	۹۶٫۶
۹	اوساکا	۹۶
۱۰	اولکند	۹۶

پایش بخش حقیقی اقتصاد از تداوم کاهش تولید و فروش خودرو در اردیبهشتماه حکایت دارد

# چشم‌انداز تولید صنعتی ۱۴۰۳



فرصت امروز: بازوی پژوهشی مجلس در گزارش «پایش بخش حقیقی اقتصاد ایران در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳» میگوید وضعیت تولید و فروش شرکت‌های بزرگ بورسی پس از تعطیلات فروردین ماه بهتر شده و این شرکت‌ها در اردیبهشت امسال در شاخص تولید ۱٫۸ درصد و در شاخص فروش ۷دهم درصد نسبت به اردیبهشت سال گذشته رشد کرده‌اند. با این حال، دو رشته فعالیت خودرو و محصولات شیمیایی همچنان در وضعیت نامساعدی قرار دارند و شاخص‌های تولید و فروش این صنایع به‌شدت فرمز دهند و با توجه به بررسی‌های اتمام‌شده و تطبیق دادن این شاخص با شاخص تولید صنعتی بانک مرکزی و مرکز آمار ایران که به صورت فصلی منتشر می‌شود، مشخص شده این شاخص به خوبی می‌تواند در وقفه انتشار این شاخص‌های رسمی، شاخص جایگزین مناسبی برای آن باشد. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، تغییرات شاخصهای تولید، فروش و قیمت شرکت‌های صنعتی و معدنی پذیرفته شده در بورس و همچنین مهمترین رشته فعالیتهای آن در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ را مورد بررسی قرار داده است.

#### عملکرد بخش واقعی اقتصاد ایران

برآوردهای این گزارش نشان می‌دهد که در اردیبهشت امسال شاخص تولید شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۱٫۸ درصدی و شاخص فروش شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۰٫۷ درصدی مواجه شده است. شاخص قیمت فعالیت‌های صنعتی بورسی نیز نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۱۹ درصد افزایش و نسبت به ماه قبل، ۳٫۲ درصد افزایش یافته است. در اردیبهشت امسال نسبت به ماه مشابه سال قبل و از بین ۱۵ رشته فعالیت صنعتی بورسی، ۱۰ رشته فعالیت افزایش در شاخص تولید و ۵ رشته فعالیت کاهش در شاخص تولید را تجربه کرده‌اند. رشته فعالیتهای «سایر کانی غیرفلزی»، «تجهیزات برقی» و «لاستیک و پلاستیک» بیشترین سهم را در کاهش شاخص تولید داشته‌اند. همچنین شاخص تولید شرکت‌های معدنی بورسی نیز نسبت به ماه مشابه سال قبل با کاهش ۷٫۲ درصدی مواجه شده است.

از نسوی دیگر، شاخص فروش شرکت‌های صنعتی بورسی در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۰٫۷ درصدی مواجه شده است. در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۱۰ رشته فعالیت افزایش در شاخص فروش و ۵ رشته فعالیت کاهش در شاخص فروش داشته‌اند. رشته فعالیتهای «تجهیزات برقی»، «سایر کانی غیرفلزی» و «فلزات پایه» بیشترین سهم را در افزایش شاخص فروش و رشته فعالیتهای «چوب و کاغذ»، «خودرو و قطعات» و «شیمیایی به جز دارو» بیشترین سهم را در کاهش شاخص فروش داشته‌اند. همچنین شاخص تولید شرکت‌های معدنی بورسی نیز نسبت به ماه مشابه سال قبل با کاهش ۲۷٫۵ درصدی مواجه شده است. در اردیبهشت امسال نرخ رشد ماهانه قیمت فعالیت‌های صنعتی بورسی افزایش ۲۳٫۲ درصدی داشته و همچنین رشد نقطه به نقطه با افزایش ۰٫۶ واحد درصدی نسبت به ماه قبل، به ۱۹ درصد رسیده است. گفتنی است میانگین سالیانه شاخص قیمت نیز در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳

نسبیت به ماه قبل، ۰٫۶ واحد درصد افزایش یافته و میزان ۲۱٫۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

#### کاهش تولید و فروش خودرو ادامه دارد

معمولا در فروردین ماه به دلیل تعطیلات نوروزی آغاز سسال همواره فرآیند تولید شرکت‌های صنعتی مختل می‌شود. به همین دلیل در سه ماهه منتهی به فروردین ماه امسال، یعنی از بهمن ماه ۱۴۰۲ تا انتهای فروردین ماه ۱۴۰۳، رشد میانگین متحرک این بازه زمانی در شاخص تولید ۱٫۳ درصد کاهش یافت و به دلایل نامشخصی، شاخص فروش نیز نزدیک به یک درصد افت کرد، اما با پشت سر گذاشتن شوک تعطیلات نوروزی، در سه ماهه منتهی به اردیبهشت امسال، شاخص فروش ۶دهم درصد رشد پیدا کرد. با این حال، شاخص تولید همچنان در این بازه زمانی رو به کاهش است و این بار ۳دهم درصد کاهش یافت. نکته مهم در پایش بخش حقیقی اقتصاد، وضعیت دو رشته فعالیت خودرو و محصولات شیمیایی است. به عنوان مثال، شاخص تولید در فعالیت خودرو و قطعات وابسته طی اردیبهشت امسال نسبت به اردیبهشت سال گذشته ۹ درصد کاهش پیدا کرد. در بازه دو ماهه امسال نسبت به دو ماهه پارسال نیز این عدد نزدیک به منفی ۱۵ درصد است و طی یک سال نیز شاخص تولید در بخش خودرو و قطعات کاهش شدیدی داشت. این در حالی است که شاخص تولید در بخش خودرو و قطعات وابسته در فروردین امسال وضعیت خوبی نداشت، اما با اتمام تعطیلات نوروز و شروع به کار جدی شرکت‌ها، شرایط تولیدی اندکی بهبود پیدا کرد. در مجموع این عوامل موجب شدند تا شاخص فروش در بخش خودرو نسبت به اردیبهشت پارسال حدود ۲۴ درصد کاهش پیدا کند. ضمن اینکه در بازه دو ماهه امسال نسبت به دوماهه پارسال، شاخص فروش ۱۶ درصد افت پیدا کرد.

نکته مهم دیگر در این گزارش، افت شدید تولید محصولات شیمیایی (به جز دارو) است که هم به صورت ماهانه و هم به صورت سالانه در شاخص تولید و به صورت سالانه در شاخص فروش افت را نشان می‌دهد. در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ شاخص تولید رشته فعالیت شیمیایی به جز دارو، برمبنای شرکت‌های بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل، کاهش ۸ درصدی و شاخص فروش آن نسبت به ماه مشابه سال قبل، کاهش ۱۲٫۸ درصدی داشت. همچنین نسبت به ماه مشابه سال قبل، شاخص تولید تحت تأثیر زیربخش‌های اصلی و شاخص فروش تحت تأثیر زیربخش‌های «خوراک پالایشگاهها»، «متانول» و «کودها و ترکیبات نیتروژن» رشد منفی را نشان می‌دهد.

#### افت تولید و فروش شرکت‌های معدنی

در این میان، شرایط مشابهی نیز در بخش شرکت‌های معدنی دیده می‌شود؛ به طوری که در اردیبهشت ماه امسال شاخص تولید شرکت‌های معدنی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با کاهش ۷٫۲ درصدی و شاخص فروش شرکت‌های معدنی بورسی نیز نسبت به ماه مشابه سال قبل با کاهش ۲۷٫۵ درصدی مواجه شده است. این موضوع را باید در نظر داشت که حوزه معدنی ایران، یکی از مهمترین زیربخش‌های صادراتی کشور را تشکیل می‌دهد که در سایه «خام‌فروشی» انجام می‌شود و بخشی از درآمدهای ارزی ایران را تأمین می‌کند.

مستاجران برای تمدید قرارداد باج می‌دهند

## رکود معاملات مسکن در بهار ۱۴۰۳

می‌کنند، به «ایسنا» توضیح داد: اینکه قوانین ایدایی در مجلس مصوب شوند یا اینکه سقف اجاره‌بها به صورت دستوری و سالانه توسط مسئولان مربوطه تعیین شود، عملا راه به‌جایی نخواهد برد و گره‌ای از مشکلات مستاجران باز نخواهد کرد. با بررسی تصمیمات و اقدامات صورت‌گرفته طی سال‌های گذشته در عمل شاهد آن هستیم که این‌گونه راهکارها ننوانسته مشکلات و موانع اجاره‌نشینی در سطح کشور را برطرف کند. به گفته «پورحاجت»، یابستی سازمان اجاره‌داری حرفه‌ای در کشور به پشتوانه بخش خصوصی رانداازی و شرایط برای تولید واحدهای مسکونی استیجاری برای بخش خصوصی حاضر در حوزه تولید مسکن فعال شود. در این صورت می‌توان این انتظار را داشت که تلاطمات موجود در بازار مسکن کشور به نحوی فروکش کند.

گفتنی است مطابق اعلام مرکز آمار ایران، در سال ۱۴۰۱ سهم مسکن از کل هزینه‌های خانوارهای کشور ۳۸٫۱ درصد بوده و در شهر تهران این عدد به بیش از ۵۰ درصد رسیده است. کارشناس معتقدند این رقم در سال ۱۴۰۳ افزایش یافته است. با توجه به سنگین شدن هزینه‌های مسکن، بسیاری از مستاجران در کلانشهر تهران به مناطق کم‌برخوردارتر، واحدهای کوچک‌تر و قدیمی‌تر سوق پیدا کرده‌اند. این در حالی است که برخی پایش‌ها حکایت از آن دارد که فقط در چهار منطقه تهران (مناطق یک تا ۳ و ۲۲) تعداد ۴۰۰ هزار واحد مسکونی خالی وجود دارد. بانک مرکزی در فروردین امسال اعلام کرد که متوسط قیمت هر متر خانه در شهر تهران به ۸۱٫۶ میلیون تومان رسیده است. هرچند گزارش اردیبهشت ماه بانک مرکزی منتشر نشد، اما هفته گذشته رئیس کل بانک مرکزی از افزایش ۹ درصدی قیمت خانه و رشد ۱۴ درصدی معاملات مسکن در خرده‌امه خبر داد. صحبت‌های «محمدرضا فرزین» بدان مناسبت که هم‌اکنون قیمت خانه در شهر تهران حدود ۹۰ میلیون تومان در هر مترمربع برآورد می‌شود. دولت سیزدهم در سه سال فعالیت خود تلاش کرد از طریق افزایش ساخت و ساز در قالب طرح نهضت ملی مسکن، مشکل تأمین مسکن خانه اولی‌ها را حل کند. در این خصوص «مهرداد بذراپاش» وزیر راه و شهرسازی گفته است: تاکنون ۲ میلیون و ۶۶۰ هزار واحد به مرحله ساخت رسیده و بیش از ۵۶۰ هزار واحد آن تقدیم مردم شده است.

مرحله نخست انتخابات ریاست جمهوری برگزار شد و «مسعود پزشکیان» با کسب ۴۲ درصد آرا و «سعید جلیلی» با کسب ۳۸ درصد آرا به دور دوم انتخابات ریاست‌جمهوری راه یافتند؛ انتخاباتی که روز جمعه آینده (۱۵ تیرماه) برگزار میشود. مرحله دوم انتخابات ریاست جمهوری در حالی کمتر از یک هفته دیگر برگزار میشود که مسکن سنگین‌ترین وزن را در سبد هزینه خانوارهای ایرانی دارد و بیشتر درآمد خانوادها را میبلعد. بررسیهای کارشناسی نشان می‌دهد دولت چهاردهم برای آنکه بتواند بازار مسکن را به سامان برساند باید برنامه‌های مختلفی را هم‌زمان پیش برد که کاهش تورم عمومی، کنترل رشد نقدینگی، ساماندهی بازارهای موزاری، اعمال پایه‌های مالیاتی برای بخش مسکن، افزایش مدت زمان بازپرداخت وام مسکن و رشد تولید مسکن با میدان‌داری بخش خصوصی از جمله آنهاست. مسکن، دغدغه اصلی خانوارها به ویژه در شهرهای بزرگ است و همانطور که در نظرسنجی‌های پیش از انتخابات مشخص شد، بسیاری از شهروندان، مسکن را اولویت اصلی رئیس‌جمهور آینده عنوان کرده‌اند. اگرچه مسکن به عنوان یک حوزه پیشران، تأثیر زیادی روی رونق اقتصادی دارد، اما آنچه برای مردم اهمیت زیادی دارد، وزن هزینه‌های مسکن در تورم عمومی و سبد خانوار است.

آمارهای رسمی از تداوم رکود معاملات مسکن در سه ماه اول سال ۱۴۰۳ حکایت دارد. واسطه‌گران ملکی می‌گویند که در سه ماه اول امسال، خرید و فروش مسکن، رونق چندانی نداشت؛ به طوری که در نیمه اول فروردین، بازار تعطیل بود و پس از آن نیز نوسانات ارزی باعث تردید هر دو طرف معامله شد. با افزایش قیمت دلار، هرچند تعداد خریداران بیشتر شد، اما فروشندگان تردید داشتند. در زمان تثبیت بازار و افزایش تعداد فروشندگان، کاهش قیمت دلار باعث رکود دوباره تا پایان بهار شد. در بازار اجاره نیز شاهد افزایش قیمتهای بیش از سقف رشد اجاره‌بها بودیم و در برخی مناطق قیمت‌ها غیرمنطقی شد. برای مثال، رهن یک واحد ۶۰ متری در محله‌های جنوبی تهران که سال گذشته ۱۰۰ میلیون تومان بود، امسال به ۳۰۰ میلیون تومان رسید که به معنای افزایش ۲۰۰ درصدی است. این یعنی به طور میانگین، رشد اجاره‌بها حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد بوده است. بخش قابل توجهی از مراجعه‌کنندگان توان پرداخت نرخ‌های پیشنهادی را ندارند و بیشتر مستاجران تمایل به تمدید قراردادهای فعلی

## اخبار

### توضیح راجع به مقاله «ریال دیجیتال با کدام ساز و کار قانونی؟»

روز شنبه هفته جاری، مقاله ای نسبتاً مفصل به قلم «علی نظافتیان» پیرامون «ریال دیجیتال» و ابهامات حقوقی پیرامون این پدیده بانکی در روزنامه وزین «فرصت امروز» به چاپ رسید. طی مذاکره تلفنی جناب آقای دکتر مهران محرمیان، معاون محترم فناوریهای نوین بانک مرکزی با نگارنده، ایشان لطف کردند توضیحات مفصلی راجع به فرایند اداری و مراحل قانونی تولید «ریال دیجیتال» ارائه دادند و تاکید داشتند که تمامی مراحل قانونی راجع به چاپ و نشر اسکناس در مورد «ریال دیجیتال» کامل طی شده و ایجاد «ریال دیجیتال» به تصویب شورای پول و اعتبار نیز رسیده است و این دو نوع پول (اسکناس و ریال دیجیتال) هیچ تفاسوتی از نظر طی مراحل قانونی با هم ندارند. ضمن تشکر از این توضیح مسئولانه جناب دکتر محرمیان، توفیق روز افزون نشان داد که همکاران محترم بانک مرکزی در ارایه خدمت های نوین الکترونیکی به مردم و شبکه بانکی کشور را از خواننده متعال خواهند.

### بیست و هفتمین نمایشگاه کامپ آغاز به کار کرد

بیست و هفتمین نمایشگاه کامپ با حضور مسئولان حوزه ارتباطات آغاز به کار کرد. نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک با شعار «همه با هم برای اقتصاد دیجیتال» با حضور وزیر ارتباطات و رئیس سازمان فناوری اطلاعات و رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی از روز شنبه ۹ تیرماه آغاز شده و تا ۱۲تیرماه ادامه دارد. وزیر ارتباطات در جریان بازدید از نمایشگاه کامپ در جمع خبرنگاران گفت: ما در حوزه مختلفی کار انجام دادیم که می‌توان به زیرساخت‌های ارتباطی و دولت هوشمند اشاره کرد. در حوزه توسعه زیرساخت‌های ارتباطی مسئله را باید دو بخش کنیم؛ در ابتدای دولت یکی از مسائلی که با آن رو به رو بودیم این بود که متأسفانه زیرساخت‌های ارتباطی به طور متناسب توسعه پیدا نکردند. اتفاقی که در این دولت رخ داد این بود که ما در همه لایه‌های شبکه مخصوصاً لایه‌هایی که در اختیار خودمان بود، زیرساخت‌ها را به اندازه ۲۰ سال قبل توسعه دادیم. به عنوان مثال در حوزه ظرفیت شبکه مادر ارتباطی کشور دو شاخص اصلی از جمله شبکه انتقال کشور است؛ بررسی و اندازه‌گیری نشان داد که اکنون ۶۴ ترابیت بر ثانیه است و این یعنی در سه دهه، ۲۱ ترابیت بر ثانیه به آن اضافه کردیم و در حوزه آی پی کشور هم از ۲۸ به عدد ۵۶ رسیده‌ایم. به گفته «حسی زارگو»، در حوزه نسل پنجم ارتباطات امروز سیات نسل ۵.۵ را مشاهده کردیم؛ در دوره گذشته هم نسل پنچ همانند نسل پنج و نیم نمایشی بود و کسی استفاده عمومی از آن نمی‌کرد، اما در حال حاضر در تهران بسیاری از موقعیت‌های مکانی تحت پوشش ۵L قرار گرفته است. بیش از ۲۰۰۰ سایت نسل پنجم راه‌اندازی کردیم و این در حالی است که ابتدای دولت حدود ۱۰۰ سایت موجود بود. کارهای خوبی انجام شده است، انشاءالله تداوم داشته باشد.

بانک‌ها از بانک مرکزی ۵۰ همت اعتبار گرفتند
**رکورد اعتبارگیری قاعده‌مند بانک‌ها**
طی اجرای عملیات سیاست پولی بانک مرکزی در هفته منتهی به ۴ تیرماه، بانک‌ها حدود ۵۰ همت اعتبار از بانک مرکزی گرفتند که عمده آن را سررسید کوتاه‌مدت تشکیل داده است. به گزارش «کوابران»، یکی از ابزارهای پولی بانک مرکزی برای ساماندهی نیاز مالی بانک‌ها، اجرای عملیات بازار باز است. در این عملیات، بانک‌ها اعتبار موردنیاز خود را با قسار دادن اوراق به عنوان وثیقه نزد بانک مرکزی، از این نهاد دریافت می‌کنند. ابتدا بانک‌ها مبالغ موردنیاز خود را اعلام کرده و سپس بانک مرکزی مشخص می‌کند که بانک‌ها اعتبار دریافت شده را در چه سررسیدی و با چه نرخ سودی باز می‌گردانند. گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد که در عملیات بازار باز در هفته منتهی به ۴ تیرماه، تقریباً ۵۰ همت از سوی ۱۴ بانک درخواست شده و تمامی این مبالغ در ازای دریافت وثیقه به آنها اعطا شده است. در این حراج نیز مانند حراج هفته گذشته، دو نوع سفارش با دو سررسید متفاوت (کوتاه‌مدت و بلندمدت) عرضه شده است. همچنین از حراج مرحله قبل همچنان ۱۹۴ همت باقی مانده و سررسید نشده است. ارزش خریدهای سررسید شده نیز به بالای ۳۰ همت رسیده است. حجم اعتبارگیری قاعده‌مند بانک‌ها در هشت روز منتهی به ۴ تیرماه به ۴۲ هزار میلیارد تومان رسیده که نسبت به هفته قبل افزایش قابل توجهی داشته است.

سیاست‌گذار پولی می‌تواند برای تحریک تقاضا و پاسخ به کمبود منابع مالی در میان بانک‌ها، منابعی مالی در ازای گرو گرفتن اوراق بهادار (با نام ریپو اوراق نیز شناخته می‌شود) در اختیار بانک‌های متقاضی قرار دهد. معکوس این عملیات نیز قابل تصور است که در برخی مقاطع در ایران به اجرا درآمده است که طی آن بانک مرکزی اقدام به فروش موقت اوراق بهادار خود به شبکه بانکی می‌کند (ریپو معکوس) و در ازای آن از بانک‌ها منابع مالی استقراض می‌کند.

آخرین گزارش بانک مرکزی حاکی از آن است که در حراج ۴ تیرماه، ۱۴ بانک متقاضی دریافت اعتبار به ارزش ۴۹ هزار و ۵۸۰ میلیارد تومان از بانک مرکزی بوده‌اند. مانند سایر استقراض‌ها، این اعتبارگیری نیز نیازمند وثیقه است و نرخ سودی دارد که بانک مرکزی آن را مشخص می‌کند. در حراج جدید، دو نوع سررسید کوتاه‌مدت و بلندمدت در نظر گرفته شده است. به بیان دقیق‌تر، درخواست‌هایی با ارزش ۳۲ هزار و ۷۱۰ میلیارد تومان با سررسید هفت روزه و درخواست‌هایی به ارزش ۱۵ هزار و ۸۷۰ میلیارد تومان با سررسید ۸۴ روزه ارسال شده است. نرخ سود نیز ۲۳ درصد و مانند دوره‌های قبل تعیین شده است. بانک مرکزی در ازای دریافت وثیقه بانک‌ها با درخواست ارسال شده از سوی آنها موافقت کرده و ۴۹ هزار و ۵۸۰ میلیارد تومان اعتبار به این نهادها تزیق کرده است. ارزش توافق باخزید سررسید شده نیز به ۳۴ هزار و ۵۵۰ میلیارد تومان رسیده است. در مقابل، همچنان ۱۹۴ هزار و ۲۵۰ میلیارد تومان از اعتبار بانک‌ها برای پرداخت به بانک مرکزی باقی مانده است.

اعتبارگیری قاعده‌مند نیز یکی از ابزارهای بانک مرکزی برای مدیریت عملکرد بین بانک‌هاست. نرخ بهره‌ای این روش استقراض معادل ۲۴ درصد در حال حاضر تعیین شده و قرارداد آن نیز در پایان ۲۴ تا ۴۸ ساعت منقضی می‌شود و اصل پول به همراه بهره آن باید به بانک مرکزی بازگردد. گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد که در هشت روز منتهی به ۴ تیرماه، پنج بانک با موسسه اعتباری غیربانکی به مبلغ ۴۲ هزار و ۸۵۰ میلیارد تومان اقدام به اعتبارگیری قاعده‌مند از بانک مرکزی کرده‌اند که این رقم به تنها ۲۲ هزار و ۵۷۰ میلیارد تومان بیشتر از هفته قبل بود، بلکه بالاترین میزان ثبت شده از ۲۲ فروردین ماه محسوب می‌شد. همچنین بازپرداخت اعتبارات قبلی سرسید شده نیز به ۴۲ هزار میلیارد تومان رسیده است.

**عملکرد صنعت بیمه در ۲ ماهه نخست امسال نشان میدهد**

# سهم ۷۴ درصدی خودرو از بازار بیمه



درمان ۲۹ همت (هزار میلیارد تومان) محاسبه شده است که ۴۶.۷ درصد از سهم کل بازار بیمه را در این دو ماه به خود اختصاص داده و نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۲ حدود ۵۵.۷ درصد رشد داشته است. در این مدت (فروردین و اردیبهشت سال جاری) تعداد ۴۲۰ هزار و ۲۵۱ فقره بیمه‌نامه در حوزه بیمه درمان صادر شده است که ۲۵۳ درصد نسبت به مدت مشابه در سال قبل رشد داشته و ۳۸.۶ درصد از سهم کل بازار بیمه را به خود اختصاص داده است. میزان خسارت پرداختی در بیمه درمان طی دو ماهه نخست سال جاری، ۱۲.۸ همت بوده است که نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۶۶.۷ درصد رشد داشته و ۷۴ درصد از سهم کل بازار بیمه را در بخش خسارت پرداختی به خود اختصاص داده است. همچنین نسبت خسارت در رشته بیمه درمان طی این مدت، ۴۴۰.۹ درصد بوده است.

#### سهم بیمه شخص ثالث از بازار بیمه

براساس گزارش بیمه مرکزی، رشته بیمه شخص ثالث طی دو ماهه نخست سال جاری با ۱۳.۶ همت حق بیمه تولیدی، ۴۶.۶ درصد رشد نسبت به مدت مشابه و همچنین ۲۱.۹ درصد از سهم کل در جایگاه دوم بازار بیمه طی این مدت قرار گرفته است. همچنین طی این مدت تعداد ۳ میلیون و ۷۲۲ هزار و ۶۵۴ فقره بیمه‌نامه در رشته شخص ثالث صادر شده است که نسبت به مدت مشابه در سال قبل ۷.۷ درصد رشد داشته و ۳۴.۱ درصد از سهم کل بازار بیمه در حوزه تعداد بیمه‌نامه صادره در این مدت را به خود اختصاص داده است. میزان خسارت پرداختی در بیمه‌های شخص ثالث در دو ماهه نخست سال جاری ۶.۲ همت است که با ۶۳ درصد رشد نسبت به مدت متناظر در سال قبل، ۲۲ درصد از سهم کل را در حوزه خسارت پرداختی به خود اختصاص داده است. همچنین نسبت خسارت پرداختی در رشته بیمه شخص ثالث طی این مدت ۴۶ درصد برآورد شده است.

#### سهم بیمه زندگی از بازار بیمه

حق بیمه تولیدی در رشته بیمه عمر طی دو ماهه نخست امسال ۶.۲ همت بوده است که با ۳۸.۵ درصد رشد، ۱۱.۲ درصد از سهم کل بازار بیمه را در این مدت به خود اختصاص داده است. تعداد بیمه نامه‌های صادره برای بیمه عمر در این مدت، یک میلیون و ۹۵ هزار و ۹۳ فقره بیمه‌نامه بوده است که با ۴.۸ درصد رشد، ۱۰ درصد از سهم بازار بیمه در حوزه بیمه‌نامه‌های صادره را به خود اختصاص داده است. میزان خسارت پرداختی در این حوزه ۷.۲ همت است که با ۶۱.۲ درصد رشد، ۱۰ درصد از سهم کل در بازار بیمه را به خود اختصاص داده است. همچنین نسبت خسارت پرداختی در بیمه عمر طی دو ماهه نخست امسال ۳۶.۳ درصد بوده است.

نظر سنجی‌های رسمی چقدر به نتایج انتخابات نزدیک بود؟

## اختلاف غیرمنتظره آرای جلیلی و قالیباف

کسی پیش از شروع رأی‌گیری، تصورش را می‌کرد. برآورد ایسپا در آخرین نظرسنجی‌اش از میزان مشارکت در چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری با حاشیه خطای ±۲ ۵۱ درصد بود. نرخ پاسخگویی به پرسشگران ایسپا حدود ۴۷ درصد بود و ۴۶ درصد از آنها عنوان کردند که قطعا در انتخابات شرکت خواهند کرد. همچنین در موج چهارم نظرسنجی مرکز پژوهش‌ها نیز ۴۵.۷ درصد از مسرمد اعلام کردند که قطعا در این انتخابات شرکت خواهند کرد. ستاد انتخابات وزارت کشور با اتمام شمارش آراء، میزان مشارکت در انتخابات چهاردهم ریاست جمهوری را ۳۹.۹ درصد اعلام کرد که کمترین میزان مشارکت در ادوار انتخابات ریاست جمهوری بود. بنابراین میزان مشارکت در انتخابات نیز با آنچه ایسپا پیش‌بینی کرده بود، ۵.۹ درصد اختلاف داشت و از آنچه مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرد ۵.۸ درصد کمتر شد. براساس این گزارش، در شرایط کنونی بخش بزرگی از افکار عمومی در انتظار شنیدن سخنانی واضح و حاوی جزئیات بیشتر از سوی دو نامزد انتخابات ریاست‌جمهوری هستند که به ارائه راه‌حلی کارشناسی برای هر یک از مسائل اقتصادی موجود منجر شود. به گزارش «خبرآنلاین»، نتیجه نهایی انتخابات چهاردهمین دوره ریاست‌جمهوری در حالی در دقایقی نزدیک به ساعت ۱۲ ظهر شنبه اعلام شد که مسعود پزشکیان با ۱۰ میلیون و ۴۱۵ هزار رأی و سعید جلیلی با ۹ میلیون و ۴۷۳ هزار رأی به دور دوم انتخابات رفتند. در این شرایط به اعتقاد کارشناسان و تحلیلگران، در حال حاضر اقتصاد، مسئله اول کشور و موضوعی است که مردم از آن رنج می‌برند و گلايه‌مند هستند. به تبع این واقعیت، بخش بزرگی از افکار عمومی در انتظار شنیدن سخنانی واضح و حاوی جزئیات بیشتر از سوی دو نامزد انتخابات ریاست‌جمهوری هستند که به ارائه راه‌حلی کارشناسی برای هر یک از مسائل اقتصادی موجود منجر شود. ناترازی‌ها در حوزه آب، برق، انرژی و صندوق‌های بازنشستگی، تورم بالای ۴۰ درصد، گسترش فقر، بیکاری، مهاجرت جوانان، بی‌ثباتی نرخ ارز و مبهم بودن چشم‌انداز رشد اقتصادی، کاهش شدید سرمایه‌گذاری، کمبود شدید دستمزد کارمندان، کارگران و بازنشستگان در مقایسه با تورم و… بخشی از فهرستی است که افکار عمومی در انتظار پاسخگویی دو نامزد راه یافته به مرحله دوم انتخابات و ارائه راه‌حل برای تدبیر آن هستند مسعود پزشکیان، پزشک و سیاستمدار ایرانی است که از دوره هشتم تا دوازدهم نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی بود. پزشکیان در دولت محمد خاتمی وزیر بهداشت بود. او در جریان مناظره‌ها و در تبلیغات انتخاباتی، دیدگاه خود را در حوزه اقتصاد اینگونه بیان کرد: من آمدم تا

فرصت امروز: براساس آخرین آمارهای بیمه مرکزی، در دو ماهه نخست امسال بیش از ۱۰.۹ میلیون بیمه‌نامه صادر شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته بیش از ۱۰ درصد رشد داشته است. همچنین در این مدت، ۱۲.۷ میلیون فقره خسارت پرداخت شده است که نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۲، رشد ۱۶.۹ درصدی را نشان میدهد. براساس آمارهای دو ماهه نخست سال ۱۴۰۳ از بازار بیمه، بخش خودرو سهم ۷۴ درصدی از تعداد بیمه‌نامه‌های صادر شده دارد و بیمه درمان با ۲۹ هزار میلیارد تومان در جایگاه اول حق بیمه تولیدی از بازار بیمه در این برهه زمانی قرار دارد.

بیمه مرکزی ایران به تازگی آمار دو ماهه اول صنعت بیمه در سال ۱۴۰۳ را منتشر کرده است که نشان میدهد بیمه درمان، شخص ثالث و مازاد، عمر و بدنه اتومبیل در صدر حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی قرار دارند. صنعت بیمه، یکی از ارکان حیاتی اقتصاد هر کشوری به شمار می‌رود؛ زیرا با ارائه خدمات بیمه‌ای، نقش مهمی در مدیریت ریسک‌های مالی و اقتصادی افراد، شرکت‌ها و جامعه ایفا می‌کند. شرکت‌های بیمه از طریق پذیرش ریسک‌های احتمالی مربوط به زمان آینده است، احتمالاً مالی برای سرمایه‌گذاری در بازار پول و سرمایه، نقش موثری در توسعه اقتصادی کشورها دارند. این شرکت‌ها با دریافت مبالغی تحت عنوان حق بیمه، پرداخت خسارت‌های احتمالی را در آینده تعهد می‌نمایند. از آنجایی که پرداخت خسارت‌های احتمالی مربوط به زمان آینده است، احتمالاً وقفه زمانی قابل توجهی بین دریافت حق بیمه و پرداخت خسارت وجود خواهد داشت. همین وقفه زمانی است که در واقع، امکان مشارکت فعال شرکت‌های بیمه در بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری وجوه حق بیمه را فراهم می‌آورد.

#### حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی

در فروردین ماه و اردیبهشت ماه ۱۴۰۳، حجم حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی به ترتیب ۶۲.۲ همت و ۲۷.۲ همت (هزار میلیارد تومان) است که نسبت به مدت مشابه در سال گذشته به ترتیب ۴۷.۷ درصد و ۶۱.۶ درصد افزایش داشته است. در این مدت حق بیمه تولیدی در چهار رشته بیمه درمان ۴۶.۷ درصد، شخص ثالث و مازاد ۲۲ درصد، زندگی (عمر) ۱۱.۲ درصد و بدنه اتومبیل ۵.۳ درصد بوده است که به ترتیب ۴۷ درصد، ۲۳.۱ درصد، ۱۰ درصد و ۱۰ درصد از خسارت پرداختی را شامل می‌شود. همچنین نسبت خسارت در مدت زمان مورد اشاره، ۴۳.۸ درصد بوده که در قیاس با مدت مشابه سال قبل، ۳.۸ درصد افزایش داشته است

#### سهم بیمه درمان از بازار بیمه

در دو ماهه نخست سال جاری، سهم حق بیمه تولیدی رشته بیمه

طبق اعلام ستاد انتخابات کشور، انتخابات ریاست جمهوری به دور دوم کشیده شد. اختلاف رأی سعید جلیلی و محمدباقر قالیباف، دو نامزد جناح اصولگرا از جمله نکاتی بود که کمتر کسی پیش از شروع رأی‌گیری، پیش‌بینی می‌کرد. به گفته سخنگوی ستاد انتخابات کشور، از مجموع ۲۴ میلیون و ۵۳۵ هزار و ۱۸۵ بره رأی، مسعود پزشکیان با کسب ۱۰ میلیون و ۴۱۵ هزار و ۹۰۱ رأی (معادل ۴۲،۱۱۱ درصد)، جایگاه نخست را در اختیار دارد. سعید جلیلی با ۹ میلیون و ۴۷۳ هزار و ۲۹۸ رأی (معادل ۳۸،۳۰ درصد) دومین نفر است و محمدباقر قالیباف و مصطفی پورمحمدی به ترتیب با ۳ میلیون و ۳۸۳ هزار و ۳۴۰ رأی (۱۳،۶۸ درصد) و ۲۰۶ هزار و ۳۹۷ رأی (۸،۳ درصد) نفرات سوم و چهارم هستند. سهم آرای باطله نیز یک میلیون و ۵۶ هزار و ۱۵۹ بره رأی (۴،۳ درصد) بود. با این تفسیر انتخابات چهاردهم ریاست جمهوری به دور دوم کشیده شد اما این تفسیر انتخابات چهاردهم ریاست جمهوری به این دور از انتخابات (ایسپا) نسبت به نزدیک‌های مجلس سنجیده شد. این دور از انتخابات شاهد بودیم، نزدیک بود؟ این نظرسنجی‌ها چقدر با واقعیت انتخابات همخوانی داشت؟ به گزارش «کوابران»، با نگاهی به داده‌های آخرین موج نظرسنجی ایسپا که در روز ششم تیرماه انجام شد، مسعود پزشکیان ۳۳.۱ درصد از آرای مردم را در این نظرسنجی به دست آورد. همچنین آرای احتمالی سعید جلیلی نیز ۲۸.۸ درصد بود و آرای محمدباقر قالیباف نیز در نظرسنجی ششم تیرماه ایسپا ۱۹.۱ درصد به ثبت رسید. همچنین در آخرین نظرسنجی موسسه افکارسنجی ملت، وابسته به مرکز پژوهش‌های مجلس که ۶ تیرماه منتشر شد، مسعود پزشکیان با داشتن ۳۳.۵ درصد از آرا پیشتر بود. پس از او، محمدباقر قالیباف با ۱۶.۹ درصد و سعید جلیلی با ۱۶.۳ درصد در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. با این حساب از نظر رتبه نامزدها، نتایج آخرین نظرسنجی ایسپا با نتایج انتخابات یکی شد و پزشکیان و جلیلی به ترتیب رتبه اول و دوم آرای کسب‌شده را از آن خود کردند، اما از نظر درصد آرای کسب‌شده به ترتیب حدود ۱۰ درصد بیشتر از آنچه ایسپا اعلام کرد را ثبت کردند.

با بررسی نتایج این دو نظرسنجی همچنین شاهد اختلاف ناچیز آرای دو نامزد اصولگرای انتخابات چهاردهم ریاست جمهوری (سعید جلیلی و محمدباقر قالیباف) هستیم. اختلافی که در نظرسنجی ملت، کمتر از یک واحد درصد (با پیشسازی قالیباف) و در ایسپا حدود ۱۰ واحد درصد (با پیشسازی جلیلی) بود. اما اعلام نهایی نتایج شمارش آراء، از اختلاف حدود ۲۵ واحد درصدی این دو نامزد خیر می‌دهد؛ اختلافی که کمتر









# بازاریابی در صنعت خودرو: اصول و تکنیکها

سایت رسمی برای خودش داشته باشد.
خب امروزه بسیاری

از کسب و کارها برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به سایت رسمی دارند؛ چراکه نشانه قابل اعتمادبودنشان محسوب میشود. این امر به شما کمک میکند تا اثرگذاری بهتری بر روی مخاطبتان داشته و نشان دهید قرار نیست ایرادی در کارتان به وجود آید.

ما در روزنامه فرصت امروز طراحی سایت را نه یک امر پرهزینه، بلکه ضرورتی برای تنوعبخشی به کانالهای ارتباطی میان برند و مشتریان میدانیم. پس الکی راهاندازی



سایتتان را به زمانهای دیگر موکول نکنید؛ چراکه در نهایت نتیجه خوبی برایتان به همراه نخواهد داشت.

**شخصیسازی و تجربه مشاوره مشتریان: عبور از**

**بازاریابی با واسطه**

بازاریابی همیشه از واسطههایی مثل شبکههای اجتماعی یا حتی اینفلونسنسرها برای بهبود رابطه میان برندها و مشتریان استفاده میکند. شاید شما هم در طول سالهای اخیر از همین دستفرمان برای بهبود اوضاعتان سود برده باشید.
خب در این صورت باید بگوییم تا همین حالا هم کلی از فرصتهای طلایی اثرگذاری بسر روی مخاطب را دودستی تقدیم دیگران کردهاید.

ما در بخش قبل بر روی اهمیت شخصیسازی تجربه مشتریان تاکید کردیم. یکی از جنبههای مهم این امر تلاش برای ارائه مشاورههای کاربردی است.
خب خیلی از مردم دنیا آشنایی ندارند که برای درباره اتومبیلها دارند. در عوض در کشان از نیاز روزمرهشان بینهایت دقیق است. شما باید به عنوان یک فرد حرفهای در صنعت خودرو از تواناییتان برای اثرگذاری بسر روی مخاطب از طریق ارائه مشاورههای کلیدی استفاده کنید.

اولین نکتهای که درباره ارائه مشاوره برای خرید اتومبیل باید مدنظر شما قرار گیرد، اهمیت تلاشتان در مسیر درک درست نیازهای مشتری است.
خب کسی که یک خودروی شهری و کمصرف میخواهد، هیچ وقت پیشنهادات شما برای خرید یک ماشین آفروُد را قبول نخواهد کرد. پس باید پیشنهاداتتان را براساس نیاز و سلیقه هر مشتری شخصیسازی کنید وگرنه کلاحتان پس معرکه خواهد بود. این امر میتواند به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب به

طور اصولی کمک کند.

اگر تازه در ابتدای کار هستید، میتوناید دست به یک آزمایش جالب بزنید. کافی است به عنوان مشتری به چند تا از برندهای بزرگ خودروسازی مراجعه کرده و نحوه ارائه مشاورهشان را از نزدیک مشاهده کنید. این امر دقیقا مثل یک کلاس درس برای شما خواهد بود.
با این تفاوت که دیگر لازم نیست نگران یادگیری اصول اشتباه در این میان باشید،
خب برندهای بزرگ که به این سادگیا دچار اشتباه نمیشوند!

باشند. نکته جالب در این میان افزایش بهرهوری بسیاری از تیمهای بازاریابی در پی کاهش بودجهها بود. این امر نشان داد موفقیت همیشه به میزان سرمایهگذاری بستگی ندارد. گاهی اوقات باید به تواناییهای تیم بازاریابی به جای پول بیشتر اعتماد کرد. این مسئلهای است که برندهای بزرگ صنعت خودروسازی را به سوی تغییر استراتژی تبلیغاتیشان هدایت کرد.

این روزها دیگر مثل دهههای قبل خبری از همکاریهای تجاری بزرگ میان کمپانیهای اتومبیلسازی و ستارههای

گفتهبهایی مثل اینکه باید آرام آرام در بازار پیش رفت، ناسازگار باشد.
خب دلیل این امر گستردگی بینهایت صنعت خودروست. شما نمیتونید در قالب یک تولیدکننده محلی به فعالیت بپردازید؛ چراکه هیچکس به شما اعتماد نخواهد کرد. پس بهتر است کمی جدیتر ماجرا را مدیریت کرده و در سطحی کلان مسئله را بررسی کنید.

نکته مهم دربراره خودروهای برقی تلاش برای بیان مزایای آن در کنار برخی از معایبش است.
خب شما نمیتونید از یک خودروی برقی انتظار سرعتهای بالا یا حتی اثرگذاری متفاوت بر روی مخاطب را داشته باشید. این مسئلهای است که خیلی وقتها اوضاع را برای شما بینهایت دشوار خواهد کرد؛ چراکه بازارایها معمولا دوست ندارند درباره نقاط ضعف محصولشان حرف بزنند. این همان مسئلههای است که شما را با مشکلات زیادی رو به رو خواهد کرد.

راه حل ما در این بخش تلاش برای ترسیم چهرهای واقعی و تا حد امکان واقفگرایانه از محصولات برند است. این امر شامل خودروهای برقی نیز میشود.
اصلا بر فرض که شما با اغراقهای بی مورد محصولتان را به مشتریان فروختید. بعد که همه از اصل ماجرا خبردار شدند، چه کاری خواهید کرد؟ این سوالی است که شما باید هر طور شده بدان پاسخ دهید.

**افزایش سطح تعامل با مخاطب: بازاریابی یک مسیر دوطرفه است!**

بازاریابی دیگر مثل دهههای قبل یک مسیر تکسویه نیست. این یعنی کارآفرینان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به گفتوگو و تعامل بسا آنها دارند. از سوی مقابل، مشتریان نیز دیگر به برندهایی که همیشه حرف خودشان را پیش میبرند، توجه نشان نمیدهند. این مسئلهای است که در طول سالهای اخیر چالشهای زیادی را موجب شده است.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان باید هر طور شده سطح تعاملشان با مخاطب را توسعه دهند. این امر در صنعت خودروسازی که جذابیت بسیار زیادی هم داره، ضروری به نظر میرسد؛ چراکه مشتریان برای خرید خودرو حسایی مته به خشخاش میگذارند بنابراین اگر سطح ارتباط و تعامل شما مطلوب نباشد، به سادگی امکان مواجهه با شکستهای بزرگ را خواهید داشت آن وقت کلاحتان پس معرکه خواهد بود.

یادتان باشد، شما تنها برند فعال در دنیای خودروسازی نیستید. به همین خاطر اگر نتوانید سطح مطلوبی از اثرگذاری بر روی مخاطب را به ارمغان بیاورید، بد نیست کمی هم که شده به فکر میزان بالای رقابت در بازار باشید. این امر انگیزه کافی به شما برای ایجاد تغییرات اساسی در روش کارتان را خواهد داد. پس به جای اینکه کمپینتان را بعد از مدتی به حال خود رها کنید، بد نیست دائما به دنبال آپدیت آن باشید. این امر میتواند سطح اثرگذاری بر روی مخاطب را به طور قابل ملاحظهای بهبود بخشد.

مشتریان همیشه دوست دارند ایدههایی درباره بازاریابی به برندها داده و شاهد اجرای آن باشند.
خب این یک مسیر بینهایت جذاب برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب میشود. با این حساب شما باید همیشه خودتان را برای اثرگذاری بر روی مخاطب به این شیوه آماده نگه دارید وگرنه کلاحتان پس معرکه خواهد بود.
ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم همیشه نیاز به تعامل با مخاطب پایدار خواهد ماند. بنابراین شما باید این تعامل را هر چه ترتیبی که شده وارد معادلاتان در بازاریابی کنید وگرنه خیلی زود از سایر رقبا جا میمانید. آن وقت دیگر هیچ الگو یا استراتژی بازاریابی به دادتان نخواهد رسید.

**اعتمادسازی برای بلندمدت: جذب مشتری وفادار**
خیلی از مردم در طول زندگیشان فقط از یک برند خودرو خریداری میکنند. مثلا کسسانی که در سوئیس زندگی میکنند، چنین حسی را به ولسوو دارند. در نقاط مختلف دنیا نیز کمابیش چنین وفادریهایی به چشم میخورد. نکته کلیدی در این میان اعتمادسازی در میان مشتریان برای تبدیلمان به خریدارهای ثابت است. این امر به شما کمک خواهد کرد تا حاشیه سود مطمئنی در بازار برای خودتان دست و پا کنید.
خب این روزها بسیاری از برندها درگیر ژامین سود ثابت سلاهنشان هستند. بنابراین اگر شما در این زمینه دست بر تر داشته باشید، تواناییتان برای رقابت با دیگران بینهایت افزایش پیدا خواهد کرد.

اعتمادسازی یکی از فرآیندهای مهمی است که از طریق بازاریابی دنبال میشود. شما در کمپینهایتان باید بروی نکات منطقی و همچنین ارائه مشاورهای ایده آل تمرکز کنید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا اوضاعتان را به بهترین شکل ممکن مدیریت کنید. به علاوه، دیگر لازم نیست دائما نگران از دست رفتن مشتریانتان باشید؛ چراکه از دل این فرآیند فرصت بینهایت خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطبتان پیدا خواهید کرد. اگر در کنار این مسئله به ایجاد باشگاه مشتریان نیز توجه کنید، دیگر مو لای در کارتان نپیدا. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و تحویلی اساسی در فرآیند بازاریابیانتان ایجاد کنید.
یادتان باشد، نتایج این تحولات یک شبه مشاهده نخواهد شد. در عوض شما باید خودتان را برای تغییرات و نتایج بلندمدت آماده کنید.
خب بازاریابی که یک بازی کوتاه نیست که به محض تمام شدن دیگر سراغش نروید. در عوض باید همیشه آن را مورد توجه قرار داده و از آن به خوبی استفاده کنید.

**سخن پایانی**

صنعت خودرو جذابیتهای بسیار زیادی برای کارآفرینان دارد. اگر از دوستاران دنیای خودرو باشید، فعالیت در این حوزه برایتان ششیه نوعی آرزوی دیرینه خواهد بود. البته این مسیر همیشه ساده نیست؛ چراکه بازاریابی در دوران کنونی بدل به یک ماراثن تمامعیار شده است. در این میان ما سعی کردیم برخی از مهمترین نکات را با شما در میان بگذاریم. شما الان آمادگی لازم برای تبدیل شدن به یک بازاریاب حرفهای در صنعت خودرو را دارید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هر چند کوچک به شما برای ورود به صنعت بازاریابی در عرصه اتومبیل کرده باشد. یادتان نرود، استفاده همزمان و ترکیبی از همه ایدههای مورد بحث در این مقاله ضامن موفقیتتان در بلندمدت خواهد بود. پس سعی کنید بکنار هم که شده گزینش سلیقهای از میان ایدههای مورد بحث را کنار بگذارید. این امر به شما کمک میکند تا اثرگذاری بهتری بر روی مخاطبتان داشته باشید.

منابع:
**https://www.wordstream.com/blog/automotive-marketing/۰۳/۰۴/۲۰۱۹/ws-۱۰/https://www.driftrock.com/blog-automotive-marketing-trends-that-will-۲۰۲۴-rule**

سینما یا ورزش نیست. در عوض همه چیز بر روی تبلیغات دیجیتال به شیوهای ارگانیک متمرکز شده است. در این میان بازاریابها یاد گرفتنداند که به خوبی توانایی اثرگذاری بر روی مشتریان را داشته و میتوانند به سادهترین شکل ممکن از خود آنها به عنوان سفیر برند سود ببرند.
احتمالا برای شما هم پیش آمده بعدد از خرید یک محصول خوب آن را به دیگران توصیه کرده باشید.
خب این دقیقا همان اتفاقی است که صنعت خودرو روی آن حساب وبژهای باز کرده است. یک مثال دم دستی در این میان برند تویوتاکند. این برند ژاپنی در طول نزدیک به دو دهه اخیر حسایی روی نظرات مثبت مشتریانش مانور داده است. به طوری که امروزه یکی از برندهای پرفروش در بازار آمریکا محسوب میشود.

اگر شما از کیفیت محصولتان مطمئن هستید، لازم نیست به زور تبلیغات آن را به خورد مشتریان دهید. در عوض میتوناید بدون دردرسرافه کارتان را با سرمایهگذاری بر روی مشتریان دنبال کنید. این امر نه تنها جذابیت بیشتری برای شما به همراه خواهد داشت، بلکه کارتان را نیز سادهتر میکند؛ چراکه نه خبری از هزینههای گزاف خواهد بود، نه کمپینتان بینهایت غیرواقعی از آب درمیآید.

یادتان باشد، بودجه شما برای همیشه در سطحی عالی نخواهد بود. به علاوه، مشتریان نیز روی خوشی به برندی که دائما در حال بریز و بپاش در عرصه تبلیغات است، نشان نمیدهند.
خب وقتی یک برزند محصولات درجه یکی داره، اصلا چه نیازی به تبلیغات پشث سرهم خواهد داشت؟ این سوالی است که خیلی از بازاریابها اصلا جوابی برای آن ندارند.

**مانور بر روی خودروهای برقی: ترند تازه و ماندگار صنعت خودرو**

بازاریابی در صنعت خودرو دیگر معطوف به مانور بر روی خودروهای بنزینی یا مصرف بینهایت پایین نیست. امروزه خودروهای سبز یا الکتریکی وارد میدان شدهاند تا سلیقه مشتریان را متحول کنند. اگر دقت کرده باشید، در طول سالهای اخیر بسیاری از مردم دنیا به سوی استفاده از چنین خودروهایی رفتهاند. دلیل این امر صرف نظر از حفاظت از محیط زیست، مربوط به کاهش هزینههای هم هست. قیمت بنزین در بسیاری از کشورها به طور مداوم افزایش پیدا میکند. این در حالی است که برق به عنوان یک انرژی ارزقیمت کمتر مورد توجه قرار میگیرد.
به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم آینده صنعت خودرو پیوند ناگسستنی با اتومبیلهای برقی پیدا کرده است.

اگر شما در زمینه تولید خودروهای برقی فعالیت ندارید، باید از همین امروز جهتگريتان را به طور قابل ملاحظهای تغییر دهید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا دامنه تازهای از مشتریان را به برنداتان علاقهمند ساخته و به سوی توسعه کسب و کارتان بروید.
خب مانور بر روی یک المان تازه نشاندهنده خلاقیت و نوآوری کسب و کارتان است. به همین خاطر شما باید همیشه خودتان را در معرض چنین نوآوریهایی قرار دهید وگرنه کلاحتان پس معرکه خواهد بود.

یادتان باشد، شما قرار نیست کارتان را در سطحی بینهایت گسترده شروع کنید. احتمالا اینن توصیه با

**نویسنده: علی آعلی**

شاید کمتر صنعتی در دنیا مثل خودروسازی در طول دهههای متمادی ثباتش از نظر میزان فروش را حفظ کرده باشد. مردم هنوز هم علیرغم توسعه حیرتانگیز وسایل حمل و نقل عمومی تمایل زیادی برای خرید اتومبیل دارند. همین امر کمپانیهای بزرگ دنیا را سال به سال به سوی تولید محصولات بهتر هدایت میکند. البته در این میان میزان رقابت دستکمی از جام جهانی فوتبال ندارد. همانطور که در تورنمنتهای بزرگ ورزشی فقط چند تا تیم مشخص شناسن قهرمانی دارند، اینجا هم برندهایی مثل تویوتا یا مرسدس بنز حرف اول و آخر را میزنند.

شاید فکر کنید پیامو و فورد به خاطر خوششانسی و تولید محصولات باکیفیت بدل به گزینهبهایی بینهایت محبوب برای مردم سراسر دنیا شدهاند.
خب در این صورت کمی حق با شماست، اما ماجرا به طور کامل در این مورد خلاصه نمیشود. راستش را بخواهید، اینجا ردپای بازاریابی نیز کاملا مشهود است.
خب پیش خودتان فکر نکندهاید که بازاریابی خیلی راحت از صنعت خودروسازی حذف میشود؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان در هر حوزههای نیاز به بازاریابی دارند. با این حال شما نمیتوانید به این سادگی بازاریابی را شروع کرده و انتظار نتایج حیرتانگیز داشته باشید. در عوض باید کمی کار را به خودتان سخت بگیرید. مثلا به جای اینکه از کلیشههای رایج استفاده کنید، دنبال ایدههای تازه یا حتی ترکیبی باشید. اینطوری حتی اگر صنعت اتومبیل رقابت بسیار شدیدی هم داشته باشد، شما به مرور زمان جایگاه خودتان را پیدا خواهید کرد. این امر میتواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک شایانی نماید. پس منتظر چه هستید؟ اگر به یک راهنمای اصولی برای شروع کارتان در این حوزه نیاز دارید، کافی است در ادامه با ما همراه باشید.

**بازاریابی در صنعت خودرو: یک راهنمای عملی**
صنعت خودرو اول از همه آدم را به یاد مسابقات هیجانانگیز فرمول یک میاندازد. جایی که تمام برندهای خودروسازی دنیا دنبال کسب رتبههای برتر در مسابقات مهم هستند. این امر موجب شده هر سال نهتنها کلی خودروی تازه روانه بازار شود، بلکه جنگ و دعوای بیپایانی بر سر رانندههای کاردرست در بگیرد. البته شما در این میان لازم نیست نگران رانندگی یا لایبکشدین باشید، در عوض باید خودتان را برای تولید محتوای مناسب از دل موضوعات و اخبار صنعت خودرو آماده کنید.

ما در این مقاله قصد داریم برخی از اصول و تکنیکهای کاربردی برای تولید محتوا و بازاریابی در صنعت اتومبیل را به با اتفاق شما مرور کنیم.
اگر شما هم دوست دارید در دنیای کسب و کار به موفقیتهای حیرتانگیز برسید، بد نیست کمی هم که شده کارتان را جدی بگیرید. ما در این مقاله سعی داریم برخی از نکات کلیدی را به شما یاد دهیم. نگران نباشید، لازم نیست حتما یک بازاریاب همه فن حریف باشید تا نکات مورد بحث در این مقاله به کارتان بیاید. پس پهناترشی را کنار گذاشته و با ما همراه باشید.
**تغییر به سوی فروش آنلاین: خداحافظی با سنتها**
خرید خودرو به طور معمول یک فرآیند کاملا سنتی و مبتنی بر تعامل رو در روی مشتریان با برندها بود. این امر در طول دهههای متمادی موجب شکلگیری گالریهای بزرگ فروش خودرو شده است. با این حال در طول یک دهه اخیر بسیاری از معادلات عوض شده است. به طوری که حالا بسیاری از مردم به جای اینکه خودشان را در جایگاه خریدار سنتی تعریف کنند، نگاهشان دائما به سایتهای گوناگون است.

چه کسی باور میکرد یک روز خرید خودرو بدل به کاری غیرحضوری و کاملا آنلاین شود؟ به علاوه، مردم برای مشاوره گرفتن و یافتن بهترین خودرو ممکن نیز دیگر سراغ کارشناساننمیروند. در عوض یک گشت و گذار ساده در یوتیوب کارشان را راه میاندازد.

شاید پیش خودتان فکر کنید تغییرات بالا برای بازارایها چندان ملموس نیست. در این صورت باید به تاثیر دیجیتالیشدن تمام فعالیتها بر روی انتظارات مشتریان تاکید کنیم.
خب مشتریان دیگر مثل قبل انتظارات صاف و سادهای از شما ندارند. در عوض آنها بر روی نکاتی مثل شخصیسازی و تعامل در شبکههای اجتماعی مورد علاقهشان پافشاری خواهند کرد. این امر میتواند برای شما دردسرهای زیادی به همراه داشته باشد؛ چراکه هنوز هم خیلی از بازاریابهای صنعت خودرو به شیوههای کلاسیک دل بستهند.

اولین کاری که شما به عنوان بازاریاب در صنعت خودرو باید انجام دهید، مطالعه درباره شبکههای اجتماعی است. بعد از اینکه پلتفرمهای مسورد علاقه مخاطب هدفتان را پیدا کردید، باید بینمگاهی هم به سایتهای پرترفدار در زمینه فروش و مشاوره آنلاین خودرو بیندازید. اینکه برند شما همکاری درست و اصولی با چنین کسب و کارهایی داشته باشد، امر مهمی در مسیر اثرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب میشود.

فکر میکنم نیاز به یادآوری نباشد که برند شما باید حتما

# فرصت امروز

**روزنامه مدیریتی - اقتصادی**

**یکشنبه | ۱۰ تیر ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۹۳ | صفحه ۸ |**

**صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز**

**مدیر مسئول و سردبیر: محمد رضا قدیمی**

**چاپ: صمیم**

**دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زر تشت غربی،**

**روبروی بیمارستان مهر، پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی**

**دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷**

**آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS**

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR