

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

بورس با فتح کانال ۱۲۱ هزار واحدی رکورد زد

روز تاریخی بورس
در آشفته بازار ارز

در بین خبرهای ناخوش اقتصادی، اما بورس تهران روز گذشته رکوردی تازه و تاریخی را از خود به ثبت رساند و شاخص کل با رشد استثنایی ۴ هزار و ۴۱۳ واحدی...

۵

یادداشت

۳ نکته درباره
کارت بازرگانیحسین
سلاح‌روزی
نایب‌رئیس اتاق ایران

کارت بازرگانی مجوزی مرسوم در دنیا نیست اما دولت‌ها در ایران به آن به‌عنوان ابزاری برای وصول مطالبات از تجار و بازرگانان نگاه می‌کنند. اساساً چیزی به اسم کارت بازرگانی یکبارمصرف نداریم. کارت بازرگانی بر اساس قانون و مصوبه هیات‌وزیران مجوزی برای افرادی است که می‌خواهند به تجارت خارجی مبادرت کنند. هیات دولت این الزام را در نظر گرفته و شرایطی را برای دریافت آن تعریف کرده است. نکته سوم این است که کارت بازرگانی توسط اتاق‌های بازرگانی و اتاق تعاون صادر می‌شود. این دو اتاق به‌مثابه پیشخوان در صدور کارت بازرگانی عمل می‌کنند یعنی متقاضی واجد شرایط با مدارک به اتاق‌های بازرگانی و تعاون مراجعه می‌کند و پس از طی مراحل قانونی، صدور کارت بازرگانی برای او از ناحیه وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد تایید نهایی قرار می‌گیرد. بنابراین این خود...

۲

سیاست‌های جدید ارزی بازار را آرام می‌کند؟

خطای استراتژیک ارزی

فرصت امروز: در شرایطی که در چند روز گذشته، قیمت دلار رکوردی تاریخی از خود برجای گذاشته و در بازار آزاد به بیش از ۱۰ هزار تومان رسیده است و همه بازارهای موزی از بازار طلا گرفته تا مسکن، التهابات شدیدی را پشت سر می‌گذارند، معاون اول رئیس‌جمهور دیروز بار دیگر از اعلام بسته جدید اقتصادی دولت تا پایان هفته خبر داد. به گفته اسحاق جهانگیری، رئیس جدید بانک مرکزی و تیم اقتصادی دولت در حال تدوین سیاست‌هایی متناسب با شرایط جدید کشور هستند و این بسته پیشنهادی قرار است تا آخر همین هفته رونمایی شود. البته این چندمین باری است که مقامات دولت در این هفته از بازنگری در سیاست‌های ارزی خبر می‌دهند؛ چنانچه هم معاون اول رئیس‌جمهور و هم رئیس مجلس شورای اسلامی در روزهای اخیر تلاش کردند...

۳

رئیس کل جدید بانک مرکزی تقویت بازار ثانویه را پذیرفت

توافق جدید دولت و مجلس
برای مدیریت بازار ارز

۴

مدیریت و کسب‌وکار

تسلا تخته موج سواری
۱۵۰۰ دلاری تولید می‌کند

- افراد ذاتا دروغگو، تنبل و زیر کار دررو هستند!
- ۳ سوال تادر زمان گنج شدن شتاب خود را باز یابید
- بازار بابان چگونه می‌توانند CX قوی تری ارائه دهند
- ۱۳ راه ارتباط با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی
- آموختن هنر داستان‌سرایی برای کسب‌وکار
- ۱۴ توصیه برندسازی از سوی کارآفرینان مستقل

۸ تا ۱۶

با امضای تفاهم‌نامه توسط وزیر ارتباطات
و رئیس سازمان اسناد و کتابخانه ملیطرح حافظه ملی دیجیتال
کلید خورد

۱

با امضای تفاهم‌نامه توسط وزیر ارتباطات و رئیس سازمان اسناد و کتابخانه ملی

طرح حافظه ملی دیجیتال کلید خورد

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و رئیس سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران در آخرین روز نمایشگاه الکتاب تفاهم‌نامه اجرای طرح «حافظه ملی دیجیتال» را امضا کردند. به گزارش ایرنا، محمدجواد آذری‌جهرمی، وزیر ارتباطات در این آیین که عصر سه‌شنبه برگزار شد، گفت: با اجرای طرح حافظه ملی دیجیتال، حافظه تاریخی مکتوب ایرانیان و همه اسناد قابل انتشار کتابخانه ملی در یک بازه زمانی مناسب به صورت دیجیتال برای استفاده بهینه در معرض دسترس عموم قرار می‌گیرد. به گفته آذری‌جهرمی، قرار است این اطلاعات برای توسعه برنامه‌های نرم‌افزاری در اختیار کسب‌وکارهای نوپا قرار گیرد تا آنها نیز بتوانند از این اطلاعات بهره‌مند شوند. وزیر ارتباطات، امضای تفاهم‌نامه با کتابخانه ملی را گامی در مسیر توسعه اقتصاد دیجیتال و توسعه زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات دانست. وی افزود: با توجه به هدف‌گذاری سازمان فناوری اطلاعات مبنی بر افزایش سهم محتوای خط و زبان فارسی در فضای وب از ۲ درصد به ۴ درصد، انتظار می‌رود طرح حافظه ملی دیجیتال به تسریع در اجرای این هدف‌گذاری کمک کند. به گفته وی، امضای این تفاهم‌نامه با کتابخانه ملی کمک خواهد کرد حافظه تاریخی ایران به صورت دیجیتال در معرض دسترس عموم قرار گیرد. آذری‌جهرمی ایران را کشوری بهره‌مند از تاریخی بزرگ توصیف کرد و گفت: سرویس‌های متعددی پس از آزادسازی اطلاعات توسط استارت‌آپ‌ها قابل ارائه خواهد بود که یکی از مهم‌ترین آنها می‌تواند سرویس حفاظت از مالکیت معنوی باشد. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اظهار داشت: بر اساس این تفاهم‌نامه، سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران، فراهم آوری منابع دیجیتال زاد، اسناد الکترونیک و فراداده‌های منابع، پردازش اطلاعات، اطلاع‌رسانی منابع و تامین زیرساخت‌های فنی و بهینه‌سازی مرکز داده سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران، همکاری کنند. بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) از ششم مردادماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برپا شد و دیروز به کار خود پایان داد.

بلندگوهای پوپولیسم در قطعی برق فعالند

علی‌سرزعی
اقتصاددان

چندی است که قطعی برق در کشور شروع شده و انجام این قطعی قطعاً از رفاه شهروندان کاسته است. روشن است که دلیل این قطعی فزونی مصرف از تولید است. اگر بخواهیم قطعی برق کاهش یابد یا باید مصرف کاهش یابد و یا تولید افزایش! حال باید میان این دو گزینه کدام را انتخاب کنیم؟ پاسخ عقلایی با پاسخ عوام‌گرایی کامل متفاوت است. در پاسخ عوام‌گرایی (پوپولیستی) روشن است که نباید مصرف را کم کرد چراکه از رفاه جامعه کم می‌کند و باید تولید را افزایش داد در این راستا می‌توان با مجری برنامه حالا خورشید همراه شد و زست مج‌گیری گرفت که چرا دولت در افزایش زیرساخت‌های انرژی کوتاهی کرده تا این عدم توازن مصرف و تولید رخ دهد! در نگاه اول این استدلال بسیار جالب است؛ زیرا از رفاه انبوه شهروندان (۸۰ میلیون نفر) دفاع می‌کند و انگشت اتهام را متوجه دولت می‌کند و چون دولت در فرهنگ سیاسی ایران به کم‌کاری، ناکارایی و احیاناً فساد متهم است، این شیوه‌ها استدلال جذابیت زیادی دارد و به سادگی حمایت توده مردم را جذب می‌کند.

اما واقعیت مسئله چیست، اگر نخواهیم عوام‌فریبی کنیم و خود را نزد مردم شسیرین کنیم؛ واقعیت این است که باید به چند واقعیت توجه و سپس قضاوت کرد. واقعیت اول این است که ایجاد نیروگاه جدید و فعالیت هر نیروگاه جدید هزینه‌بر است. یعنی به ازای ایجاد هر نیروگاه ۱۰۰۰ مگاواتی (سیکل ترکیبی) باید حداقل حدود ۷۵۰ هزار یورو هزینه کرد. روشن است که برای کار کردن آن باید از ثروت طبیعی گاز بهره برد. حال سوالی که بلافاصله مطرح می‌شود این است که آیا صلاح است دولت چنین هزینه‌ای کند تا رفاه مردم به دلیل کاهش قطع برق کاهش نیابد؟ قطعاً پاسخ این سوال را نمی‌توان بدون تامل بله گفت؛ زیرا همه ما در رفتارهای روزمره خود باید هزینه‌های کنیم. فرض کنید که می‌خواهید دو چهارراه جلوتر کنسی را ببینید. یک گزینه این است که پیاده بروید و یک گزینه این است که تاکسی بگیرید. کدام را انتخاب خواهید کرد؟ پاسخ عموم مردم این است که بستگی دارد. اگر کرایه تاکسی کم باشد انسان‌ها ترجیح می‌دهند این فاصله را با تاکسی بروند و سریع‌تر به مقصد برسند، اما اگر کرایه تاکسی زیاد باشد ترجیح خواهند

داد این فاصله را پیاده طی کنند. حتی ممکن است که این فلسفه را نیز اضافه کنند که پیاده‌روی به کاهش وزن و افزایش سلامت می‌افزاید و با خوشحالی بیشتری سختی پیاده رفتن را به جان بخرند. روشن است که اگر به هر دلیل عجله خاصی در کار باشد فرد ممکن است به‌رغم کرایه بالا باز هم با تاکسی برود زیرا به دلایلی زود رسیدن منافع بیشتری از ضرر ناشی از پرداخت کرایه تاکسی ایجاد می‌کند؛ لذا رفاه ناشی از سوار تاکسی شدن قیمت دارد و اگر بصراف افراد از آن رفاه برخوردار می‌شوند ولی اگر تصرف، آن رفاه را به رفاه ناشی از حفظ پول و صرف آن در کاری که رفاه مهم‌تری ایجاد می‌کند ترجیح خواهند داد.

به همین قیاس باید هزینه‌های فایده‌کرد که آیا می‌صرفد حداقل ۷۵۰ هزار یورو برای ایجاد یک نیروگاه جدید هزینه کرد؟ آیا بهتر نیست که این ۷۵۰ هزار یورو را مثلاً صرف واردات آمبولانس هوایی کنیم تا در تصادفات فراوان تلفات کمتر شود؟ علاوه بر این می‌صرفد گاز که یک ثروت طبیعی است را صرف تولید برق کنیم یا بهتر است آن را صادر کنیم؟ پاسخ این هزینه‌های فایده‌چگونه مشخص می‌شود؟ آیا لازم است تا از افراد جامعه تک تک نظرسنجی کنیم یا باید رای‌گیری کرد؟ یا اساساً به فکر سازوکارهای پیچیده دیگری بود؟ پاسخ این سوال بسیار راحت است؛ متغیر قیمت همه‌ای گرفتاری را حل می‌کند. اگر گاز را به قیمت صادراتی به نیروگاه بدهیم و ارز لازم برای ساخت نیروگاه را هم به قیمت بازار بدهیم آنگاه هزینه برق مشخص می‌شود. اگر خانوارها و تولیدکنندگان می‌دیدند که با این قیمت برق برایشان می‌صرفد که برق مصرف کنند؛ یعنی رفاه و منافع ناشی از مصرف برق بیشتر از زیان ناشی از هزینه‌کرد مذکور است؛ هر کسی که بخواهد یک نیروگاه ایجاد کند و این سرمایه‌گذاری را انجام دهد تلاش می‌کند تا در تحلیل‌های اقتصادی دریابد که اگر برق تولید کرد در قیمتی که عرضه خواهد کرد مشتری خواهد داشت یا نه.

اگر احساس کند با این قیمت مشتری به اندازه کافی خواهد بود ممکن است قید ایجاد نیروگاه را بزند. این راه‌حل ساده وقتی از دسترس خارج می‌شود که حکومت (اعم از دولت یا مجلس یا قوه قضائیه) اجازه ندهد قیمت برق منعکس‌کننده هزینه‌های تولید باشد. در این صورت هزینه‌های فایده‌ای که مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌کنند دیگر صحیح نیست. در ایران قیمت تمام شده برق بیش از ۱۰۰ تومان به ازای هر کیلووات است اما به خانوارها

منبع: ایسنا

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

بایدها و نبایدها دولت در اداره اقتصاد

در جست‌وجوی ثبات بازارها



با قانونی که ما اکنون داریم و بانک مرکزی در اصل صندوق دار دولت است و نه مدیریت بازار پولی، باید گفت سیف کار خود را خوب انجام داده و همتی نیز کار خود را خوب انجام خواهد داد و شاید کمی تفاوت وجود داشته باشد در کندی و تندی انجام امور، اما تغییرات اساسی در روش‌های بانک مرکزی نداریم و در زمان بهمنی، شیبانی، سیف و... امور به یک شیوه انجام می‌شد. باید تاکید کرد که بر اساس قانون بانک مرکزی هر کس که در جایگاه مدیریت می‌نشیند، در اصل صندوق‌دار دولت است.

وی خاطرنشان کرد: ما بانک مرکزی به آن معنایی که در فرانسه، انگلستان، آمریکا و... هست، نداریم و باید قانون بانک مرکزی را عوض کنیم و هنوز به قانون استقلال بانک مرکزی که اکنون در مجلس است، نپرداخته‌ایم.

دولت به دنبال آرامش و ثبات بازار

عضو هیات‌رییسه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران درباره احتمال ایجاد تغییرات در بازار پرنوسان ارز و... گفت: بستگی به تصمیمات دولت دارد و حتما دولت می‌خواهد ثبات را به اقتصاد بازگرداند و به حتم به دنبال انجام کارها در ثبات و آرامش است. برای این کار دولت دارای ابزارهای مختلفی است و دولت باید تصمیم بگیرد و تصور می‌کنم به این نتیجه برسد.

کاسبان تحریم چه کسانی هستند؟

دانشمند درباره کاسبان تحریم و اینکه چه کسانی هستند، گفت: معمولا در زمان تحریم نیازمند مواد اولیه و مواد غذایی برای کارخانه‌ها هستیم، بنابراین به کسانی که می‌شناسیم، امکان واردات این مواد را می‌دهیم تا نیاز مردم در تامین کرده و در بازار با کمبود مواجه نشویم، بنابراین در زمان تحریم طبیعی است که قیمت‌ها مقداری بالا و پایین شوند یا کیفیت برخی کالاها بدتر شود و برعکس این افراد در اصل تبدیل به کاسبان تحریم می‌شوند.

وی خاطرنشان کرد: اگر می‌خواهیم درگیر حضور کاسبان تحریم نشویم، باید شفافیت را به طور کامل دنبال کنیم. یعنی به جای سپردن تامین نیاز جامعه به شیوه پنهانی و زیرمیزی به طور شفاف اعلام کنیم که به چه مواردی نیاز است و هرکس می‌تواند نسبت به واردات اقدام کند و دولت نیز ارز، دلار و... را تامین خواهد کرد و به این صورت تمام موارد به صورت شفاف انجام خواهد شد و این تنها راه مبارزه با کاسبان تحریم است.

قالب وام و در موعد مقرر نیز اقساط خود را بپردازد. این فعال اقتصادی گفت: حتی اگر صنایع نیز به تامین بودجه نیاز داشتند، می‌توانند از این بانک وام بگیرند و در موعد مقرر پرداخت کنند. به این صورت درآمد حاصل از فروش نفت دوباره در این بانک ذخیره می‌شود و دولت باید فکر کند همانند بانک‌های خارجی ملزم به پرداخت تعهدات خود است که در نهایت این حرکت منجر به جراحی اقتصاد در قالب جدا شدن از وابستگی به نفت خواهد شد.

لزوم خروج دولت از بنگاهداری

دانشمند در ادامه تاکید کرد: دولت همچنین باید از بنگاهداری به صورت کامل خارج شود و نگوید در حوزه خودرو، فولاد و... به دلایل استراتژیک مانده، بلکه این حوزه‌ها را نیز باید رها کند و تنها بر وظیفه هدایت، نظارت و حمایت خود عمل کند؛ در این صورت می‌توان به کوچک و چابک‌سازی دولت امیدوار بود. رئیس اتاق بازرگانی ایران و امارات خاطرنشان کرد: متأسفانه تجربه ادغام وزارتخانه‌ها نشان داده هیچ‌گونه کوچک‌سازی در واقع اتفاق نیفتاده و نه‌تنها از تعداد ساختمان‌های قبلی کم نشده، بلکه بر آنها نیز افزوده شده است.

وی گفت: برای گذر این شرایط فعلی یکی از راه‌ها کوچک‌سازی است که دولت باید به آن توجه ویژه نشان دهد و در راه به‌کارگیری نیروهای کیفی و متخصص گام بردارد. این فعال اقتصادی عنوان کرد: برای رسیدن به نتیجه مطلوب باید صبر داشت و همه دستگاه‌ها و رده‌ها باید با هم این جراحی را شروع کنند که در نهایت می‌توان به تغییر شرایط امیدوار بود.

وی ادامه داد: دولت باید حمایت خود را از صنایع کوچک و متوسط بیشتر کند و شرایط این واحدها را سامان دهد تا به تولید کردن اقدام کنند؛ البته باید توجه داشت دولت باید نظارت خوبی بر روند کیفیت و قیمت کالاها داشته باشد و اجازه ورود کالاهای مشابه از نظر قیمت و کیفیت را به کشور ندهد.

دانشمند گفت: باید به سمت تولید و اشتغال بدون اتکا بر درآمدهای نفتی گام برداریم که در نهایت دولت توانمند خواهد شد و در این راه نیازمند اصلاح نظام بانکی، نظام گمرکی، واردات و صادرات و... هستیم، در این صورت می‌توان اقتصاد را به روی ریل و خط جدید هدایت کرد.

تغییر بی‌فایده رئیس کل بانک مرکزی

عضو هیات رییسه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران درباره تاثیر تغییر رئیس کل بانک مرکزی بر شرایط بحرانی بازار فعلی تصریح کرد:

وضعیت اقتصاد ایران چندی است که بحرانی شده و مشکلات فراوانی در بخش‌های مختلف قابل مشاهده است، به‌طوری که با افزایش میزان نارضایتی‌ها، سرانجام رئیس‌جمهور دست به تغییر رئیس کل بانک مرکزی زد تا شاید مرهمی باشد بر التهاب بازار ارز و طلا. به اعتقاد بسیاری از اقتصاددانان و کارشناسان اقتصادی، در شرایط فعلی، کشور نیازمند مدیریت اقتصاددانان به جای مهندسان است، زیرا این متخصصان با شناخت از وضعیت و بر پایه دانش خود می‌توانند راه برون‌رفت از این بن‌بست را بیابند.

در همین زمینه، عضو هیات رییسه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران معتقد است: این‌که اقتصاددانان یا مهندسان کدام‌یک باید اقتصاد را بچرخاند، سوال دشواری است، اما باید گفت اقتصاد یک مقوله علمی و تخصصی است و به حتم کسانی که تجربه عملی در بازار اقتصاد ایران داشته باشند، می‌توانند و باید مدیریت اقتصاد را در دست بگیرند، زیرا نمی‌توان برای نمونه اقتصاددانی را از اروپا بیاوریم و انتظار داشته باشیم بدون آن‌که وضعیت اقتصاد و فرهنگ ما را بشناسند، شرایط را مدیریت کنند.

مسعود دانشمند در گفت‌وگو با خبرنگارانین افزود: برای تمام راحل‌هایی که برای اقتصاد بیماری مانند اقتصاد فعلی ما در کتاب‌ها آمده است، اگر قرار بود از کتاب‌ها استفاده کنیم که تاکنون این اتفاق افتاده بود. به نظرم باید اقتصاد ما چرخش و جراحی کامل کند و به سمت تولید حرکت کند، نه به سمت بازرگانی و نفت را حتما از اقتصاد جدا کنیم.


پاشنه آشیل اقتصاد

وی تصریح کرد: تا مساله جدا کردن اقتصاد از نفت را مطرح می‌کنیم، عده‌ای می‌گویند تحریم هستیم و... . همین است که می‌گویم چون در تحریم هستیم، باید میزان وابستگی به نفت برای گذر از این شرایط را بیشتر کنیم که در اصل پاشنه آشیل خود را نمایان کرده‌ایم.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و امارات بیان کرد: در راه جراحی اقتصاد به اعتقاد بنده پول حاصل از فروش نفت را اصلا نباید وارد اقتصاد کنیم، بلکه آن را باید در یک بانک(فکر کنیم بانک خارجی است) نگه داریم؛ البته بانکی به جز صندوق توسعه ملی باشد که دولت هر وقت منابع مالی کم می‌آورد، از آن برداشت می‌کند، یعنی پول حاصل از درآمدهای نفتی در بانکی مستقل از دولت و با هیات مدیره‌ای مستقل نگهداری شود و برای نمونه اگر دولت نیازمند تامین اعتبار برای واردات نهاده‌های دامی، شکر، برنج و... شد، بتواند از این ارز استفاده کند و در

یادداشت

۳ نکته درباره کارت بازرگانی


حسین سلاح‌ورزی
نایبرئیس اتاق ایران

کارت بازرگانی مجوزی مرسوم در دنیا نیست اما دولت‌ها در ایران به آن به‌عنوان ابزاری برای وصول مطالبات از تجار و بازرگانان نگاه می‌کنند. اساساً چیزی به اسم کارت بازرگانی یک‌بارمصرف نداریم. کارت بازرگانی بر اساس قانون و مصوبه هیات‌وزیران مجوزی برای افرادی است که می‌خواهند به تجارت خارجی مبادرت کنند. هیات دولت این الزام را در نظر گرفته و شرایطی را برای دریافت آن تعریف کرده است. نکته سوم این است که کارت بازرگانی توسط اتاق‌های بازرگانی و اتاق تعاون صادر می‌شود. این دو اتاق به‌مثابه پیشخوان در صدور کارت بازرگانی عمل می‌کنند یعنی متقاضی واجد شرایط با مدارک به اتاق‌های بازرگانی و تعاون مراجعه می‌کند و پس از طی مراحل قانون، صدور کارت بازرگانی برای او از ناحیه وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد تایید نهایی قرار می‌گیرد. بنابراین این خود دولت است که شرایط لازم برای دریافت کارت بازرگانی را تعریف کرده، آن را تصویب کرده و درنهایت افراد متقاضی آن را تایید می‌کنند.

کارت‌های بازرگانی بعضاً مورد سوءاستفاده افراد قرار گرفته است. این سوءاستفاده از جنس واگذاری، اجاره یا وکالت به دیگران برای استفاده از کارت بازرگانی شخص است. بعضی مدعی‌اند که افراد دارای کارت بازرگانی غیرشبکه‌ای سازمان‌یافته‌اند و کارت بازرگانی دیگران استفاده می‌کنند برای اینکه حقوق دولت را ندهند و مالیات را دور بزنند، این در حالی است که یک واردکننده، اعم از کسی که کارت بازرگانی خود را استفاده می‌کند و کسی مبادرت به استفاده از کارت بازرگانی غیر کرده، در مبادی گمرکی هم مالیات ارزش‌افزوده را پرداخت می‌کند و هم ۴ درصد از مالیات بر عملکرد به‌عنوان علی‌الحساب از او دریافت می‌شود. با توجه به این مسئله کار سختی نیست که گمرک و دولت محترم جلوی استفاده غیر از کارت بازرگانی افراد را بگیرد. کسی که از کارت بازرگانی دیگری استفاده کرده و واردات انبوه انجام می‌دهد به‌طور مشخص از سوی گمرک قابل پیگیری است. گمرک می‌تواند به‌راحتی نوع بار، مقصد و صاحب آن را شناسایی کند. بنابراین دولت، دستگاه‌های مالیاتی و گمرک این امکان را دارند که با تقویت سازوکارهای نظارتی امکان سوءاستفاده از کارت بازرگانی را از بین ببرند.

۳ راهکار برای توسعه کوچک و متوسط‌ها در حوزه معدن


سجاد غرقی
عضو هیات‌نماینده‌گان اتاق ایران

معدن کوچک و متوسط تقریبا حدود دو سال است که وارد ادبیات حاکمیتی شده است. تا قبل از این، معدن کوچک و متوسط فاقد اهمیت بودند و حتی شاید از تعطیلی آنها استقبال هم می‌شد. برای نمونه وزیر سابق صنعت، معدن و تجارت و معاونان او تعطیلی بنگاه‌های کوچک و متوسط را در حوزه معدن، طبیعت بازار تلقی می‌کردند و در جلسات متعددی که در زمان آقای نعمت‌زاده در اتاق ایران تشکیل شد، گفته شد که به خاطر ماهیت کوچک بنگاه‌ها، ممکن است در چرخه بازار از بین روند.

با تحقیقات انجام شده، این نکته مشخص شد که ۸۵ درصد اشتغال بخش معدن در ایران مربوط به SME هاست و این معدن کوچک و متوسط بیش از ۶۰ درصد از سهم سرمایه‌گذاری‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

با توجه به این موضوع که معدن کوچک و متوسط زمینه‌سازی برای کشف کانی‌های بزرگ را انجام می‌دهند، اما همانطور که از اسم آنها مشخص است، معدن کوچک و متوسط به این دلیل که از منابع عمومی استفاده نمی‌کنند، آسیب‌پذیر هستند و به تعطیلی و رونق بازار نیز آسیب‌پذیری آنها بیشتر می‌شود.

با درک اهمیت معدن کوچک و متوسط، باید نوسانات منفی بازار را برای معدن کوچک و متوسط به حداقل برسانیم و به اصطلاح سپری طراحی شود که از یک‌سو نیاز برنامه‌ریزی فعالان و تشکیل‌های فعال در این حوزه و از سوی دیگر نیازمند توجه ویژه از سوی حاکمیت به‌ویژه در حوزه تامین مالی است.

در همین زمینه، چند راهکار مشخص با هدف توسعه فعالیت SMEها در حوزه معدن و صنایع معدنی که می‌تواند مورد توجه مسئولین قرار بگیرد، پیشنهاد می‌شود:

❖ در دوران رکورد حقوق دولتی از بنگاه‌های کوچک و متوسط گرفته نشود. در همین راستا می‌توان بسته‌ای طراحی کرد تا زمان خروج اقتصاد از رکود، حقوق دولتی از بنگاه‌های کوچک و متوسط اخذ نشود و به عنوان بدهی این بنگاه‌ها به زمان دیگری موکول شود. به عنوان مثال برای حداقل سه سال، معدن کوچک و متوسط از پرداخت حقوق دولتی معاف شوند.

❖ در زمینه صادرات محصولات معدنی، تامین مالی یکی از منابع بسیار مهم است که در این زمینه ضروری است حمایت‌های لازم صورت بگیرد و از اطلاق عناوینی مانند خام‌فروشی یا غیره، خودداری شود. ضمن اینکه معدن کوچک و متوسط برای دریافت ارز، از «سامانه نیما» خارج شوند تا بتوانند ارز دریافتی را در جهت سرمایه‌گذاری صرف کنند.

❖ سیاست‌های تشویقی که قبلا وجود داشت، مانند معافیت‌های مالیاتی که برای صادرات محصولات معدنی زمانی وجود داشت، مجددا برگردانده شود.

بانک‌نامه



اطلاعیه بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد ارز مسافرتی پرداخت نمی‌کند

پیرو درج خبر پرداخت ارز به دانشجویان جهت زیارت عتبات توسط بانک پاسارگاد، روابط عمومی این بانک اطلاعیه‌ای منتشر کرد و این خبر را تکذیب کرد.

در اطلاعیه بانک پاسارگاد آمده است: پیرو درج خبر پرداخت ارز به دانشجویان جهت زیارت عتبات توسط بانک پاسارگاد و استعلام هم‌میهنان عزیز به آگاهی می‌رساند هیچ‌گونه توافقی با بانک پاسارگاد جهت پرداخت دینار و ارز مسافرتی به زائران عتبات انجام نشده است.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و هند خبر داد افتتاح ۲شعبه بانک پاسارگاد و سامان در هند

رئیس اتاق بازرگانی ایران و هند گفت که در آینده‌ای نزدیک شاهد افتتاح دو شعبه بانک پاسارگاد و سامان در هند خواهیم بود که این امر به تاجران ایرانی بسیار کمک خواهد کرد.

ابراهیم جمیلی در گفت‌وگو با ایلسا، درخصوص تاثیر تحریم‌ها روی روابط تجاری ایران و هند گفت: هند یکی از کشورهایی است که در تحریم‌های قبلی نیز روابط تجاری خود را با ما حفظ کرد و می‌توان گفت جزو معدود کشورهایی بود که سطح معاملات خود را بالا برد. اکنون نیز آنها اعلام کرده‌اند که در بحث ترانزیت چاپهار به هیچ عنوان عقب‌نشینی نخواهند کرد و به خرید نفت از ایران نیز ادامه می‌دهند.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و هند ادامه داد: هند همواره نسبت به تعهداتش به دیگر کشورها بیشتر پایبند بوده و در دوران تحریم‌های قبلی این را ثابت کرد، اما اینکه بگوییم تحریم‌ها هیچ تاثیری روی روابط اقتصادی نخواهد گذاشت غیرواقعی است.

ج میلی افزود: به هر حال در حوزه‌های مختلف اعم از بانکی و حمل و نقل ما شاهد کاستی‌هایی خواهیم بود، اما برای دقیق‌تر شدن در این موضوع باید منتظر گذشت زمان باشیم.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و هند گفت: پیش‌بینی ما این است که در برخی حوزه‌ها میزان تبادلات تجاری ما افزایش و در برخی حوزه‌ها کاهش پیدا کند، اکنون ما نفت، محصولات پتروشیمی و کودهای کشاورزی را به این کشور صادر و فولاد، دارو و برنج را وارد می‌کنیم.

وی ادامه داد: بحثی که به تازگی مطرح شده انجام معاملات با رویبه است که باعث حوزه‌ها میزان تبادلات تجاری ما افزایش و در برخی شرکت‌هایی که با آمریکا نیز معامله می‌کنند با آرامش بیشتری برای همکاری با تاجران ایرانی قدم بردارند.

وی گفت: بخش خصوصی هند با آمریکا تبادلات زیادی دارد و به طور قطع ما شاهد محدودیت‌هایی در این حوزه خواهیم بود.

ج میلی تصریح کرد: کارهایی نیز از سمت شورمان برای بی‌اثرکردن تحریم‌ها انجام شده است، به طوری که در آینده‌ای نزدیک شاهد افتتاح دو شعبه بانک پاسارگاد و سامان در هند خواهیم بود که این امر به تاجران ایرانی بسیار کمک خواهد کرد. ضمن آنکه روی صادرات مجدد از هند نیز کارهایی انجام داده‌ایم که ترجیح می‌دهیم رسانه‌ای نشوند.

روابط عمومی بانک مسکن اعلام کرد

تقدیر از بانک مسکن در حوزه مسئولیت اجتماعی

دومین همایش جایزه ملی مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی ایران با هدف بررسی و شناخت دستاوردهای بنگاه‌های اقتصادی در حوزه مسئولیت اجتماعی و با همکاری وزارت راه و شهرسازی، اتحادیه اروپا و سایر سازمان‌ها برگزار شد.

به گزارش پایگاه خبری بانک مسکن، دومین دوره جایزه مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی ایران در دوم مردادماه امسال در مرکز همایش‌های صدا و سیما و با هدف بررسی و شناخت دستاوردهای بنگاه‌های اقتصادی در حوزه مسئولیت اجتماعی و با حضور عباس آخوندی وزیر راه و شهرسازی، مارتین نئوریتر نماینده شبکه مسئولیت اجتماعی اتحادیه اروپا و پارکس نماینده یونیسف در ایران برگزار شد.

در این رویداد از ریحمی‌انارکی، رئیس هیات‌مدیره و مدیرعامل بانک مسکن به عنوان حامی این رخداد تقدیر و نشان اهتمام عمل به مسئولیت اجتماعی به وی اهدا شد که علیرضا آذری، معاون اداره کل روابط عمومی به عنوان نماینده بانک نشان یادشده را دریافت کرد. بانک مسکن به منظور آشنایی و به اشتراک‌گذاری ایده و تجربیات خود با بنگاه‌های اقتصادی موفق کشور، ایجاد همگرایی و گسترش ارتباطات مجموعه‌ها با یکدیگر در حوزه پیاده‌سازی و اجرای مضامین مسئولیت اجتماعی شرکتی، قرار گرفتن در فضای یادگیری و ارتقای علمی با حضور مدیران موفق و اساتید برجسته ملی و بین‌المللی و تعامل با سایر سازمان‌های پیشرو در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی در این همایش حضور یافت.

از اقدامات بانک مسکن در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی می‌توان به توسعه آموزش در مناطق محروم کشور از طریق ساخت و بهسازی مدارس- حمایت از آسیب‌دیدگان اجتماعی با کمک به آزادسازی زندانیان جرائم غیرعمد و کمک به سیل‌زدگان و زلزله‌زدگان- حمایت از انجمن نایبانیان ایران در عرصه‌های مختلف- تأمین نیازهای کودکان بدون سرپرست- دستگیری از افراد بی‌ضاعت با اهدای بسته‌های مواد غذایی در ایام ماه مبارک رمضان- اقدام درخصوص اصلاح الگوی مصرف آب، طرح پاکیزه‌سازی و حفظ محیط زیست از طریق راه‌اندازی سیستم پرداخت الکترونیک عوارض جاده‌ای(ETC)، توسعه مدیریت سبز در بانک- حمایت از جوانان، ازدواج و تشکیل خانواده با تخصیص وام ازدواج- توسعه بهداشت و سلامت با راه‌اندازی کمپین اهدای خون- توانمندسازی کارکنان از طریق استخدام کارکنان جدید، ارائه مزایا به بازتنستگان، بیمه عمر، برگزاری دوره‌های آموزشی، ایجاد برنامه‌های فرهنگی در جهت ایجاد نشاط کارکنان و ... را نام برد.



رئیس کل جدید بانک مرکزی تقویت بازار ثانویه را پذیرفت

توافق جدید دولت و مجلس برای مدیریت بازار ارز



رئیس کمیته پولی و بانکی مجلس با اشاره به اینکه باید از ظرفیت بازار سرمایه برای رفع نقیضه بانک مرکزی استفاده کنیم، خاطرنشان کرد: قابلیت بازار سرمایه در بانک مرکزی وجود ندارد، بازار سرمایه می‌داند که چگونه بازارگردانی کند.

وی با اشاره به اینکه بانک مرکزی باید در بازار متشکل حاضر شود، بازار متشکل اتمسفری قابل اجرا است که ابزارهای لازم را در اختیار دارد و فعلا بانک مرکزی چنین مهارتی را ندارد، تصریح کرد: اگر بانک مرکزی و دولت، بازار ثانویه را با مشخصاتی که در نامه به رئیس جمهور ارسال شد اجرا کنند تردید نداشته باشد که بازار آرامش پیدا خواهد کرد.

رئیس کمیته پولی و بانکی مجلس با اشاره به اینکه بانک مرکزی از این بازار غایب است، گفت: تنها کاری که بانک مرکزی در طول این سال‌ها کرده است این بوده که ارز را گرفته و در نهایت فروخته و یا طلا را تبدیل به سکه کرده و آن را هم به فروش می‌رساند.

وی با اشاره به اینکه دانش و مهارت فنی می‌تواند بازارگردانی کند متأسفانه این مسئله در بانک مرکزی وجود ندارد، افزود: با باید مدیریت بازار ارز و سکه را به بازار سرمایه بسپاریم و یا اینکه دانش و مهارت را از بازار سرمایه بگیریم و به بانک مرکزی بدهیم.

او در پایان گفت: تلاش‌های سه ماهه در حال نتیجه دادن است و دولت پذیرفته تا تصمیمات کمیسیون اقتصادی مجلس را در حوزه بازار ارز اجرا کند.

پورابراهیمی: ارز تک‌نرخ‌خی خطای راهبردی بود

همچنین رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس از حجم دو برابری منابع ارزی کشور نسبت به مصارف ارزی خبر داد و ارز تک‌نرخ‌ی را خطای راهبردی خواند. محمدرضا پورابراهیمی با بیان اینکه منابع ارزی کشور بیش از دو برابر مصارف ارزی است، گفت: آن قیمتی که امروز در فعالیت‌های غیررسمی تعیین می‌شود، مولفه اقتصادی ما نیست. اکنون قیمت محصولات ۵۰درصد افزایش پیدا کرده که البته به دلیل نوسان

تغییر مدیران بانکی ادامه دارد

رای داشته و در بانک‌های خصوصی، این هیات‌مدیره هستند که تغییر مدیرعامل را رقم می‌زنند، اما آنچه در سال‌های گذشته رقم خورده از این حکایت داشته که تغییر مدیران عامل در بانک‌های خصوصی هم کم تحت تاثیر وزارت اقتصاد و بانک مرکزی نیست.

اخیرا مدیرعامل بانک کارآفرین نیز تغییر کرد و عطاءالله آیت‌اللهی از این بانک رفت و حمید تهران‌فر که پیش از این سابقه حضور در معاونت نظارت بانک مرکزی و قائم‌مقامی بانک صادرات را دارد، با تایید بانک

ضرب‌الاجل برای مسدودسازی حساب‌های بی‌هویت

حساب بانکی خود را چک کنید

متمادی تعداد حساب‌های سپرده افتتاح‌شده در بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی با افزایش نامتعارفی مواجه شده بود. در این میان حجم قابل توجهی از این حساب‌ها به دلیل عدم گردش مالی، فراموشی صاحبان سپرده و فوت آنها، عدم اطلاع وراث و قائم‌مقام قانونی سپرده‌گذاران و یا عدم شناسایی و مراجعه آنها راکد و فاقد تراکنش مانده است. این مسائل مشکلاتی از قبیل تحمیل هزینه‌های دفترداری و نگهداری اطلاعات و آمار برای بانک‌ها، افزایش احتمال وقوع تخلفات و جرایم را به دنبال داشت.

با توجه به اینکه حساب‌های بی‌هویت اغلب در شرایطی بود که صاحبان آنها به هیچ عنوان برای فعال‌سازی مراجعه نکرده بودند، از این رو بانک مرکزی به بانک‌ها تاکید کرد که برای کاهش احتمال سوءاستفاده و همچنین افزایش شفافیت مالی بانک‌ها لازم است تا این حساب‌ها تعیین‌تکلیف شوند. بر این اساس در مردادماه سال گذشته بخشنامه‌ای به شبکه بانکی ابلاغ و این موضوع مورد توجه

قیمت ارز بوده است.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس با بیان اینکه میانگین مصرف ما در همه موارد بالا است، اظهار کرد: به طور متوسط، ۲ دهم منابع مصرفی داریم و بانک مرکزی می‌تواند آنها را مدیریت کند.

پورابراهیمی گفت: در چند روز اخیر به حوزه ارز شبهاتی وارد شد، در حالی که در حوزه کلان اقتصادی تغییراتی به‌وجود نیامده و این سوءمدیریت بانک مرکزی است که باید با اختلالات قیمتی مبارزه کند. محمدرضا پورابراهیمی در گفت‌وگوی ویژه خبری افزود: پیش‌بینی‌ها از درآمدهای ارزی امسال کشور حدود یکصد میلیارد دلار است در حالی که مجموع مصارف ارزی ۴۵ تا ۵۰ میلیارد دلار ارزیابی می‌شود. وی گفت: ۵۵درصد از منابع ارزی کشور از فروش منابع نفتی و ۴۵درصد دیگر از صادرات غیرنفتی است.

پورابراهیمی افزود: عوامل بیرونی اقتصاد از جمله عدم پذیرش دولت برای کنترل بازار غیررسمی و سوءمدیریت بانک مرکزی باعث افزایش قیمت نامتعارف نرخ ارز در بازار است.

وی با بیان اینکه دولت بازار ثانویه را پس از سه ماه راه‌اندازی کرد، گفت: برای بهبود شرایط بازار ارز باید بازار ثانویه برمبنای عملکرد درست ارزی فعالیت کند.

پورابراهیمی گفت: اعلام نرخ تک‌رقمی برای ارز یک خطای راهبردی بود که باید برای ما درس عبرت باشد.

وی افزود: در حالی که پتروشیمی‌ها امسال سه و نیم میلیارد دلار صادرات داشتند، تنها دو و یک دهم میلیارد دلار ثبت کردند و مابقی به جاهای دیگر رفته است. پورابراهیمی گفت: یک اختلاف سنتی میان بازار سرمایه و بانک مرکزی وجود دارد و نمی‌شود با کتمان بازار غیررسمی مشکلات بازار ارز را حل کرد.

وی افزود: قانون اصلاح بانک مرکزی و اصلاح قانون بانکداری در مجلس در دست بررسی است و تا دو ماه دیگر در کمیسیون اقتصادی به تصویب خواهد رسید.

مرکزی به عنوان مدیرعامل بانک کارآفرین انتخاب شده است.

این در حالی است که در خردادماه نیز پورزرن‌دی، مدیرعامل بانک شهر نیز تغییر کرده بود. پیش از این و از سال گذشته نیز مدیرعامل بانک ملت تغییر کرد و در ادامه در اواخر سال، مقدم از بانک تجارت رفت و دولت‌آبادی جایگزین او شد. در مجموع در دولت روحانی و در دولت یازدهم نیز موجی از تغییرات مدیران بانکی رخ داد و عمده مدیران عامل بانک‌ها تغییر کردند.

اخبار



تضعیف تولید داخلی با واردات پوشاک از طریق مناطق آزاد

نماینده اتحادیه پوشاک گفت که بخش قابل توجهی از واردات پوشاک از طریق مناطق آزاد صورت می‌پذیرد که نتیجه‌ای جز تضعیف تولیدکننده داخلی ندارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، تیره‌گر، نماینده اتحادیه پوشاک در گفت‌وگو با ۱۸:۳۰ شبکه خبر درخصوص تأثیر مناطق آزاد بر افزایش قاچاق کالا گفت: مناطق آزاد که با هدف توسعه تولیدات صادرات‌محور تشکیل شده بود، نه تنها به وظیفه خود عمل نکرده، بلکه به محلی برای قاچاق پوشاک تبدیل شده است؛ هرچند در برخی مناطق آزاد تولید هم هست اما این تولید بیشتر با برند خارجی صورت می‌گیرد. تیره‌گر با اشاره به ورود پوشاک ارزان‌قیمت به کشور گفت: واردات بی‌رویه پوشاک که عمدتاً بدون پرداخت عوارض ورودی و مالیات انجام می‌شود موجب ایجاد شرایط نابرابر برای صنعت پوشاک داخلی شده است. وی با اشاره به مشوق‌هایی که به این مناطق داده شده، افزود: عملاً امکان رقابت عادلانه و برابر با رقبای خارجی دشوار شده است.

تیره‌گر گفت: بخش قابل توجهی از واردات پوشاک از طریق مناطق آزاد صورت می‌پذیرد که نتیجه‌ای جز تضعیف تولیدکننده داخلی ندارد. وی با تأکید بر جلوگیری از افزایش مناطق آزاد گفت: باید همین مناطق آزاد موجود هم به خط تولیدات صادرات‌محور برگردد و گرنه صنعت داخلی کشور به شدت آسیب می‌بیند. براساس این گزارش، حسینی‌شاه‌رودی دیگر مهمان برنامه گفت‌وگو با ۱۸:۳۰ با تشریح الزامات جدید و سختگیرانه مجلس برای ایجاد مناطق آزاد و ویژه اقتصادی جدید گفت: این الزامات مجلس برای ایجاد هشت منطقه آزاد و ۱۳ منطقه ویژه اقتصادی جدید به اجرا در خواهد آمد.

وی درخصوص جلسه دیروز کمیسیون اقتصاد گفت: این لایحه دیروز تصویب شد و روز چهارشنبه همین هفته در صحن علنی مجلس به رای گذاشته می‌شود. هشت منطقه آزاد همان مناطق پیشنهادهای دولت است. نماینده مجلس شورای اسلامی گفت: در لایحه ارائه‌شده، دولت خواستار ایجاد هشت منطقه آزاد جدید و ۱۳ منطقه ویژه اقتصادی جدید بود که در کمیسیون اقتصادی پیشنهاد نمایندگان مبنی بر ایجاد ۶۹ منطقه ویژه اقتصادی جدید بررسی و برخی تصویب شد.

نایب‌رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس با بیان اینکه کمیسیون اقتصادی شرایط و الزاماتی را به لایحه دولت برای ایجاد مناطق آزاد جدید اضافه کرد، گفت: یکی از دغدغه‌های مجلس شورای اسلامی، چگونگی اداره مناطق آزاد است به جز یکی دو منطقه آزاد، مابقی به درستی اداره نمی‌شوند. وی با اشاره به خصوصی بودن کامل مناطق آزاد افزود: محدوده جغرافیایی مناطق آزاد در کمیسیون اقتصادی تا ۹۰ درصد کوچک شد تا بتوانند زیرساخت‌های لازم را ایجاد کنند علاوه بر این فنس‌کشی جزو الزامات ایجاد مناطق آزاد قرار گرفت. علاوه بر کوچکتر شدن محدوده مناطق آزاد از ۳۰۰ هکتار به ۲۰ هکتار، انتخاب مناطق آزاد در خارج از محدوده شهری از ویژگی‌های جدید مناطق آزاد تجاری خواهند بود. وی گفت: ایجاد گمرکات در ورودی و خروجی نیز از الزامات ایجاد مناطق آزاد است که اگر این الزامات رعایت نشود نمی‌توانند از امتیازات مناطق آزاد استفاده کنند.

نماینده مجلس تصریح کرد: مناطقی که در اختیار مدیریت خصوصی است فعال هستند. حسینی گفت: واردات خودرو به مناطق آزاد فقط توسط فعالان اقتصادی در آن منطقه انجام می‌شود و حق تردد به خارج از منطقه را ندارند.

موز وارداتی کیلویی چند؟

امسال واردات موز در چهار ماهه نخست سال جاری بیش از ۲۰ درصد کاهش یافته اما قیمت هر کیلویی آن با افزایش همراه بوده است. به گزارش ایسنا، براساس تازه‌ترین آمار گمرک ایران از تجارت خارجی چهار ماهه نخست سال جاری، در این مدت ۱۸۰ هزار و ۷۰۶ تن موز سبز تازه یا خشک‌کرده به ایران وارد شده که ارزش این حجم از موز وارداتی به ۱۷۶ میلیون و ۲۳۱ هزار دلار می‌رسد.

در سال جاری، موز در میان مهم‌ترین اقلام وارداتی ایران قرار گرفته و رتبه هشتم از نظر ارزش واردات را در میان کل کالاهای وارداتی به کشور به خود اختصاص داده است.



به این ترتیب مشاهده می‌شود که واردات موز از نظر وزنی، ۱.۵۶ و از نظر ارزش ۱.۱۶ درصد از کل واردات انجام‌شده به کشور را شامل می‌شود. این در حالی است که تا پایان تیرماه سال گذشته ۲۳۲ هزار و ۶۳۹ تن موز سبز تازه یا خشک‌کرده به ایران وارد شده بود که ارزش دلاری آن رقمی در حدود ۱۷۹ میلیون و ۸۷۹ هزار دلار بوده است. موز در سال گذشته ۲۰۷ درصد از وزن و ۱.۱۴ درصد از ارزش کل واردات ایران در چهار ماهه نخست سال جاری را به خود اختصاص داده بود.

به این ترتیب می‌توان گفت که در چهار ماهه نخست سال جاری میزان واردات موز از نظر وزنی نسبت به مدت مشابه سال گذشته با کاهش ۲۲ درصدی و از نظر ارزش با کاهش ۵۲ درصدی همراه بوده است. از سوی دیگر هر کیلو موز وارداتی در چهار ماهه نخست سال گذشته ۷۶ سنت بوده، اما قیمت هر کیلو موز وارداتی در سال جاری ۹۷ سنت است، بنابراین قیمت هر کیلو موز وارداتی ۲۱ سنت افزایش پیدا کرده است.

غول‌های معدنی به ایران می‌آیند



به‌رغم استمرار مشکلات صنعت معدنکاری جهانی، ذخایری مانند روی، مس، طلا و سایر مواد معدنی ایران با برداشته شدن تحریم‌های غربی سرمایه‌گذاران بین‌المللی را وسوسه کرده است.

به گزارش ایسنا به نقل از رویترز، با این‌همه توسعه صنعت معدن ایران زمان خواهد برد و مشکلات موجود بر سر راه سرمایه‌گذاری باید رفع شوند. افت قیمت فلزات و ایهام درباره همکاری با دولت که تقریباً همه معادن کشور را تحت کنترل دارد به معنای این است که بسیاری از شرکت‌های معدنی خارجی برای امضای قرارداد با ایران عجله نخواهند کرد.

با این‌همه توافق‌نامه‌هایی امضا شده و سایر شرکت‌های خارجی در هفته‌های پس از برپیده شدن تحریم‌های هسته‌ای به بررسی ورود به بخش معدن و فلزات ایران پرداختند.

ایران که یکی از بزرگ‌ترین ذخایر روی بهره‌براری‌نشده جهان و همچنین مواد معدنی دیگری دارد، از زمان امضای توافق هسته‌ای مقدماتی در سال گذشته برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی تلاش کرده است.

سازمان دولتی ایمیدرو در یک کنفرانس معدنی استرالیایی که نوامبر گذشته برگزار شد اعلام کرده بود صنعت معدن تا سال ۲۰۲۵ به ۲۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز دارد.

به گفته نیل پاسمور، مدیرعامل شرکت «هانام اند پارتنرز»، ایران

دارای ذخایر معدنی در کلاس جهانی است که تاکنون از سرمایه‌گذاران پنهان مانده، اما ما در عمق یکی از تاریک‌ترین و وخیم‌ترین دوران صنعت معدنکاری جهانی هستیم.

افت قیمت‌های کالا به شرکت‌های معدنی بین‌المللی ضرر زده و آنها را وادار کرده به فروش دارایی‌ها، کاهش سود سهام پرداختی و کاهش سرمایه‌گذاری برای حفظ نقدینگی اقدام کنند اما بعضی از قراردادهای ایران همچنان انجام می‌شوند.

به گفته مدیرعامل شرکت انگلیسی «هانام اند پارتنرز»، در مدت شش تا ۱۲ ماهی که به نظر می‌رسد تحریم‌ها برداشته خواهند شد کارهایی انجام شد و اکنون که تحریم‌ها رفع شده‌اند روند کار تسریع شده است.

شرکت آلومینیوم نالکوی هند ماه گذشته اعلام کرد گروهی را برای بررسی ساخت یک کارخانه به ارزش حدود ۲ میلیارد دلار به ایران اعزام خواهد کرد و شرکت دولتی «کی آی او سی ال» ساخت یک مجتمع گندله سنگ‌آهن را بررسی می‌کند.

سایر شرکت‌ها از ایتالیا، چین و کره‌جنوبی قراردادهایی را امضا کرده یا در صدد امضای قرارداد هستند.

اما نالکو اعلام کرده برای ساخت کارخانه آلومینیوم پایگاه‌های احتمالی در قطر و عمان را مورد بررسی قرار خواهد داد که تردید در میان سرمایه‌گذاران احتمالی را بازر می‌کند.

وجود برخی رانت‌خواری‌ها، علت اجرایی‌نشدن طرح‌های تولیدی

مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت، علت اجرایی‌نشدن برخی از طرح‌های تولیدی را رانت‌خواری برخی از افراد صاحب نفوذ بیان کرد و گفت: برای اشتغال و رونق اقتصادی کشور باید با دلسوزی، از تمام ظرفیت‌ها استفاده کرد. به گزارش ایسنا، ابراهیم رضایی بآبادی در همایش صنعت و معدن سیستان و بلوچستان افزود: در شرایط فعلی و با وجود تحریم‌ها علیه کشور لازم است مسئولان، فعالان اقتصادی و صاحبان سرمایه با همتی مضاعف برای برون‌رفت از این بحران‌ها تلاش کنند.

وی بیان کرد: با توجه به شرایط موجود حاکم بر اقتصاد کشور و قوانین موجود تولید اگر بتوانیم از نیروی جوان و بااستعداد بهره ببریم، هرگز دشمن موفق به ضربه‌زدن به این ملت و نظام آن هم از طریق افزایش تحریم‌ها نخواهد شد.

وی با بیان اینکه باید توجه مسئولان معطوف به فضای کسب و کار باشد، تصریح کرد: با توجه بیشتر به فضاهای کسب و کار داخلی، کاهش کمک‌های دولتی و تکیه‌زدن بر توانایی‌های جوانان بااستعداد

سختگوی غول معدنی ریوتینتو که پیش از این در پروژه طلای ساریگونی در ایران حضور داشت، اعلام کرده تیم اکتشاف این شرکت درخصوص فعالیت در این کشور کاری انجام نداده است.

مارک بارستو، مدیرعامل راندگولد ریسورسز که تجربه فعالیت در مناطق پرسیک آفریقا را داشته است، اعلام کرده این شرکت قصد فعالیت در ایران را ندارد.

با این‌همه تحلیلگران اظهار می‌کنند حتی اگر توسعه صنعت معدنکاری ایران سال‌ها به طول بینجامد، هزینه‌های پایین انرژی، این کشور را یکی از بازیگران درخور توجه در صنعت فلزات جهانی خواهد ساخت.

پروژه مهدی‌آباد ایران یکی از بزرگ‌ترین ذخایر روی جهان است که پیش از این قرار بود توسط شرکت یونینو ریسورسز استرالیا اجرا شود و تولید سالانه آن ۳۰۰ هزار تن پیش‌بینی شده بود.

ایران ۶۸ نوع ماده معدنی شامل سنگ‌آهن، زغال‌سنگ، طلا و مس دارد و مجموع ذخایر معدنی این کشور به ۴۳ میلیارد تن می‌رسد.

علاوه بر اینکه ایران به عنوان یک تولیدکننده معدنی رشد می‌کند، جمعیت ۸۰ میلیون نفری این کشور هم به رشد تقاضای جهانی برای فلزات کمک خواهند کرد زیرا از دو دهه قبل که روسیه پس از فروپاشی اتحادیه جماهیر شوروی به سیستم تجارت جهانی پیوست، ایران بزرگ‌ترین اقتصاد جهان است که به این سیستم بازمی‌گردد.

شرکت امام‌کی روسیه صادرات محصولات فولادی به ایران را متوقف کرد

۱۰۰ میلیون دلار به درآمد‌های شرکت امام‌کی بیفزاید، اما افزایش ناگهانی موانع تجاری جهانی شرکت را وادار کرده که این پروژه را به‌تعویق بیندازد. وی افزود، شرکت امام‌کی همچنین تحویل محصولات فولادی به ایران را به‌دلیل تحریم‌های دولت ترامپ علیه این کشور متوقف کرده است. تحریم‌های جدید دولت آمریکا که مدت کوتاهی پس از خروج این کشور از توافق برجام اعلام شد، قرار است از ماه آینده میلادی به‌اجرا گذاشته شود و شامل فروش، عرضه و انتقال فلزات خام یا نیمه‌تمام به ایران یا از ایران خواهد بود.

هرچند کرملین مخالف تحریم‌های جدید آمریکا است و می‌گوید تحریم‌های یکجانبه دولت آمریکا علیه یک کشور ثالث نباید بر مبادلات تجاری روسیه با آن کشور تأثیر بگذارد، اما تجار فولاد اوایل ماه جاری میلادی گفتند، شرکت‌های فلزات روسیه به‌دلیل ترس از تحریم‌های آمریکا، در حال کاهش فروش‌های خود به ایران هستند.

ارمین گفت، امام‌کی که قبلاً به‌همراه دیگر شرکت روس یعنی سورااستال به ایران کوپل‌های فولادی گرم نورد صادر می‌کرد، از این توقف صادرات به ایران متأثر نشده و بازارهای دیگر را جایگزین ایران کرده است.

وی افزود: «حتی قبل از وضع تحریم‌ها، میزان صادرات ما به ایران چندان قابل توجه نبود.»

۱۰۰ میلیون دلار به درآمد‌های شرکت امام‌کی بیفزاید، اما افزایش ناگهانی موانع تجاری جهانی شرکت را وادار کرده که این پروژه را به‌تعویق بیندازد. وی افزود، شرکت امام‌کی همچنین تحویل محصولات فولادی به ایران را به‌دلیل تحریم‌های دولت ترامپ علیه این کشور متوقف کرده است. تحریم‌های جدید دولت آمریکا که مدت کوتاهی پس از خروج این کشور از توافق برجام اعلام شد، قرار است از ماه آینده میلادی به‌اجرا گذاشته شود و شامل فروش، عرضه و انتقال فلزات خام یا نیمه‌تمام به ایران یا از ایران خواهد بود.

هرچند کرملین مخالف تحریم‌های جدید آمریکا است و می‌گوید

تحریم‌های یکجانبه دولت آمریکا علیه یک کشور ثالث نباید بر مبادلات تجاری روسیه با آن کشور تأثیر بگذارد، اما تجار فولاد اوایل ماه جاری میلادی گفتند، شرکت‌های فلزات روسیه به‌دلیل ترس از تحریم‌های آمریکا، در حال کاهش فروش‌های خود به ایران هستند.

ارمین گفت، امام‌کی که قبلاً به‌همراه دیگر شرکت روس یعنی سورااستال به ایران کوپل‌های فولادی گرم نورد صادر می‌کرد، از این توقف صادرات به ایران متأثر نشده و بازارهای دیگر را جایگزین ایران کرده است.

وی افزود: «حتی قبل از وضع تحریم‌ها، میزان صادرات ما به ایران چندان قابل توجه نبود.»

نوسازی بیش از ۲۰۰هزار خودرو با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی

با اعلام وصول بیش از ۶۰۰ میلیون دلار طرح‌های توسعه ناوگان حمل‌ونقل تجاری سنگین درون و برون‌شهری توسط صندوق توسعه ملی، روند اجرای جایگزینی بیش از ۲۰۰ هزار خودرو عمومی وارد مرحله تازه‌ای شد. به گزارش «عصرخودرو» به نقل از روابط عمومی صندوق توسعه ملی، این طرح‌ها در راستای طرح بزرگ جایگزینی و نوسازی ناوگان حمل‌ونقل تجاری کشور که بهمن‌ماه گذشته با حضور رئیس‌جمهوری کلید خورد، اجرا خواهد شد. در این طرح که با تأمین مالی صندوق توسعه ملی و مدیریت اجرایی سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) عملیاتی می‌شود، قرار است ۲۰۲ هزار و ۵۰۰ دستگاه انواع اتوبوس، کامیون، کشنده، کامیونت و مینی‌بوس فرسوده ظرف مدت سه‌سال اسقاط و با جایگزینی تولیدات استاندارد داخلی، ناوگان تجاری کشور نوسازی شود. اجرای این طرح علاوه بر توسعه و نوسازی ناوگان حمل‌ونقل عمومی، باعث کاهش چشمگیر مصرف سوخت و کمک به رفع بخش مهمی از معضلات زیست‌محیطی شده و سبب رونق بخش تولید و صنعت کشور و نیز ایجاد اشتغال مولد خواهد شد.

دکتر مرتضی شهیدزاده، رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی پیش از این اعلام کرده بود که تصمیمات لازم برای حمایت از این طرح بزرگ ملی اتخاذ شده و قرار است از محل صرفه‌جویی و کاهش واردات سوخت، منابع تخصیص داده شده بازپرداخت شود. در این رابطه اکبر کمیجانی، قائم‌مقام بانک مرکزی با تأکید بر اصول صندوق توسعه ملی برای تخصیص اعتبار برای طرح‌های ملی گفت: توجه به اساسنامه و موازین قانونی صندوق توسعه ملی همچون رعایت نسبت مالکانه ۲۰ درصد، آورده سرمایه ۲۵ درصد متقاضی و توجیه فنی و اقتصادی از ضروریات این صندوق است که مورد توجه قرار می‌گیرند و تضمین لازم از سوی سازمان برنامه و بودجه نسبت به بازپرداخت تسهیلات ارزی به صندوق توسعه ملی ارائه شده است. بنا به این گزارش مبلغ ۶۱۶ میلیون ۳۰۰ هزار و ۸۸۲ دلار طرح‌های شرکت‌های «پلوران خودروی شرق»، «سیباموتور»، «عقاب‌افشان»، «خودروسازی پیشرو دیزل آسیا» و «ماموت» به عاملیت بانک‌های ملت و ملی در صندوق توسعه ملی اعلام وصول شده و فرآیند اجرایی آنها آغاز شد. به گفته کمیجانی، قرار است ۳ میلیارد یورو از محل صندوق توسعه ملی به طرح بزرگ اسقاط و جایگزینی خودروهای فرسوده سنگین تعلق گیرد.

هیچ خودرویی پنجشنبه‌ها بابت طرح ترافیک جریمه نشده است

رئیس پلیس پایتخت، جریمه خودروها به واسطه ورود به محدوده طرح ترافیک در پنجشنبه‌ها را تکذیب کرد.

به گزارش پایگاه خبری عصرخودرو، سردار رحیمی در پاسخ به این سؤال که اخیراً عده‌ای از راننده‌ها مدعی شده‌اند پنجشنبه‌ها بابت ورود به محدوده طرح ترافیک جریمه شده‌اند، گفت: به صورت صددرصدی این خبر را تکذیب می‌کنم. وی افزود: ما اصلاً مورد جریمه در روز پنجشنبه بابت ورود به محدوده طرح ترافیک نداشته‌ایم و این موضوع صحت ندارد. سردار رحیمی گفت: ما روز پنجشنبه به نسبت قبل با افزایش بیشتر ترافیک روبه‌رو هستیم که این موضوع باعث شده نیروهای ما حضور بیشتری در سطح شهر داشته باشند. رئیس پلیس پایتخت گفت: با این حال همچنان معتقدیم محاسن برداشتن طرح در روزهای پنجشنبه از معایب آن بیشتر است.

دپو قطعات در گمرکات به دلیل عملکرد جزیره‌ای

عضو هیأت‌مدیره انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازی گفت در صورت ادامه روند فعلی در عدم تخصیص ارز به قطعه‌سازان ادامه تولید بعد از یک ماه و نیم آینده تنها یک انتظار واهی است. امید رضایی در گفت‌وگو با پایگاه خبری «عصر خودرو»، با تأکید بر این‌که با شرایط موجود، انفجار قیمتی دور از انتظار نیست، افزود: مشکلاتی که امروز بر سر تخصیص ارز از سوی بانک مرکزی وجود دارد در کنار تصمیمات جزیره‌ای این بانک، گمرک و همچنین وزارت صنعت، معدن و تجارت کار را برای تولیدکنندگان دشوار و وضعیت نامساعدی را ایجاد کرده و انتظار برای تولید تا یک ماه و نیم آینده تنها انتظار واهی است. وی با اشاره به کاهش روزانه تیراژ تولید ادامه داد: با این روند بخشی از خودروها تجاری و بخشی برای تکمیل به کف کارخانه‌ها می‌روند که دلیل همه این مشکلات، روند اشتباه تخصیص ارز و نداشتن نسخه درست برای شرایط ویژه است. رضایی افزود: مدیران دولتی و خصوصی برای مدیریت شرایط ویژه نمره خوبی نمی‌گیرند زیرا نتوانستیم از حداقل فرصت‌ها حداکثر استفاده را ببریم و تنها فرصت‌سوزی کردیم. به گفته وی، امروز بزرگ‌ترین مشکل تولیدکننده، تأمین ارز و روند اشتباه تخصیص آن است و به دلیل تخلفات انجام شده، هیچ مدیری ریسک بانکی که تولیدکنندگان را برای آسان‌تر کردن شرایط نمی‌پذیرد. این فعال صنعت قطعه با بیان این‌که در حال حاضر با همان فرمول گذشته شرایط بحرانی تحریم را مدیریت می‌کنیم درحالی‌که تحریم، شرایط خود را دارد و نمی‌توان با نسخه شرایط استاندارد شرایط تحریم را پیش برد، تصریح کرد: شرایط روزبه‌روز بدتر می‌شود و باید در انتظار موج بی‌نهایت بیکاری باشیم چراکه شرکت‌ها توان پرداخت حقوق کارکنان خود را ندارند و هیچ‌کس نیز تاکنون اقدام به عارضه‌یابی درستی نکرده است. رضایی وضعیت دریافت ارز در وزارت صنعت، معدن و تجارت را وضعیت غیرقابل قبولی عنوان و تصریح کرد: تولیدکننده برای دریافت ارز ناگزیر به طی کردن این مسیر است و درحالی‌که مدیر یک واحد تولیدی باید به فکر قیمت بهینه و با حداقل زیان باشد، کار خود را رها کرده و در راهروهای وزارت صنعت بالا و پایین می‌شود و به جای مدیریت، کارپردازی می‌کند. در وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز به جای این‌که کارشناسان درگیر کار باشند به دلیل بالا بودن حجم کار و کنترل‌های شدید، مدیران کل درگیر شده که کار همچنان سخت‌تر می‌شود.

شایعه گرانی مردم را به پمپ بنزین‌ها کشاند



به نظر می‌رسد حتی رد شایعه افزایش قیمت بنزین توسط زنگنه هم خیال مردم را راحت نکرد. در هفته گذشته مردم در برخی شهرهای مختلف کشور از جمله زنجان، نوشهر، اصفهان و... صف‌های طولانی در پمپ بنزین‌ها ایجاد کردند.

در این راستا در تماس‌هایی که مخاطبان با ایسنا داشته‌اند، از وجود صف‌های طولانی مردم در پمپ بنزین‌ها و حتی تعطیل بودن برخی پمپ بنزین‌ها خبر دادند. گزارش‌ها از محدودیت خدمات‌رسانی پمپ بنزین‌ها در نوشهر و برخی شهرهای دیگر شمالی حکایت می‌کرد. این گزارش‌ها به صورت موردی از شهرهای دیگر از جمله تهران، تبریز، بندرانزلی، لاهیجان و رشت نیز از صف‌های طولانی و کمبود سوخت حکایت می‌کرد؛ موضوعی که البته شرکت ملی پالایش و پخش با قدرت و صراحت آن را رد می‌کند.

روابط عمومی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران در پاسخ به این گزارش‌ها اعلام کرده است که «بنزین مورد نیاز استان‌های شمالی کشور تأمین شده است و هیچ مشکلی در عرضه سوخت وجود ندارد. شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران همه تلاش خود را برای رها هموطنان در سفرهای تابستانی به کار گرفته است. ضمناً دولت هیچ برنامه‌ای برای تغییر قیمت و سهمیه‌بندی بنزین ندارد». در این پاسخ تأکید شده است: «کارکنان این شرکت به منظور تأمین سوخت مورد نیاز هموطنان در سفرهای تابستانی، تلاش می‌کنند در حوزه تولید، انتقال و توزیع فرآورده‌های نفتی خدمات مطلوبی ارائه دهند.»

حدس و گمان‌های افزایش قیمت سوخت از زمانی که در بودجه سال ۱۳۹۷ به دولت اجازه داده شد قیمت بنزین را افزایش دهد، گوشه ذهن مردم نشست، به‌طوری‌که با اینکه بسیاری از مسئولان از وزیر نفت گرفته تا نمایندگان مجلس بارها بر عدم افزایش قیمت بنزین تأکید کرده‌اند، باز هم هربار شایعه افزایش قیمت یا دو ترحی شدن بنزین مردم را به صورت غیرعادی به پمپ بنزین‌ها کشانده و در برخی نقاط کشور مردم از ترس گران شدن بنزین در پمپ بنزین‌ها صف می‌کشند. به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، در بودجه سال ۱۳۹۷ دو تبصره ۱۴ و ۱۸ لایحه بودجه رنگ دیگری به احتمال افزایش قیمت بنزین در سال جاری داد و حتی سقف ۱۷ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان نیز برای مابه‌التفاوت افزایش قیمت حامل‌های انرژی در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال ۱۳۹۶ تعیین شد. از همان زمان زرمزه‌های افزایش قیمت بنزین دهان به دهان شد و احتمالات حول و حوش این موضوع همچنان مطرح می‌شود؛ احتمالاتی که با الزام مجدد استفاده از کارت سوخت قوت گرفت و هرچند شایعات از احتمال دوزخ شدن و حتی افزایش قیمت بنزین خبر می‌دهند اما هنوز هیچ مقام مسئولی به‌طور رسمی این شایعات را تأیید نکرده است. حتی بیژن زنگنه، وزیر نفت در آخرین اظهار نظر خود بحث دو نرخ شدن قیمت بنزین را شایعه دانست و گفت: درباره این موضوع چیزی در دولت تصویب نشده است. بازار شایعه به قدری داغ است که ترس به جان مردم با کوچک‌ترین تلنگر رخنه می‌کند و پای آنها را به تشکیل صف‌های طولانی باز می‌کند. این بار باز هم قرعه فال به نام بنزین افتاده است، به‌طوری‌که

دلیل اصلی مشکلات قطعه‌سازان سوءمدیریت بانک مرکزی است

نابسامانی و سوءمدیریتی که در بانک مرکزی وجود دارد باعث شده است تولید قطعه و در پی آن خودرو کاهش یابد.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در ادامه افزود: خود قطعه‌سازان می‌دانند چگونه تحریم‌های آمریکا یا اروپا را دور بزنند مشروط به اینکه بانک مرکزی، نهادهای اقتصادی و گمرک با قطعه‌سازان همکاری کنند.

وی در خصوص آزادسازی قیمت‌ها بیان داشت: سال‌هاست که قطعه‌سازان آزادسازی قیمت‌ها را مطالبه می‌کنند و از آنجایی که تولید خودرو در کشور رقابتی است و به اندازه کافی تولیدکننده خودرو در کشور وجود دارد، لذا هر نهادی که بر قیمت‌گذاری خودرو نظارت می‌کند باید بر قیمت مواد اولیه‌ای نیز که منتج به تولید خودرو می‌شود نظارت داشته باشد و چنانچه قرار است قیمت‌گذاری خودروها دستوری باشد باید قیمت‌گذاری مواد اولیه نیز دستوری باشد و بالعکس.

مشکل کامیون‌داران قیمت لاستیک است نه کمبود آن

وجود ندارد. رئیس انجمن صنفی تولیدکنندگان تایر ایران در خصوص مشکلات رانندگان کامیون گفت: هیچ‌وقت مشکل کمبود تایر در کشور وجود نداشته است و کامیون‌داران بیشتر با قیمت تایر مشکل دارند تا کمبود تایر و اینکه قیمت تایر افزایش یافته است به علت افزایش قیمت دلار است.

وی درباره میزان افزایش قیمت تایر گفت: با توجه به افزایش نرخ ارز و به تبع آن افزایش قیمت مواد اولیه که در سال جاری شاهد بودیم قیمت انواع تایرهای تولید داخل ۹ درصد افزایش یافته است اما افزایش قیمت تایرهای وارداتی به علت اینکه تعیین قیمت ندارند خیلی بیشتر است و فروشندگان به هر قیمتی که بخواهند تایرهای وارداتی را به فروش می‌رسانند.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در خصوص مشکلات قطعه‌سازان اظهار داشت که در حال حاضر مشکل اصلی قطعه‌سازان تخصیص ارز است، به‌طوری‌که دریافت ارز برای هر قطعه‌ساز تقریباً دو ماه طول می‌کشد و تأمین طولانی مدت ارز یعنی اینکه عملاً تولیدکننده نمی‌تواند کالایی را برای تولید وارد کند، لذا این مشکل باید هر چه سریع‌تر حل شود.

به گزارش خبر خودرو، مازیار بیگلو در این باره افزود: قطعه‌سازان مواد اولیه‌ای را که تولید داخلی ندارد وارد می‌کنند، لذا وجود صف طولانی تخصیص ارز باعث می‌شود مواد اولیه به قطعه‌سازان نرسد و قطعه‌سازان و به تبع آن خودروسازان نتوانند تولید داشته باشند و کاهش روند تولید خودرو نیز به همین علت است.

وی تأکید کرد: در حال حاضر مشکل اصلی قطعه‌سازان تحریم‌های داخلی و کارشکنی‌های داخلی است نه تحریم‌های خارجی، لذا

رئیس انجمن صنفی تولیدکنندگان تایر ایران در خصوص عرضه تایرهای سنگین و باری به کامیون‌داران گفت تایرهای سنگین و باری تولید داخل در اختیار تعدادی نماینده و فروشنده رسمی در سراسر کشور قرار گرفته است و رانندگان و مالکان می‌توانند با در دست داشتن حواله وزارت راه و شهرسازی از این مراکز لاستیک مورد نیاز خود را با قیمت مصوب سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده تهیه کنند.

محمدرضا گنجی در گفت‌وگو با خبرخودرو، اظهار داشت: تعداد تایرهایی که در انبار نمایندگی‌های مذکور وجود دارد خیلی بیشتر از نیاز و تقاضای کامیون‌داران و وزارت راهداری است. وی در خصوص کیفیت تایرهای داخلی در مقایسه با کیفیت تایرهای

پیش بینی فروش ۳۹.۸ تا ۴۲.۳ میلیاردی آیفون در فصل سوم سال مالی ۲۰۱۸

تحلیلگران بازار پیش‌بینی کرده‌اند که اپل در سه‌ماهه سوم سال مالی ۲۰۱۸، بین ۳۹.۸ میلیارد تا ۴۲.۳ میلیارد گوشی آیفون فروخته است. به گزارش زومیت، اپل قصد دارد روز سه‌شنبه، پس از پایان کار بازار سهام، گزارش فروش سه‌ماهه سوم سال مالی ۲۰۱۸ خود را منتشر کند. طبق سنت قدیمی، معمولاً کوپرتینوئشین‌ها حدود ساعت پنج بعدازظهر به وقت محلی گزارش خود را ارائه می‌دهند. به‌موازات، تحلیلگران بازار هم با توجه به داده‌های آماری در صد پیش‌بینی وضعیت گزارش فروش فصل سوم مالی اپل هستند. لازم به ذکر است سه‌ماهه مالی از ماه آوریل تا ژوئن (اواسط فروردین‌ماه تا اواسط تیرماه) در نظر گرفته می‌شود. معمولاً روند فروش گوشی‌های آیفون اپل، در سه‌ماهه سوم سال مالی نسبت به سایر فصل‌ها کمتر می‌شود.



دریچه

دلایل استخدام کارمند پاره وقت و مزایای آن

شرایط و رکود اقتصادی سال‌های گذشته باعث شده افراد به کار پاره‌وقت علاقه‌مند شوند. آنها به طور دائم به‌صورت پاره‌وقت استخدام می‌شوند و کارآفرینان نیز راضی هستند. کارمندان پاره‌وقت در هر کسب‌وکاری به اندازه کارمندان تمام‌وقت جدی گرفته نمی‌شوند، اما کارمندان پاره‌وقتی که به طور دائم در شرکت مشغول به کار هستند مانند مولفه‌های حیاتی روی رشد کسب‌وکار با کمترین هزینه تاثیر می‌گذارند. استخدام کارمندان پاره‌وقتی که مهارت بالایی ندارند، اما می‌خواهند رزومه خود را کامل کنند چالش بزرگی است، بنابراین اگر کارمندی با مهارت‌های بالا و علاقه‌مند به کار پاره‌وقت پیدا کردید با او وارد مذاکره شوید. حتی پیشنهاد کار از خانه را به او ارائه دهید. کار پاره‌وقت اگر به درستی انجام گیرد، به معنای درگیر شدن کارمند به‌صورت تمام وقت است.

۱- مقیاس و فروش

اگر استراتژی شرکت این است که با نهایت سرعت رشد کند و در نهایت به بالاترین پیشنهاد فروخته شود، در این صورت تکمیل کردن پروژه‌ها ضروری است. این روزها شرایط اقتصادی طوری تغییر کرده است که تعداد آزادکارها و کارمندان قراردادی بسیار بیشتر از گذشته شده است. یکی از دلایل این موضوع عدم استخدام دائم کارمندان پاره‌وقت یا حتی تمام‌وقت بوده است و بسیاری از کارآفرینان از این وضعیت راضی هستند. با این حال بسیاری از کارآفرینانی که سابقه کاری چندان زیادی ندارند، ترجیح می‌دهند تیمی متشکل از افراد اصلی و نه لزوماً به‌صورت تمام‌وقت داشته باشند تا شرایط پایداری ایجاد کرده و پیشرفت کنند. کارمندان پاره‌وقت دائم کسانی هستند که حقوق دریافت می‌کنند و ساعات کاری مشخصی دارند. این مدل استخدام شاید برای عده‌ای خوشایند نباشد، اما در اغلب تیم‌های استارت‌آپی مورد استقبال قرار می‌گیرد.

۲- قوانین

بسیاری از کارفرمایان کارمندان را به‌صورت پاره‌وقت و به طور دائم استخدام می‌کنند تا از ارائه خدماتی مانند بیمه درمانی معاف شوند و در هزینه‌های شرکت صرفه‌جویی کنند. در عین حال افراد کمی می‌دانند استخدام دائم کارمندان پاره‌وقت نیز شامل قوانین استخدام برای کارمندان تمام‌وقت می‌شود. به یاد داشته باشید تمام کارمندانی که ۳۰ ساعت در هفته یا ۱۳۰ ساعت در ماه کار می‌کنند شامل قوانین محیط کار می‌شوند. این افراد بخشی از دارایی شرکت بوده و تمام بیمه‌ها به آنها نیز تعلق می‌گیرد. در نتیجه بیمه ندادن به این افراد خلاف قانون بوده و نوعی کلاهبرداری به حساب می‌آید. مسائل محرمانه نیز ممکن است نگرانی‌هایی ایجاد کنند. کارمندان پاره‌وقتی که به طور دائم در شرکت مشغول به کار هستند نیز از اطلاعات محرمانه‌ای که نباید در اختیار رقبا قرار بگیرد باخبر هستند. در نتیجه برای جلوگیری از این موضوع باید قرارداد و توافقنامه‌ای بین دو طرف امضا شود تا در صورت تخلف بتوان از راه قانونی پیگیری کرد. مشاوران قانونی از این موضوع آگاهی کامل دارند و در صورت نیاز می‌توان از آنها کمک گرفت.

۳- دارایی‌های پنهان

یکی از بزرگ‌ترین اشتباه‌هایی که اغلب شرکت‌ها مرتکب می‌شوند این است که کارمندان پاره‌وقت را به چشم دارایی‌های موقتی در



تسلا تخته موج سواری ۱۵۰۰ دلاری تولید می‌کند

ایلان ماسک، مدیر عامل تسلا، اسپیس اکس و بورینگ کمپانی تا به حال کالاهای مختلفی برای تبلیغ شرکت‌هایش عرضه کرده است. به حراج گذاشتن کلاه‌های ۲۰ دلاری و شعله افکن‌های ۵۰۰ دلاری از کمپین‌هایی بوده که تا به حال با استقبال مطلوب کاربران مواجه شده و سود بسیاری نصیب وی کرده است. حال او و کمپانی تسلا محصول جدید، گرانتر و شیک‌تری را معرفی کرده‌اند: تخته‌های موج سواری ۱۵۰۰ دلاری.

به گزارش دیجیاتو، شرکت تسلا تا به حال محصولات زیادی با لوگوی خود روانه بازار کرده و سعی داشته بدین شکل نام خود را بر سر زبان‌ها بیندازد. کلاه، تی‌شرت و نسخه کوچک شده از ماشین‌های الکتریکی تسلا Model S برای کودکان از جمله تلاش‌های کمپانی یادشده در این زمینه به شمار می‌رود. حال تخته موج سواری تسلا به این لیست اضافه شده و به نظر می‌رسد کاربران زیادی سراغ آن بروند.

این تخته‌ها توسط استودیوی مخصوص شرکت تسلا با همکاری موج سواران معروف طراحی شده و لوگوی منحصر به فرد این کمپانی در بالا و پایین آن نقش بسته است. در مشخصات این محصول نوشته شده که تخته موج سواری تسلا از پوششی مشابه با ماشین‌های این کمپانی بهره می‌برد.

ضمن اینکه یک سمت از آن با فیبر کربن پوشانده شده است. علاوه بر این، گفته شده این تخته موج‌سواری را می‌توان به راحتی داخل یا بالای ماشین‌های مدل ۳، اس و اکس تسلا قرار داد و آنها را از محلی به محل دیگر منتقل کرد.

ایلان ماسک همواره از یک استراتژی خاص در تولید محصولات اینچینی بهره می‌برد و سعی می‌کند با محدود کردن میزان تولیدشان، آنها را به کالاهایی خاص تبدیل کرده تا کاربران به سرعت آنها را خریداری کنند. این رو تسلا قصد دارد تنها ۲۰۰ عدد از این محصول را تولید و عرضه کند. جالب اینجاست که تمامی این ۲۰۰ تخته موج سواری تا به حال فروش رفته‌اند و قرار است ۲ تا ۱۰ هفته دیگر برای خریداران شان ارسال شوند. اکنون برخی کاربران زیرک که موفق به ثبت سفارش شده‌اند، از هم اکنون تخته‌های موج سواری خود را در وب‌سایت‌های مختلف برای فروش گذاشته‌اند و مبلغی معادل ۲ تا ۵ هزار دلار از خریداران درخواست کرده‌اند.

نظر می‌گیرند که روزی با کارمندان تمام‌وقت جایگزین خواهند شد. در نقطه مقابل شرکت‌هایی هستند که به کارمندان پاره‌وقت نیز به اندازه کارمندان تمام‌وقت بها می‌دهند. به‌عنوان مثال به طور مرتب جوایزی را برای آنها در نظر می‌گیرند یا هزینه حضور آنها در کلاس‌های آموزشی یا رویدادهای مهم و مفید را پرداخت می‌کنند. این کار به کارمندان پاره‌وقت نشان می‌دهد آنها نیز جزئی از سرمایه شرکت هستند و در نتیجه امید و انگیزه بیشتر برای کار پیدا می‌کنند.

یک کارآفرین باهوش پتانسیل رشد تمام موقعیت‌های کاری و تمام استخدام‌ها از جمله استخدام نیروهای پاره‌وقت را می‌داند. این افراد باید راه پیشرفت کارمندان پاره‌وقت را نیز باز بگذارند و از ایده‌هایی که دارند استقبال کنند. گاهی اوقات پیشنهاد‌های این افراد برخلاف انتظار به طور قابل توجهی در وقت و هزینه‌های شرکت صرفه‌جویی می‌کند. کارآفرینانی که به کارمندان خود به طور دائم آموزش می‌دهند و از دانش آنها استفاده می‌کنند عملکرد بهتری دارند. گاهی اوقات کارمندان پاره‌وقت راه حل‌های بسیار خوبی در مورد موضوع‌هایی ارائه می‌دهند که شاید کارآفرین آگاهی در مورد آن نداشته باشد و در نتیجه کسب‌وکار در جهت مثبت رشد می‌کند.

انتخاب موقعیت‌های شغلی پاره‌وقت

رکود اقتصادی چند سال گذشته بسیاری از افراد را به اجبار به سمت کار پاره‌وقت کشانده است. امروزه با اینکه شرایط کمی بهتر شده است، اما تعداد افراد علاقه‌مند به کار پاره‌وقت همچنان ثابت مانده است. این یعنی بسیاری از افراد کار پاره‌وقت را به استخدام تمام‌وقت ترجیح می‌دهند.

مزایای کار پاره‌وقت

۱- انعطاف‌پذیری: بسیاری از کارآفرینان به دلیل مسائل مالی نمی‌توانند کارمند تمام‌وقت استخدام کنند و بابت این موضوع احساس خوبی ندارند. آنها مزایای استخدام دائم کارمند پاره‌وقت را در نظر نمی‌گیرند. کارمندان پاره‌وقت چابکی عملیات را بالا می‌برند و پروژه‌ها را با سرعت بیشتری به پایان می‌رسانند. در محیط‌های کاری که مسئولیت‌ها قابل تعویض هستند، دو کارمند پاره‌وقت عملکرد بهتری نسبت به یک کارمند تمام‌وقت خواهند داشت.

۲- تخصص: اینکه بتوانید فرد متخصصی را برای انجام کارهای خود و پیشرفت شرکت به‌صورت تمام‌وقت استخدام کنید چالش بزرگی است، بنابراین استخدام چند کارمند پاره‌وقت با مهارت‌های محدود و تعریف شده مانند متخصص بازاریابی B2B و متخصص شبکه‌های اجتماعی توصیه می‌شود. کارفرمایان معمولاً سطح توقع خود را پایین نمی‌آورند و دنبال کارمندی تمام‌وقت با مهارت‌های ناقص نیستند. در مقابل کارمندان پاره‌وقت مخصوصاً بازنشسته‌ها ممکن است کل سال‌های کاری خود را صرف انجام یک کار خاص کرده و در انجام آن ماهر باشند.

۳- مصاحبه: کارمندان پاره‌وقتی که مهارت‌های خود را ثابت کرده باشند فرآیند مصاحبه و استخدام را تا حدود زیادی تسهیل می‌کنند. بسیاری از کارآفرینان ابتدا کارمندان را به‌صورت پاره‌وقت استخدام می‌کنند و بعد از اینکه اوضاع مالی شرکت بهبود پیدا کرد و کارمند نیز توانست خودش را ثابت کند، به کارمند تمام‌وقت تبدیل می‌شود.

منبع: [inc/zoomit](#)

انتشار کتاب سلسله گزارش‌های تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپی

پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان از انتشار کتاب سلسله گزارش‌های تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپی خبر داد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، پرویز

کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان همزمان با انتشار کتاب سلسله گزارش‌های تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپی ریاست جمهوری با اشاره به انتشار کتاب «بررسی تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپی» در پنج جلد اظهار داشت: نظر به اینکه در سال‌های اخیر توسعه زیست‌بوم شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان و استارت‌آپی یکی از مأموریت‌های اصلی معاونت علمی و فناوری در کنار حمایت از تحقیقات مرز دانش و تجاری‌سازی فناوری‌ها بوده است، بنابراین شناخت چالش‌های پیش روی فعالان این حوزه در جهان می‌تواند کمکی برای شکل‌گیری و رشد پویاتر آنها در کشور باشد.

مدیر مسئول انتشارات دانش‌بنیان فناور ادامه داد: جلد نخست این کتاب به بررسی تجربیات جهانی استارت‌آپی‌ها حوزه «مدیریت

پسماند» اختصاص دارد، چراکه ورود کارآفرینان به این حوزه می‌تواند منجر به ارائه راه‌حل برای موضوعات مختلف این حوزه باشد. در این کتاب برنامه ملی آینده‌نگاری و ارتباط آن با اکوسیستم استارت‌آپی معرفی شده است. همچنین علاوه بر مطرح‌شدن مواردی همچون چالش‌ها و راهکارهای توسعه استارت‌آپی در پایان به جمع‌بندی راهکارهای استارت‌آپی و مدل‌های کسب و کار آنها پرداخته شده است.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی همچنین بیان کرد: شرکت‌های استارت‌آپی در حوزه «ورزش و سلامت جسمانی» جلد بعدی این مجموعه است تا در این حوزه نیز شاهد رونق فعالیت کسب و کارهای نوپا باشیم. شرکت‌های استارت‌آپی در حوزه

«مدیریت آلودگی» هوا جلد سوم، شرکت‌های استارت‌آپی در «حوزه کشاورزی» جلد چهارم و شرکت‌های استارت‌آپی در حوزه «مدیریت آب و خشکسالی» جلد پنجم این مجموعه است.





حمایت از پارک‌های علم و فناوری جدی و مستمر خواهد بود

منصور غلامی در مراسم افتتاحیه همایش و نمایشگاه پارک‌های علم و فناوری در حوزه مدیریت سبز در دانشگاه امیرکبیر گفت: تلاش ما این است که از مجموعه آموزش عالی کشور آنتور که باید در سطح ملی حمایت کنیم. به گزارش مهر، وزیر علوم اظهار داشت: پارک‌های علم و فناوری فعالیت خود را به خوبی آغاز کرده‌اند و ارزیابی‌ها نشان می‌دهد فعالیت‌های آنها در سطح مطلوبی قرار داشته اما باید این فعالیت‌ها ارتقا یابد. وی عنوان کرد: پارک‌های علم و فناوری حلقه اتصال فناوری به بخش خصوصی و محصول هستند. وزیر علوم اظهار داشت: در پارک‌های علم و فناوری زایش فکر و اندیشه صورت می‌گیرد و نباید در ستاد وزارت علوم به این مراکز چگونگی مدیریت دیکته شود بلکه باید در کنار آنها قرار بگیریم تا راهکارهای شکوفاسازی فعالیت‌های نوآوری در کشور شکل گیرد.

یادداشت



۵ اشتباه رایج استارت‌آپ‌ها در استخدام نیرو

سوالات درستی در مصاحبه‌ها نمی‌پرسند
کارشناسان باور دارند که استخدام نیرو، زمان کافی، سوالات درست و مقداری قضاوت صحیح می‌طلبد. در صورتی که تمامی این ویژگی‌ها کنار یکدیگر جمع شوند، استخدام نیرو به بهترین شکل نتیجه می‌دهد.
از این رو پرسیدن سوالات صحیح در مصاحبه‌ها از مهم‌ترین مسائل به حساب می‌آید، چرا که می‌تواند از شر درون اشخاص خیر دهد. اگر پرسیدن سوال مهم نبود، هیچ‌گاه مصاحبه‌ای صورت نمی‌پذیرفت و مسئولان تنها لازم بود که رزومه کاندیداها را مطالعه کنند.
مسئله تمامی افراد انتظار دارند در مصاحبه‌های کاری، سوالاتی همیشه از آنها پرسیده شود. به همین دلیل است که سوالات غیرمنتظره می‌تواند نشان دهد که هر فرد تا چه حد قادر است در لحظه از خود شجاعت و توانمندی نشان دهد.

تصویر درستی از کار و فعالیت در آن استارت‌آپ ارائه نمی‌کنند
کار کردن در یک استارت‌آپ بسیار مطلوب به نظر می‌رسد، چراکه کارمندان تصور می‌کنند قادرند

آرام آرام با آن استارت‌آپ پیشرفت کنند و موقعیت‌های زیادی برای پیشرفت‌شان وجود دارد. البته باید مدنظر قرار داد که فعالیت در یک استارت‌آپ به همان اندازه جدی و طاقت‌فرسا است، چراکه نیروی کاری یک استارت‌آپ موفق همواره در حال فعالیت است یا درباره فعالیت خود تفکر می‌کند.

به همین دلیل است که در ابتدا باید مسئولیت‌های کاری هر فرد به درستی تعریف شود تا آنها بتوانند سختی کار در استارت‌آپ‌ها را درک کرده و ببینند آیا قادرند این حجم فعالیت را تحمل کنند یا خیر؟



درست حقوق پرداخت نمی‌کنند
این مسئله می‌تواند به سرعت یک استارت‌آپ را به ورشکستگی برساند یا اشتیاق نیروی کاری را از آنها برباید، چراکه اصولاً پرداخت حقوق در استارت‌آپ‌ها به درستی صورت نمی‌پذیرد.
گاهی اوقات مبالغ بسیار زیادی به برخی نفرت تعلق می‌گیرد و از طرف دیگر برخی اشخاص، بسیار کمتر از آنچه را که لیاقت‌شان است دریافت می‌کنند. هر دوی این مسائل می‌تواند به ضرر کلی تیم تمام شود. شاید پیدا کردن تعادل میان این دو نگرش مهم‌ترین وظیفه یک مدیر مالی یا کارشناس منابع انسانی باشد. البته راهکار عملی در این زمینه وجود دارد؛ اینکه هیچ‌کس جز خود مدیر مالی به مسائل حقوقی آگاه نباشد اما شک نکنید که در این میان افرادی وجود دارند که ممکن است از میزان حقوق همکاران با خبر شده و به بقیه اطلاعاتی ارائه دهند.

منبع: yourstory/digiato

این روزها نمایشگاه الکامپ ۲۴ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر تهران برگزار می‌شود و ۴۲۴ استارت‌آپ و صدها شرکت دولتی و خصوصی دیگر در حوزه الکترونیک در آن حضور یافته‌اند. تمامی این شرکت‌ها مخصوصاً استارت‌آپ‌های جدید و تازه نفس همواره به دنبال تکمیل نیروی کاری‌شان هستند. آنها سعی دارند از موقعیت موجود برای پیدا کردن گزینه‌های مناسب و استخدام نیروی جدید استفاده کنند اما این شرکت‌ها باید مسائل زیادی را در استخدام نیرو مدنظر قرار دهند تا اشتباهات رایج استارت‌آپ‌ها را تکرار نکنند. همانطور که می‌دانید بزرگ‌ترین نقطه قدرت یک کسب‌وکار نیروی کارش است. این گفته شاید کلیشه‌ای به نظر برسد اما در واقع این مسئله سالیان سال است که اثبات شده و می‌تواند یک شرکت را از فرش به عرش یا بالعکس برساند. بنابراین استخدام نیرو و همچنین تعلیم آنها جزو مسائل حیاتی در استارت‌آپ‌ها به شمار می‌رود.
کارشناسان منابع انسانی معتقدند که استارت‌آپ‌ها در استخدام نیروهای شان مرتکب اشتباهات رایجی می‌شوند که می‌تواند بر فعالیت آنها تأثیرات منفی زیادی بگذارد.

در ادامه به بررسی پنج اشتباه رایج استارت‌آپ‌ها در استخدام نیرو می‌پردازیم؛

نمی‌دانند نیروی جدید چه مهارت‌هایی باید داشته باشد
شاید به نظر برسد که استارت‌آپ‌ها همواره باید سراغ افراد تازه نفس بروند و از استخدام نیروی متخصص و حرفه‌ای جلوگیری کنند. با اینکه این نگرش می‌تواند به کارآفرینی کمک کند و قابل تحسین است، اما باید درنظر داشت که برخی مواقع ممکن است این مسئله به ضرر کمپانی تمام شود.
برخی مواقع مسئولان استخدام نمی‌دانند که نیروی جدید باید از چه توانایی‌هایی برای انجام وظایف

محواله برخوردار باشند. پس در ابتدا باید این مسئله مشخص شود. می‌توان لیست کاری کاملی از وظایف آنها تهیه و سپس در برابر هر کدام از آنها مهارت‌ها و ویژگی‌های لازم برای انجام‌شان را فهرست کرد. در انتها بر اساس این فهرست می‌توان میان کاندیداها بهترین گزینه را انتخاب کرد.

در استخدام نیرو مدرک تحصیلی را در اولویت قرار می‌دهند
بسیاری باور دارند که افرادی که مدرک تحصیلی بالایی از دانشگاه معتبری گرفته‌اند قادر خواهند بود بهترین عملکرد را از خود نشان دهند. همانطور که حدس می‌زنید این مسئله همواره درست نیست. نه تنها این گونه افراد ممکن است که حقوق بیشتری درخواست کنند، بلکه مدرک تحصیلی گویای تمامی مسائل در مورد اشخاص نیست و ممکن است آنها نتوانند آن طور که انتظار می‌رود فعالیت کنند، پس در این مواقع بهتر است به جای تمرکز روی مدرک تحصیلی، نگرش آنها را مدنظر قرار داد.



فروش پایین گلکسی اس ۹ و کاهش سوددهی سامسونگ در بهار ۲۰۱۸

سامسونگ گزارش مالی مربوط به سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۸ میلادی را منتشر کرده که با وجود کاهش رشد سوددهی، عملکرد بسیار مطلوبی را از خود به جای گذاشته است. به گزارش زومیت، سامسونگ الکترونیکس دیروز گزارش مالی مربوط به سه‌ماهه دوم سال جاری میلادی را منتشر کرد. براساس اطلاعات ارائه‌شده، این کمپانی کره‌ای در طول یک سال اخیر پایین‌ترین رشد خود را از نظر میزان سوددهی تجربه کرده است. البته باید به این نکته اشاره کنیم که بخش تولید تراشه‌های این کمپانی در مقایسه با گذشته رشد روزافزونی داشته و عملکرد خوبی را به ثبت رسانده است. براساس گزارش مالی سامسونگ برای بهار ۲۰۱۸، این کمپانی موفق شده تا با کسب سود عملیاتی ۱۳.۳ میلیارد دلاری، رشدی ۵.۷ درصدی را در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته به ثبت برساند. البته همانطور که اشاره کردیم، رشد سوددهی سامسونگ در مقایسه با سال گذشته کاهش یافته است. سود خالص سامسونگ طی بهار ۲۰۱۸ نزدیک به ۹.۸ میلیارد دلار گزارش شده است که تقریباً با سود خالص این کمپانی طی سه‌ماهه دوم

سال ۲۰۱۷ برابری می‌کند. فروش کمپانی کره‌ای نیز با کاهش ۴ درصدی همراه شده و به ۵۲.۳ میلیارد دلار رسیده است. Samsung یکی از دلایل کاهش رشد سوددهی خود را فروش پایین‌تر از انتظار گلکسی اس ۹ و گلکسی اس ۹ پلاس خوانده است که به‌عنوان آخرین نسل از پرچمداران این کمپانی شناخته می‌شوند. همچنین سامسونگ، رقابت سنگین در رده‌ی گوشی‌های میان‌رده و پایین‌رده را دلیل دیگری برای کاهش رشد سوددهی خود خوانده است. دو کمپانی چینی هوآوی و شیائومی را باید از جمله اصلی‌ترین رقبای سامسونگ در کشوری نظیر چین و هند خواند. همچون چند فصل اخیر، کسب‌وکار تراشه‌های سامسونگ عملکرد بسیار درخشانی را از خود به جای گذاشته‌اند. سامسونگ اعلام کرده که سود عملیاتی تولید تراشه‌هایش در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته رشدی ۴۵ درصدی را تجربه کرده و به ۱۰.۳ میلیارد دلار رسیده است. انتظار می‌رود عملکرد بخش تراشه‌های این کمپانی نیز به لطف افزایش تقاضا برای تراشه‌های حافظه بیش از پیش افزایش پیدا کند.



آمازون نیمی از بازار تجارت الکترونیک آمریکا را در اختیار دارد

آمازون به‌عنوان بزرگ‌ترین خرده‌فروشی آنلاین جهان در حال گسترش سلطه بر بازار تجارت الکترونیک آمریکاست و نیمی از آن را در اختیار دارد. به گزارش زومیت، گسترش روزافزون فعالیت‌های آمازون در تجارت الکترونیک و فروش آنلاین محصولات، آنها را به بازیگر اصلی این صنعت در آمریکا تبدیل کرده است. پیش‌بینی‌ها رقم ۲۵۸.۲ میلیارد دلار را برای فروش این شرکت در سال جاری میلادی عنوان می‌کنند که رشدی ۳۰ درصدی نسبت به سال گذشته خواهد بود. این شرکت سال ۲۰۱۷ را با سهم بازار ۴۴ درصدی به پایان رساند. آژانس تحلیلی بازار دیجیتال eMarketer، آمارهای از فروش آنلاین شرکت‌ها منتشر کرده است و پیش‌بینی می‌کند آمازون تا پایان سال جاری سهمی ۵۰ درصدی از بازار تجارت الکترونیک در آمریکا داشته باشد. این حجم از فروش، برابر با ۵۰ درصد از کل خرده‌فروشی انجام‌گرفته در آمریکاست. نکته جالب در مورد این تحلیل، رتبه دوم Ebay در لیست است. والمارت به‌عنوان رقیب سنتی آمازون کمتر از ۴ درصد از این بازار را

در اختیار دارد و هزینه‌های میلیاری آنها برای رسیدن به غول تجارت الکترونیک تقریباً بی‌فایده بوده است. تحلیل‌گران حتی معتقدند خرید فلیپ‌کارت توسط الومارت نیز کمکی به آنها نکرده است و این شرکت آمریکایی در همان بازار هند نیز حاکم است.

پنج سال آینده شکست خواهد خورد. در ادامه آمار منتشرشده، دسته‌بندی محصولات فروخته‌شده در آمازون را مشاهده می‌کنیم که کامپیوتر و تجهیزات الکترونیک را با ۲۵.۵ درصد در صدر قرار داده است. آمازون علاوه‌بر فروش بالا در تجارت الکترونیک، با طراحی فرآیندها و محصولات دیگر، سفارش و حمل‌ونقل کالاها را نیز برای مشتریان راحت کرده است. آنها از فروشگاه تا بخش‌های انبارداری، اسپیکرهای هوشمند، روبات‌های خانگی، عینک هوشمند الکسا و بسیاری محصولات دیگر استفاده می‌کنند تا نه تنها به بازیگر بزرگ تجارت الکترونیک تبدیل شوند، بلکه رضایت مشتری و حتی سرگرمی او را نیز به بهترین نحو تأمین کنند.



۱۴ توصیه برندسازی از سوی کارآفرینان
مستقل (بخش دوم)

ترجمه: علی آل علی

در بخش اول توصیه‌های برندسازی از سوی کارآفرینان به ۸ مورد پرداختیم و اکنون به موارد دیگر آن می‌پردازیم.

۹- فهم مشتریان ویژه‌ای که قصد سرویس دهی به آنها را داریم
چون برآون یکی از محدود کارشناسان‌های حوزه جذب مشتری فعال به‌عنوان کارآفرین مستقل است. توصیه وی در زمینه برندسازی نکات قابل توجهی را در خود دارد: «در بیشتر مواقع ما گمان می‌کنیم توانایی خدمت‌رسانی به همه را داریم. من نیز مدت‌ها چنین تصویری را داشتم. با این حال زمانی که شما روی مشتری‌تان متمرکز شوید، همه چیز حتی انرژی مصرفی‌تان نیز دقیق‌تر هزینه خواهد شد. بی‌تردید همه افراد شاید زمانی بدل به مشتریان ما شوند. با این حال نباید برای یک احتمال بخش زیادی از انرژی‌مان را هدر دهیم. به این ترتیب با تعریف مشتریان ویژه در هر بازه زمانی به سراغ آنها خواهیم رفت. مزیت این نوع برنامه‌ریزی کسب موفقیت و سود تضمین شده است. با این حال به منظور دستیابی به این مشتریان ویژه باید شناخت خوبی از آنها داشته باشیم. در اینجا شناخت خوب به معنای آگاهی از نیازها، اهداف و آرزوهای مشتریان است. در این صورت شانس ما برای فروش محصولات شرکت افزایش خواهد یافت.

۱۰- درخواست رأی دادن از مشتریان

برایان گریبیرگ کارآفرینی مستقل در صنعت بیمه است. وی موفقیت در کسب‌وکار را بدون داشتن برندی مشهور تقریباً غیرممکن می‌داند. البته راهکارهای پیشنهادی برایان برای افزایش شهرت برند با توصیه‌های سنتی تفاوت آشکاری دارد: «بسیاری از کارآفرینان مستقل از سایت‌های ثبت‌نیازمندی به‌عنوان رابط میان آنها و مشتریان استفاده می‌کنند. نکته مهم در خصوص این نوع بازاریابی تقلیل جایگاه خود تا پایین‌ترین نقطه ممکن است. به این ترتیب ما خود را کارآفرین‌های دم‌دستی معرفی خواهیم کرد. یک راهکار بهتر ایجاد وب‌سایت شخصی یا فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مختلف است. این نوع استراتژی بازاریابی علاوه بر تسهیل فرآیند برندسازی جایگاه ویژه‌ای نیز در عرصه کسب‌وکار برای شما دست‌وپا می‌کند. با این حال هنوز کار به پایان نرسیده است. پس از شروع فعالیت در سایت شخصی و شبکه‌های اجتماعی درخواست رأی‌دهی یا ارائه بازخورد از کاربران و مشتریان الزامی است. بی‌شک این به معنای اجبار مخاطب نیست. با این حال ترغیب آنها به ارائه بازخورد ما را در بهبود فرآیند برندسازی و تبلیغات کمک خواهد کرد.»

۱۱- نگارش مطالب به‌عنوان مهمان در نشریه‌های معتبر

سید بلخی یکی از کارآفرینان مهاجر است. وی که اصالتی پاکستانی دارد در سال ۲۰۱۳ پلتفرم تعاملی OptinMonster را راه‌اندازی کرد. در این پلتفرم توصیه‌های مختلفی در زمینه کسب‌وکار (مدیریت، فروش، بازاریابی، تبلیغات و برندسازی) ارائه می‌شود. به‌عنوان توصیه‌ای برای برندسازی شخصی بلخی روی نگارش مطلب به‌عنوان مهمان در نشریه‌های معتبر تأکید دارد: «نگارش مطلب در نشریه‌های معتبر و اینکه نام‌مان در ستون و صفحه‌های آنها درج شود به طور طبیعی اعتبار مناسبی را برای ما به ارمغان می‌آورد. بی‌تردید مشتریان به کسب‌وکار فردی که در مجله نیویورک تایمز فعالیت (اگرچه به‌عنوان نویسنده مهمان) دارد بیشتر از سایر برندها اعتماد خواهند کرد. به علاوه شما می‌توانید لوگوی نشریه‌های همکاری‌تان را در وب‌سایت خود درج کنید. به این ترتیب تأثیر روانی برندتان بر مخاطب دوچندان خواهد شد.»

۱۲- ایجاد نمونه کارهای با کیفیت

جاستین فایرمن در زمینه ارائه خدمات سبک زندگی فعالیت دارد. وی با تاسیس برند Conscious Lifestyle به ارائه محصولات مختلف از فرهنگ‌های متفاوت به مشتریان می‌پردازد. در زمینه برندسازی شخصی وی بر تأثیر گسترده نمونه کارهای قبلی تأکید دارد: «هیچ چیز به اندازه نتیجه کارها و پروژه‌های قبلی شما بیانگر کیفیت و توانایی‌های‌تان نیست. در حقیقت امروزه عمل افراد قدرت بیان بیشتری نسبت به حرف‌های‌شان دارد. بر همین اساس نمونه کارهای باکیفیت همیشه روی مشتریان تأثیر خاصی خواهد داشت. فرقی ندارد در چه کسب‌وکاری مشغول به فعالیت هستید (طراح وب، طراح گرافیک، نویسنده، مدیر پروژه و هزاران عنوان دیگر)، در هر صورت باید راهکاری برای نمایش کیفیت کارتان به مشتری پیدا کنید. مزیت این شکل از تبلیغ کسب‌وکار ادامه آن به‌صورت خودکار از سوی مشتریان است. بدین معنا هر مشتری برندتان بدل به بلندگوی تبلیغاتی شما خواهد شد.»

۱۳- همکاری با سایر کارآفرینان مستقل

دیگو آروچولا صاحب برند Cable & Sensors است. شهرت دیگو به دلیل رشد سریع کسب‌وکار وی در مدت کوتاهی است. در زمینه برندسازی وی به اهمیت همکاری با سایر کارآفرینان مستقل اشاره می‌کند: «در همکاری مزیت‌های بسیاری وجود دارد. به این ترتیب در صورت ایجاد رابطه‌ای پایدار با سایر کارآفرینان مستقل، به‌ویژه آنهایی که در نقاط ضعف شما مهارت دارند، برند شخصی دو طرف تقویت خواهد شد. یکی از مزیت‌های ساده چنین اقدامی جابه‌جایی مشتریان میان یکدیگر است. براین اساس هرگاه مشتری نیازمند خدمتی خارج از حوزه تخصصی شما بود، آن را به یکی از همکاران ماهران معرفی کنید. البته چنین رابطه‌ای دوطرفه است. به عبارت دیگر، همکاران شما نیز در صورت مواجهه با مشتری مناسب با کسب‌وکار‌تان آنها را به شما معرفی خواهند کرد. یک راهکار ساده در زمینه تسریع فرآیند جابه‌جایی مشتری درج نمونه کارهای همکاران در سایت شرکت‌های‌تان است. به این ترتیب مشتریان به‌صورت خودکار بین شرکت‌های همکاری‌جابه‌جا خواهند شد.»

۱۴- وقت‌شناسی در روابط و کار

درک رایبسنون یک طراح مستقل و مؤسس برند Top Notch Deizigns است. برای وی برندسازی شخصی حول محور وقت‌شناسی شکل می‌گیرد. «شاید شما در زمینه تخصصی خود صاحب شهرت زیادی باشیند. بدین معنا که براساس عملکرد باکیفیت‌تان مشتریان زیادی داشته باشید. با این حال همه شهرت و اعتبار برندتان در صورت عدم توجه به وقت‌شناسی بر باد خواهد رفت. توجه داشته باشید که وقت‌شناسی فقط مربوط به زمان تحویل پروژه نیست. یکی از نمونه‌های مهم در این زمینه پاسخ دقیق به پرسش‌های مشتری است. همچنین در صورت وجود نقاط ابهام باید توضیح کامل به طرف مقابل داده شود. در حقیقت با توسعه کسب‌وکار مفهوم وقت‌شناسی نیز تا حد زیادی تغییر کرده است. به این ترتیب باید برندمان را با این‌گونه وقت‌شناسی هماهنگ سازیم.»

منبع: entrepreneur



پرهیجان داشته باشد. با اینکه شما مجبور نبودید کسب‌وکار خود را در زیرزمین نمور یک کارخانه آغاز کنید، اما باز هم می‌توانید داستان خود را بگویید. شما دلیلی برای شروع کسب‌وکار خود دارید. شما چشم‌اندازی برای کسب‌وکار دارید. حتماً موضوعی هست که شیفته‌اش باشید و دلیلی برایش وجود دارد. همین را به مشتریان خود بگویید.

۳- یکتاخا عمل کنید

شما باید داستان کسب‌وکار خود را بدون تحریف نقل کنید. نباید تغییرات زیادی همچون افزودن یا حذف قطعات بزرگی از اطلاعات ایجاد کنید. شما نباید هدف خود را تغییر دهید و باید مطمئن شوید که داستان‌تان صادقانه و سازمان یافته است.

داستان‌سرایایی برای کسب‌وکار خود را تمرین کنید. شما می‌توانید داستان خود را برای اعضای خانواده و دوستان تکرار کنید و تا حد امکان آن را برای مشتریان نقل کنید. داستان خود را نهادینه سازید و آنقدر تمرین کنید که طبیعی جلوه کند.

۴- هدف نهایی داشته باشید

به خاطر داشته باشید که شما باید دلیلی برای نقل داستان کسب‌وکار‌تان داشته باشید. شما باید هدف یا نتیجه پایانی قابل پیش‌بینی برای داستان‌سرایایی خود داشته باشید.

داستان شما باید برای مخاطبان‌تان چیزی از خود به‌جا گذارد. داستان شما در اصل بازاریابی برای کسب‌وکار‌تان است. شما می‌توانید داستانی را به اشتراک بگذارید که هنگام تشکیل کسب‌وکار خود آموختید. یا اینکه می‌توانید امتیازات قابل اجرایی به‌وجود آورید که مشتریان را به خرید یا کاری دیگر تشویق کند. مطمئن شوید که چارچوب داستان‌تان به صورتی است که اهداف داستان‌سرایایی شما را برآورده سازد.

داستان خود را امتحان کنید. اگر متوجه شوید که داستان کسب‌وکار‌تان نتایج دلخواه‌تان را در بر ندارد، آنگاه شاید بهتر باشد که برای به‌دست آوردن نتایج بهتر آن را تعدیل کنید. مثلاً می‌توانید ترتیب نقل مطالب داستان خود را تعدیل کنید تا توجه بیشتری را به یک بخش خاص اختصاص دهید. فقط به یاد داشته باشید که در زمان تعدیل داستان خود حقیقت را بگویید.

داستان‌سرایایی برای کسب‌وکار، فرآیندی پویا است. کسب‌وکار شما رشد خواهد کرد و تغییر خواهد یافت. زمانی که کسب‌وکار‌تان تغییر می‌کند، داستان‌تان هم باید تغییر کند.

منبع: allbusiness

- چرا این داستان را نقل می‌کنید؟

- این داستان چه زمانی و در کجا اتفاق می‌افتد؟

- چه کسانی در این داستان نقش دارند؟

- سعی دارید به چه هدفی نائل شوید؟

- با کدام چالش‌ها مواجه شدید؟

- ارتباط گذشته کسب‌وکار شما با زمان حال کسب‌وکار‌تان چیست؟
داستان کسب‌وکار خود را براساس پاسخ‌های‌تان شکل دهید. آن را بنویسید، بعضی قسمت‌ها را حذف و مطالبی را دوباره اضافه کنید. در سرشتن داستان خود دقت به خرج دهید تا عیناً کسب‌وکار و اهداف‌تان را منعکس کند. درباره چگونگی علاقه‌مند کردن شنوندگان خود بیندیشید و کاری کنید که به شما اعتماد کنند.

**۲- اصالت داشته باشید**

شما برای کسب اعتماد مشتریان خود باید اصالت داشته باشید. برای نقل داستان کسب‌وکار خود، از گرافه‌گویی و دروغ‌بافی بپرهیزید. مشتریان خواهند فهمید که چه زمانی اغراق می‌کنید و این مبالغه‌ها باعث دور شدن آنها می‌شود.

نیازی نیست که کسب‌وکار‌تان حتماً سابقه‌ای طولانی یا شروعی

به قلم: مایک کاپل

مترجم: مرزبان دبیغی

داستان کسب‌وکار شما قادر است مردم را به خرید از شما وسوسه کند. داستان‌سرایایی می‌تواند مشتریان را جذب کند، آنها را به دام اندازد و کاری کند که با شما احساس همدلی داشته باشند. یک داستان خوب می‌تواند باعث اطمینان مردم به کسب‌وکار‌تان شود و هشیاری نسبت به برند ایجاد کند، بنابراین لازم است با نحوه نقل موثر داستان کسب‌وکار‌تان آشنا شوید.

داستان کسب‌وکار من، شرکت پیتریات سافت ور (Patriot Software)، در زیرزمین یک کارخانه آغاز شد. جایی که هیچ وسیله گرمایشی یا تهویه مطبوعی موجود نبود و روی کف زمین آب جمع می‌شد. ما به‌جای مشتریان پذیرای موش، پرند، مگس و مار بودیم! پول‌مان تمام شده بود، از همه اعتبار کارتهای بانکی خود استفاده کرده و از آشنایان‌مان قرض گرفته بودیم.

داستان شرکت پیتریات از بهترین شروع ممکن برخوردار نیست، اما داستان ما واقعی است. بسیاری از مشتریان کسب‌وکار کوچک ما از داستان صادقانه و بکرمان خوش‌شان می‌آید. بسیاری از آنها حتی می‌توانند نسبت به نخستین روزهای کارمان احساس همدردی کنند. مشتریان زمانی که داستان ما را می‌شنوند، دلیل کارمان را درک می‌کنند و می‌دانند که ما نیازهای‌شان را می‌فهمیم.

شما برای ارتباط با مشتریان باید داستان کسب‌وکار خود را بدانید و در جایگاه صاحب کسب‌وکار لازم است در داستان‌سرایایی خبره شوید.

نکاتی برای داستان‌سرایایی درباره کسب‌وکار

برای تکمیل داستان برند خود، از توصیه‌های زیر برای داستان‌سرایایی درباره کسب‌وکار استفاده کنید:

۱- هدف خود را مشخص کنید

داستان کسب‌وکار شما باید هدفی روشن داشته باشد. اگر اینطور نباشد، شما سخنان بی‌معنی و حرف‌های نامربوط خواهید زد و سادگی خود را از دست خواهید داد که در نتیجه آن توجه مشتریان خود را از دست خواهید داد.

برای دور نشدن از هدف خود، دلیل نقل داستان کسب‌وکار‌تان و مخاطبان خود را مشخص کنید. پاسخ به این سوالات ممکن است به بیزا راه نرفتن شما کمک کند.

ایستگاه بازاریابی



بازاریابان چگونه می توانند تجربه مشتری با CX قوی تری ارائه دهند

تجربه مشتری یا CX، یکی از مهم ترین فاکتورهایی است که تصمیمات مشتریان را تحت تاثیر قرار می دهد و جایگاه یک برند را در بازار تعیین می کند.

تمام گروه ها، مدیرعامل شرکت Fjuri و مدیر بازاریابی سابق مایکروسافت ویندوز، اخیراً در مصاحبه ای توضیح داد که چرا شرکتها به منظور بهبود تجربه مشتری (CX)، باید روی یک رویکرد جامع و تکنیکی متمرکز شوند.

گروه هلد در این مصاحبه، از چالش ها و فرصت هایی صحبت کرد که بازاریابان در راه جمع آوری داده های درست، با آن مواجه می شوند: تقابل داده های تجربی و داده های عملیاتی در مدل سازی، پیش بینی و بهبود تجربه مشتری. وی گفت: مدیران بازاریابی و بازاریاب ها فرصت دارند که سیگنال ها را از میان امواج پراکنده و درهم، تشخیص دهند و داده ها و فناوری هایی را انتخاب کنند که آنها را به خروجی های بهتری می رسانند. در نهایت، تجربه ای که شما برای مشتریان فراهم می کنید، همان برند شما است. بنابراین از هر فناوری خاصی که استفاده می کنید، هوش مصنوعی یا اتوماسیون یا هر راهکار دیگر، باید ارزشی واقعی برای مشتریان ایجاد کنید.

گروه در ادامه صحبت خود، از مدیران بازاریابی خواست با این شش اقدام عملی، CX قوی تری را توسعه دهند:

یک تیم تخصصی CX تشکیل دهید

شما بدون تیمی که تمام تمرکز خود را روی بهبود CX می گذارد، نمی توانید پیشرفت قابل توجهی در این زمینه داشته باشید. یکی از نخستین اقدامات مدیران ارشد بازاریابی، این است که با مدیرعامل و مدیران سایر بخش ها به توافق مشترکی برسند که چگونه از داده ها و تکنولوژی برای بهبود CX استفاده کنند.

در حالی که فناوری های تخصصی بازاریابی هر روز بیشتر توسعه پیدا می کنند، بسیاری از اوقات مدیران ارشد بازاریابی به یکی از خریداران فناوری های جدید خارج از بخش IT تبدیل می شوند؛ فناوری هایی که خروجی کسب و کار را در سراسر سازمان تحت تاثیر قرار می دهد. به همین دلیل بسیار مهم است که مدیر بازاریابی و بازاریابان، ارتباطات استراتژیک و موثری با تمام بخش های سازمان داشته باشند تا تفاهم نامه های سطح کیفی خدمات (SLA) و داده هایی را که از تعاملات متقابل و مشترک حاصل می شوند، دریافت کنند. به علاوه آنها باید مطمئن شوند که مشاوران و کارشناسان آموزش دیده، از این داده ها به درستی استفاده می کنند تا سطح تجربه مشتری را بهبود دهند.

استفاده از داده های تجربی

امروزه مشتریان نه تنها محتوای با کیفیت را ترجیح می دهند، بلکه به دنبال تجربه خوشایندی هستند که براساس فاکتورهایی نظیر شغل و مکان زندگی آنها، شخصی سازی شده است. اگر می خواهید CX فوق العاده ای ارائه دهید، نه تنها باید بدانید که چه اطلاعاتی در اختیار دارید و چگونه باید از این اطلاعات استفاده کنید، بلکه باید داده های تجربی زمان واقعی را نیز بشناسید: مشتریان فعلی شما چه کسانی هستند؟ مخاطبان بالقوه ای که به وبسایت شما مراجعه می کنند چه افرادی هستند و چگونه می توانید آنچه را که در حال حاضر پیش روی آنها قرار داده اید، دوباره تنظیم کنید تا بهترین تجربه پیش رو را برای آنها فراهم کنید؟

CX را به عنوان برند خود ببینید

تجربه مشتری به نوعی همان برند جدید امروزی است. هیچ فاکتوری به اندازه CX در پیروزی شما در بازار رقابتی تاثیرگذار نیست. اگر بابت تبلیغات محصولات و خدمات خود هزینه می کنید، اما CX منسجم و سازگاری ندارد، در واقع بودجه خود را هدر می دهید. موفق ترین برندها و بازاریابها، حالا بیش از پیش روی بهبود تجربه محصول و اولویت ها و نیازهای مشتریان متمرکز شده اند. این بدان معنی است که شما باید در هر لحظه، محتوای مناسبی را در کانال های مختلف بازاریابی خود منتشر کنید. انجام این کار سخت تر از چیزی است که به نظر می رسد، ولی اگر شما در نخستین ملاقات، نظر مخاطبان را جلب نکنید، احتمالاً فرصت دومی به دست نمی آوری.

مخاطبان خود را بشناسید

به طور دقیق بررسی کنید که مخاطبان شما، بیشتر به چه اطلاعاتی علاقه مندند و غالباً این اطلاعات را چگونه «صرف می کنند». از میان ایلکیشن ها، پلتفرم ها و وبسایت های جدید، بهترین رسانه ها را برای محتوای خود پیدا کنید. صرفاً فرض را بر این نگذارید که مشتریان، بیشتر وقت خود را در توییتر یا اینستاگرام یا پلتفرم های پایه دیگر سپری می کنند، بلکه راه های متعدد دیگری را بیابید که پیش فرض های شما را به چالش می کشند. سپس با استفاده از داده ها، تئوری خود را اعتبار سنجی کنید.

یک تجربه مناسب و شایسته ارائه کنید

پس از اینکه مشتریان را در بخش های کلی یا بخش های کوچکتر مورد تحقیق قرار دادید و پرسوئای آنها را تعریف کردید، از این اطلاعات برای ایجاد یک تجربه شخصی و سازگار در پلتفرم های مختلف استفاده کنید، به طوری که به نیازهای خاص، چالش ها و خواسته های مشتریان پاسخ مناسبی بدهد. به عنوان مثال ابتدا با آنها صحبت کنید، به سوالات آنها پاسخ دهید، محصولاتی را که احتمالاً مورد علاقه آنها است انتخاب کنید و ابزارهایی را در اختیارشان بگذارید که با توجه به وضعیت منحصر به فرد خود، بهترین تصمیم را اتخاذ کنند.

اثربخشی تجربه مشتری را تست کنید

هم راستا با مراحل فوق، بازاریابان می توانند با استفاده از AI، اتوماسیون و سایر فناوری های جدید، تجربه موثرتری در مقیاس وسیع تر فراهم کنند. تام گروهلر اشاره می کند که شرکت Fjuri با مشتریان خود کار می کند تا با استفاده از پلتفرم های تکنولوژی بازاریابی، اثربخشی CX را در تمامی کانال ها تست کنند. هدف اصلی این است که متوجه شوید مشتریان در زمان حال، واقعاً چه تجربه ای را پشت سر می گذارند. همچنین ببینید که چه مواردی خوب کار می کنند و چه عناصری کارایی لازم را ندارند. سپس تغییراتی ایجاد کنید که شما را از سایر رقیبان متمایز می کند، مشتریان را علاقه مند و وفادار می کند و فروش برند شما را افزایش می دهد.

منبع: forbes/zoomit

۱۳ راه ارتباط با مشتریان در شبکه های اجتماعی



ما، «تغییر دنیا» است. ما هر دوشنبه بر داستان یکی از اعضای گروه تمرکز می کنیم که تغییر مثبتی در دنیای کارفرما ایجاد می کند و آن را «دوشنبه تغییر دنیا» می نامیم. این راهی عالی برای نمایش هدف اصلی شرکت خود و همزمان برقراری ارتباط با مشتریان است و افراد زیادی در مورد یادداشت های ارسالی نظر می دهند - نیک فرید من (Nick Friedman)، کالج هانکز هولینگ جانک (College Hunks Hauling Junk)

۵- با شبکه های اجتماعی به متناهی بخشی از ارتباطات خود رفتار کنید

شبکه های اجتماعی اغلب نخستین مکانی هستند که مشتریان احتمالی جدید با برند شما به صورت آنلاین تعامل دارند. مشتریان انتظار دارند که کسب و کارها، مشخصات اجتماعی جدید و آموزنده ای داشته و قابل دسترس باشند. برای همه پایگاه های مورد استفاده خود، استراتژی محتوا ایجاد کنید: از فیس بوک استفاده کنید تا جامعه ای از طرفداران خلق کنید، تصویر برند را در اینستاگرام سازماندهی کنید و کالاهای صنعت خود را در لینکداین خرید و فروش کنید - انگ تان (Eng Tan)، سیمپلر (Simplr)

۶- به پرس و جوها پاسخ دهید

تعامل با همه فالوورهای شبکه های اجتماعی، مخصوصاً زمانی که هزاران فالوور دارید، می تواند کاری دشوار باشد اما تلاش هماهنگ برای پاسخ به موقع به همه نظرات، پرسش ها و پرسوچوها می تواند به افزایش مشارکتها و وفاداری به برند کمک کند. مساً در جایگاه نمایندگان بازاریابی دیجیتال و منابع انسانی، به همه نظرات یا موضوعات مورد علاقه کارفرمایانمان پاسخ می دهیم که از طریق شبکه های اجتماعی ارسال می کنند - کریستین کیمبرلی مارکِت (Kristin Kimberly Marquet)، کریتیو دیولوپمنت ایجنسی ال سی (Creative Development Agency LLC)

۷- شبکه های اجتماعی خود را تعاملی کنید

شبکه های اجتماعی خود را با ارسال نظرسنجی ها، رأی گیری ها و مسابقات تعاملی کنید و مطمئن شوید که به همه نظرات دریافتی، حتی با یک تشکر فوری، پاسخ می دهید. این کار وفاداری و دسترسی برند شما را بهبود خواهد بخشید، چرا که فالوورهای شبکه های اجتماعی عملاً دوست دارند با برندها مشارکت داشته باشند و می خواهند که صدای شان شنیده شود - اندرو اشراگه (Andrew Schrage)، مانی کرشرز پرسونال فایننس (Money Crashers Personal Finance)

۸- یک رابطه احساسی برقرار کنید

همان طور که این ضرب المثل نقل می کند، «مردم براساس احساسات خرید می کنند و با منطق آن را توجیه می کنند». مردم افرادی را ترجیح می دهند که می شناسند و دوست دارند و نسبت به آنها اعتماد دارند. یکی از راه های خلق ارتباط احساسی، به اشتراک گذاشتن داستان ها، تصاویر و حکایت های الهام بخش مرتبط با چالش هایی است که کارفرمایان شما همین حالا در زندگی خود تجربه می کنند - شارل گوده (Charles Gaudet)، پردیکتبل پرفایتنز (Predictable Profits)

منبع: allbusiness

به قلم: ماتیو کاپالا (Mathew Capala)، آنفامتیک (Alphametic)

مترجم: مروریذ فیض

شبکه های اجتماعی با بیش از ۲ میلیارد کاربر در سرتاسر جهان می توانند بهترین فرصت را برای ارتباط با مشتریان و به نمایش گذاشتن برندها ارائه دهند. همین طور ایجاد شبکه های اجتماعی با تعداد زیادی فالوور می تواند به شما کمک کند تا به برند ایده آل مشتریان تان تبدیل شوید و به طور قابل توجهی وفاداری و دسترسی خود را بهبود دهید. برای حمایت از تلاش های شما در ایجاد شبکه های اجتماعی، ما از

۱۳ کارآفرین سوال زیر را پرسیدیم:

بهترین روش استفاده از شبکه های اجتماعی برای مشارکت مشتریان و کارفرمایان تان برای بهبود وفاداری و دسترسی برند چیست؟

۱- بر ارائه ارزش تمرکز کنید

بیشترین کاربرد سکوی سخنرانی اجتماعی شما، ارائه ارزش به مردم است. شما می توانید این کار را با در میان گذاشتن توصیه ها، اخبار، اطلاعات و آموزش انجام دهید و زمانی که این کارها را انجام می دهید، نه تنها در نقش متخصص فن برای خود و برندها شپرتی کسب می کنید که حقیقتاً و از روی خیرخواهی در کمک به مردم سهیم هستید. پیام شما و تخصص تان زمانی به چشم خواهد آمد که مردم برای اندرز پیشنهادی شما ارزش قائل می شوند و آن را به اشتراک می گذارند - اسکات لوی (Scott Levy) فیول آنلاین (Fuel Online)

۲- به اعضای فعال جامعه توجه کنید

مردم عاشق این هستند که از آنها قدردانی و درموردشان صحبت شود و شما با در میان گذاشتن داستان های الهام بخش افرادی که در زمره مخاطبان تان هستند و همزمان ارائه محتوای عمومی تر درباره مباحثی که آنها علاقه مند هستند و اهمیت می دهند، فرمول برندهای در اختیار دارید. به فعال ترین اعضای جامعه خود توجه و بر آنها تمرکز کنید که باعث افزایش ارتباط کلی مخاطبان تان خواهد شد، چرا که مردم متوجه عالی بودن و اصالت برندها هستند - جاستین فیومن (Justin Faerman)، کاننسس لایف استایل مگزین (Conscious Lifestyle Magazine)

۳- همیشه اصالت داشته باشید

بسیاری از بازاریابان حرفه ای شبکه های اجتماعی به سختی کار می کنند تا از لغات مناسب برای جذب مشتریان استفاده کنند، در حالی که عملاً اصالت است که هر بار مانع تراسی می کند! هیچ کس دوست ندارد مجبور به خرید کالایی شود و می تواند بازار گرمی را از یک کیلومتری تشخیص دهد. شبکه های اجتماعی به این خاطر معرکه اند که پایگاهی برای معاشرت و نه فروش هستند. اگر نتوانید همانند کاربران شبکه های اجتماعی صحبت کنید، آنگاه نادیده گرفته خواهید شد. اگر این کار را درست انجام دهید، ارتباطات تان افزایش خواهد یافت - کودی سانچز (Codie Sanchez)، وبسایت کودی سانچز (www.CodieSanchez.com)

۴- هدف اصلی شرکت خود را به کار گیرید

راهی بیابید تا هدف اصلی شرکت را با کارفرمایان تان مرتبط سازید و در شبکه های اجتماعی به آن توجه کنید. متلاً هدف اصلی شرکت

۳ سوالی که به شما کمک خواهد کرد تا در زمان گنج شدن شتاب خود را بازیابید

به قلم: استفانی ووترزا
مترجم: مرورا دیفی

زمانی که از قدم بعدی خود اطلاع ندارید، این سوالات می‌توانند به شما کمک کنند تا آن را بفهمید.

تعیین هدف، نقشه راه آینده را خلق می‌کند، اما اگر شما اطلاعی از نحوه رسیدن به آن نداشته باشید، می‌تواند همین‌طور دست‌ورالعملی برای گنج شدن باشد. جیسون وماک (Jason Womack)، نویسنده همکار کتاب شتاب بگیرید: نحوه آغاز کار در هنگام گنج شدن، می‌گوید که هر چیز جدید یا متفاوتی باعث کاهش شتاب می‌شود.

او می‌گوید: کاری که مردم در زمان گنج شدن، سراسیمگی یا استرس انجام می‌دهند، خلوت کردن تقویم خود، بیرون رفتن از دفتر کار، یا درست کردن فهرست است. تمام کاری که واقعا لازم است انجام دهید، برداشتن قدم بعدی است.

وماک می‌گوید: به نظر آسان می‌رسد، اما چطور از قدم بعدی مطلع می‌شوید؟ سریع‌ترین راه بازیافت شتاب خود پرسیدن سوالات مختلف است. سوالات بهتر نه؛ مختلف.

او این سه سوال را پیشنهاد می‌دهد که به ایجاد حرکت رو به جلو کمک خواهند کرد:

۱- دوست دارم برای چه کاری شناخته شوم؟

وماک می‌گوید که این سوال درباره میراث‌تان نیست، بلکه درباره تعریف یک هدف عمده و صرف زمان خود متناسب با آن است. او توضیح می‌دهد: تصور کنید که شخصی در حال آماده کردن سخنرانی خود برای کنفرانس سالانه است، از خود بپرسید که دوست دارم بعد از اتمام سخنرانی برای چه کاری شناخته شوم؟ مشخص کردن یک نقش و دوره زمانی، به مثابه مشوقی برای بازیافتن شتاب است.

پاسخ این سوال را یادداشت کنید. وماک می‌گوید: شما به چیزی نیاز دارید تا سرعت تفکر‌تان را کاهش دهد. نوشتن با دست‌زمان‌بر است. شما می‌توانید با چشمان خود ببینید که چه کاری را برعهده می‌گیرید که می‌تواند جایی باشد که شما خود را در مرکز آن قرار می‌دهید و به شما کنترل بیشتری بر مسائل غیرقابل کنترل می‌دهد.

وماک می‌گوید که آنگاه از این پاسخ به‌جای راهنمایی برای تقویم خود و تهیه فهرست استفاده کنید. این پاسخ همین‌طور به شما کمک می‌کند تا کارهایی را مشخص کنید که نباید انجام دهید. او می‌پرسد: امروز می‌شود چه کاری را انجام نداد که اشکالی نداشته باشد؟ آنگاه کارهایی را بیشتر انجام دهید که دوست دارید.

۲- من می‌توانم از چه کسانی بیاموزم؟

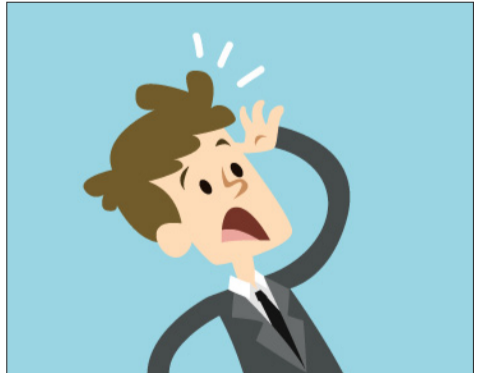
گاهی اوقات صحبت کردن با شخصی که تجربه انجام کاری را داشته است که درصدد انجامش هستید، می‌تواند به شما در رفع گنج شدن کمک کند. وماک می‌گوید: این شخص می‌تواند مشاور معتمدی باشد که حاضر به کمک کردن است، یا ممکن است این کمک به‌طور رسمی در محل کار صورت گیرد، یا به طور غیررسمی از طریق شخصی که در LinkedIn دنبال می‌کنید، یا شخصی که مقاله منتشر می‌کند.

اطلاع از اینکه چه کسی ممکن است الهام‌بخش باشد به شما کمک می‌کند تا کار بعدی را به‌طور واضح مشخص کنید. مثلا تماشای یکی از سخنرانی‌های تد (سخنرانی‌های کوتاه و پر از ایده‌های عالی)، رفتن به کتابخانه یا حضور در یک کنفرانس.

وماک می‌گوید: از آنجا که اطلاعات بسیار زیادی موجود است، شما می‌توانید با انواع مشاوران معتمد، آموزگاران یا مربیان در تعامل باشید. آنها می‌توانند الهام‌بخش قدم بعدی‌تان باشند.

۳- سه پروژه فرعی که می‌توانم بر عهده بگیرم کدامند؟

وماک می‌گوید که با استفاده از یک بازه زمانی سه ماهه، نقاط عطفی را تعیین کنید که به شما کمک خواهد کرد روزهای خود را سازماندهی کنید. مثلا اگر می‌خواهید طرح پیشنهادی کتابی را تا پایان سال ارائه دهید، چارچوب آن را ظرف دو ماه تکمیل کنید، با افرادی تماس بگیرید که لازم است مصاحبه داشته باشید، یا فهرست داستان‌های خاصی را تهیه کنید که لازم است ظرف چهار ماه نقل کنید، آماده تولید باشید و طرح پیشنهادی خود را پس از شش ماه ارسال کنید.



او می‌گوید: هدف از شتاب‌گیری، پیشرفت‌های پایدار است. یک نتیجه به هدف خیلی خاص را برای دست یافتن در کوتاه‌مدت مشخص کنید. یک سری پروژه‌های فرعی کوچک انتخاب کنید. آنگاه کارها، برنامه‌های روزانه و عاداتی را که باعث حرکت رو به جلو شما به سمت اهداف بزرگ‌تر می‌شوند، به‌طور واضح مشخص کنید.

وماک پیشنهاد استفاده از قاعده ۳۰/۳۰ را می‌دهد. هر بار ۳۰ دقیقه را صرف تفکر، کار، و بحث درباره هر چیزی کنید که موعد آن حداقل ۳۰ روز دیگر است. من پس از گذشت ۳۰ روز تضمین می‌کنم که چیزی وجود خواهد داشت که آرزو می‌کنید بیشتر درباره‌اش فکر کرده بودید. شما زمانی شتاب‌گیری را تجربه خواهید کرد که زودتر پروژه‌های مهم را شروع کنید. دلیل این همه سراسیمگی ما آن است که کارهای موجود در تقویم غافلگیرمان می‌کنند.

منبع: fastcompany

افراد ذاتا دروغگو، تنبل و زیر کار دررو هستند!

دانش رهبری خوب (بخش دوم)



بر مبنای هدف به طور فعالانه‌ای کارکنان را در ارزیابی‌هایی که از خودشان انجام می‌گیرد، مشارکت می‌دهد، بنابراین آنها صرفا از طرف دیگران نمره‌دهی یا ارزشیابی نمی‌شوند.

مدیریت بر مبنای هدف دارای دو مرحله است؛ هدف‌گذاری (Goal setting) و بررسی عملکرد (Performance review). در مرحله هدف‌گذاری، کارکنان به طور انفرادی با سرپرستان ملاقاتی را انجام می‌دهند تا اهدافی را تعیین کنند که معمولا در مدت زمانی یک ساله در جهت رسیدن به آن تلاش کنند و راه‌های رسیدن به آن اهداف را مورد بحث قرار می‌دهند. این اهداف تا حد ممکن باید واقع‌گرایانه، صریح و عینی (Realistic Specific, Objective) باشند. برای مثال، برای فروشندگان این کافی نیست که بگویند آنها باید تلاش کنند تا محصول بیشتری بفروشند، بلکه باید مجموعه‌ای از موارد معین یا مبلغ دلاری مشخصی به‌عنوان هدف در نظر گرفته شود.

در مرحله ارزیابی عملکرد، کارکنان و سرپرستان میزان تحقق هدف مورد نظر را مورد بحث قرار می‌دهند. دوباره، این فرآیند متقابل با درگیر کردن دو طرف ادامه می‌یابد. ارزیابی عملکرد بر اساس نتایج شغلی است و نه براساس خصوصیات همچون ابتکار یا مهارت‌های عمومی. کارکنان در طرح‌های مدیریت بر مبنای هدف، احتمالا تحت فشار باشند تا اهداف بالاتری را همواره محقق سازند تا بتوانند شهادتی بر بهبود باشد. سرپرستان احتمالا وضعیت سال گذشته را به‌عنوان هدفی مناسب برای عملکرد شغلی سال آینده نمی‌بینند. پس، ممکن است که اهداف به طور فزاینده‌ای غیرواقع‌بینانه شوند. همچنین، مدیریت بر مبنای هدف برای مشاغلی که قابل کمی‌سازی نیستند، مفید نیست. این احمقانه است که انتظار داشته باشیم شیمیدان‌ها موافقت کنند که امسال نسبت به سال گذشته پنج پیشرفت علمی بیشتر به دست آورند. فن مدیریت بر مبنای هدف با رهنمودهای استخدای عادلانه سازگار است و در افزایش انگیزه کارکنان و نیز بهره‌وری موثر شناخته شده است.

در آخر: نظریه مشهوری که مک گرگیور مطرح کرد تا مدت‌ها مفید واقع شد. آیا این نظریه به خوبی در فضای کار به کار گرفته شد؟ اخیرا دانشمندی نوشته بود که دیدگاه نظریه ایکس هنوز هم در جریان است؛ یعنی، این دیدگاه که کارکنان متغلبند و نسبت به انتظارات مشروع مدیریت مقاومت می‌کنند. ولی همان دانشمندی می‌افزاید که دیدگاه بشردوستانه مک گرگیور از سازمان‌ها یعنی نظریه ایگرگ، امروزه نسبت به گذشته به واقعیت نزدیک‌تر است.

ادامه دارد...

نظریه ایگرگ بیان می‌دارد که افراد در کارها در جست‌وجوی رضایت‌مندی باطنی و کامیابی (Inner Satisfaction and Fulfillment) هستند. برای حصول عملکرد شغلی خوب کنترل و تنبیه ضروری نیست. پس، طبق نظریه ایگرگ، افراد ساعی و خلاق هستند و در شغل‌شان در جست‌وجوی مسئولیت و چالش هستند. آنها وقتی بهترین کارکرد را دارند که زیر نظر رهبری باشند که به آنها اجازه می‌دهد در تنظیم اهداف فردی و سازمانی مشارکت کنند و در جهت دستیابی به آن تلاش کنند. نظریه ایگرگ با جنبش روابط انسانی در مدیریت و سبک دموکراتیک و مشارکتی سازماندهی سازگار است. یکی از مثال‌های کاربرد نظریه ایگرگ، مدیریت بر مبنای هدف (ام بی‌او)



(Management by objectives) برای ارزیابی عملکرد است. این رویکرد شامل توافق متقابل بین مدیران و کارکنان روی اهدافی است که باید در یک دوره زمانی معین به آنها دست یافت. در اینجا به جای تمرکز بر توانایی‌ها یا خصوصیات مانند آنچه که در ارزیابی شایستگی کارکنان مورد اهمیت است، یا رفتارهای شغلی همچون مقیاس رفتاری و مقیاس ارزیابی مبتنی بر رفتار، در مدیریت بر مبنای هدف بر اهداف تمرکز می‌شود، یعنی روی اینکه چگونه کارکنان توانسته‌اند به خوبی به اهداف خاص دست پیدا کنند، متمرکز است. در اینجا تاکید بر آن چیزی است که کارکنان انجام می‌دهند، نه بر آنچه سرپرستان آنها تصور می‌کنند یا از رفتارشان ادراک کرده‌اند. به علاوه، مدیریت

نویسنده: حامد هدهائی
روانکاو فروش ایران

تصور اینکه امروزه افرادی وجود دارند که تحت رویکرد مدیریت علمی کار می‌کنند، بسیار سخت است. اکثر سازمان‌های مدرن ارضای نیازهای کارکنان را به‌عنوان یکی از مسئولیت‌های شرکتی مشروع در نظر می‌گیرند. بدین دیدگاه تغییر یافته، روابط انسانی می‌گویند که در سال‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ تحت اثر مطالعات هائورن مطرح شد که در آن تمرکز به جای اینکه روی نیازهای تولیدی باشد، روی کارکنان قرار دارد.

یکی از تغییرات ارائه شده در وضعیت کار در مطالعات هائورن، سبک رهبری بود. در کارخانه هائورن، کارگران با سرپرستان خشنی کار می‌کردند که آنها به خاطر قطعات گم شده، صحبت کردن و وقفه‌های کاری سرزنش می‌شدند. کارگران به‌عنوان کودکانی تلقی می‌شدند که نیازمند تحت نظارت قرار گرفتن، داد زدن و تنبیه بودند. در آزمایشات هائورن، به سرپرستان آموزش داده می‌شد تا به‌گونه‌ای متفاوت رفتار کنند، یعنی به کارگران اجازه داده شود تا آن گام از تولید را که مربوط به خودشان بود، خود تنظیم کنند و گروه‌های اجتماعی را تشکیل دهند. به کارکنان اجازه داده شده بود تا در حین کار با هم صحبت کنند و جویای دیدگاه‌های همدیگر درباره کار شوند. سرپرستان جدید آنها را در حین کار با هم صحبت کنند و جویای دیدگاه‌های همدیگر درباره کار شوند. سرپرستان جدید آنها را انسان تلقی می‌کردند و آنها را چرخ دنده‌هایی که جزو یک ماشین تولید غول پیکرند در نظر نمی‌گرفتند.

با این حال رویکردهای مدیریت علمی و روابط انسانی به رفتار رهبری به‌صورت رسمی توسط داگلاس مک گرگیور با عنوان نظریه ایکس (Theory X) و نظریه ایگرگ (Theory Y) مطرح شد. در نظریه ایکس فرض می‌شد که افراد ذاتا تنبل هستند و کار را دوست ندارند و هر وقت که بتوانند از زیر کار فرار می‌کنند. باید با آنها به زور رفتار کرد، باید آنها را تحت نظر داشت و در حین کار باید از آنها ایراد گرفت، تا به اندازه کافی کار کنند تا بتوانند اهداف سازمان را برآورد کنند. نظریه ایکس فرض می‌کند که اکثر افراد بلند همت نیستند و از مسئولیت فرار می‌کنند، و ترجیح می‌دهند که هدایت و راهنمایی بشوند. در حقیقت، آنها تا وقتی که یک رهبر دیکتاتور نداشته باشند، کار نخواهند کرد. نظریه ایکس با مدیریت علمی و حالت سازمانی معروف به بروکراسی (Bureaucracy) قابل مقایسه است.

نینتندو، موفقیتی که با تحلیل رقیب آغاز شد

داستان استراتژی کسب‌وکار و برند نینتندو بسیار شگفت‌انگیز است و تحلیل رقیب نقش مهمی در آن ایفا کرده است. برندگان پیمایشی سالانه است که قدرت بیش از ۱۰۰۰ برند ژاپنی را ارزیابی می‌کند. این پیمایش طی ۹ سال ثبات قابل توجهی میان ۲۴ برند دارای بالاترین جایگاه یافت. نینتندو وارد بازی شد. در نتایج سال ۲۰۰۵ این پیمایش، نینتندو رده ۱۳۵ را در اختیار داشت. سپس در سال ۲۰۰۶ رتبه آن به ۶۶ و در سال ۲۰۰۷ به ۵ بهبود یافت و در نهایت در سال ۲۰۰۸ مقام اول را کسب کرد. نینتندو در حالی این رتبه را به دست آورد که ارزش آن بیش از ۹۳ واحد بود درحالی‌که هفت برند برتر بعدی مابین ۸۲ تا ۸۴ واحد ارزش داشتند. این رتبه در سال ۲۰۰۹ هم حفظ شد. طی دوره بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ قیمت سهام این شرکت بیش از ۵ برابر بالا رفت و زمانی ارزش بازار آن در زاین تنها از تویوتا کمتر بوده است. چرا؟ چه چیزی موجب چنین عملکردی شده است؟

به‌وضوح کالاها محرک این عملکرد بوده‌اند. نینتندو دی اس که در دسامبر سال ۲۰۰۴ عرضه شد، کنسول بازی کوچک و جمع‌وجوری بود که ویژگی مهم آن استفاده از روش نوآورانه و شهودی قلم تماسی بوده است. این کنسول توسط بازی‌های جذاب و پرکششی مانند نینتندو، انیمال کراسینگ و برین ایچ، باهدف قرار دادن بازار گسترده‌ای شامل دختران جوان و حتی بزرگ‌ترها پشتیبانی می‌شد. سپس کنسول بازی ویی ارائه شد. ویی شکل جدیدی از بازی است که حرکت خود کاربر را وارد دنیای بازی‌های کامپیوتری کرد. کاربر این کنسول، با یک کنترل گر بی‌سیم و ریموت ویی که حرکات را به‌صورت سه‌بعدی شناسایی و دریافت می‌کند قادر خواهد بود حرکات موزون انجام دهد، گیتار بزند، گلف بازی کند، ورزش بوکس انجام دهد و مواردی مانند اینها. رقبا از مکان‌های مختلف و حتی کشورهای گوناگون می‌توانند باهم بازی کنند. درواقع دی اس و ویی و بازی‌های مربوط به آنها بازار جدیدی با عنوان «بازی‌های غیرحرفه‌ای» ایجاد کردند؛ بازی‌های کامپیوتری دارای قوانین ساده و شهودی که نیاز به مهارت و تجربه زیادی ندارند. سهم طبقه جدید بازی‌های غیرحرفه‌ای در سال ۲۰۰۵ از یک درصد بازار به بیش از ۲۰ درصد بازار افزایش یافت.

اما چه چیزی پشت موفقیت نوآوری نینتندو قرار داشت؟ چگونه توانست در مواجهه با سونی و مایکروسافت پیروز شود؟ دلیل اصلی، انجام تحلیل واقع‌گرایانه و موشکافانه از دو رقیب یعنی سونی و مایکروسافت بوده است. نینتندو دریافت که سونی و مایکروسافت دستگاه‌هایی دارند و خواهند داشت که از فناوری بهتری- عملکرد بالاتر، وضوح بالاتر تصویر و کیفیت گرافیکی بالاتر که برای کاربران حرفه‌ای‌تر یعنی مردان جوان جذاب است- بهره می‌برند. این دو رقیب بر این اهداف و روی چپ‌ها، نرم‌افزار، تولید و سخت‌افزار تمرکز کرده بودند و سعی داشتند آنها را به بهترین شکل عرضه کنند. در نتیجه سونی و مایکروسافت با مدنظر قرار دادن کاربران نوجوان مذکر تا اوایل ۲۰ سالگی یعنی گروه کاربران حرفه‌ای بازی‌های کامپیوتری، برای خود مرزری قطعی تعیین کرده بودند. نینتندو با توجه به این واقعیت، راهی متفاوت را در پیش گرفت یعنی مسیری با تکنولوژی پایین؛ به‌رغم اینکه این امر به واگذار کردن بخش کاربران حرفه‌ای به دو رقیب خود بینجامد.

نینتندو تصمیم گرفت تا تمرکز خود را از گروه نوجوانان پسر که به بازی‌های جنگی و گرافیک بالا علاقه‌مند هستند به گروه گسترده‌تری از مخاطبان که کمتر دغدغه گرافیک هرچه بالاتر و بالاتر را دارند انتقال دهد. کلید موفقیت در این گروه، طیف وسیعی از بازی‌های آسان خارج از دسته بازی‌های جنگی و چند ابزار یادگیری است. یکی از این اهداف این بود که مادر خانواده به‌جای مقابله و عیب‌جویی حامی بازی باشد و در آن شرکت کند. هدف دیگر درگیر کردن همه افراد خانواده در بازی بود نه اینکه بازی وسیله‌ای برای انزوای پسر نوجوان خانواده باشد. این استراتژی در مقابل استراتژی سنتی مبنی بر تمرکز بر کاربران حرفه‌ای و سعی در بهترین بودن از پیشنهادهای رقیب عمل کرد.

سونی و مایکروسافت با نوآوری‌های‌شان به‌شدت به نینتندو پاسخ دادند. جایگاه رفیع برند نینتندو همیشگی نبود. در سال ۲۰۰۱۱ برند نینتندو افت کرد، اما همچنان در میان ۱۵ برند برتر از ۱۰۰۰ برند قرار داشت درحالی‌که برند دی اس در میان ۲۵ برند برتر و ویی در میان ۵۰ برند برتر قرار داشتند. نینتندو هم عقب نشست و با نوآوری‌های بیشتر به مبارزه پرداخت. نینتندو به‌عنوان جایگزین خط دی اس، تری دی اس را تولید کرد که کنسولی است سه‌بعدی به همراه عینک و شامل بازی‌هایی می‌شود که تنها روی این دستگاه کار می‌کنند. ویی جدید با نام ویی یو، شامل یک کنترل گر است که می‌تواند مرکز یک سیستم سرگرمی خانگی باشد و به کاربر این امکان را بدهد که گزینه‌های مختلف سرگرمی مانند بازی‌ها، برنامه‌های تلویزیونی و ... را به آن متصل و آنها را کنترل کند. هر دوی این دستگاه‌ها به بازی‌های اختصاصی نینتندو مانند ماریو و زلدا همین‌طور دیگر برنده‌های جدید قدرت بیشتری می‌بخشند. به‌علاوه نینتندو هستت امکان دسترسی به میراث برند نینتندو یعنی بازی‌های دهه ۸۰ میلادی را فراهم می‌آورد. موارد بسیار دیگری نیز وجود دارند که نشان می‌دهند نینتندو در حال انجام نوآوری‌هایی در زمینه کاربرپسند بودن هرچه بیشتر است.

منبع: hormond



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۱۰ مرداد ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۳۶ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

آدرس: میرزای شیرازی- نبش کوچه چهارم - پلاک ۶۸- واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



جامعه‌ستیزها چگونه با استفاده از هوش هیجانی به دیگران آسیب می‌زنند

به‌گونه‌ای با احساسات ما بازی می‌کنند که رفتار ناپسند آنها را فراموش می‌کنیم.

پژوهش‌های انجام شده از این نتایج پشتیبانی می‌کنند.

در واقع برخی افراد مهارت بالایی در استفاده از تاثیر هیجانی برای دستیابی به اهداف شخصی خود دارند. دکتر کریستین کیسرز، استاد نوروساینس اجتماعی در دانشگاه آمستردام، آزمایش بسیار ویژه و جالبی را ترتیب داد.

کیسرز و گروه او در یکی از پژوهش‌های‌شان فعالیت مغزی ۲۱ مجرم جامعه‌ستیز را تحلیل و نتایج آن را با نتایج حاصل از آزمایش ۲۶ مرد با سن و بهره هوشی همانند مجرم‌ها مقایسه کردند. به افراد شرکت‌کننده در این آزمایش، فیلم‌هایی از اشخاصی که در حال صدمه زدن به یکدیگر هستند نشان داده شد و در عین حال فعالیت مغزی آنها اندازه‌گیری شد. پس از آن، یک دانشجوی دکترها به دست داوطلبان ضربه می‌زد تا قسمت‌های مغزی مرتبط با احساس تماس و درد را شناسایی کند. هدف یافتن پاسخی برای این سوال بود که آیا قسمتی که در مغز داوطلبان با احساس درد فعال می‌شود، با دیدن درد دیگران نیز فعال می‌شود یا خیر؟ اما نتیجه چه بود؟

کیسرز می‌گوید: فعال شدن قسمت‌های مختلف مغز در داوطلبان با اختلال جامعه‌ستیزی نسبت به سوژه‌های معمول کمتر بود. بنابراین این نظریه به نظر درست می‌رسد: احساس همدلی و همدردی در آنها کمتر است و به همین دلیل است که آنها بدون هیچ احساس گناهی، جنایت‌های سنگینی مرتکب می‌شوند.

اما هنوز یک سوال برای کیسرز باقی مانده بود: چرا افراد جامعه‌ستیز جذاب به نظر می‌رسند؟

کیسرز می‌نویسد: به یاد می‌آورم که با یکی از داوطلبان صحبت می‌کردم؛ مجرمی که ۴۰ امتیاز کامل چک لیست جامعه‌ستیزی را گرفته بود، با آنکه نهمین‌ان او را محاصره کرده بودند، اما شخصیتی بسیار جذاب و دلنشین به نظر می‌رسید. او لبخند می‌زد، با ما به خوبی تعامل داشت و به نظر می‌رسید که کاملا می‌فهمد که از او چه می‌خواهیم.

بنابراین کیسرز و همکارش تصمیم گرفتند تا بار دیگر فیلم‌ها را به داوطلبان نشان دهند، اما این بار از آنها خواسته شد که تلاش کنند تا با قربانیان فیلم‌ها احساس همدردی کنند.

کیسرز می‌گوید: همین درخواست ساده باعث شد که فعالیت مغزی مرتبط با همدلی در آنها فعال شده و

پژوهشی جدید در نوروساینس نشان می‌دهد که افراد ضد اجتماع با استفاده از همدلی، قربانیان خود را جذب می‌کنند.

برای بسیاری از ما عبارت سایکوپات (Psychopath) یا فرد ضد اجتماع، یادآور قاتل‌های زنجیره‌ای است، اما اختلال شناخته‌شده تحت عنوان جامعه‌ستیزی، بسیار شایع‌تر از آن است که مردم فکر می‌کنند. این اختلال با خصوصیت‌هایی مانند رفتار ضداجتماعی، تکبر، فریب دادن و نبود همدلی عاطفی شناخته می‌شود.

لیست رفتارهایی که در بالا ذکر شد، معمولا مخالف اصطلاح هوش هیجانی شناخته می‌شود. هوش هیجانی توانایی تشخیص، درک و مدیریت احساسات است. ما معمولاً افراد مهربان و یاری‌گر را افرادی با هوش هیجانی می‌دانیم. اما تعدادی از روان‌شناسان به «جنبه تاریک» هوش هیجانی پرداخته‌اند. در واقع یک شخص می‌تواند با استفاده از دانش و اطلاعاتی که بر احساسات دارد، به‌صورت استراتژیک و بدون توجه به دیگران به اهداف خودپسندانه خود دست پیدا کند. بنابراین در اینجا یک سوال پیش می‌آید: آیا جامعه‌ستیزها هوش هیجانی دارند؟ جامعه‌ستیزها با استفاده از هوش هیجانی دیگران را فریب می‌دهند

پروفیسور رابرت هر، روان‌شناس جنایی، بیشتر عمر خود را صرف مطالعه افراد جامعه‌ستیز و شاخصه‌های آنها کرده است. «هر» PCL-R را ایجاد کرده که منبع ارزیابی و شناسایی رفتارهای جامعه‌ستیز در یک فرد است. «هر» در مصاحبه‌ای که با تلگراف داشت، جامعه‌ستیزی را پدیده‌ای ابعادی می‌داند و معتقد است که درجات مختلفی از جامعه‌ستیزی وجود دارد:

افرادی وجود دارند که در قسمت‌های بالایی این مقیاس جای می‌گیرند، به طوری که می‌توان آنها را جامعه‌ستیز دانست، اما این اختلال در آنها انقدر شدید نیست که به ایجاد مشکل منجر شود. در اغلب اوقات آنها دوستان ما هستند و ما از گذراندن اوقات خود با آنها لذت می‌بریم. آنها ممکن است گاهی اوقات از ما سوءاستفاده کنند، اما معمولاً این کارهای آنها جزئی بوده و آنها می‌توانند خود را توجیه کنند.

توجه داشته باشید که قابلیت افراد جامعه‌ستیز برای توجیه کردن خود به سبب تمایل آنها به سوءاستفاده از دیگران است. ما ممکن است متوجه شویم که آنها در حال فریب دادن و سوءاستفاده از ما هستند و حتی ممکن است به آنها بگوییم که متوجه فریب آنها شده‌ایم، اما این افراد

