

جزئیات و پیامدهای ۱۴ سال خصوصی سازی تشریح شد

سهم خصوصی ها از واگذاری فقط ۱۰ درصد

بهره‌وری، اشتغال و سودآوری کدام بوده است. در شرایطی که جامعه کارفرمایان، سیاست‌ورزان و سیاست‌گذاران منتظر منتظر گزارش کلان و جامعی از این موضوع هستند داوود خانی، معاون برنامه‌ریزی، توسعه منابع و امور پشتیبانی سازمان خصوصی‌سازی در سخنرانی خود با عنوان «بررسی عملکرد خصوصی‌سازی در حوزه صنعت و معدن» که با حضور رئیس، مدیران، اعضای هیات علمی و پژوهشگران مؤسسه برگزار شد، به بررسی سیاست‌های اصل ۴۴ قانون

اساسی و عملکرد خصوصی‌سازی پرداخت. وی گفت: پس از تدوین سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، در مجموع ۱۰۹۷ بنگاه شناسایی شد که از این تعداد تا پایان سال ۱۳۹۳ حدود ۶۳ درصد از کل بنگاه‌ها (۶۸۹ بنگاه) به‌طور کامل به بخش غیردولتی واگذار شد که ۵۶۶ بنگاه مربوط به گروه ۱ (خارج از صدر اصل ۴۴) و ۱۲۳ بنگاه مربوط به گروه ۲ (صدر اصل ۴۴) بوده و در مجموع ۴۰۸ بنگاه باقی مانده است.

۱۳

تبلیغات

نگاهی به پوستر تبلیغاتی جشنواره فیلم فجر

پوستری که روح ندارد

پوستر سی و چهارمین جشنواره فجر با سروصدای زیادی اکران شد. در پوستر جشنواره امسال از تصویر یکی از بزرگان عرصه سینما استفاده شده است. تصویر استفاده شده برای پوستر جشنواره فجر متعلق به مرحوم خسرو شکیبایی است. این پوستر به دلیل تفاوتی که با پوستر سال‌های پیش داشت، مورد توجه بسیاری از طراحان گرافیک قرار گرفت و نسبت به...

۹

سرمقاله

رفتار نکوهش‌شده‌ای که تکرار شد

محمداصادق چنان‌صفت
عضو شورای سردبیری

محمود احمدی‌نژاد، رئیس دولت نهم و دهم هرچا مسئله غامضی می‌دید که توانایی حل آن را نداشت دستور می‌داد صورت مسئله تا زمان دیگر پاک شود. یکی از معضلات و مسائل غامض دوران ریاست او بر دولت از ۱۳۸۴ تا تابستان ۱۳۹۲، پنهان‌سازی آمار و اطلاعات بود. داستان از سال ۱۳۸۵ شروع شد که بانک مرکزی آمار رشد یک دوره صنعت را اعلام کرد و معلوم شد که رشد خیره‌کننده سال‌های قبل از دولت نهم...

۱

بزرگ‌ترین ارائه دهندگان ایمیل را بشناسید

رقابت در ارائه خدمات پست الکترونیکی جدی تر می شود

محمد ممتازپور

این روزها هرکس قصد ساخت یک پست الکترونیکی جدید را داشته باشد Gmail انتخاب اول و آخر وی خواهد بود و دیگر به سایر سرویس‌دهندگان این خدمت حتی فکر هم نمی‌کند. ناگفته نماند که گوگل در اکثر خدمات ارائه شده خود تابه حال توانسته موفقیت‌های بسیار خوبی کسب کند و شاید به همین دلیل است که توانسته به یکی از غول‌های فناوری دنیا تبدیل شود. چند روز پیش نیز مدیران این شرکت از یک میلیاردی شدن جمعیت فعال پست الکترونیکی خود طی سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۵ خبر دادند.

طبق اعلام گوگل، سرویس ایمیل این شرکت توانسته به یک میلیارد کاربر فعال ماهانه برسد که یک رقم شگفت‌انگیز به حساب می‌آید.

با این حساب می‌توان گفت که Gmail در حال رشد چشمگیری است زیرا در ماه مه سال گذشته گوگل اعلام کرده بود که سرویس Gmail توانسته به ۹۰۰ میلیون کاربر فعال ماهانه برسد. البته Gmail نخستین سرویس گوگل نیست که به مرز یک میلیارد کاربر فعال ماهانه رسیده است. در حقیقت باید گفت که هفتمین سرویس شده که در کنار موتور جست‌وجوگر، کروم، اندروید، گوگل پلی، Maps و یوتیوب، بیش از یک میلیارد کاربر فعال ماهانه دارد. شاید لینک شدن دیگر خدمات گوگل به سرویس جی‌میل توانسته باشد به رکورد شکنی در خدمات

سرمقاله

محمود احمدی‌نژاد، رئیس دولت نهم و دهم هرچا مسئله غامضی می‌دید که توانایی حل آن را ندارد دستور می‌داد صورت مسئله تا زمان دیگر پاک شود. یکی از معضلات و مسائل غامض دوران ریاست او بر دولت از ۱۳۸۴ تا تابستان ۱۳۹۲، پنهان‌سازی آمار و اطلاعات بود. داستان از سال ۱۳۸۵ شروع شد که بانک مرکزی آمار رشد یک دوره صنعت را اعلام و معلوم شد که رشد خیره‌کننده سال‌های قبل از دولت نهم سقوط کرده است. مجادله میان بانک مرکزی و مدیران وقت صنعت به جایی رسید که آمار رشد سرمایه‌گذاری‌ها و آمار مرتبط با رشد تولید ناخالص داخلی، آمار صادرات و فروش و تولید نفت به مرور از نمازگه‌های ارائه‌شده از سوی بانک مرکزی جایش خالی ماند. یکی از

کاربران مبتدی نیز با چند دقیقه کار کردن با آن می‌توانند با این محیط ارتباط خوبی برقرار کنند. علاوه بر این یاهو همچنان از نرم‌افزار پیام رسان (مسنجر) معروف خود دست بر نداشته و کماکان از آن در سیستم عامل‌های ویندوز و اندروید پشتیبانی می‌کند که می‌تواند کار با پست الکترونیکی برای کاربران بسیار ساده‌تر شود. گفته می‌شود یاهو در حال طراحی یک اپلیکیشن پیام رسان جدید است تا با رقبایی همچون وایسرا، واتساپ و تلگرام به میدان بیاید و باید دید می‌تواند از پس این پیام‌رسان‌های تازه کار برآید و دوباره به‌روزهای‌اوج‌خودبرگرددیاخیر؟

Mail.com
اگر احساس می‌کنید که نام دامنه آدرس ایمپیل شما مهم‌ترین بخش آن است، قطعاً باید سری به سرویس Mail.com آزاددهنده کمتر در نسخه‌های رایگان است و علاوه براین قدرت بیشتری در اسبم کردن ایمیل‌های هرز دارد.

این سرویس همچنین دارای فضای نامحدود ذخیره‌سازی ایمیل‌ها برای هر میل باکس، کشیدن و رها کردن برچسب‌ها و دیگر امکانات مفید است.

GMX Mail
GMX ادعا می‌کند دارای ۱۳میلیون کاربر است. برخی از مزایایی که سرویس GMX برای کاربران خود فراهم می‌کند ذخیره‌سازی ایمیل در صندوق پست الکترونیک به تعداد نامحدود و امکان پیوست فایل به ایمیل با حداکثر سایز ۵۰ مگابایت برای هر ایمیل است. خدمات این شرکت به‌طور ویژه‌ای برای کاربران اندروید نیز عرضه می‌شود که می‌تواند کار با محیط پست الکترونیکی را بسیار جذاب‌تر کند.

این شرکت پست الکترونیکی مایکروسافت از پروتکل SSL استفاده می‌کند و می‌تواند اطلاعات کاربران را به‌طور رمز شده به غول نرم‌افزار دنیا سال‌های زیادی است که به ارائه خدمات پست الکترونیکی می‌پردازد اما تا به حال چند بار نام این خدمات را تغییر داده است و شاید همین دلیل آن باشد که کاربران آن‌طور که باید از آن استقبال نکرده‌اند. کارشناسان بسیاری معتقدند که پست الکترونیکی مایکروسافت خدمات بسیار گسترده‌تری نسبت به رقبای خود ارائه می‌دهد که یکی از ویژگی‌های مهم آن سازگاری با انواع نرم‌افزارهای ساخته شده توسط مایکروسافت مانند «اوت لوک» و از همه مهم‌تر ویندوز ۱۰ است.

خدمات پست الکترونیکی مایکروسافت از پروتکل SSL استفاده می‌کند و می‌تواند اطلاعات کاربران را به‌طور رمز شده به ناپنجار و ندادن آمار مربوط به مهم‌ترین توضیح‌دهنده اقتصاد کلان آ یا عددی است؟ به نظر نمی‌رسد که این اتفاق عمدی باشد، اما می‌توان درباره دلایل آن پژوهش کرد. مدیران محترم بانک مرکزی شما که در نیمه دومین ماه باقی مانده از سال ۱۳۹۴ آمار مربوط به نیمه اول ۱۳۹۴ را ارائه می‌دهید، می‌توانستید کمی دیگر صبر کنید و آمارهای کامل ارائه دهید تا پنهان‌سازی آمار متوجه کلیت دولت نشود. ریاست بانک‌مرکزی به نمایندگی از کلیت کابینه یازدهم باید از مدیران میانی توضیح بخواهد و ریاست‌جمهوری نیز می‌تواند از ریاست کل بانک مرکزی بخواهد که در این باره توضیح دهد که چرا کاری را تکرار می‌کنند که پیش از این بارها نکوهش شده است.

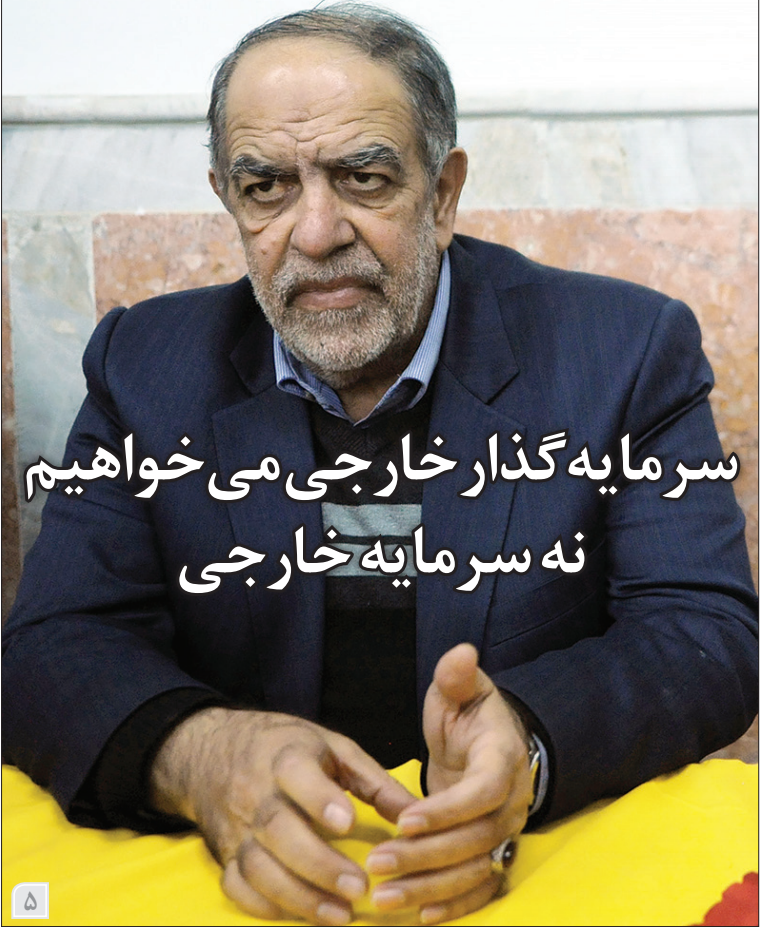
بررسی مسئولیت اجتماعی و تغییر دیدگاه بنگاه‌های اقتصادی

مسئولیت اجتماعی برای بنگاه‌ها سودآور است

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها در سال‌های اخیر به دغدغه‌ای جهانی و رو به افزایش در میان دولت‌ها و مدیران بنگاه‌ها مبدل شده است. حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی در سطح جهانی از رشد جهانی بنگاه‌ها...



مشاور رئیس‌جمهور و دبیر شورای عالی مناطق آزاد تجاری در گفت‌وگوی اختصاصی با «فرصت امروز»:



سرمایه گذار خارجی می خواهیم نه سرمایه خارجی

کلیات بودجه ۹۵ شهرداری تهران نشان می‌دهد

شهرفروشی ادامه خواهد یافت

۶

زیمنس آلمان تجهیزات گازی پارس جنوبی را آزاد کرد

برگشت تجهیزات صنعت نفت که به دلیل تحریم‌ها مسدود شده، مذاکره شده است. این مقام مسئول با بیان اینکه «یگفرید روسورم» عضو هیات‌مدیره زیمنس در جریان دیدار با رکن‌الدین جواد، مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران در زمینه بازگشت تجهیزات مسدود شده ایران مذاکرات خصوصی داشته است، تصریح کرد: مقرر شده که زیمنس به همه تعهدهای خود درباره تحویل تجهیزات نفتی ایران عمل کند. در همین حال، «یگفرید روسورم» مدیر فناوری زیمنس آلمان هم تاکید کرده است: با اجرایی شدن توافق هسته‌ای و پایان تحریم‌ها، محدودیت قانونی برای تحویل تجهیزات نفتی به ایران وجود ندارد و می‌توان تجهیزات مسدود شده را به طرف ایرانی تحویل داد.

ظریف: آمریکا باید تضمین بدهد

که بانک‌های اروپایی را جریمه نمی‌کند

وی توافق هسته‌ای را سرمایه‌ای ارزشمند برشمرد و تصریح کرد: این رویکرد باید درخصوص سایر بحران‌های منطقه‌ای تسری پیدا کند. وزیر امورخارجه کشورمان همچنین تنش‌های اخیر میان ایران و عربستان نیز گفت: عربستان سعودی نیازمند تعریف دوباره وضعیت منطقه و منافع خود است، همان‌گونه که ایران با این رویکرد توانست برنامه‌های هسته‌ای خود را به موضوعی مشترک و نه مورد رقابت دو رقیب مبدل سازد.

وی همچنین آینده روابط میان ایران و انگلیس را مثبت توصیف کرد و افزود: دو کشور می‌توانند درخصوص موضوعات منطقه‌ای با یکدیگر کار کنند. ظریف همچنین در پاسخ به پرسشی درخصوص محدودیت تحریم‌های آمریکا به‌عنوان مانعی برای گسترش همکاری‌های بانکی اروپا و ایران گفت: «جان کری» وزیر خارجه آمریکا

در حاشیه نشست کنفرانس کمک‌کنندگان به سوریه به وی اطمینان داده است که محدودیتی برای تعاملات مشروع تجاری میان بانک‌ها وجود ندارد.

خبرگزاری تسنیم گزارش داده است که در این سخنرانی، آل ابن، سخنگوی فارسی‌زبان وزارت خارجه آمریکا هم حضور داشت. ریچارد الدتون، سفیر سابق انگلیس در تهران هم در این جلسه حاضر بود. ایران و بریتانیا بعد از توافق تاریخی هسته‌ای بین ایران و گروه ۵+۱ سفارت‌های خود را باز کردند. در همین سفر ظریف به لندن، او و ریچارد هموند همتای انگلیسی‌اش اعلام کردند که به‌زودی سفارتخانه‌های ایران و انگلیس صدور ویزا را شروع خواهند کرد.

ظریف در این سفر علاوه بر سخنرانی در پارلمان بریتانیا، با جرمی کوربین رهبر حزب کارگر بریتانیا که موضوعی نزدیک به ایران دارد، دیدار کرد.

علی‌اکبر شعبانپور، مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس از آزادسازی برخی تجهیزات و کالاهای فازهای پارس جنوبی توسط زیمنس آلمان خبر داد و گفت: تورو کمپرسورهای گازی ایران در امارات و اروپا رفع توقیف شد.

مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس تصریح کرد: شرایط پسانتحریم بهترین فرصت برای انتقال دانش و تکنولوژی‌ها به‌ویژه در حوزه تامین کالا و تجهیزات فازهای پارس جنوبی است.

امیرحسین زمانی‌نیا، معاون امور بین‌الملل و بازرگانی وزیر نفت هفته‌جاری در دیدار با هیأت آلمانی به سرپرستی «دیتر هالر» مدیر بخش امور اقتصادی و توسعه پایدار وزارت خارجه آلمان، تاکید کرده بود که با طرف آلمانی درباره راه و روش

مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس از آزادسازی برخی تجهیزات و کالاهای فازهای پارس جنوبی توسط زیمنس آلمان خبر داد و گفت: تورو کمپرسورهای گازی ایران در امارات و اروپا رفع توقیف شد.

مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس تصریح کرد: شرایط پسانتحریم بهترین فرصت برای انتقال دانش و تکنولوژی‌ها به‌ویژه در حوزه تامین کالا و تجهیزات فازهای پارس جنوبی است.

ظریف در این جلسه در پاسخ به سوالی درباره آینده روابط ایران و انگلیس گفت: «ایران و بریتانیا به صورت سنتنی روابط تجاری و بازرگانی خوبی داشته‌اند و من فکر می‌کنم این روابط از سر گرفته خواهند شد. ما باید در کنار هم کار کنیم تا روابط سیاسی را به جلو هل بدهیم.»

به گزارش ایرنا، ظریف در این سخنرانی همچنین گفت: «زندگی در جامعه جهانی یعنی اگر همسایگان ما در رنج هستند ما نمی‌توانیم دور خودمان دیوار بکشیم و در امنیت زندگی کنیم.»

وی توافق هسته‌ای را نمونه‌ای از رهیافت بازتعریف منافع مشترک خواند و افزود: «در گذشته غرب خواستار توقف کامل فعالیت سائتریفیوژهای ایران بود و این رویکرد در مذاکرات پیشین به نتیجه‌ای نرسید اما در جریان مذاکرات اخیر تصمیم گرفتیم تا در چارچوب منافع مشترک گام برداشته و به همین خاطر به نتیجه رسیدیم.»

نفت

مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران اعلام کرد

صرفه اقتصادی صادرات گاز ایران به کشورهای همسایه با وجود دامپینگ قطر

صادرات گاز ایران به پاکستان و هند با وجود دامپینگ قطر در بازار منطقه کماکان صرفه اقتصادی دارد. به گزارش شانا، حمیدرضا عراقی، معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران درباره اجرای طرح سوآپ گاز با روسیه، گفت: کماکان با گازپروم روسیه برای سوآپ گاز به توافق نرسیده‌ایم. در جلسه‌های کاری درباره موضوع‌های مختلف از جمله سوآپ مذاکره شده، اما کماکان به مرحله توافق و امضای قرارداد نرسیده‌ایم. وی با بیان اینکه برای عملیاتی و اجرایی شدن سوآپ باید مذاکرات مربوط به آن نهایی شود، ادامه داد: این پتانسیل در کشورمان وجود دارد که روسیه و ترکمنستان، گاز را در شمال کشور به ما تحویل دهند و در جنوب از ما تحویل بگیرند. معاون وزیر نفت در امور گاز افزود: اجرایی شدن سوآپ به روند مذاکرات و حل مسأله‌ای مانند قیمت ال‌ان‌جی و شرایط بازار بستگی دارد. مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران همچنین درباره دامپینگ قطر در بازار گاز منطقه و ارائه تخفیف‌های سنگین به هند و پاکستان و تاثیر آن بر طرح‌های صادرات گاز ایران به این کشورها، گفت: برای اجرای طرح‌های صادراتی باید شرایط بازار را بررسی کرد. وی درباره صرفه اقتصادی صادرات گاز ایران به پاکستان پس از دامپینگ قیمتی قطر در این کشور، گفت: ایران بیشتر گاز خود را از میدان‌های مشترک تولید می‌کند بنابراین صادرات آن به‌صرفه است، پس هر گونه صادرات صرفه اقتصادی دارد.

مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران با بیان اینکه شرایط بازار گاز بسیار پیچیده شده است، اضافه کرد: تحولات بازار جهانی گاز و تغییر و تحولات آن باید ارزیابی شود.

اسار اوایل هند به دنبال فروش سهام پالایشگاه خود به ایران

منابع مطلع در بمبئی اعلام کردند صاحبان گروه صنعتی اسار (Essar) درصد فروش بخشی از سهام پالایشگاه نفت این گروه در «وادینار» ایالت گجرات هند به شرکت‌های ملی نفت ایران و آرامکو عربستان هستند. به گزارش ایرنا، روزنامه انگلیسی‌زبان «بیزنس استاندارد» روز جمعه، در گزارشی از بمبئی، نوشت که صاحبان گروه اسار یعنی برادران روینا (Ruia) گفت‌وگوهای اولیه را با شرکت‌های ملی نفت عربستان و ایران به منظور فروش بخشی از سهام پالایشگاه خود آغاز کرده‌اند. در این گزارش، به نقل از منابع مطلع، آمده است: گفت‌وگوهای اولیه بین شرکت ملی نفت عربستان و گروه اسار درخصوص فروش بخشی از سهام این شرکت ماه گذشته میلادی آغاز شده است. در این گزارش اضافه شده است که ارزش سهام شرکت نفت اسار اوایل حدود ۵میلیارد و ۵۰۰میلیون دلار برآورد شده است. منابع مطلع اعلام کردند مقامات گروه اسار در مورد امکان انجام این معامله در طول نشستستی با مدیران اجرایی شرکت «آرامکو» عربستان در نشست مجمع اقتصاد ایران در داووس تبادیل نظر کردند. به گفته این منابع، مقامات شرکت ملی نفت ایران نیز با مقامات گروه اسار در مورد امکان خرید سهام شرکت نفت اسار اوایل دیدار و گفت‌وگو کرده‌اند. این منابع می‌افزایند: در این گفت‌وگوها که سه هفته پیش در تهران انجام شد، درخصوص فروش سهام پالایشگاه و اسکان افزایش واردات این پالایشگاه از ایران بحث و تبادل نظر شد. گفته می‌شود گروه اسار درصد فروش دارایی‌های خود بعد از کاهش درآمد این شرکت بر اثر کاهش قیمت کالاهای، کاهش تقاضا و پایین آمدن بهره‌وری در این شرکت است.

قراردادهای IPC

«آب نیرو» یا «مهاب‌قدس» کدام‌یک بار سفر می‌بندند

ایران در اکوادور نیروگاه می‌سازد



لیلا مرگن icilamargan2008@gmail.com

حمید چیت‌چیان، وزیر نیرو به دنبال ابراز تمایل اکوادور برای حضور شرکت‌های ایرانی در این کشور شرکت توسعه منابع آب و نیروی ایران (آب نیرو) را به‌عنوان همکار به شرکت‌های اکوادوری معرفی کرد. این در حالی است که زهرا سجادی، مدیر بخش بازاریابی امور سد و نیروگاه شرکت «مهاب قدس» می‌گوید: آب نیرو قادر به ساخت نیروگاه برای اکوادور نیست چراکه این شرکت یک مجموعه کارفرمایی است و معمولاً پروژه‌های بزرگ خود را برای اجرا به فرآب یا مهاب قدس واگذار می‌کند.

زهرا سجادی به «فرصت امروز» می‌گوید: شرکت آب و نیرو مجموعه‌ای دولتی است که مانند وزارت نیرو می‌تواند کارفرمای پروژه‌ها باشد. وی اضافه می‌کند: اکوادور یک سفارش‌دهنده و کارفرمای پروژه به حساب می‌آید. در چنین شرایطی شرکت‌هایی که قادر به طراحی و اجرای نیروگاه‌های برق‌آبی هستند، باید با این کشور وارد همکاری شوند. آنجلینا تورال، معاون وزیر بخش‌های راهبردی جمهوری اکوادور در دیدار با حمید چیت‌چیان که در روز سه‌شنبه (۴ بهمن) در وزارت نیرو انجام شد، از تصمیم این کشور برای ارتقای سهم برق‌آبی در سبد انرژی خود خبرداد. تاکنون ۴۳ درصد برق اکوادور توسط نیروگاه‌های برق‌آبی

ایران اطلاعات کمی دارند. تهیه اسناد به زبان اسپانیایی در حال حل کردن این نقیصه هستیم ضمن آنکه مناقصات اکوادور را هم رصد می‌کنیم. وی بعد مسافت ایران و اکوادور و تحریم‌ها را دلایلی می‌داند که سبب شده ایران در بازار این کشور حضور کمتری داشته باشد. به گفته مدیر بخش بازاریابی امور سد و نیروگاه شرکت مهاب‌قدس از آنجا که قیمت‌های این شرکت قابل رقابت با کشورهای اروپایی است و مهندسان این شرکت از توانمندی بالایی برخوردار هستند، شناس حضور در اکوادور برای این مجموعه بسطیر بالاست. وی درباره تاثیر بعد مسافت بر قیمت تمام شده اجرای پروژه در اکوادور، بیان می‌کند: در پروژه‌های مطالعاتی خیلی بعد مسافت برای ما خفیلی ندرارد. برنامه‌ریزی در ایران انجام می‌شود و سفرهایی محدودی هم به منطقه خواهیم داشت.

به گفته وی، مهاب قدس با همکاری یک شرکت اسپانیایی قصد دارد به بازار اکوادور ورود پیدا کند اما ترجیح مهاب قدس بر این است که مشاوران محلی با مهاب قدس «جوین» شوند و پروژه‌های مشترک تعریف کنند. سجادی می‌گوید: در حال حاضر ارتباط مهاب قدس با شرکت‌های آمریکایی لاتین کم است. شرکت‌های اسپانیایی در بازار این کشور حضور دارند ولی اطلاعات مهاب‌قدس به زبان انگلیسی تهیه می‌شود. بنابراین اسپانیایی‌ها از توانمندی‌های

کشور می‌شوند، آموزش لازم را دریافت می‌کنند. در نتیجه مسائل مربوط به پروژه‌ها به‌خوبی حل می‌شود. مدیر بخش بازاریابی امور سد و نیروگاه شرکت مهاب قدس با اشاره به پروژه‌های مختلفی که مهاب قدس در سریلانکا یا هند اجرا می‌کند، استفاده از سیستم‌های ارتباطی نظیر ویدئوکنفرانس، ایمیل و غیره را امکاناتی برای کاهش هزینه‌ها معرفی می‌کند.

ساخت ۱۱ نیروگاه برق‌آبی در دستور کار دولت اکوادور
به دنبال دیدار وزیر نیروی ایران و مقامات اکوادوری، یک هیأتی اکوادوری روز ۱۴ بهمن‌ماه با بهمن صالحی، مدیرعامل صنایر دیدار کرد. در این نشست پیشنهادات طرف اکوادوری برای حضور شرکت‌های ایرانی در پروژه‌های نیروگاهی اکوادور ارائه شد. عباس وشتر، معاون اجرایی صنایر در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره مسافت طی شده در جلسه با هیأت اکوادوری، بیان می‌کند: کشور اکوادور ۴۶میلیارد دلار پروژه قابل سرمایه‌گذاری در بخش برق، گاز، راه و امور زیربنایی تعریف کرده است. وی اضافه می‌کند: اکوادور تصمیم دارد ۱۱نیروگاه برق‌آبی به ارزش ۵میلیارد و ۴۵۸میلیون دلار در این کشور احداث کند. این نیروگاه‌ها ظرفیت‌های مختلفی داشته و از ۴ تا ۳هزار و ۶۰۰ مگاوات

متغیر هستند. وشتر می‌گوید: دو نیروگاه حرارتی به ظرفیت‌های ۸۱ و ۴۰ مگاوات هم در لیست پیشنهادی اکوادور وجود دارد که ارزش این پروژه ۳۲۷میلیون دلار تعیین شده است. به گفته وی، در حال حاضر رایزنی‌های اولیه با مدیران صنایر به‌عنوان شرکت مستقلی که می‌تواند نیازهای اکوادور را تامین کند، انجام شده و در صورت جمع‌بندی نهایی، حداکثر تا سه هفته دیگر تفاهنامه مشترکی بین ایران و اکوادور امضا می‌شود. سپس تا چهار ماه آینده این تفاهنامه تبدیل به قرارداد خواهد شد. معاون اجرایی صنایر دلیل طولانی شدن انعقاد قرارداد با اکوادور را نیاز به رایزنی با بانک‌ها و فائنانسورهای داخلی اعلام می‌کند، زیرا هزینه ساخت نیروگاه در اکوادور توسط دولت این کشور تامین نمی‌شود، بلکه ایران باید به‌نوعی پیشنهاد می‌سازند. تجهیزات مورد نیاز برای نیروگاه‌های کوچک تا سقف ۵۰ مگاوات در داخل کشور ساخته می‌شود اما برای تامین تجهیزات سایر نیروگاه‌ها، باید از کمک تولیدکنندگان خارجی استفاده شود.

نیرو

معاون وزیر نیرو:

افزایش هزینه‌های ناشی از نرخ ارز جبران می‌شود

هوشنگ فلاحیان، معاون برق و انرژی وزیر نیرو گفت: وزارت نیرو تمهیدات لازم برای جبران افزایش هزینه اجرای پروژه‌ها ناشی از بالا رفتن نرخ ارز را انجام داده است.

فلاحیان در گفت‌وگو با ایرنا، با اشاره به نوسان نرخ ارز و تاثیر آن بر اجرای طرح‌ها و پروژه‌ها در کشور گفت: اگر افزایش نرخ ارز مربوط به پروژه‌های اجرایی باشد، روش‌های تعدیل آن در شورای عالی فنی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور مشخص شده است.

وی افزود: افزایش قیمت محصولات متاثر از نرخ ارز می‌تواند فرصتی برای تولیدکنندگان داخلی باشد، زیرا شرکت‌ها مجبورند هزینه بیشتری برای واردات کالاهای، محصولات و تجهیزات مورد نیاز خود بپردازند.

فلاحیان ادامه داد: برخی تولیدکنندگان داخلی خواهان افزایش نرخ ارز حتی بیشتر از میزان کنونی هستند تا واردات کالاهای و تجهیزات خارجی بیش از این غیراقتصادی شود و مجربان پروژه‌ها به کالاهای ساخت داخل روی آورند.

توربین‌های نیروگاهی ساخت داخل ۵۰درصد زیر قیمت جهان است



عباس علی‌آبادی، مدیرعامل مینا گفت: مینا در شرایط برابر، رقابت‌پذیر است و البته باید مقیاس رقابت را جهانی بدانیم. علی‌آبادی در مصاحبه با خبرگزاری صداوسیما، افزود: تضمین می‌کنیم قیمت تولیدات ما حداقل ۵۰درصد پایین‌تر از قیمت محصولات جهانی است. وی با اشاره به اینکه در اغلب مناقصه‌های بین‌المللی تاکنون برنده بودیم، گفت: تلاش می‌کنیم در بازار جهانی جای کسانی را که ۱۰۰ سال در زمینه نیروگاهی کار کردند، بگیریم. علی‌آبادی افزود: بازار توربین خیلی فشرده است و در حال حاضر رقبای این بازار چنان قوی هستند که حتی شرکت الستوم فرانسه سقوط کرد و سهام بخش توربین آن را آمریکا خریده است.

مدیرعامل مینا در درباره سخنان اخیر وزیر صنعت درباره تفاهنامه ایران با ایتالیا برای واردات توربین‌های کلاس F که گفته راندمان تولیدات داخلی ۱۰ درصد کمتر است تصریح کرد: این موضوع با اشتباه به ایشان گزارش شده یا ممکن است اشتباه نقل شده باشد، چون حتی یک‌درصد اختلاف راندمان در ساخت توربین‌های نیروگاهی قاعه است چه رسد به ۱۰ درصد.

وی ادامه داد: در حال حاضر توربین‌های کلاس E که در کشور تولید می‌شود در کلاس جهانی و حتی بهتر از آن است. علی‌آبادی گفت: حتی مدل‌هایی را که از توربین‌های نیروگاهی عرضه می‌کنیم از رقیبا زودتر به بازار می‌آوریم، چون آنها نام و برند دارند و ما می‌خواهیم صاحب برند شویم دستمان را زودتر رو می‌کنیم و به همین دلیل در حال حاضر توربین کلاس E مینا از بهترین توربین‌های دنیاست و ما آن را تضمین می‌کنیم.

وزیر نفت با بیان اینکه مسئولان وزارت نفت برای پاسخگویی به منتقدان درباره مدل جدید قراردادهای نفتی آمادگی کامل دارند، گفت: هم ما در گفت‌وگو با منتقدان باید حداقل‌ها را رعایت کنیم و هم آنها باید بپذیرند که ما مسئولان رسمی، قانونی و مشروع این نظام هستیم.

به گزارش ایلنا، بیژن زنگنه درباره مدل جدید قراردادهای نفتی و افزایش انتقادهای نسبت به این مدل از قراردادهای اشاره به اینکه بحث‌های مفصلی درباره آنها مطرح می‌شود، تصریح کرد: در این زمینه نخست باید گفت تاکنون هیچ قراردادی بسته نشده و حتی متن این مدل از قراردادهای آماده ندارد.

وی با بیان این مقدمه گفت: قرارداد محرمانه است ولی پیش‌نویس قرارداد محرمانه نیست.

زنگنه با بیان اینکه وزارت نفت در زمینه مدل جدید قراردادهای نفتی شفاف‌ترین رفتار را انجام داده و در طول دو سال گذشته به فعالیتی را که در این زمینه انجام شده در معرض افکار عمومی قرار داده است، افزود: وزارت نفت حتی اگر می‌خواست فرم قبلی قراردادهای نفتی را اجرا کند باید طبق قانون نفت، از دولت مصوبه دریافت می‌کرد و آن را در اختیار مجلس قرار می‌داد و رئیس مجلس شورای اسلامی اگر اشکالی داشت آن را برطرف و بعد در روزنامه رسمی چاپ می‌کرد و سایت دولت آن را در اختیار همگان قرار می‌داد که همه این کارها انجام شده است. وی افزود: کسری قابل اصلاح نسبت به برخی از تصمیمات و قوانین را طبیعی دانست و با بیان اینکه ما از همان ابتدا آمادگی خود را برای دریافت نظرات کارشناسان درباره مدل جدید قراردادهای نفتی اعلام کردیم، یادآور شد: «صنوع بشری قابل اصلاح است و وحی منزل نیست» و وزارت نفت آمادگی خود را در صورتی که این چارچوب قرارداد نیاز به اصلاح داشته باشد اعلام کرده است.

وزیر نفت، اسباب انجام مذاکره را منطقی دانست و با اشاره به اینکه برخی افراد از واژه‌هایی همچون دزد و خائن

قراردادهای جدید نفتی محرمانه است ولی پیش‌نویس، محرمانه نیست

منتقدان راحت بگویند نظام را قبول ندارند

گذشته با آنها گفت‌وگو کنیم، یادآور شد: «قبول دارم درباره نفت نگرانی‌هایی وجود دارد و همیشه وجود داشته است، ما می‌خواهیم اطمینان‌بخشی کنیم به شرطب که منتقدان بخواهند مذاکره کنند و منطقی باشند و حداقل‌ها را رعایت کنند.» وی با تاکید بر اینکه هم ما در گفت‌وگو با منتقدان باید حداقل‌ها را رعایت کنیم و هم آنها رعایت کنند و باید بپذیرند که ما مسئولان رسمی، قانونی و مشروع این نظام هستیم، تصریح کرد: نمی‌شود این افراد بگویند ما شما را قبول نداریم و تنها یک نفر را در نظام قبول داریم و بقیه خائن، دزد و... هستند؛ این افراد بهتر است راحت بگویند نظام را قبول نداریم. وزیر نفت درباره اینکه این قراردادها چه زمانی برای ارائه به شرکت‌های خارجی آماده می‌شود، گفت: کار تنظیم پیش‌نویس قرارداد در حال انجام است و پس از نهایی شدن با شرکت‌ها مذاکره می‌کنیم؛ البته کار مذاکره با شرکت‌ها آغاز شده است.

قراردادهای جدید نفتی، حکم قانونی و مصوبه مجلس است

حسین امیری خامکانی، سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس نیز با بیان اینکه قراردادهای جدید نفتی حکم قانونی و مصوبه مجلس است و دولت نیز باید آن حکم را اجرا کند، گفت: دولت قرارداد نفتی و خرید هواپیما نبندد و رابطه اقتصادی نداشته باشد پس چه کاری باید انجام دهد؟

او در گفت‌وگو با ایلنا با اشاره به اینکه قراردادهای جدید نفتی نوع تکامل‌یافته مشارکت در تولید و بای‌بک است، گفت: طی سه جلسه با حضور نمایندگان ای وزارت نفت و کارشناسان مرکز پژوهش‌ها در کمیسیون انرژی تمامی نکات در مورد IPC مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت و اکنون نیز مرکز پژوهش‌ها در حال جمع‌آوری مدرک و اطلاعات در این زمینه است.

وی افزود: مسئولان وزارت نفت بارها اعلام کرده‌اند که اگر نظر کارشناسی برای بهتر شدن این قراردادها ارائه شود

اعمال می‌کنند ضمن اینکه هنوز قراردادی منعقد نشده و فقط دولت شیوه‌نامه‌ای را در راستای اجرای حکم قانونی برای اجرای قراردادهای جدید ارائه کرده است. خامکانی تصریح کرد: مجلس هشتم شرح وظایف وزارت نفت را تصویب کرده و طی حکمی به دولت اعلام شده که باید الگوی جدید قراردادی برای جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی تدوین کند و شیوه‌نامه آن نیز به عهده دولت گذاشته شده که در آن دولت تاکید کرده قراردادهای با حفظ مالکیت دولت اجرایی می‌شود.

وی با بیان اینکه کار گروهی در مرکز پژوهش‌های مجلس شکل گرفته و اسناد و مدارک را بررسی می‌کنند، یادآور شد: کارشناسان داخل و بیرون از مجلس می‌توانند نظر کارشناسی خود را به مرکز پژوهش‌ها یا وزارت نفت منتقل کنند.

سخنگوی کمیسیون انرژی با اشاره به اینکه قراردادهایی که تاکنون داشته‌ایم دیگر برای شرکت‌های خارجی جذاب نیستند، گفت: آن قراردادهای زمانی جاذبه داشت و بسیاری از پروژه‌های بالادست نفت و گاز براساس آنها اجرایی می‌شد ولی هرچه جلوتر آمدیم جذابیت خودش را از دست داد. به‌خصوص اینکه در زمان تحریم، شرکت‌های که قرارداد داشتند پروژه‌ها را رها کردند و اکنون برای بازگشت انگیزه جدیدی ندارند.

وی با بیان اینکه دولت برای جذاب شدن سرمایه‌گذاری در صنعت نفت و گاز سیاست برد-برد را در پیش گرفت، اظهار داشت: بر این اساس مجلس نیز حکم کرد که الگوی جدیدی از قراردادها باید تدوین شود و حتی مشارکت را هم مجاز کرد و شرکت‌های خارجی نیز در صورت داشتن شریک داخلی مجاز به مشارکت باشند لذا قراردادهای جدید نفتی حکم قانونی و مصوبه مجلس است و دولت نیز باید آن حکم را اجرا کند.

خامکانی ادامه داد: در حکم قانونی مجلس و شیوه‌نامه اجرایی این حکم در یک ماده و ۱۰ مورد که دولت آن را نوشته است به حفظ مالکیت دولت و شرکت ملی نفت

تاکید شده است.

وی همچنین گفت: این قراردادها برای بالادست نفت و گاز است و دولت مجاز است برای امور پالایشگاهی و صنایع پایین‌دست هم جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی داشته باشد.

وی با تاکید بر اینکه قراردادها را مجلس تصویب، شورای نگهبان تایید کرده و دستگاه‌های نظارتی نیز نظارت می‌کنند، خاطرنشان کرد: اگر بخواهیم براساس بی‌اعتمادی با این قراردادها برخورد کنیم دولت باید دست

روی دست بگذارد و تولید نفت را متوقف کند. سخنگوی کمیسیون انرژی اظهار داشت: آنچه مهم است دستگاه‌های نظارتی حضور دارند و دائم نیز اعلام می‌شود هر کس نظر اصلاحی دارد به دولت، مرکز پژوهش‌های مجلس و وزارت نفت ارائه دهد. ضمن اینکه دستگاه‌های نظارتی هم کنترل می‌کنند تا عین مر قانون عمل شود.

وی در ادامه، منتقدان به قراردادهای را مخاطب قرار داد و گفت: اگر قرار باشد به همه چیز بی‌اعتماد باشیم و دولت قرارداد نفتی و خرید هواپیما نبیندد و رابطه اقتصادی نداشته باشد پس چه کاری باید انجام دهد؟

خامکانی با بیان اینکه انتقادات بی‌پایه راه به جایی نمی‌برد، گفت: به یک دولت چنان اعتماد کردیم که بایک زنجانی‌ی ظهور کرد و به یک دولت چنان بی‌اعتمادیم که باید دست روی دست بگذارد.

وی همچنین اظهار داشت: دولت دو سال است روی قراردادهای مطالعه می‌کند و قطعا روی قراردادهایی که در دیگر کشورها مدون شده تحقیق کرده و قوانین بالادست کشور را نیز مورد تفت قرار داده و آنچه اکنون تدوین شده نتیجه تمامی مطالعات است.

این نماینده مجلس با بیان اینکه کشور قانون و دستگاه‌های نظارتی دارد که بر تمامی امور آگاه است، تاکید کرد: همه باید دست به دست هم دهند تا منافع ملی و قانون حفظ شود و دولتی که مردم انتخاب کردند بتواند کشور را اداره کند.



تعاون

معاون تعاونی‌های وزارت تعاون:

صندوق ضمانت تعاون، وثیقه وام تعاونی‌ها را عهده‌دار می‌شود





معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران:

وجود ۷ هزار و ۳۴۰ تعرفه گمرکی
بیانگر فضای نامناسب کسب‌وکار
است

مظفر علیخانی، معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران گفت: وجود ۷هزار و ۳۴۰ تعرفه گمرکی بیانگر نامناسب بودن فضای کسب‌وکار و مانع بزرگی در توسعه صادرات کالاهای غیرنفتی به بازارهای جهانی است.

به گزارش ایرنا، علیخانی در نخستین کنفرانس صادرکنندگان ایران افزود: بازار بزرگ ۸۰ میلیون نفری ایران انگیزه حضور شرکت‌های خارجی را در این بازار بیشتر کرده و انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترک با این شرکت‌ها به نفع صادرات غیرنفتی و رشد اقتصاد ملی خواهد بود.

وی گفت: با اجرایی شدن برجام و سفر هیأت‌های تجاری به ایران چشم‌اندازهای رونق کسب‌وکار در اقتصاد ملی ایران فراهم شده است.

علیخانی با بیان اینکه پس از توافق ایران با گروه ۵+۱ تاکنون ۱۵۰ هیأت سیاسی و تجاری به ایران سفر کرده‌اند، گفت: در دوران جدید همدلی و همکاری بین دولت و بخش خصوصی صدور کالا و خدمات را به اقصی نقاط جهان بیش از پیش تقویت کرده است.

وی در این کنفرانس که با حضور شرکت‌های کوچک و متوسط، کارشناسان و پژوهشگران اقتصادی در دانشگاه بهشتی در حال برگزاری است، افزود: در دوره جدید با لغو تحریم‌ها دولت، بخش خصوصی، تشک‌ل‌های صادراتی فعالان اقتصادی در شرکت‌های کوچک و متوسط به دنبال رونق فضای کسب‌وکار در ایران هستند.

وی تأکید کرد: در دوران جدید اگر نتوانیم موانع رونق کسب‌وکار را برطرف کنیم بار دیگر به فرصت‌سوزی در اقتصاد ملی متهم خواهیم شد.

علیخانی یادآور شد: در سال‌های گذشته به دلایل مختلف، تولید، تجارت و صادرات با مشکلات عدیده‌ای مواجه شد اما هم‌اکنون با رفع تحریم‌ها شرایط مناسبی برای همکاری‌های شرکت‌های ایرانی و خارجی فراهم شده است.

وی تسهیل صادرات کالاهای ایرانی در دوران پس‌انداز را خواستار شد و گفت: ۳۰ دستگاه اجرایی در صدور مجوز صادرات کالا در ایران ایفای نقش می‌کنند و ۴۵ قانون نیز در تجارت فرامرزی ایران حاکم است.

علیخانی یادآور شد: گمرک جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان مرزبان اقتصادی در تسهیل صادرات کالاهای غیرنفتی نقش مهمی ایفا می‌کند و ت‌جار باید با کاهش هزینه‌های تولید و قیمت تمام شده به صادرات کالا و خدمات خود رغبت بیشتری نشان دهند.

وی گفت: دریافت عوارض از فعالان اقتصادی در کشورمان بیشتر است درحالی‌که سالانه ۲۰ میلیارد دلار کالا به کشور بدون دریافت هیچ گونه عوارضی قاچاق می‌شود و این وضعیت موجب کاهش ۳۰ تا ۷۰ میلیارد تومانی عوارض از این کالاها می‌شود.

وی به موضوع دیپلماسی سیاسی اشاره کرد و گفت: در دیپلماسی سیاسی باید صادرات نخستین اولویت باشد و رایزنان بازرگانی در سفارتخانه‌های خارج از کشور می‌توانند در این زمینه نقش مهمی را ایفا کنند.

عضو اتاق ایران گفت: در دوران تحریم عراق، افغانستان، ترکیه، کشورهای آسیای میانه و روسیه هدف صادرات اصلی ایران بودند اما با لغو تحریم‌ها فضای مناسبی برای صادرات کالای ایران به اقصی نقاط جهان فراهم شده است.

وی گفت: در افزایش صادرات کالا و خدمات مناطق آزاد کیش، قشم و چابهار می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند و منطقه آزاد چابهار در صادرات کالا و خدمات ایران به افغانستان بازارهای مناسبی را برای صادرات کالاهای غیرنفتی فراهم می‌کند.

وی در پایان ترسیم نقشه راه برای استراتژی صادرات ایران به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی را خواستار شد و گفت: با ترسیم نقشه راه نقش دولت و بخش خصوصی در صادرات کالا و خدمات ایران به خوبی مشخص می‌شود تا ما بتوانیم در این بازارها به صورت قدرتمند حضور پیدا کنیم.

اینکه قضاوت می‌کنند موفق نبودند، من فکر می‌کنم اطلاعات‌شان کم است. چه کسی می‌گوید منطقه آزاد ارس موفق نیست، یا ما‌کو یک منطقه سه ساله است و به اندازه سه سال هم موفقیت دارد. باید روی مناطق آزاد مطالعه بیشتری داشته باشند و مستند اظهار نظر کنند.

برای لایحه جدید، چقدر از آسیب‌شناسی و کارشناسی در مناطق آزاد فعلی کمک گرفته شده است؟

دو سال و نیم پیش که کارمان را آغاز کردیم، روی همه مناطق آسیب‌شناسی انجام دادیم که ببینیم چرا با یکسری اشکالات مواجه شدند و سعی کردیم آن آسیب‌ها را برطرف کنیم. بنابراین خدمت مقام معظم رهبری از طریق مجمع تشخیص مصلحت پیشنهادی شد که در بند ۱۱ اقتصاد مقاومتی آمده است و محصول کوشش و زحمت دوستان است.

بعد از آسیب‌شناسی چهار محور را پیشنهاد دادیم: گسترش و تسهیل تولید، توسعه صادرات، انتقال فناوری‌های پیشرفته و تأمین نیازهای ضروری مالی کشور. این اهداف در مناطق جدید در لایحه دیده شده بود. از طرفی دیگر همه مرزی هستند و همه برای صادرات به بازار روبه‌رو طراحی شده‌اند. در حال حاضر هم صادرات ما تا پایان سال در مرز شلمچه که در منطقه آزاد اروند است به یک و نیم میلیارد دلار خواهد رسید و این رقم قابل توجهی است.

جاسک از اولویت‌های دولت یازدهم است. همچنین تأسیس مناطق مشترک هم در این لایحه پیش‌بینی شده بود. در این لایحه به مناطق جدی نگاه حرفه‌ای و تخصصی شده است که به نظر می‌رسد نگاه جدیدی به تأسیس این مناطق باشد، این روش چه تأثیری در عملکرد این مناطق خواهد داشت؟

به هر حال لایحه دوباره ارائه خواهد شد، مطالعات ما نشان می‌دهد مهران بهترین مکان برای صادرات به عراق و بانه و م‌روان بهترین مرز برای صادرات به اقلیم کردستان است که در حال حاضر بالاترین تجارت را با ایران دارد. این دو با هدف صادراتی و اینکه برون با هدف تولید صنعتی تعریف شده‌اند. در اینچه‌برون یک شهر متالوژی تعریف شده است که بعد از راه‌اندازی راه‌آهن قزاقستان -ترکمنستان-

ایران، کارش را با ورود مواد اولیه معدنی از قزاقستان براساس قرارداد‌ی که با وزارت صنعت، معدن و تجارت بستند، آغاز خواهد کرد. اینچه‌برون استعداد‌های بالایی دارد که می‌تواند در تولید سرآمد باشد. ما‌کو مهم‌ترین مرز خشکی و بندرعباس مهم‌ترین مرز دریایی کشور در تجارت است. ما فکر می‌کنیم این نوع نگاه مناطق آزاد را کارآمدتر و جذب سرمایه‌گذار را م‌تمرکز خواهد کرد.

تبدیلی کشاورزی، خودرو و همچنین بخش خدمات فنی و مهندسی شامل حمل‌ونقل و انرژی و... بازدید از مراکز صنعتی، ملاقات و رایزنی با فعالان اقتصادی و صاحبان صنایع کشورهای هدف و همچنین ملاقات و مذاکره با مقامات دولتی آنها اعزام خواهند شد.



سید علی خانی، معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران

ایرانی‌ها برای یادگیری و خلاقیت‌ها گیرنده‌های خوبی هستند. در حال حاضر دو کارخانه فرومکنگز و فروسیلیس توسط هندی‌ها در منطقه آزاد ما‌کو درحال ساخت است. من مطمئن هستم که این کارخانه‌ها راه بیفتند ایرانی‌ها در کنار آن چندین کارخانه دیگر خواهند ساخت. این کارخانه‌ها با برق کار می‌کنند و برق در ایران ارزان است. بنابراین اگر فناوری مدیریت و سرمایه بیاید این زمینه وجود دارد که سطح تکنولوژی بالا برود.

در مورد لایحه افزایش تعداد مناطق آزاد تجاری که در مجلس اخیراً رد شد، گفته می‌شود نمایندگان در برخی حوزه‌ها تقاضای افزایش وسعت مناطق آزاد قدیم و تأسیس مناطق ویژه اقتصادی را داشتند که در لایحه مطرح نشده و عدم رأی مجلس هم به نوعی، جواب به لحاظ نشدن تقاضای آنهاست، این موضوعات چقدر صحت دارد؟

به نظر من مجلس الان در کماست. همه در فکر انتخابات هستند و حواس‌شان جمع نیست. نزدیک به ۸۰ پیشنهاد برای مناطق جدید ویژه اقتصادی از سوی برخی نمایندگان داشتیم که هنوز دولت این پیشنهادات را مطالعه نکرده و ما هنوز نمی‌دانیم توجیه اقتصادی دارند یا نه. ما مخالف ایجاد مناطق ویژه جدید نیستیم، اما معتقدیم کار باید با مطالعه و کارشناسی انجام شود. این لایحه مجدداً در مجلس جدید ارائه خواهد شد.

برخی نمایندگان تقاضای ایجاد مناطق جدید را دارند، درحالی‌که به عملکرد مناطق آزاد و ویژه انتقادات زیادی داشتند، نوعی تعارض در این مسئله وجود دارد.

دانش فنی به راه انداخته‌اند. ولی اگر دانش فنی یک گوشی را خریدند تا قیمت بلندند، همین یک محصول را تولید کنند. هر چه تحولات صنعتی مدرن می‌شود رشد می‌کند و تغییر می‌کند این تغییر نمی‌کند، همان جا منجمد شده است. اما این به معنای انتقال تکنولوژی نیست. در موقعی که یک صنعتگر تراز اول دنیا بیاید اینجا و سرمایه‌گذاری کند، دانشش را هم بیاورد این‌طور نیست که محصول در فضای سساک افت کند و تغییر نکند، این کالا دائماً با تحولات روز تغییر می‌کند. یعنی جذب سرمایه‌گذار خارجی و نه الزاماً سرمایه خارجی؟

یکی از موضوعاتی که برای ما اهمیت دارد این است که مدیریت هم با سرمایه‌گذار خارجی بیاید. اینکه ما دانش فنی را داشته باشیم و پول هم داشته باشیم ولی مدیریت نداشته باشیم معنی‌اش این نیست که موفق می‌شویم. بله، دقیقاً ترجیح ما این است که سرمایه‌گذار خارجی بیاید نه سرمایه خارجی. سرمایه خارجی می‌تواند با فاینانس بیاید، فاینانس قرض است و یک بانک هم ضمانت می‌کند، بدهی‌اش هم می‌ماند گردن دولت. اما ما ترجیح می‌دهیم به جای سرمایه خارجی که از طریق فاینانس می‌آید سرمایه‌گذار خارجی خودش بیاید، پولش، مدیریت و فناوری‌اش را بیاورد و یک کسب‌وکاری شکل بدهد. آن‌وقت ایرانی‌ها در کنار آنها خیلی چیزها یاد می‌گیرند.

فکر نمی‌کنید مقاومت‌هایی با این نوع جذب سرمایه‌گذار وجود داشته باشد؟

این بهترین راه برای انتقال دانش و تکنولوژی به کشور است. به نظر من

البته این دلایلی دارد، بخشی از این دلایل بقا است و بخشی هم فراگیر و پایدار دیگران شده است. کسی مانند شما کارمند بوده اما ناگهان پولدار شده است. پولدار بودن در بیشتر مواقع به معنای خلاق بودن و کارآفرین بودن نیست. اگر یک آلمانی در جامعه‌اش کارخانه دارد یا صنعتگر است هر کسی احتمال می‌دهد این آدم کارآفرین باشد، چون در جامعه آلمان کسی تصادفی پولدار نمی‌شود. دریک جامعه صنعتی مردم از خلاقیت، توانایی و کارآفرینی خودشان رشد می‌کنند. اما در جامعه ما خصوصاً در دوران تحریم عده‌ای بی‌حساب پولدار شدند. خب هر کسی ارزیابی کند احتمال می‌دهد اینها همان‌هایی هستند که کاسب تحریم هستند. به این دلیل همه آدم‌های متمول دارای احترام نیستند. ممکن است کارآفرین باشند اما احتمال این هم هست که نباشند. وقتی ما می‌گوییم سرمایه‌گذارها بیایند، خطاها بیایند، فاطی آنها هم پالون‌دو‌ها هم می‌آیند، یعنی عده‌ای می‌گویند ما کارآفرین هستیم که جنس‌شان کارآفرین نیست، اینها همان‌هایی هستند که زیرورو کشیدند. این مدیران مناطق هستند که باید سرمایه‌گذار واقعی را تشخیص دهند. برگردیم به روش جذب سرمایه‌گذاری، در مناطق آزاد اخیراً سرمایه‌گذاری‌های مشترکی در حال انجام است، از آنجا که همیشه گفته‌اید دانش و تکنولوژی باید وارد شود نه پول، در مناطق چقدر توانسته‌اید این اصل را اجرایی کنید؟ به هر حال آوردن دانش هم به نوعی آوردن پول است.

خیلی اوقات افراد ایرانی رفته‌اند، دانش فنی خریده‌اند و کارخانه‌شان را با آن براساس فراخوان‌ها و برنامه‌ریزی‌های انجام شده تا نیمه اول اسفند امسال، پنج کشور میزبان هیأت‌های تجاری ایرانی خواهند بود.

به گزارش ایسنا، بعد از اعزام هیأت تجاری ایرانی در ۱۳ بهمن ماه به داکای بنگلادش، سازمان توسعه تجارت با انتشار فراخوان‌هایی، از برنامه‌ریزی برای اعزام پنج هیأت تجاری دیگر تا نیمه اول اسفند ماه خبر داد. بنا بر اعلام این سازمان، روسیه، اردن و آفریقای جنوبی در بهمن ماه و همچنین اسارات متحده عربی نیز دوم تا ششم

مینو گله
minoo.galch@gmail.com

گفت‌وگو با اکبر ترکان، مشاور رئیس‌جمهور و دبیر شورای عالی مناطق آزاد در رستوران هتل ایرانگردی و جهانگردی شهر ما‌کو میسر شد، در انتهای یک روز شلوغ در روزهای آغازین دهه فجر که این مقام برای افتتاح برخی پروژه‌ها و مهم‌ترین آنها افتتاح باند فرودگاه منطقه آزاد ما‌کو به این شهر رفته بود. بعد از صرف شام و بعد از جلسه معرفی به همراه حسین فروزان، مدیرعامل این منطقه با چند سرمایه‌گذار داخلی و ترک، فرصتی دست داد که مشاور رئیس‌جمهور از برنامه مناطق آزاد برای جذب سرمایه‌گذار و رفتار مجلس در رد لایحه تأسیس مناطق جدید بگوید.

شما عقیده دارید جذب سرمایه‌گذار باید در سه مرحله انجام شود: ابتدا سرمایه‌گذار داخلی، بعد سرمایه ایرانیان خارج از کشور و بعد از آن باید سرمایه‌گذار خارجی جذب کرد، این نوع دیدگاه چه تأثیری در چگونگی جذب سرمایه‌گذار دارد؟

سرمایه‌گذار خارجی وقتی جذب می‌شود که سرمایه‌گذار ایرانی از کسب‌وکارش راضی باشد، سرمایه‌گذار داخلی باید احساس موفقیت کند. باید احساس کند زبان نکرده و زمینه موفقیتش درهمه جا است. ما برای جذب سرمایه‌گذار در مناطق آزاد برنامه جدی داریم و بر همان اساس هم پیش می‌رویم. اصل مزیت ما معافیت مالیاتی، معافیت گمرکی، قانون کار و پول و بانک است. اینها باعث تسهیل کسب‌وکار در مناطق آزاد می‌شود. سرمایه‌گذاران باید بدانند مدیران منطقه و مسئولان برای آنها همیشه وقت دارند. کسی نباید احساس کند در دالان‌های بوروکراسی گرفتار می‌شود و موفق نمی‌شود با مقامات اول منطقه صحبت کند. فساد در دستگاه‌های بوروکراتیک ایجاد می‌شود. علتش این است که شما می‌خواهید به روال قانونی کارتان را انجام دهید، اما انجام نمی‌شود. چندین مرتبه می‌آید و می‌روید و جایی گیر می‌کنید، وقتی خوب آمدید و رفتید یک نفر شما را در راهرو می‌بیند و می‌گوید بیا سر خیابان، از اینجا است که فساد شروع می‌شود.

اما به نظر می‌رسد سرمایه‌گذار علاوه بر این مسئله با چالش‌های دیگری هم روبه‌رو است، شما اخیراً در مراسم بهره‌برداری از باند فرودگاه ما‌کو مطرح کردید نگاه عمومی به سرمایه‌گذار درست نیست و باید تغییر کند، چه زهری در این نگاه می‌بینید؟

ببینید، از نظر فرهنگی سرمایه‌گذار در جامعه ما یک فرد مورد احترام نیست.

تا نیمه اول اسفند صورت می‌گیرد

میزبانی ۵ کشور از هیات تجاری ایران

اسفند و همچنین ترکیه ۱۲ تا ۱۶ اسفند سال جاری میزبان هیأت‌های تجاری و بازاریابان ایرانی خواهند بود. این هیأت‌های تجاری در راستای معرفی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های

پنج هیأت تجاری دیگر تا نیمه اول اسفند ماه خبر داد. بنا بر اعلام این سازمان، روسیه، اردن و آفریقای جنوبی در بهمن ماه و همچنین اسارات متحده عربی نیز دوم تا ششم

آگهی فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

شماره مناقصه (۲۳-۹۴)

نوبت اول

شماره مجوز: ۵۸۰۴-۱۳۹۴



شرکت گاز استان قزوین در نظر دارد

مناقصه زیر را با مشخصات و شرایط کلی مندرج در اسناد مناقصه مربوطه به شرکت ذیصلاح واگذار نماید.

موضوع مناقصه: واگذاری فعالیت‌های پشتیبانی و خدماتی قرائت کنتور و توزیع صورتحساب -اشتراک پذیری و خدمات مشترکین گاز در سطح شهرستانهای قزوین - البرز- آبیک و بوئین زهرا

کد فراخوان پایگاه اطلاع رسانی مناقصات: ۱/۴۳۷/۷۸۴

محل ارائه خدمات و مدت اجرای موضوع مناقصه: شهرستانهای قزوین - البرز - آبیک و بوئین زهرا - به مدت ۳۶۵ روز تقویمی.

مبنای برآورد: کارشناسی

دارا بودن گواهینامه صلاحیت پیمانکاری معتبر از اداره کل تعاون ، کار و امور اجتماعی و یا رتبه پنج یا بالاتر در رشته تأسیسات و تجهیزات از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.

نوع ضمانتنامه: (ضمانتنامه بانکی یا واریز وجه نقد)

مبلغ ضمانتنامه: ۶۶۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

محل دریافت اسناد مناقصه: قزوین- خیابان نواب شمالی- مجتمع ادارات- شرکت گاز استان قزوین- طبقه سوم - اتاق ۳۱۵.

زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه: پس از انتشار آگهی نوبت اول به مدت ۹ روز (از تاریخ ۹۴/۱۱/۱۸ لغایت پایان وقت اداری مورخ ۹۴/۱۱/۲۴).

محل تحویل اسناد مناقصه: قزوین- خیابان نواب شمالی- مجتمع ادارات- شرکت گاز استان قزوین- طبقه همکف - دبیرخانه (اتاق ۱۱-۶).

مهلت تکمیل و تحویل اسناد مناقصه: حداکثر ۱۲ روز پس از آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه (از تاریخ ۹۴/۱۱/۲۷ لغایت پایان وقت اداری مورخ ۹۴/۱۲/۰۸).

زمان و مکان بازگشایی پاکات مناقصه (الف، ب و ج): ساعت ۱۴:۳۰- روز یکشنبه مورخ ۹۴/۱۲/۰۹- دفتر امور قراردادها (اتاق کمیسیون مناقصات).

از شرکت‌های واجد صلاحیت دعوت می‌شود جهت دریافت اطلاعات بیشتر ، به نشانی اینترنتی شرکت به آدرس: www.nigc-qazvin.ir ویا پایگاه اطلاع رسانی مناقصات به آدرس: http://iets.mporg.ir مراجعه نمایند.

با مصرف بهینه گاز همه تأمین

روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۴/۱۱/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۴/۱۱/۱۸

آیا ایران خودرو در زنجیره توزیع جهانی پژو قرار می گیرد؟



حسین کریمی سنجری
کارشناس صنعت خودرو

یکی از مهم‌ترین بندهای قرارداد ایران خودرو – پژو عبارت است از امکان استفاده از بازارهای صادراتی محصولات شرکت پژو در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA)؛ بشرطی که تحقیق آن نیازمند جهش قابل توجهی در بسیاری از زیرساخت‌های شرکت ایران‌خودرو است چرا که واگناری چنین امتیازی به ایران خودرو از سوی پژو مستلزم آن است که شرکت پژو از تولید محصولاتی متناسب با سقف استانداردهای کیفی خود در سایت شریک ایرانی‌اش اطمینان حاصل کند و به همین دلیل باید نهایت تلاش و همکاری خود را در جهت توسعه و ایجاد زیرساخت‌های ضروری برای انجام تولیدی در این سطح در شرکت ایران‌خودرو بکند. به همین دلیل می‌توان این گونه تحلیل کرد که اگر شرکت پژو برای تحقق این بند مهم قرارداد جدی باشد قطعاً این جدیت دارای نشانه‌هایی است که نگارنده قصد دارد در این نوشتار به برخی از آنها اشاره کند.

در صورتی‌که شرکت ایران‌خودرو توانایی تولید محصولاتی‌امطابق استانداردهای شرکت پژو داشته‌باشد، می‌توان این شرکت را به‌عنوان یک تولیدکننده خودرو در کلاس جهانی نامید حتی اگر این توانایی به‌واسطه بهره‌مندی از پلنفرم و نشان یک شرکت بزرگ خودروساز دیگری چون پژو نمود پیدا کرده باشد، چرا که برای دستیابی به همین سطح‌از توانایی نیز، شرکت ایران‌خودرو نیازمنداعمال تغییرات‌بزرگی در زیرساخت‌های تولیدی در انسانی خود است. در واقع برای تولید یک خودرو در کلاس متوسط و یکپارچه در تمامی سطوح و زیرساخت‌های مربوط به تولد تا تولید و نهایتاً فروش محصول، ضروری است و شرکت پژو برای اطمینان از دستیابی به کیفیت مورد تأیید محصولات خود، چارهای نسل‌دار جز اینکه سیستم تولید خود را به‌طور متوازن در تمامی سطوح ساختاری شرکت ایران‌خودرو پیاده‌سازی کند، درست همان کاری که تویوتا در FAWچین یا فولکس واگن در اشکودا انجام دادند. در واقع تویوتا مهم‌ترین دست‌اورد علمی و تجربی خود یعنی سیستم TPS، را به‌طور متوازن در تمامی ساختارهای این شرکت چینای مستقر کرد.این شاید یکی از مهم‌ترین نشانه‌های تمایل پژو به عملیاتی کردن این بند قرارداد باشد که برای تحقق آن لازم است سطوح مختلفی از نیروی انسانی ایران‌خودرو دوره‌های تخصصی مختلفی را فراگرفته و آمدگی لازم برای انجام وظایف تحت‌این سیستم را کسب کنند.

فراورش نمی‌کنیم حدود یک دهه پیش زمانی که شرکت پژو تنها قصد داشت تولید ۲۰۶ را در خطوط ایران‌خودرو راه‌اندازی کند کارشناسان و کارگران زیادی از شرکت ایران‌خودرو متناصب با رده و عنوان شغلی خود آموزش‌های سطح بالایی را در سایت‌های مختلف پژو در اروپا گذراندند درحالی‌که مطابق این بند قرارداد، قرار است از سه خودروی تولیدی تقریباً یکی به بازارهای هدف پژو صادر شود که بسیار مهم‌تر از تولید یک محصول آن‌هم برای مصرف داخلی است. بنابراین لازم است متخصصان ویژه‌ای از شرکت پژو برای استقرار سیستم تولید این شرکت در ایران‌خودرو، حضور شبانه‌روزی داشته باشند.

تجهیز خطوط تولید شرکت ایران‌خودرو برای امکان مونتاژ مجموعه‌ها و محصولات تولیدی با سطوح کیفی مورد نظر شرکت پژو و استقرار مدل توسعه یافته‌ای از سیستم Survey Plan، نشانه دیگری از اهمیت داشتن این بند قرارداد برای پژویی‌هاست. همچنین تجهیز و آماده‌سازی شرکت‌ها و مجموعه‌های قطعه‌سازی نیز که در دامنه شمول این شرکات هستند باید در دستور کار قرار گیرد. توسعه سیستم‌ها و ساختارهای لجستیک، تامین و تغذیه قطعات، جریان مواد و محصول، فروش و مالی و هر آن چیزی که تولید با استانداردهای کیفی پژو را محقق می‌سازد چه در سایت‌های اصلی و چه در سایت قطعه‌سازان منتخب نیز باید قبل از شروع تولید صورت پذیرد. در واقع سال ۲۰۱۶ به لحاظ ساختاری و آموزشی سال پرکاری برای دو شرکت پژو و ایران‌خودرو به‌علاوه مجموع قطعه‌سازان شامل طرح مشارکت خواهد بود، اگر پژو واقعاً تمایل به اجرای این بند داشته باشد.

نشانه مهم دیگری که می‌تواند میزان تمایل فرانسوی‌ها را به پذیرفتن شرکت ایران‌خودرو در زنجیره توزیع جهانی خود محک بزند، تعداد کلاس‌های خودرویی و به‌روز بودن مدل‌هایی است که برای تولید در سایت ایران‌خودرو انتخاب شده یا می‌شوند. در واقع اگر خطوط تولید ایران‌خودرو در هر کلاس خودرویی دستکم یک محصول از پژو را تولید کند، می‌توان اطمینان بیشتری را نسبت به حصول اهداف صادراتی تولیدات پژو در ایران کسب کرد. با توجه به اینکه در حال حاضر پژو تنها برای تولید سه تا پنج مدل خودرو که البته برخی از آنها نیز در یک کلاس ارائه شده‌اند با ایران‌خودرو مذاکره کرده‌اند لذا تنها در یک صورت می‌توان به عزم پژو برای تحقق این بند قرارداد اعتماد کرد و آن اینکه شرکت پژو برای بازارهای خاصی در شمال آفریقا و آسیای میانه این مدل‌ها را به‌صورت هدفمند برای تولید در سایت ایران خود انتخاب کرده باشد.

علاوه بر نشانه‌ها، ضمانت اجرایی عمل به تعهد بند صادراتی قرارداد با پژو نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. به‌خصوص وقتی تجربه تلخ مشارکت با فرانسوی‌ها در قرارداد ال ۹۰ را مرور می‌کنیم این موضوع بیشتر اهمیت پیدا می‌کند. در واقع چه تضمینی وجود دارد که شرکت پژو به پنهان کیفیت پایین محصولات تولیدی در سایت ایران‌خودرو، از صدور خودروهای تولیدی جلوگیری نکند، کاری که این شرکت فرانسوی در مورد قطعات تولید شده داخلی پژو ۲۰۶ مثل شاتون در سال‌های گذشته که پژو ده سطح کیفیتی را برای پذیرش و تأیید این قطعات تعریف کرد که حتی قطعه‌سازان و فرانسوی نیز امکان دستیابی به آن سطح را نداشتند و به این ترتیب، امکان داخلی‌سازی قطعات این محصول که قرار نبود صادر هم بشوند در زنجیره تامین شرکت ایران‌خودرو میسر نشد.

محصولات بالای ۴۰ میلیون تومان در راه ایران

خودروی تازه ارزان قیمت به بازار می‌آید؟



عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

«خودروهای تازه در طبقه قیمتی زیر ۴۰ میلیون تومان به بازار خواهد آمد؟» این پرسش بیش از ۶۰درصد مشتریان بازار خودرو است که منتظرند در طبقه قیمتی زیر ۴۰ میلیون تومان شاهد ورود خودروهای تازه با برندهای معتبر باشند.

در نخستین قرارداد و تفاهم نامه‌ای که میان یکی از خودروسازان ایرانی با دو خودروساز اروپایی به امضا رسیده؛ خودروهایی در آینده به بازار عرضه خواهند شد که در بهترین حالت قیمتی بالای ۵۰ میلیون تومان خواهند داشت. مثلاً هر سه خودرویی که پژو به ایران خواهد آورد با توجه به قیمتی که این خودروها در بازارهای اروپایی دارند، در ایران در بهترین حالت بالای ۵۰ میلیون تومان خواهند بود. در تفاهم‌نامه بنز نیز فعلاً درباره تولید خودروهای تجاری صحبت شده و به گفته معاون وزیر صنعت موضوع داخلی‌سازی خودروهای سواری این برند نیز در آینده مورد بررسی قرار خواهد گرفت که با توجه به لوکس بودن برند بنز، طبیعتاً محصولات مشترک با این برند نیز در طبقه قیمتی زیر ۴۰میلیون تومان نخواهد بود. اکنون دو موضوع قابل بررسی است، نخست آنکه با توجه به ارزان بودن نیروی کار و انرژی در ایران، چرا باز هم نمی‌توان خودروهای داخلی‌سازی شده ارزان‌تر تمام کرد؟ و نکته دیگر اینکه برای تولید محصولات با این طبقه قیمتی چه باید کرد؟

فرید زاوه، کارشناس صنعت خودرو، در پاسخ به

اینکه چرا تولید خودرو در ایران ارزان تمام نمی‌شود، به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «به صرف جدید بودن یک خودرو، هزینه آن بالا نمی‌رود، بلکه علت بالا بودن هزینه تولید، بهره‌وری پایین و هزینه‌های سرازاد است که قیمت یک محصول را بالا می‌برد. واقعیت این است که اگر خودروسازان بتوانند هزینه‌های‌شان را مدیریت کنند می‌توانند خودروی زیر ۳۰ میلیون تومان تولید کنند.»

او می‌افزاید: «پژو ۳۰۱ در دویی ۴۴ هزار درهم به فروش می‌رسد که رقمی حدود ۴۰ میلیون تومان می‌شود درحالی‌که این خودرو محصول اسپانیا است و با هزینه حمل و پلاک و سایر هزینه‌ها ۴۴ هزار درهم به فروش می‌رسد. اما در ایران

به دلیل پایین بودن بهره‌وری طبیعتاً قیمت این خودرو بسیار بیشتر خواهد شد.» همچنین بهرام شهریار، کارشناس صنعت خودرو در این‌باره معتقد است: «خودروسازان ما طبیعتاً نمی‌توانند به صورت یکجا همه خطوط تولید را تغییر دهند اما می‌توانند با تغییر رفتار و کاهش هزینه‌های تولید، کم کردن ضایعات و بالا بردن اتوماسیون شرایطی فراهم کنند که قیمت تولیدی خودروها پایین بیاید. نکته دیگر این است که ما اگر فقط بهره بانکی را از روی دوش خودروسازان برداریم گامی مؤثر در جهت منافع مصرف‌کنندگان برداشته‌ایم.»

خبری از خودروی ارزان قیمت نیست

پایین بودن بهره‌وری در

خودروی رنو کوئید را با همان قیمت ۵ هزار یورو در ایران به فروش برسانند و این به آن معناست که رنو به دنبال محصول زیر ۳۰ میلیون تومان در بازار ایران است. این محصولات را نیشان و پژو هم دارند. موضوع نحوه مدیریت ما است. اگر اجازه دهند خودروسازان اروپایی به‌طور مستقل وارد ایران شوند، خود آنها برای رقابت به سمت تولید خودرو در طبقه قیمتی زیر ۱۰ هزار دلار می‌روند. نکته دیگر این است که اگر ما رشد اقتصادی پیوسته داشته باشیم، قدرت خرید مردم هم بیشتر خواهد شد.»

شهریاری نیز در این زمینه اظهار می‌کند: «با ورود سرمایه‌های خارجی چرخ تولید به گردش در خواهد آمد و در پی آن میزان اشتغال و رشد اقتصادی بالاتر خواهد رفت. این موضوعات قدرت خرید مردم را بالاتر خواهد برد، همچنین می‌توان با فعلل کردن لینزینگ‌ها با نرخ بهره پایین‌تر فروش محصولات بالای ۴۰ میلیون تومان را برای درصد زیادی از مردم آسان کرد.»

مشکلات زیرساختی در صنایع دست به دست هم داده‌اند تا اجازه تولید با قیمت کمتر را به تولیدکنندگان ندهند. با توجه به نظرات کارشناسان به نظر می‌رسد تا اطلاع ثانوی خبری از تولید محصولات تازه با شرکای خارجی در طبقه قیمتی زیر ۴۰میلیون تومان هستند چشم پوشید. حالا برای این بخش از بازار چه باید کرد؟ آیا می‌توان شرکای دیگری انتخاب کرد تا خودروهای ارزان‌تر و تازه به بازار تزریق شود؟

زاوه در این زمینه بیان می‌کند: «یکی از اهداف رنو در بازار ایران همین است که متوسط جامعه برداشته شود.

کاهش سود تویوتا در پی افزایش هزینه‌های تولید



متحدہ کند. این در حالی است که لوکسوس به‌عنوان برند لوکس تویوتا سال مالی بسیار خوبی را سپری کرده و پس از BMW دومین برند محبوب در بازار خودروهای لوکس آمریکا محسوب می‌شود. کارشناسان و تحلیلگران حوزه صنعت خودرو کاهش شدید ارزش ین ژاپن در مقابل دلار آمریکا را از جمله دلایل اصلی افزایش قابل توجه سود تویوتا ارزیابی می‌کنند، با این حال مدیران تویوتا ادعا می‌کنند که

بالا رفتن انتظار تویوتا از این بازار به شمار می‌رود، چرا که مقامات تویوتا معتقدند پایداری اقتصادی در آمریکا موجب تحریک تقاضا شده و به بازار خودروهای SUV و کامیون‌ها رونق می‌بخشد. در این راستا تویوتا قصد دارد به منظور تحقق پیش‌بینی‌های خود از بازار آمریکای شمالی، خودروی SUV متوسط خود یعنی تویوتا Rav۴ را جایگزین سدان محبوب خود Camry در بازار ایالات

افزایش درآمد تویوتا در آسیا در پی افزایش راندمان تولید در چین از جمله دلایل اصلی آن بوده است شرکت خودروسازی تویوتا موتور پیش‌بینی خود را در رابطه با سود خالص این شرکت در سال جاری میلادی افزایش دهد. این در حالی است که این خودروساز ژاپنی انتظار دارد در سه ماهه سوم سال ۲۰۱۶ به دلیل افزایش هزینه‌های تولید، از میزان سود این شرکت کاسته شود.

در این رابطه تویوتا اعلام کرده است که سود این شرکت در بازه زمانی اکتبر – دسامبر رقمی معادل ۶ میلیارد و ۱۸۰ میلیون دلار بوده است که این میزان در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته کاهش ۵/۳ درصدی را نشان می‌دهد.

تویوتا اعلام کرد که انتظار دارد در آمد خالص این شرکت تا ماه مارس سال جاری میلادی، رقمی معادل ۱۹ میلیارد و ۴۸۰ میلیون دلار باشد که همزمان با تمرکز هیوندای روی طراحی، تولید و عرضه خودروهای لوکس به بازار، خواهرخوانده این شرکت یعنی «کیاموتورز» مسیر دیگری را در پیش گرفته و قصد دارد با عرضه خودروهای اسپورت به بازار، بزرگان این بخش نظیر BMW به رقابت بپردازد؛ اتفاقی که هنوز رخ نداده است. با توجه به سطح کیفی محصولات این دو خودروساز کره‌ای، انتخاب میان «کیا اوپتیما» و «هیوندای سوناتا» بیشتر امری سلیقه‌ای بوده و بستگی به نظر شما در مورد طراحی ظاهری و امکانات این خودروها یا شرایط فروش

ساب احیا نخواهد شد



خودروهای برقی ساب که توسط شرکت ملی خودروهای برقی سوئد و در چین ساخته می‌شوند نمی‌توانند از برند ساب استفاده کنند. گفتنی است شرکت ملی خودروهای برقی سوئد پیش از این شرکت ورشکسته ساب و اموال آن را خریداری کرده بود، چندی پیش از تولید مدل‌های جدید و برقی ساب خبر داد، اما اخیراً مشخص شده است که این شرکت قصاد نخواهد بود از برند ساب در خودروهای تولیدی خود استفاده کند و این خبر بدی برای هواداران ساب به شمار می‌رود.

در این راستا سازمان هوافضای سوئد Saab AB که مالکیت برند ساب را در اختیار دارد، اخیراً اعلام کرده است که اجازه استفاده از برند ساب در خودروهایی را که توسط شرکت ملی خودروهای برقی سوئد و با حمایت سرمایه‌گذاران چینی تولید خواهد شد نخواهد داد. این در حالی است که شرکت اعلام کردید که توسط شرکت ملی منظور استفاده از برند یا دست‌کم نام ساب در محصولات جدید خود با سازمان هوافضای سوئد Saab AB وارد مذاکره شده بود که Saab AB پاسخ نهایی خود را اعلام و با هرگونه استفاده از برند یا نام ساب مخالفت کرد.

در این رابطه سباستین کارلسون، سخنگوی سازمان فضایی سوئد Saab AB اظهار داشت: «ما به‌طور رسمی اعلام کردیم که شرکت ملی خودروهای برقی سوئد حق استفاده از نام یا برند ساب در محصولات جدید خود را نخواهد داشت.» وی به‌طور ضمنی تأیید کرد که مذاکرات طرفین در این باره به‌طور کامل متوقف شده است. این به معنای آن است که شرکت ملی خودروهای برقی سوئد NEVS همچنان می‌تواند خودروی Saab9-3 را که در چین ساخته شده است، تحت برند دیگری به فروش برساند. در پی انتشار اخبار مربوط به عدم موافقت سازمان هوافضای سوئد با استفاده از برند ساب و بی‌نتیجه بودن مذاکرات، یک سخنگوی شرکت ملی خودروهای برقی سوئد در این رابطه اظهار داشت: «پیش از عرضه کردن خودروهای جدیدمان به بازار، با دقت بسیار زیادی بررسی کردیم که از آن استفاده می‌کنیم انتخاب خواهیم کرد.» بنابراین مدل جدید ساب برقی بوده و نام آن نیز ساب نخواهد بود و با نام جدیدی به بازار عرضه خواهد شد.

احداث سایت تولید خودرو در چین

براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته شرکت ملی خودروهای برقی سوئد کارخانه جدیدی در چین احداث می‌کند که این کارخانه در سال ۲۰۲۰ میلادی به بهره‌برداری خواهد رسید. گفتنی است این سایت وظیفه مونتاژ خودروهای ساب را که در سوئد ساخته می‌شوند برعهده خواهد داشت. تلاش‌های شرکت ملی خودروهای برقی سوئد جهت احیای برند ساب در حالی صورت می‌پذیرد که این شرکت پیش‌تر بدون نام بردن از سرمایه‌گذار احتمالی، از تمایل یک خودروساز آسیایی جهت خرید بخش قابل توجهی از اکثریت سهام این شرکت سوئدی خبر داد. در این راستا روزنامه فایننشیال تایمز با انتشار گزارشی اعلام کرد که نام خودروساز آسیایی مورد نظر شرکت هندی Mahindra & Mahindra است. این در حالی است که اخباری مبنی بر تمایل شرکت دانگ‌فنگ موتور چین برای انعقاد یک قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک با شرکت ملی خودروهای برقی سوئد منتشر شده که هیچ‌کدام از این اخبار به واقعیت تبدیل نشده است.

منبع: www.roadandtrack.com

این خودروها بیشترین فروش را دارند

خودروهای سایپا ۱۳۱، پژو پارس، ام‌وی‌ام ۵۵۰ اتومات، سراتو اتومات، مزدا ۳ و سوناتا YF بیشترین سهم بازار را در گروه‌های قیمتی خود دارند. به گزارش ایسنا، شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران میزان فروش و سهم بازار خودروهای عرضه شده در بازار ایران در بازه زمانی شش ماهه اول امسال را در شش گروه قیمتی بررسی کرده است. بر این اساس در گروه خودروهایی با سطح قیمتی کمتر از ۲۵ میلیون تومان، خودروی سایپا ۱۳۱ معادل ۵۸،۴ درصد سهم بازار این گروه قیمتی را به خود اختصاص داده است.

در گروه خودروهایی با سطح قیمتی ۲۵ تا ۵۰ میلیون تومان، خودروی پژو پارس معادل ۲۵،۶ درصد سهم بازار این گروه قیمتی را به خود اختصاص داده است.

در گروه خودروهایی با سطح قیمتی ۵۰ تا ۷۵میلیون تومان، خودروی ام‌وی‌ام ۵۵۰ اتومات معادل ۱۳،۵ درصد سهم بازار این گروه قیمتی را به خود اختصاص داده است.

در گروه خودروهایی با سطح قیمتی ۷۵ تا ۱۰۰ میلیون تومان، خودروی سراتو اتومات معادل ۴۱،۵ درصد سهم بازار این گروه قیمتی را به خود اختصاص داده است.

در گروه خودروهایی با سطح قیمتی ۱۰۰ تا ۱۲۵ میلیون تومان، خودروی سراتو اتومات معادل ۳۲،۱ درصد سهم بازار این گروه قیمتی را به خود اختصاص داده است.

مدل مفهومی Novo که در سال ۲۰۱۵ به نمایش گذاشته شد، هیچ‌کدام از طرح‌های مفهومی مذکور به مرحله تولید نرسیده‌اند. اگرچه تاکنون اطلاعاتی از سدان اسپورت کیا منتشر نشده و حتی نام آن نیز در اختیار رسانه‌ها قرار نگرفته است، اما چنانچه براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته خودروی جدید کیا تا سال آینده برای فروش به بازار عرضه شود، می‌توان انتظار داشت که در آینده‌ای نزدیک جزئیات مفصلی از این خودرو در اختیار رسانه‌ها قرار گیرد.

منبع: روبرتز

داشته است، سدان جدید کیاموتورز که در آینده به بازار عرضه خواهد شد نخستین خودروی رومینز اظهار عقبی است که با توجه به مدیریت مشترک کیا و هیوندای، به هر دو شرکت تعلق خواهد داشت. با این وجود در صورت ورود «سدان اسپورت کیا» به بازار، این شرکت رقابت بسیار سختی را با محصولات برند جنسیس هیوندای در پیش خواهد داشت.

به وجود تلاش‌های اخیر کیاموتورز برای تولید و عرضه خودروهای اسپورت به بازار و معرفی مدل‌های مفهومی متعدد در سال‌های اخیر مانند

بازار عرضه خواهد شد. در همین رابطه یک منبع نزدیک به کیاموتورز در مصاحبه با خبرگزاری رومینز اظهار داشت: از آنجا که کیاموتورز برند مخصوصی برای تولید خودروهای لوکس در اختیار ندارد، مدیران این شرکت تصمیم گرفته‌اند روی تولید خودروهای اسپورت تمرکز کرده و به رقابت در این بخش از بازار بپردازند.

در حالی که هیوندای دیگر خودروساز کرای، برای سال‌های متمادی با برند جنسیس خود در سگمنت خودروهای سدان متوسط لوکس در بازار حضور

آنها دارد. اما در صورت صحیح بودن گزارش‌های اخیر، به نظر می‌رسد «کیاموتورز» قصد دارد گام بزرگی به سوی تبدیل شدن به یک برند اسپورت بردارد. در این راستا و براساس اخبار منتشر شده، کیا قصد دارد تا با عرضه یک مدل «سدان اسپورت» به بازار به رقابت با «آئودی A۴»، «مرسدس بنز C-Class» و ۳ خودروی دیگری است منابع نزدیک به شرکت کیاموتورز اعلام کرده‌اند که فرآیند تولید محصول جدید کیا از ماه مه سال ۲۰۱۷ میلادی آغاز شده و خودروی مذکور با سه پیشرا نه متفاوت به

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| شنبه | ۱۷ بهمن ۱۳۹۴ | شماره ۴۳۸ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز	دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۳ (خط ویژه)
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی	روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۴
شورای سردبیری: محمدرضاقدیمی،حمیدرضااسلامی	فکس تحریریه: ۸۶۰۷۳۳۰۲
شهريار شمس مستوفی، محمدصادق چنان صفت	سازمان آگهی ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع نشر گستر امروز	سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹	آین تابه اطلاع حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS	

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

سایت: WWW.FORSATNET.IR



سفارتخانه‌های ایران و انگلیس ویزا صادر می کنند

وزیران خارجه ایران و انگلیس روز جمعه تأیید کردند که صدور ویزای سفارتخانه‌های دو کشور در تهران و لندن آغاز می‌شود.

به گزارش ایرنا، محمدجواد ظریف و فیلیپ هاموند روز جمعه بعد از پایان مذاکرات یک ساعت و نیمه خود در لندن در گفت‌وگو با خبرنگاران اعلام کردند این صدور ویزا در چند هفته آینده انجام می‌شود. ظریف گفت: فرصت بسیار خوبی بود که در حاشیه اجلاس کمک‌کنندگان به سوریه دیدارهای دوجانبه‌ای در لندن با مقامات انگلیس داشته باشیم. در دیدار امروز علاوه بر مسائل منطقه‌ای در مورد نحوه اجرای برجام و همچنین موضوع همکاری‌های بانکی و اقتصادی و سرمایه‌گذاری صحبت کردیم.

وی افزود: دراین دیدار توافق کردیم که تا چند هفته دیگر دو کشور صدور ویزا برای شهروندان عادی و گذرنامه‌های عادی را شروع کنند. به نظر ما این اقدام، یک حرکت مثبت در جهت تبادیل بیشتر بین مردم دو

کشور است و امیدواریم که به درک بهتر از یکدیگر کمک کند.

وزیر خارجه انگلیس نیز درباره تأخیر شروع برقراری روابط بانک‌های دو کشور گفت: با همکاری همتاهای آلمانی، فرانسوی و ایرانی درصدد هستیم تا مشکلات موجود را حل کنیم.

محمدجواد ظریف که برای شرکت در اجلاس بین‌المللی «کمک به سوریه» در لندن به سر می‌برد پیش از آن در پارلمان انگلیس سخنرانی کرد و از آمادگی ایران برای از سرگیری روابط دیپلماتیک با عربستان خبر داد.

ظریف در پارلمان انگلیس گفت: هیچ کشوری در بحث حقوق بشر نمی‌تواند مدعی باشد که کامل است و هیچ نقصی ندارد. نگرانی‌هایی در رابطه با نقض حقوق بشر در غرب به‌ویژه در ارتباط با پدیده اسلام‌هراسی و اعمال تبعیض در زمینه حقوق مسلمانان و اقلیت‌های گروهی و قومی داریم، متأسفانه دولت‌های غربی به

درخواست نمایندگان جمهوریخواه آمریکا برای سفر به ایران

واشنگتن، درخواست ویزا کرده‌اند.

این سه نماینده جمهوریخواه گفته‌اند بنا دارند برای مشاهده انتخابات آتی مجلس ایران، بازدید از مراکز هسته‌ای و همچنین ملاقات با یک زندانی آمریکایی به این کشور سفر کنند.

همزمان با درخواست روادید، این نمایندگان تندرو نامه سرگشاده‌ای هم خطاب به مقامات ارشد ایران منتشر کرده‌اند و به‌طور مستقیم خواستار توجه ایین مقامات به درخواست سفرشان

حسین مرعشی، سخنگوی حزب کارگزاران:

اصلاح‌طلبان با صندوق رأی قهر نخواهند کرد

حسین مرعشی، سخنگوی حزب کارگزاران در گفت‌وگو با ایسنا تأکید کرده که اصلاح‌طلبان در انتخابات پیش‌روی مجلس و مجلس خبرگان، با صندوق‌های رأی قهر نخواهند کرد.

با توجه به رد صلاحیت گسترده نامزدهای وابسته، اصلاح‌طلبان در انتخابات پیش‌رو دشواری‌های زیادی دارند اما مرعشی با تأکید بر وجود این محدودیت‌ها گفته است که اصلاح‌طلبان در انتخابات شرکت خواهند کرد. او در پاسخ به شرایط اصلاح‌طلبان در انتخابات پیش رو گفته است: «شرایط امروز ایران نیازمند برگزاری یک انتخابات رقابتی و پرشور است. درست است که مردم برای انجام

شده‌اند. در نامه‌ای که امضای هر سه نماینده متقاضی ویزا در پایین آن مشاهده می‌شود و تاریخ روز ۱۵ بهمن را دارد آمده: «علت اصلی تصمیم ما برای سفر به ایران، نظاره کردن انتخابات روز ۲۶ فوریه (هفتم اسفند) است. این رویدادی تاریخی است. ما مشتاقیم که جاری شدن دموکراسی در ایران را از نزدیک مشاهده کنیم. تاسف‌برانگیز خواهد بود اگر برای نخستین‌بار از زمان استقرار حکومت

شده‌اند. در نامه‌ای که امضای هر سه نماینده متقاضی ویزا در پایین آن مشاهده می‌شود و تاریخ روز ۱۵ بهمن را دارد آمده: «علت اصلی تصمیم ما برای سفر به ایران، نظاره کردن انتخابات روز ۲۶ فوریه (هفتم اسفند) است. این رویدادی تاریخی است. ما مشتاقیم که جاری شدن دموکراسی در ایران را از نزدیک مشاهده کنیم. تاسف‌برانگیز خواهد بود اگر برای نخستین‌بار از زمان استقرار حکومت

می‌کوشیم تا نظام یک گام به جلو حرکت کند.» او در این گفت‌وگو به این موضوع اشاره کرده است که به صورت محدود رایزنی‌هایی با شورای نگهبان انجام شده است تا صلاحیت برخی نامزدها احراز شود. او در پاسخ به احتمال انتلاف با اصولگرایان گفته است: «تلافی شکل نمی‌گیرد. ما حداکثر راهی که داریم این حمایت از علی لاریجانی رئیس فعلی مجلس)، استثنا است، ولی در همان قم هم ائتلاف لازم نیست و تنها حمایت خواهیم کرد.»

سخنگوی وزارت بهداشت: موردی از زیکا در خاورمیانه گزارش نشده است

ممکن است به صورت تب، بدن‌درد، دردهماصل، بثورات پوستی و قرمزی چشم بروز کند. همچنین دوره نهفتگی یا کمون بیماری هنوز به‌طور دقیق شناخته نشده و این بیماری به‌ندرت به مرگ منجر می‌شود و اغلب مواردی که در نهایت بیمار فوت شده است دارای بیماری زمینه‌ای مزمن بوده‌اند. وی افزود: تشخیص زیکا با آزمون بی‌سری‌آر و جداسازی ویروس از نمونه خون انجام می‌شود.

دوره دو تا هفت روزه آن به‌طور ملایم طی می‌شود. از اردیبهشت‌ماه امسال که این بیماری در برزیل برای نخستین‌بار شناخته شد تاکنون چند هزار مورد تولد نوزاد با سر کوچک یا همان میکروسفالی در برزیل ثبت شد که احتمال داده‌اند به دنبال ابتلای مادر به این ویروس در دوران بارداری باشد. این احتمال در دست بررسی و مطالعه است و هنوز تأیید نشده است.

به گفته حریرچی، علائم ایمن بیماری

داد: کشورهای آمریکای جنوبی و آمریکای مرکزی و بخش‌هایی از مناطق جنوبی ایالات متحده آمریکا در سال‌های اخیر شاهد رشد و گسترش فراوان پشه‌های آندس بوده‌اند. پشه‌ها بعد از خونخواری از انسان‌های مبتلا به بیماری ناشی از ویروس زیکا، می‌توانند بیماری را به انسان‌های دیگر منتقل کنند. حریرچی تصریح کرد: ایمن بیماری در ۸۰ درصد موارد بی‌علامت است. حتی اگر علامت‌دار شود نیز معمولاً خفیف است و

سخنگوی وزارت بهداشت در مورد بیماری زیکا و نگرانی‌هایی که بابت ابتلا به این ویروس وجود دارد، گفت: تاکنون موردی از ایمن بیماری در خاورمیانه گزارش نشده است. به گزارش ایسنا، دکتر ایرج حریرچی با اشاره به وجود نظام مراقبت فعال در کشور برای کنترل حشره ناقل این بیماری، گفت تاکنون موردی از این بیماری در کشور نداشت‌ایم و نگرانی از این بابت وجود ندارد. سخنگوی وزارت بهداشت ادامه

آیت‌الله هاشمی رفسنجانی، رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام، برگزاری انتخابات در کشور را نشانه پابندی انقلاب به رای مردم دانست و گفت: قانون شرایط برگزاری یک انتخابات را با توجه به مقدمات و مؤخرات مشخص کرده و مردم و نامزدها باید توجه کنند که رقابت‌های انتخاباتی محل دعوا و توهین نیست.

غلامعلی حداد عادل، سخنگوی ائتلاف اصولگرایان روز جمعه گفت: فهرست ائتلاف اصولگرایان تهران تا دوشنبه منتشر خواهد شد. حدادعادل، سخنگوی ائتلاف اصولگرایان در حاشیه سخنانی در جمع اصولگرایان اصفهان در جمع خبرنگاران دورنمای وحدت اصولگرایان را «امیدوارکننده» خواند و گفت: آنهایی که در لیست واحد نیامده باید انصراف دهند تا مردم در رأی دادن به اصولگرایان مشوش نشوند. اصولگرایان حتی اگر با هم متحد شوند، پیروزی آنها در انتخابات آسان نیست.

سیاست

وعده کمک ۱۱میلیارد دلاری به سوریه در نشست لندن

اما باید شیوه‌ای جدید برای تعامل با بحران انسانی سوریه در پیش گرفته شود تا کمک‌های اختصاص داده شده هرچه بهتر به دست مردم این کشور برسد. سازمان ملل پیشتر خواستار جمع‌آوری ۷/۷میلیارد دلار کمک برای بهبود وضعیت انسانی در سوریه و آوارگان سوری در خارج از این کشور برای سال ۲۰۱۶ شده بود و کشورهای همسایه سوریه نیز که میزبان میلیون‌ها آواره سوری هستند ۱/۲ میلیارد دلار کمک طلب کرده بودند. شرکت‌کنندگان در نشست لندن کمک‌رسانی به آوارگان سوری در داخل مرزهای این کشور را ضروری‌تر ارزیابی کردند، چراکه آنها علاوه بر بی‌خانمانی از شرایط جنگی و بمباران نیز رنج می‌برند. جان کری، وزیر امور خارجه آمریکا در نشست لندن گفت: وقتی که مردم به خوردن گیاه روی می‌آورند و حیوانات کوچسه و خیابان را برای استفاده غذایی شکار می‌کنند، این امر باید وجدان ملت‌ها را بیدار کند و همه ما در قبال این امر مسئول هستیم.



سیداحمد الصافی، نماینده حضرت آیت‌الله سیدعلی سیستانی، مرجعیت عالی‌قدر شیعیان عراق اعلام کرد که مرجعیت تصمیم گرفته به‌صورت موقت، اعلام موضع‌گیری‌های خود نسبت به حوادث جاری کشور را متوقف کند

جلبه

هشدار پلیس تهران به تاکسی‌های شهرستانی

مشمول جریمه شده‌اند. او همچنین درباره شایعه بخشش جرایم رانندگی و پیامکی که اخیرا به برخی از شهروندان ارسال شده و از آنان خواسته شده بود شماره پلاک خود را برای بخشش جرایم ارسال کنند، گفت: متأسفانه باید بگویم که معمولاً در برخی از ایام خاص مانند دهه فجر، عید فطر و... پیامک‌های غیرمعتبری در شبکه‌های اجتماعی رد و بدل می‌شود که هیچ سندیت و اعتباری ندارند. درباره پیامکی که اخیرا به‌عنوان بخشش جرایم رانندگی ارسال شده بود نیز همین وضعیت است و ضمن تکذیب این موضوع عاملان انتشار این شایعه نیز از سوی پلیس فتا تحت تعقیب قضایی قرار خواهند گرفت.



چند روز قبل یک توله خرس سیاه در یکی از محورهاهای اصلی در فاصله هفت کیلومتری از شهرستان نیکشهر بر اثر برخورد با خودروهای عبوری از بین رفت

فرهنگ

بایکوت اسکار ادامه دارد

همه سفیدپوست هستند، گفته است: فکر می‌کنم این غیرمنصفانه است که به آکادمی حمله کنیم. شاید امسال همه چیز همین‌طور پیش رفته است. میرن در عین حال تأکید کرد از طاعونی که صنعت سینما را دچار خودش کرده بی‌خبر نیست و آن را رد نمی‌کند: «من می‌گویم ما باید همه فیلم‌ها را ببینیم. پیش از آنکه بخواهیم به آنها رأی بدهیم. باید بازیگر، فیلمنامه و همه ویژگی‌های فیلم‌ها را بشناسیم. اینها بسیار ضروری است تا افراد بی‌روشن بعد پیر می‌شوند آنها نامزدهای اسکار را انتخاب کنند. با این حال من امسال به مراسم اسکار نمی‌روم چون از اول نمی‌خواستم بروم.»



قبل از نمایش فیلم «نیم‌رخ‌ها» در برج میلاد، مخاطبان حاضر در سالن یک دقیقه به احترام زنده‌یاد ایرج کریمی ایستادند و سکوت کردند

ورزش

نیمار، بارسلونا را به منچستر یونایتد ترجیح داد

منچستریونایتد با ۱۹۰میلیون یورو خواستار به خدمت گرفتن نیمار بوده است. در همین ارتباط روزنامه اسپورت نوشت، منچستریونایتد که سخت به دنبال خرید نیمار برزیلی بود، حاضر بوده ۱۹۰میلیون یورو به تیم کاتالانی پرداخت کند و این پیشنهاد را رسماً ارائه کرد. روزنامه گاردین انگلیس نیز نوشت، این رقم معادل شرط جدایی نیمار از بارسلونا است. در همین حال مسئولان بارسا در تلاش هستند با تمدید قرارداد نیمار تا ژوئن ۲۰۲۰ شرط جدایی قرارداد او را تا ۲۵۰میلیون یورو افزایش دهند. به نظر نمی‌رسد بارسلونا حاضر به فروش این ستاره بزرگ شود، آن هم در شرایطی که فیفا این باشگاه را از خرید بازیکن تا ماه ژانویه منع کرده بود.



کریستیانو رونالدو ستاره رئال مادرید با این عکس تولد ۳۱ سالگی‌اش را با هوادارانش در اینستاگرام جشن گرفت

دیوید کامرون، نخست‌وزیر انگلیس اعلام کرد که شرکت‌کنندگان در نشست موسوم به اهداکنندگان به سوریه در لندن متعهد شدند که ۱۱میلیارد دلار برای کمک به سوریه جمع‌آوری کنند. به گزارش الجزیره، دیوید کامرون، این خبر را در نشست مطبوعاتی در پایان جلسه کنفرانس موسوم به اهداکنندگان به سوریه که در آن ۷۰ کشور و نهادهای مختلف بین‌المللی شرکت داشتند، ایراد کرد.

کامرون گفت: شرکت‌کنندگان متعهد شدند تا ۶میلیارد دلار را امسال و ۵میلیارد دلار را تا سال ۲۰۲۰ برای کمک به آوارگان سوری در داخل و خارج این کشور اختصاص دهند. اوضاع انسانی در سوریه بسیار وخیم شده و نیاز به کمک‌های انسانی برای این کشور به‌ویژه آوارگان بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود و کمک‌هایی که برای سوریه جمع‌آوری خواهد شد برای حمایت از برنامه‌های انسان دوستانه و بازسازی سوریه اختصاص خواهد یافت

تیتراخبار

◀ شبکه تلویزیونی العربیه گزارش داد که بالگردهای نیروی هوایی آمریکا محموله بزرگی از تسلیحات را به پایگاهی هوایی در استان حسکه سوریه منتقل کرده‌اند.
◀ عفو بین‌الملل تأثیر «نامناسب» وضع حالت فوق‌العاده در فرانسه پس از حملات سال گذشته میلادی در پاریس را به‌شدت مورد انتقاد قرار داد.

تیتراخبار

سردار سیدتیومور حسینی، رئیس پلیس راهور تهران بزرگ نسبت به ورود تاکسی‌های پلاک شهرستان به محدوده‌های زوج و فرد و طرح ترافیک هشدار داد و گفت: تنها یک ماه گذشته ۱۲۰هزار تاکسی با پلاک شهرستان به دلیل ورود غیرمجاز به محدوده زوج و فرد جریمه شده‌اند.

او با بیان اینکه متأسفانه در آمار به دست آمده به رقم بالایی از تردد تاکسی‌های پلاک شهرستان برخورد کردیم، گفت: تنها یک ماه گذشته ۱۲۰هزار تاکسی با پلاک شهرستان به دلیل ورود غیرمجاز به محدوده زوج و فرد جریمه شده‌اند. علاوه برآن تعداد قابل‌توجهی نیز به‌خاطر ورود غیرمجاز به محدوده طرح ترافیک مرتکب تخلف و

تیتراخبار

◀ هاشمی وزیر بهداشت، از تلاش دو وزارتخانه بهداشت و امور خارجه برای آزادسازی دو کادر درمانی ایرانی از بند عناصر تکفیری خبر داد.
◀ سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی شهرداری تهران از حریق گسترده انبار چوب و ضایعات در روستای قلعه حاج‌موسی خبر داد.

تیتراخبار

دو چهره مشهور هالیوود و سینمای جهان یعنی هلن میرن و ایتن هاوک نیز به صف منتقدان اسکار پیوستند. به گزارش یاهونیز، هلن میرن، بازیگر مشهور بریتانیایی ضمن انتقاد از رفتار آکادمی اسکار گفت که خیلی نباید غیرمنصفانه نسبت به اسکار قضاوت کرد و ایتن هاوک گفت طرفدار بایکوت اسکار است.

هلن میرن، بازیگر برنده اسکار می‌گوید معرفی نامزدهای امسال اسکار همین‌طوری پیش رفته و ایتن هاوک نیز از تحریم مراسم اسکار حمایت کرده است. در مصاحبه‌ای جدید، هلن میرن در پاسخ به پرسشی که درباره سیستم قدیمی اسکار و انتخاب بازیگرانی که

تیتراخبار

◀ دیتر گاسلیک، مدیر جشنواره فیلم برلین اعلام کرد مسئله مهاجرت و بحران جهانی پناهندگان در سراسر جهان از جمله موضوعات مهم این دوره برلینانه هستند.
◀ انجمن کارگردان‌های آمریکا یک جایزه جدید برای تحلیل از کارگردان‌های فیلم اولی تأسیس کرد.

تیتراخبار

پدر نیمار در دادگاه اعلام کرده که منچستریونایتد حاضر شده بود برای خرید نیمار ۱۹۰میلیون یورو هزینه کند که در نهایت این بازیکن تصمیم گرفت تا برای بارسلونا بازی کند. به گزارش اسپورت، موضوع انتقال نیمار از سانتوس به بارسلونا همواره با حاشیه‌های زیادی روبه‌رو است که در این میان اکنون پای منچستریونایتد نیز به این پرونده باز شد. پدر نیمار ادعا کرده است که این تیم انگلیسی حاضر بود برای به خدمت گرفتن نیمار جوان از سانتوس ۱۹۰میلیون یورو هزینه کند. در حالی است که منابع معتبر در اسپانیا همچنان ادعا می‌کنند که نیمار به‌زودی قرارداد جدیدی با بارسا امضا می‌کند و او فقط از نام یونایتد استفاده می‌کند. با این حال پدر این بازیکن برزیلی در دادگاه اعلام کرد که

تیتراخبار

◀ منچستر سیتی در حساس‌ترین بازی نیم‌فصل دوم لیگ برتر امشب میزبان لستر صد‌رئشین است
◀ روسیچکی، هافبک تیم فوتبال آرسنال پس از مصدومیت دوباره، سه ماه خانه‌نشین شد و این احتمال وجود دارد که فوتبال را برای همیشه کنار بگذارد.

آگهی امروز: قرص ماشین ظرفشویی فینیش

سلما رفیعی

داستان



خانواده‌ای در حال خوردن صبحانه در تصویر مشاهده می‌شوند. گوینده: صبحانه... ظرف‌ها، در تصویر ظرف‌های همان وعده را در ماشین ظرفشویی خیالی در هوا معلق می‌بینیم. در تصویر بعد خانواده را در حال خوردن ناهار می‌بینیم و دوباره گوینده می‌گوید ناهار و سپس ظرف‌های همان وعده را در جای ماشین ظرفشویی اما در نبود آن و در هوا معلق می‌بینیم. در تصویر بعد گوینده می‌گوید تولد، مهمانی، ازدواج، طلاق، مرگ، زندگی و بعد همه اینها می‌گوید ظرف‌ها و ما ظرف‌های کثیف را در هوا معلق می‌بینیم. سپس در انتهای تیزر گوینده می‌گوید، ظرف‌ها... ظرف‌ها و ظرف‌ها و سپس همه ظرف‌ها را داخل یک ماشین ظرفشویی می‌بینیم. در کمدی نیز باز می‌شود و یک بسته قرص ماشین ظرفشویی فینیش در تصویر مشاهده می‌شود. شعار بر تصویر نقش می‌بندد: ماشین ظرفشویی‌ات را دوست داشته باش. بهش فینیش بده.

استراتژی

از ابتدای تیزر به نظر می‌رسد که تیزر تبلیغ یک ماشین ظرفشویی است. وقتی که از ابتدای تیزر مدام در هر زمان با ظرف‌های شسته‌نشده‌ای روبه‌رو هستیم که در هوا معلق‌اند و شکل قرار گرفتن شبیه قرار گرفتن در یک ماشین ظرفشویی است، به نظر می‌رسد که قرار است به تبلیغ یک ماشین ظرفشویی برسیم اما وقتی تبلیغ به معرفی قرص ماشین ظرفشویی فینیش می‌پردازد و بیان می‌کند که اگر ماشین ظرفشویی‌ات را دوست‌داری به آن فینیش بده یا یک استراتژی دقیق و هوشمند روبه‌رو می‌شویم که با در نظر داشتن عملکرد اصلی محصولش و اینکه یک محصول فرعی برای یک محصول دیگر است به‌گونه‌ای منطقی و هوشمندانه موثر جلوه می‌کند. ایده‌پردازان می‌دانند که جایگاه محصول‌شان در بازی شست‌وشوی ظرف‌ها کجاست و با حفظ رویکرد صحیح و مناسب و ترکیب یک احساس جذاب و دوست‌داشتنی ضمن شخصیت بخشی به محصول‌اتشان و محبوب کردن آن از این روش به معرفی و تبلیغ صحیح محصول خود می‌پردازند. حالا تنها کافی است که مشتری محصول را بخرد، امتحانش کند تا به شست‌وشوی مناسبش پی ببرد و گرنه تبلیغ همه راه را رفته است تا فینیش را به انتخاب مناسب یک قرص ظرفشویی تبدیل کند.

شعار

شعار فینیش بسیار جالب است. ضمن اینکه در این تیزر شعار مناسب تکمیل‌کننده قسمت عمده‌ای از ایده تیزر و داستان است، در عین حال با رویکرد جذابی در ذهن می‌ماند. فینیش در شعارش به خوبی بیان می‌کند که کیفیت بالایی دارد، اما این مسئله را مستقیم بیان نمی‌کند، بلکه با بیان اینکه اگر ماشینت و دوست‌داری بهش فینیش بده ضمن تاثیر احساسی و نشاندن لبخند بر لب مخاطب به‌گونه‌ای پنهان برای مخاطب تنها نسخه واقعی ماشین ظرفشویی‌اش را می‌پسند. قرص ماشین ظرفشویی فینیش مراقب سلامتی ظرف‌ها و ماشین ظرفشویی است. پس اگر ماشینت را دوست داری، این محصول را از آن دریغ نکن.

تکنیک

معلق بودن ظرف‌ها در هواپرسته‌ترین ایده-تکنیک برای تشخیص بخشیدن و ابراز خلاقانه است. ظرف‌هایی که شبیه قرار گرفتن در یک ماشین ظرفشویی در هوا معلق‌اند، تکنیک مناسبی است تا بتوان به هدف اصلی تیزر پی برد و همچنین ساختار مقطع گونه و فضای گرم خانوادگی و مهمانی که در آن ظروف ریزند و تک کادرهای مناسب و اما شلوغ و سرشار از زندگی با رنگ و نور طبیعی کمک کرده است تا فینیش به هدف اصلی‌اش برسد.

آیا می‌دانستید

پاسخ‌های برند

آیا می‌دانستید پاسخ‌های برند، به چگونگی پاسخ‌دهی مشتریان به برند و تمامی فعالیت‌های بازاریابی آن و سایر منابع اطلاعاتی اشاره دارد؟ پاسخ‌های برند یعنی اینکه مشتریان درباره برند چه فکر می‌کنند؟ یا چه احساسی نسبت به آن دارند؟ پاسخ‌های برند می‌تواند براساس قضاوت‌ها درباره برند و احساس نسبت به برند (بر حسب اینکه این پاسخ‌ها از مغز برآمده‌اند یا از قلب) تفکیک شود. قضاوت‌ها درباره برند، بر عقاید و ارزیابی شخصی مشتریان از برند تمرکز دارد. قضاوت‌های برند شامل این است که مشتریان چگونه همه تداعی‌های ذهنی مرتبط با کارایی و انتزاع متفاوت را با هم جمع می‌کنند تا عقاید متنوعی را شکل دهند. احساسات درباره برند، پاسخ‌ها و واکنش‌های احساسی مشتریان نسبت به برند است. احساسات برند، همچنین با ارزش‌های اجتماعی برانگیخته شده برند مرتبط است. چه احساساتی توسط برنامه بازاریابی برای برند یا سایر موارد برانگیخته شده‌است؟ اگر چه همه نوع پاسخی از جانب مشتریان به برند امکانپذیر است (چه از مغز برآمده و چه از قلب) در نهایت مهم این است که آنها تا چه میزان مثبت هستند. علاوه بر این، بسیار مهم است که پاسخ‌ها در دسترس باشد و زمانی که مشتریان درباره برند می‌اندیشند راحت به ذهن بیاید.

فرصت امروز

دوم

نرگس فرجی

nargesfaraji1389@yahoo.com

پوستر سی و چهارمین جشنواره فجر با سروصدای زیادی اکران شد. در پوستر جشنواره امسال از تصویر یکی از بزرگان عرصه سینما استفاده شده است. تصویر استفاده شده برای پوستر جشنواره فجر متعلق به مرحوم خسرو شکیبایی است. این پوستر به دلیل تفاوتی که با پوستر سال‌های پیش داشت، مورد توجه بسیاری از طراحان گرافیک قرار گرفت و نسبت به آن واکنش‌های مختلفی نشان دادند. براساس همین واکنش‌ها گروه طراحی این پوستر مدتی پس از اکران، اصلاحاتی روی آن انجام داده و پوستر جدید را مجددا معرفی کردند. در ادامه، «فرصت امروز» به منظور بررسی ابعاد مختلف این پوستر سراغ علیرضا نصرتی، طراح پاساقه گرافیک و محسن جاوید، مدرس و طراح گرافیک رفته است.

سنت‌شکنی در طراحی پوستر جشنواره

علیرضا نصرتی درباره پوستر جشنواره فیلم فجر می‌گوید: با نگاهی به پوسترهای دوره‌های قبل جشنواره متوجه می‌شویم که در طراحی پوستر این دوره، به نوعی سنت‌شکنی شده است. در این پوستر از تکنیک تصویرسازی استفاده شده است، تکنیکی که می‌توانست حس و حال جدیدی به پوستر بدهد اما به دلایلی این اتفاق نیفتاده است. نصرتی می‌گوید: به کارگیری تصویر یک بازیگر در پوستر جشنواره‌های بین‌المللی فیلم چیز غربی نیست اما خیلی هم مرسوم نیست، تاکنون چندین بار در پوستر جشنواره‌های ونیز، برلین و کن، از تصاویر بازیگرانی چون ژولیت بیتوش، مارچلو ماسترانی، مرلین مونرو و دیگران استفاده شده است، اما همیشه برای این کار دلایل محکمی وجود داشته است، برای مثال استفاده از تصویر ژولیت بیتوش در پوستر سال ۲۰۱۰ جشنواره کن، به این دلیل بود که این بازیگر در فیلم «کپی برابر اصل» عباس کیارستمی بازی کرده بود، نکته جالب این بود که جایزه بهترین بازیگر نقش اول زن را هم دریافت کرد. نصرتی می‌گوید: در واقع حضور یک هنرپیشه یا کارگردان، فقط در پوستر یک جشنواره خلاصه نمی‌شود و در برنامه‌های دیگر جشنواره نیز این حضور به شکل دیگری ادامه پیدا می‌کند، مثلا در طول جشنواره برای آن فرد مورد نظر بزرگداشت می‌گیرند یا فیلم خاصی از او در جشنواره به نمایش درمی‌آید.

استفاده از تکنیک تصویرسازی در طراحی پوستر

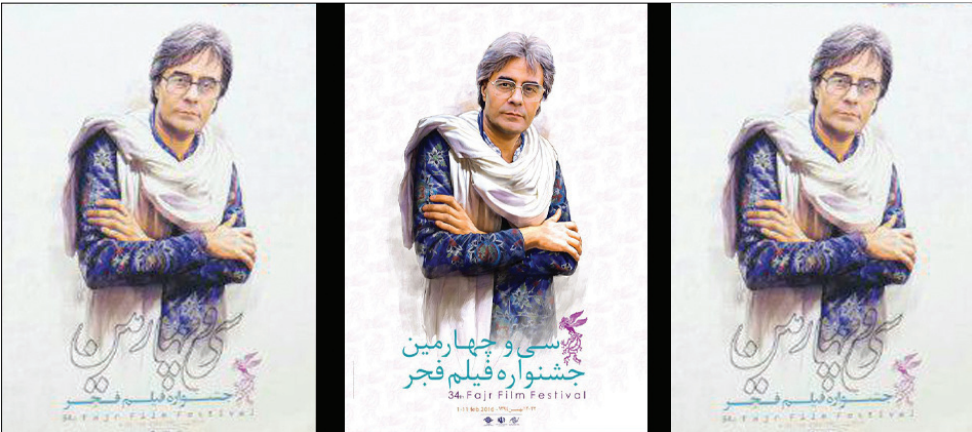
نصرتی می‌گوید: همان‌طور که عنوان کردم، از تکنیک تصویرسازی در جشنواره‌های معتبر دنیا بارها استفاده شده است. مثال دیگر در این مورد جشنواره ونیز است. جشنواره ونیز چندین سال است که به زیبایی از این تکنیک استفاده می‌کند. بررسی پوسترهای سه سال اخیر این



تبلیغات خلاق

نگاهی به پوستر تبلیغاتی جشنواره فیلم فجر

پوستری که روح ندارد



کرده است. لی‌اوت و نوع چپش نوشته‌ها هم که می‌توانست با کمی خلاقیت به فضای مرده پوستر شادابی ببخشد، کار را خراب‌تر کرده است، طراح حتی فاصله بین حروف و کلمات و سطرها را درست نکرده و متن را به شکل خام به بیلبردها و بنرهایش نگاه کنیده، به راحتی می‌فهمید که هیچ ربطی به همدیگر ندارند، نه از نظر مفهوم و معنا و نه از نظر تکنیک و اجرا. طبیعی است که بدون هماهنگی و هارمونی در ایده‌پردازی و طراحی و اجرا، هویت بصری زیبا و محکمی خلق نمی‌شود.

فکر می‌کنیم همه چیز به همین سادگی است، شما اگر به اقلام تبلیغی جشنواره امسال فیلم فجر و به پوسترهای بخش‌های مختلف آن و در سال‌های اخیر، سیمن مانسی، انیماتور، کارگردان و تصویرساز ایتالیایی به عهده داشته و طراحی هویت بصری این جشنواره نیز توسط استودیو «گراف ایکس» واقع در شهر میلان انجام گرفته است. پوسترها و همچنین اقلام تبلیغی دیگر این جشنواره نیز از یونیفورم ثابتی پیروی می‌کند. در طراحی پوسترهای این جشنواره، نماهایی از فیلم‌های معروف، با تکنیک تصویرسازی به کار می‌رود، به این شکل که همیشه نشانه‌ای از پوستر سال قبل در پس‌زمینه پوستر سال آینده حضور دارد، برای مثال سال ۲۰۱۳ و در پوستر هفتادمین سال این جشنواره، دو نما از دو فیلم متفاوت با هم ترکیب شدند. در این پوستر، تصویری از مردی که در ساحل ایستاده و در حال تکان دادن دستمال است از یکی از نماهای فیلم «بد و یک روز» انتخاب شده بود (این نما در پوستر رسمی فیلم نیز استفاده شده بود). این فیلم محصول سال ۱۹۹۸ و کارگردانش آنجلو پولوس است، علاوه بر این در پوستر مورد نظر تصویر قایقی که یک کودک و کرگدن در داخل آن قرار دارند که مربوط به فیلم «کشتی به راه خود می‌رود» است نیز به کار رفته بود. این فیلم به کارگردانی فدریکو فلیینی و محصول سال ۱۹۸۲ است. این

اما و اگرهای استفاده از تصویر بازیگران این طرح گرافیک می‌گوید: همان‌طور که قبل‌تر توضیح دادم، استفاده از چهره یک بازیگر امسا و اگرهایی دارد که باید آنها را رعایت کنیم، مثلا باید مشخص شود که چرا برای پوستر جشنواره فجر یک عکس معمولی و خنثی از خسرو شکیبایی انتخاب شده است؟ مخاطبان سینمای ایران، شکیبایی را با آن صدای زیبا و حرکات اغراق‌آمیز دست و بدنش می‌شناسند، به راحتی می‌شدد شکیبایی را با یک حالت و پوزیشن پرتحرک که به کاراکترش هم نزدیک است، تصویرسازی کرد. خسرو شکیبایی در این پوستر بسیار خنثی ایستاده و به دوربین نگاه می‌کند، چنین حالتی هیچ انرژی و هیجانی به پوستر تزریق نمی‌کند، این کار شبیه پوسترهایی است که مردم هنگام تشییع جنازه هنرمندان در دست می‌گیرند. آن هیجان، سرزندگی و تحرکی که لازم است در پوستر یک جشنواره فیلم وجود داشته باشد، در این پوستر دیده نمی‌شود. طرح روی لباس خسرو شکیبایی هم حکایت دیگری است که بهتر است درباره‌اش صحبت نکنیم. بک‌گراند پوستر هم به‌خاطر اینکه خالی نباشد به‌وسیله لوگوی جشنواره پر شده و تبدیل شده به یک کاغذ دیواری خنثی که پوستر را سردتر

جامعه‌دهی که باید در طراحی پوستر جشنواره در نظر گرفت

محسن جاوید درباره پوستر جشنواره فیلم فجر می‌گوید: بهتر است قبل از بررسی پوستر جشنواره فجر امسال، به سوالاتی اشاره کنم که طراحان پوستر قبل از طراحی باید پاسخی مناسب برای آنها بیابند، سوال اول این است که پوستر طراحی شده، پوستر یک سمینار کوچک است یا پوستر یک همایش محلی یا پوزستی جهت بزرگ‌ترین رویداد سینمایی کشور؟ زمانی طرح یک پوستر اقتدر جامعه هدف کوچک و عامی دارد که هیچ‌گاه به چشم نمی‌آید و هیچ گرافیسیت، منتقد یا رسانه‌ای به آن توجه نمی‌کند اما یک وقت شأن یک برنامه از جمله جشنواره، همایش، کنفرانس، نمایشگاه و... آنقدر بالا می‌رود که طرح پوستر آن در حافظه تاریخی یک جامعه باقی می‌ماند در برخورد با چنین پوسترهایی طرح آن اهمیت پیدا می‌کند، ایده و اجرا و موارد بسیاری دیگری که باعث می‌شود طرح پوستر با یک کار سطحی تفاوت‌های عمیقی پیدا کند، مهم می‌شود؛ کاری که دیگر نمی‌تواند و نباید یک کلیشه باشد، کاری که باید انتظار بالای

جامعه هدف را برآورده کند. جاوید می‌گوید: حال با این مقدمه بهتر است به پوستر جشنواره فیلم فجر امسال که البته هنوز مناقشاتی پیرامون اینکه بالاخره چه کسی را باید به‌عنوان گرافیسیت آن شناخت وجود دارد، پردازیم. این پوستر برای موضوع جشنواره فیلم فجر جذاب و گیرایی لازم را ندارد و شاید بتوان گفت پوستر مورد بحث با یک پوستر ایده‌آل جهت اعلام بزرگ‌ترین رویداد سینمایی کشور فاصله زیادی دارد؛ پوستری که به نظر بزرگ‌ترین ضعف آن فقدان طی کردن مراحل ایده‌پردازی مناسب است.

خلاقیت در ایده‌یابی کجای ماجرا قرار می‌گیرد؟ جاوید درباره نحوه طراحی پوستر جشنواره فیلم فجر و استفاده از تصویر یک بازیگر صاحب‌نام در آن می‌گوید: با طرح یک پرسش به این سوال پاسخ می‌دهم، پرسش مهم این است که یک بیننده قبل از اینکه اطلاعات یا عنوان پوستر را ببیند و با پوستر مواجه شود چندرصد احتمال دارد بگوید که این پوستر جشنواره فیلم فجر است و چند درصد احتمال این را دارد که بگوید پوستری درباره همایش بزرگداشت هنرمند فقید و شهیر مرحوم استاد خسرو شکیبایی است؟ در واقع می‌خواهم بگویم صرف اینکه در پوستر جشنواره فیلم کن از عکس مارچلو ماستروانی استفاده شده نمی‌توان نتیجه گرفت که این نسخه برای جشنواره فیلم فجر نیز قابل پیچیدن است و کار درستی است. در ضمن مگر قرار است که از روند پوسترهای جشنواره‌های مشابه الگوبرداری کنیم پس خلاقیت در ایده‌یابی کجای ماجرا قرار می‌گیرد؟ جاوید می‌گوید: در این پوستر، یک اثر گرافیکی بسیار شاخص چون پوستر جشنواره فیلم فجر، اگر بنا براین است که از طراحی پوسترهای خارجی الگو بگیریم یا کپی کنیم، دیگر چه نیاز به این است که طراحی پوستر را به یک گرافیسیت سفارش دهیم. باتمام این توضیفات پوستر مورد نظر را خالی از ایده و دور از موضوعات پوستر می‌بینم و به نظر همه عواملی که عنوان کردم، باعث کلیشه‌ای شدن طرح پوستر شده است. همچنین جدا از ایده و نظر برای عنوان جشنواره نیز در این پوستر هیچ تایپوگرافی فاخری انجام نشده است. جاوید درباره طرح پوستر اصلاح‌شده جشنواره فیلم فجر می‌گوید: خوشبختانه پس از ارائه طرح اولیه تهیه‌کنندگان پوستر متوجه این امر شده‌اند که پوستر عنوان پوستر جشنواره دارای یک تایپوگرافی فاخر باشد و نباید به استفاده از فونت‌های معمول کامپیوتری برای این موضوع بسنده کنند. هر چند که در نهایت فقط عبارت «سی و چهارمین» تایپوگرافی شده و موارد دیگری بی‌توجه‌ها شده‌است. علاوه بر این با اینکه عنوان «سی و چهارمین» در این پوستر با ایده جالبی تایپوگرافی شده ولی دارای ایراداتی نیز است. ایراد آن که رنگ دشن‌ها و خطوط نازک بوده و اصلا به چشم نمی‌آیند شاید ضخامت بیشتر خطوط و به کارگیری رنگ می‌توانست بیشتر به جلوه عنوان پوستر کمک کند.



ایستگاه تبلیغات

روز جهانی دست‌خط و سلامی دوباره به خودکار و مداد



Moleskine برندی است که مخاطب را به نوشتن تشویق می‌کند و پر است از ایده‌های خلاقانه. این برند با تولید دفترهای یادداشت، طرفداران زیادی در سراسر دنیا دارد. Moleskine شما را به استفاده از خودکار و مداد ترغیب می‌کند و این همان چیزی بود که در روز دست‌خط اتفاق افتاد. ۲۳ ژانویه، روز جهانی دست‌خط، Moleskine کمپین جالبی را در Twitter به راه انداخت و تویت‌هایش را با دست‌خط‌های واقعی و نه تایپی منتشر کرد؛ به گزارش ام‌پی‌ای نیوز، مردم زیادی در کمپین #handwritingday شرکت کردند (بروس ویلیس، دبرا ماسینگ و خیلی‌های دیگر) و تویت‌هایشان را با دست‌خط خود نوشتند. این کمپین طراحان گرافیک، تصویرگران و کاریکاتورست‌ها را سر ذوق آورد و آنها سعی کردند خلاقیت‌شان را در تویت‌هایشان نشان دهند، نتیجه بسیار جالب بود. البته هدف کمپین از این هم فراتر بود و همه می‌توانستند در آن شرکت کنند. حتی یک جعبه پر از لوازم نوشتاری و طراحی Moleskine به‌عنوان جایزه در نظر گرفته شده بود.

ADS



شرکت اسپری فوم عایق icynene- شعار: icynene فوم می‌تواند معماران را معروف کند

ایده‌های طلایی



ایده‌های بزرگ برای برند آفرینی (۷۰)
یک عبارت مخصوص به خود داشته باشید

ترجمه: معراج آگاهی



نکته جالب توجهی که در رابطه با عبارت‌ها وجود دارد آن است که شما نمی‌دانید آیا عبارت مذکور توجه افراد را جلب می‌کند یا خیر؟ تنها راه فهمیدن پاسخ این سوال امتحان کردن این شیوه است.

کمدین‌ها کسانی هستند که به‌طور سنتی به ابداع و استفاده از عبارات می‌پردازند تا از این طریق هویت حرفه‌ای و کاری خود را ایجاد کنند. گاهی اوقات این عبارات تنها با بخت و اقبال ایجاد می‌شوند و کافی است که عبارت خوبی از آب درآیند. سر بروس فورسایت عبارتی منحصر به خود دارد که عبارت است از: «از دیدن شما خوشحال شدم خوشحال شدم از دیدن شما» که هم‌اکنون عمر این عبارت به شش دهه رسیده است.

تنها راهی که برای همه‌گیر شدن یک عبارت وجود دارد تکرار آن در حضور جمع کثیری از حضار و مخاطبان است.

ایده

فروشگاه‌های زنجیره‌ای Specsavers در زمینه فروش عینک‌های طبی فعالیت می‌کند و به عرضه کالاهای باکیفیت شهرت دارد. ارائه دو عینک در ازای دریافت وجه یکی از آنها، از جمله پیشنهادهایی است که این برند به مشتریان خود ارائه می‌کند. تبلیغات تلویزیونی برند Specsavers همواره سرگرم‌کننده بوده و این برند برای سال‌های طولانی پیشنهاد دریافت دو عینک در ازای پرداخت هزینه یکی از آنها را به مشتریان خود ارائه کرده است. اما پس از مدت‌ها استراتژی این شرکت تغییر کرده است. در تیزر تبلیغاتی جدید این شرکت، در یک تصویر سیاه و سفیدی که روایتگر زمان‌های بسیار دور است، چوبانی به تصویر کشیده می‌شود که به کمک سگ خود گله گوسفندان را برای چرا به چراگاه برده است. سپس سگ او را با موهایی تراشیده مشاهده می‌کنیم و پس از آن دوربین صورت چوبان را نشان می‌دهد که نگاهی غیرمتمرکز دارد، در انتهای این تیزر تبلیغاتی این جمله توسط گوینده بیان می‌شود: «او (اشاره به چوبان) باید به فروشگاه Specsavers مراجعه می‌کرد.»



Specsavers هنوز هم از همین عبارت استفاده می‌کند، با این تفاوت که مردم به خوبی معنای عبارت مورد استفاده این برند در تبلیغاتش را متوجه می‌شوند، چرا که این برند به اشتباه مردم در عدم استفاده از عینک‌های مناسب اشاره می‌کند. نکته جالب توجه در مورد عبارت مورد استفاده برند Specsavers آن است که این عبارت اغلب مواقع به درستی به کار رفته و شامل حال طیف وسیعی از افراد شده و مهم‌تر از همه آنکه نام برند نیز در این عبارت مطرح می‌شود. برند Ronseal نیز از عبارت «دقیقا همان کاری را می‌کند که روی بسته‌بندی آن گفته شده است» استفاده می‌کند که این عبارت نیز به خوبی در زندگی روزمره افراد وارد شده اما در خود به نام برند Ronseal اشاره نمی‌کند.

آنچه باید در عمل انجام دهیم

- استفاده از عبارت‌های جالب سبب می‌شود تا هر آگهی بازرگانی پیش از آنکه شما با برند سازنده آن آشنا شوید در وب سایت یوتیوب قرار گرفته و به یک ویدئوی محبوب بدل شود. یک عبارت جذاب توجه ساخته و سعی کنید تا مورد توجه مخاطبان قرار گیرد.
- سعی کنید تا از نام برندتان در عبارت مورد نظرتان استفاده کنید.
- ممکن است انتخاب عبارت مورد نظرتان تا زمانی‌که به عبارت نهایی برسید اندکی وقت و انرژی شما را به خود اختصاص دهد.

نگاهی به محصول جدید مزمز به نام مز پف

محصولات رنگی با نام‌های عجیب و غریب



عکس ها، سیمه سبیلی / فرست امروز

نقد هفته



اهمیت اعتقاد چهره تبلیغاتی به برند و اثرات تضادگول‌زننده فروش و برند

وقتی آقای غیرچرمی، مدل چرم می‌شود



امیرحسین نوریان
مدیر دنیای تبلیغات، مشاور و منتقد تبلیغات و برند

۱- همین چند سال پیش بود که روبرتو کارلوس، به‌عنوان چهره تبلیغاتی برند پپسی، در یک جلسه کنفرانس مطبوعاتی درحالی‌که نوشیدنی‌هایی با برندی دیگر روی میز چیده شده بود، وسط کنفرانس تقاضای پپسی کرد و در لبوایش پپسی ریخت. این حرکت او، تا مدت‌ها نقل محافل خبری بود که یک چهره تبلیغاتی، تا چه میزان می‌تواند به برندی که تبلیغش را برعهده دارد، عرق داشته باشد و برای برند، فائز از انتظارات کار و ارزش آفرینی کند.

۲- اینکه اساساً چهره و تصویر کی مخاطب از بهرام رادان دارد یا چرم همخوانی ندارد، بماند که شاید در خصوص عدم تطابق دین‌ای برند با چهره تبلیغاتی، با محوریت کیس‌های ایرانی‌اش نوشتن‌اما موضوع مورد بحث این است که رادان، بارها و بارها طی مدت همکاری‌اش با نوین‌چرم، چه در مراسم جشنواره سال قبل و چه در افتتاحیه جشنواره سی و چهارم که هفته پیش برگزار شد - و اتفاقاً در افتتاحیه بخشی از اجرا را برعهده داشت- باز هم کت و شلوار پارچه‌ای بر تن داشت. یعنی درست جایی که او در کانون توجه رسانه‌هاست و تصاویرش به شکل گسترده مخابره می‌شود و جایی است که باید برای برندش کار کند. بهرام رادان را در جشنواره سی و سوم هم ببینید؛ وقتی سال قبل در برج میلاد و در ایام جشنواره آن سلفی معروف را با هوادارانش با لباس پارچه‌ای گرفت درحالی‌که بیرون از همان جشنواره، تصاویرش در بیلبوردهای شهر بود. پارسل هم غیر از یکی دوبار، دیگر با چرم نبود. مثل چرم‌پوش و اسپرت‌پوش بودند.



۳- مشکل از منظر برند، از جایی شروع می‌شود که مردم، به‌عنوان مخاطبانی هوشمند، تصویری که از فضای رفتاری و پوششی رادان در رسانه و جاهایی که حاضر است می‌بینند، با آنچه در بیلبوردها بر در و دیوار شهر می‌بینند، متفاوت است. درست در اوج تبلیغات چندین ماه پیش نوین‌چرم، رادان رولی جلد ماهنامه استایل با کت و شلوار پارچه‌ای حاضر می‌شود یا وقتی مردم عکس‌های افتتاحیه جشنواره اسمال را دست به دست می‌کنند، رادان تصویری متفاوت از تبلیغاتش دارد. این تضاد و پارادوکس رفتاری، همانقدر که -برای رادان کار می‌کند و برایش به‌عنوان یک برند تجاری شده منافع مالی و اعتباری دارد، برای نوین‌چرم، در درازمدت خوشایند نیست. کل قصه قیمت پایه این پفک‌ها با دیگر محصولات نوین‌چرم، یک‌فک‌های موجود یکی است و چون بحث رقابت در پیش است سعی کردیم قیمت پایه را بالا نبریم تا با نارضایتی فروشندگان روبه‌رو نشویم.

۴- همین قدر که رادان ماهیتش چرمی نیست، رضا زندانی، چهره تبلیغاتی قبلی نوین‌چرم، یک چرمی به تمام عیار بود که به هر دلیلی، چرم جزئی از لایف‌استایلش نبود. نکته در این است که برند چهره تبلیغاتی که انتخاب می‌کند، قطعا با لایف‌استایل چهره تبلیغاتی کار دارد.

۵- همه آنچه ممکن است برای چهره تبلیغاتی آزادی به ارمغان آورد و خطای بزرگ برند محسوب می‌شود این است که شبک پوششی بهرام رادان را حتی با لباس و کت و شلوار پارچه‌ای بخواهد به خودش وصل کند و خودش را این‌گونه توجیه کند که بهرام رادان شبک‌پوش است و اگر روزی روزگاری چرم بپوشد، نوین‌چرم را خواهد پوشید، پس نوین‌چرم، چرم شبکی است. ... این همان اشتباه بزرگی است که احتمالا نوین‌چرم مرتکب شده و با ماهیت نمایش لایف‌استایلی غیرچرمی رادان همپوشانی اشتباهی دارد.

۶- احتمالا نوین‌چرم طی مدت همکاری‌اش با رادان، فروش خوبی داشته و از همکاری با او راضی بوده است که اگر این گونه نبوده، قطعا این همکاری ادامه پیدا نمی‌کرد. اما آنچه در تبلیغات درازمدت اهمیت ویژه‌ای دارد، درازمدتی برای نوین‌چرم و جایگاهسازی در ذهن مخاطب است و نه فروش و یا عدم دقت در کارکرد درازمدت و کوتاه‌مدت، چند سال بعد دامان نوین‌چرم را به‌صورت جدی خواهد گرفت. غیراز عدم تطابق ماهیت رادان با محصولی مثل چرم، در درازمدت، بر خلاف اثرات جذاب کوتاه‌مدت، اتفاقا این عدم استفاده برند به‌صورت علنی از برندی که تبلیغش می‌کند و اتفاقاً مردم لایف‌استایلش را دوست دارند، نوین‌چرم را از مخاطبانش دور خواهد کرد. مردم با این ابزارهای آنلاین اجتماعی، حالا به چهره‌های محبوبشان خیلی نزدیک‌ترند و فرق بین لایف‌استایل یک سلبریتی با چند عکس قراردادی را به‌خوبی می‌فهمند. رادان حالا به جای گسترش فرهنگ پوششی نوین‌چرم که می‌تواند هدف جذابی برای نوین‌چرم باشد، صرفاً در حد یک مدل عکاسی نجسبیده به برند کار کرده است.

۷- مردم بدشان نمی‌آید یک چهره دوست داشتنی و خوش‌تیپ را در و دیوار شهر ببینند، گویا نوین‌چرم هم بدش نیامده از بازار و برند قرار است به مخاطب نشان داده شود این چهره تبلیغاتی است که برند را انتخاب کرده و با آن زندگی می‌کند و این زندگی‌اش با برند به نمایش گذاشته شود اما در این معادله، گویا برای آقای غیرچرمی و نوین‌چرم همه چیز برعکس پیش می‌رود.

www.donyaetablighat.com

قیمت پایه را بالا نبریم
او درخصوص ورود این محصول به بازار می‌گوید: پیش از این نیز مزمز محصول یکفک داشت اما این بار خواستیم با شکل‌های مختلف و بسته‌بندی‌هایی شبیه به مژه چپیس این محصول جدید را وارد بازار کنیم. چپیس مزمز به نام مژه چپیس هنگامی که وارد بازار شد مورد استقبال قرار گرفت و تقاضا برایش زیاد شد. از طرف رقیبان نیز کتل چی‌تو برای رقابت با ما وارد شد. بنابراین ما به دو دلیل این بسته‌بندی‌ها را طراحی کردیم: به‌خاطر رقابت با رقیب خود کتل چپیس و همچنین به دلیل نوع بسته‌بندی و سه‌لایه بودن که سبب می‌شود بسته‌بندی چروک نشود و در کنارش سلفون‌های شیشه‌ای می‌میزان نگهداری را افزایش می‌دهد. در مورد قیمت‌گذاری نیز باید اضافه کنم که وزن و قیمت پایه این پفک‌ها با دیگر محصولات نوین‌چرم، یک‌فک‌های موجود یکی است و چون بحث رقابت در پیش است سعی کردیم قیمت پایه را بالا نبریم تا با نارضایتی فروشندگان روبه‌رو نشویم.

مشکل از منظر برند، از جایی شروع می‌شود که مردم، به‌عنوان مخاطبانی هوشمند، تصویری که از فضای رفتاری و پوششی رادان در رسانه و جاهایی که حاضر است می‌بینند، با آنچه در بیلبوردها بر در و دیوار شهر می‌بینند، متفاوت است. درست در اوج تبلیغات چندین ماه پیش نوین‌چرم، رادان رولی جلد ماهنامه استایل با کت و شلوار پارچه‌ای حاضر می‌شود یا وقتی مردم عکس‌های افتتاحیه جشنواره اسمال را دست به دست می‌کنند، رادان تصویری متفاوت از تبلیغاتش دارد. این تضاد و پارادوکس رفتاری، همانقدر که -برای رادان کار می‌کند و برایش به‌عنوان یک برند تجاری شده منافع مالی و اعتباری دارد، برای نوین‌چرم، در درازمدت خوشایند نیست. کل قصه قیمت پایه این پفک‌ها با دیگر محصولات نوین‌چرم، یک‌فک‌های موجود یکی است و چون بحث رقابت در پیش است سعی کردیم قیمت پایه را بالا نبریم تا با نارضایتی فروشندگان روبه‌رو نشویم.

انگیزه‌بخشی به فروشندگان و نمایندگان

این کارشناس در مورد کانال‌های ترفیع و میزبان استقبال از محصول می‌گوید: مزمز همانند تمام برندها مشتریان خاصی خود را دارد، اما برای اینکه بتوانیم به فروش بیشتر برسیم این محصول را بیشتر بزرگ کردیم و حتی نیاز به تبلیغات زیاد در مورد آن ندیدیم و تنها در مورد کانال تبلیغات تلویزیونی به‌عنوان یکی از کانال‌های تبلیغات برنامه‌ریزی شد. سیاست فروش ما بیشتر انگیزه دادن به فروشندگان و نمایندگان فروش بود. برنامه‌ریزی ما، یک برنامه‌ریزی سه‌ماهه برای فروش است که طی آن بتوانیم ۴۰ تا ۴۵درصد سهم بازار را بگیریم. در ابتدای ورود هر محصول جدید، جا کردن آن در شلف مغازه‌ها سخت است و خرده‌فروشی‌ها به دلیل عدم اطمینان مقاومت می‌کنند، اما یک ماه بعد به تجربه خودشان سفارش می‌دهند.

همچنین ما محصولات جدیدی مانند استیک فلفل و پنیر در کنار استیک فلفل و سس سفید تولید کرده‌ایم و سعی داریم با فرآیندهای بازاریابی مناسب، سهم بیشتری از بازار و شلف مغازه‌ها بگیریم. در حال حاضر ۶۰ تا ۶۵درصد مشتریان را تحت پوشش داریم و ۶۰درصد مغازه‌های سطح تهران این محصول را از ما خرده‌داند.

ایجاد ارزش افزوده لازم
برای مایه‌التفاوت قیمت او درباره استراتژی قیمت‌گذاری آن و اینکه چه مزیت خاصی باید داشته باشد که مشتری را به خرید ترغیب کند، می‌گوید: قیمت‌گذاری باید منطقی و مناسب باشد نه لزوماً پایین و ارزان. مشتری حاضر است برای تجربه طعم بهتر هزینه کند ولی به همان اندازه انتظارات مشتری بالاتر می‌رود. عرضه‌کننده باید ارزش افزوده لازم را برای این مایه‌التفاوت قیمت برای مشتری ایجاد کند در غیراین صورت مشتری آن را نمی‌پذیرد.

ارزش افزوده لازم را برای این مایه‌التفاوت قیمت برای مشتری ایجاد کند در غیراین صورت مشتری آن را نمی‌پذیرد. انتخاب قیمت گران‌تر می‌تواند این ریسک را داشته باشد که اگر از استراتژی قیمت‌گذاری برمایه و گران استفاده شده باشد، قابل توجیه است که در آن محصول جدید با قیمت بالا در بازار عرضه می‌شود و کم‌کم با کاهش تقاضا افت می‌کند.

محصولی با شکل‌های مختلف

در ادامه رضا فلاح‌دار، مدیر فروش مزمز درباره این محصول جدید به «فرست امروز» می‌گوید: این محصول جدید در پنج مدل و بسته‌بندی مختلف ارائه شده است.

وافر در بسته‌بندی سفید که همان پفک‌های معمولی است (و با موتوری چی‌تو مز مقایسه می‌شود)، دینکی در بسته‌بندی زرد (پفک‌های ریز و نرم و ترد که با پفک جادویی چاکلز مقایسه می‌شود)، پیسنی با بسته‌بندی مشکی و طعم تند و فلفلی، هولاهوپ (با اشکال گرد و حلقه‌ای) و مزیف رول که شکلی توپی دارد توسط مزمز اخیراً به بازار عرضه شده است.

هستند و این محصول علاوه بر فروشگاه‌ها، مراکز تفریحی و ورزشی از طریق سایر کانال‌ها برای دیگر گروه‌ها نیز می‌تواند مورد مصرف قرار گیرد.

نامی که تداعی‌کننده مزمز است

او در خصوص نامگذاری و استقبال مخاطبان می‌افزاید: مطلقاً نمی‌توان گفت نامگذاری خوب بوده است. از چپتی به دلیل تداعی کردن نام مزمز مناسب است اما استفاده از واژه پف می‌تواند یادآورنده پفک یا پفیل با پاپ‌کورن باشد. با این حال از زاویه‌ای دیگر هم این ابهام می‌تواند جذاب باشد. در یک برند کلی نام مناسبی است گرچه می‌توان اسمی زیباتری نیز انتخاب کرد. ممکن است این محصول در ابتدا به‌صورت گسترده و موافق نباشد اما

اتکا به محصول قبلی می‌تواند حاشیه اطمینان را برای فروش محصول جدید ایجاد کند. ضمن اینکه این برند پیش از این از توسعه محصولات خود سود برده و درواقع استراتژی توسعه محصولات را برای دستیابی به بازار جدید به کار برده است تا سهمی قابل توجه در بازار محصولات پفک‌گونه به‌دست آورد

آورد بلکه باید در کنار آن به انتخاب درست روش‌های تبلیغ و بازاریابی نیز توجه داشت که با توجه به آشنا بودن برند مزمز خیلی نمی‌توان مشکلی را برای آن متصور شد.

بسته‌بندی متفاوت‌تر تمایز اثربخش‌تر

او تمایز در بسته‌بندی را دارای اهمیت دانسته و بیان می‌کند: قطعا بسته‌بندی نقش بسزایی در فروش دارد. این بسته‌بندی متفاوت می‌تواند در تصویربرداری ذهنی مخاطب نقش بسزایی داشته باشد ولی توصیه می‌شود مزمز از رنگ‌های متنوع دیگر برای محصول خود با توجه به جامعه هدف کودک و نوجوان و جوان استفاده کند، چراکه هرچه بسته‌بندی متفاوت‌تر باشد ایجاد تمایز اثربخش‌تر می‌شود.

تاکید بر مزیت رقابتی در تبلیغات

این کارشناس درباره مزیت رقابتی و جامعه هدف نسبت به محصولات موجود ادامه می‌دهد: به‌هرحال در این حوزه برندهای قدیمی‌تر و جاافتاده‌تر در بازار وجود دارند از برند مینو گرفته که مزیت آن نوستالژی بودن و طعم ماندگار آن است تا برندهای جدیدتر مانند چی‌توز که در این سال‌ها رقیب جدی مزمز بوده، بنابراین مزمز می‌تواند با مزیت‌های رقابتی مانند بسته‌بندی متفاوت، طعم‌های مختلف و باکیفیت وارد این عرصه رقابت شود و در تبلیغات خود بر مزیت رقابتی خویش تأکید کند. اکثراً کودکان، نوجوانان و جوانان، غالب متغیر سنی برای انتخاب جامعه هدف این برند

بودن و طعم ماندگار آن است تا برندهای جدیدتر مانند چی‌توز که در این سال‌ها رقیب جدی مزمز بوده، بنابراین مزمز می‌تواند با مزیت‌های رقابتی مانند بسته‌بندی متفاوت، طعم‌های مختلف و باکیفیت وارد این عرصه رقابت شود و در تبلیغات خود بر مزیت رقابتی خویش تأکید کند. اکثراً کودکان، نوجوانان و جوانان، غالب متغیر سنی برای انتخاب جامعه هدف این برند





سم والتون (Sam Walton) کارا فرین، بازرگان آمریکایی و موسس خرده‌فروشی‌های وال‌مارت (Walmart) بود. وال‌مارت یک شرکت خرده‌فروشی چندملیتی آمریکایی است که زنجیره‌ای از فروشگاه‌های موادغذایی، سوپرمارکت‌ها و هایپرمارکت‌ها را اداره می‌کند و بزرگ‌ترین زنجیره خرده‌فروشی در جهان محسوب می‌شود. سم والتون در خانواده‌ای کشاورز به دنیا آمد، اگرچه کشاورزی درآمد کافی برای خانواده دربرنداشت و پدر سم مجبور شد که زمین کشاورزی‌اش را فرو بگذارد. سم والتون پس از به پایان رساندن دبیرستان، به امید اینکه راهی برای حمایت از خانواده‌اش پیدا کند، در دانشگاه میسوری (Missouri) ثبت‌نام کرد و کارهای مختلفی انجام داد. والتون در سال ۱۹۴۵، مدیریت نخستین فروشگاهش را در سن ۲۶ سالگی و با ۲۰هزار دلار پولی که قرض گرفته بود، آغاز کرد. او در سال ۱۹۶۲، نخستین وال‌مارت را در آرکانساس گشود و توانست با توسعه این فروشگاه‌ها آن را به یکی از بزرگ‌ترین خرده‌فروشی‌های جهان تبدیل کند. در سال ۱۹۹۸، سم والتون در لیست ۱۰۰ نفره مجله فوربس و در بین تاثیرگذارترین افراد قرن بیستم قرار گرفت. همچنین مجله فوربس او را در صدر فهرست ثروتمندترین افراد آمریکا از سال ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۸ رده‌بندی کرده بود. وال‌مارت علاوه بر آمریکا در کشورهای دیگری مثل برزیل، آرژانتین، کانادا، شیلی، چین، کاستاریکا، هند، ژاپن، مکزیک، انگلستان و... شعبه دارد. سم والتون در سال ۱۹۹۲ بر اثر سرطان خون درگذشت. در آن زمان تعداد کارمندانی که در استخدام کمپانی او بودند ۳۸۰ هزار نفر بود و پس از مرگش مالکیت وال‌مارت به همسر و فرزندانش واگذار شد.

با مشتریان تان مثل رئیس رفتار کنید

سم والتون به این مسئله که مشتری رئیس او است، باور فراوانی داشت. این ایده باعث شد والتون خدمات زیادی به مشتریان بدهد، از خوشامدگویی به مشتریان از در ورودی فروشگاه گرفته تا تضمین رضایت آنها، همه در همان نخستین فروشگاه وال‌مارت که در سال ۱۹۶۲ افتتاح شد، مورد توجه قرار می‌گرفت. وال‌مارت با همین ایده که همیشه مشتری مسئول است، به مشتریان اجازه می‌دهد، «همیشه خرده‌فروشی‌ها متمایز کرد. او معتقد بود: «همیشه یک رئیس وجود دارد، آن هم مشتری است. مشتری می‌تواند به راحتی با خرج کردن پولش در جای دیگر، همه اعضای یک کمپانی از رئیس گرفته تا کارکنان آن را اخراج کند، مهم‌ترین کلماتی که روی نخستین سردر فروشگاه وال‌مارت نوشتم این بود، «تضمین رضایت». راز موفقیت یک خرده‌فروشی این است که به مشتریان‌تان آنچه را می‌خواهند بدهید و اگر به این موضوع از دیدگاه یک مشتری نگاه کنید، درمی‌یابید که مشتری همه چیز می‌خواهد؛ طبقه‌بندی گسترده از کالاهای باکیفیت، تضمین کردن رضایت مشتری، ارائه خدمات به‌صورت دوستانه و با آگاهی کامل، پارکینگ رایگان، ساعت مناسب دسترسی و در نهایت تجربه یک خرید خوشایند».

موفقیت یک کسب‌وکار به کارکنان آن بستگی دارد

از دیگر مواردی که سم والتون بسیار به آن باور داشت این بود که کارکنان یک کمپانی کلید موفقیت آن هستند. با گوش دادن به صحبت‌ها و ایده‌های کارکنانش، توانست در بلندترین نقطه کسب‌وکارش بایستد. والتون از تک‌تک کارکنانش می‌خواست به او مانند شریک‌شان فکر کنند، نه به‌عنوان رئیس و برای اینکه چنین باوری را به آنها ایجاد کند، کمپانی وال‌مارت یکی از نخستین سازمان‌هایی بود که به کارکنانش پیشنهاد سهام شریک شدن در سود به دست آمده را داد تا آنها از سود موفقیت کمپانی بهره‌مند شوند. همین مسئله آنها را به‌عنوان سهامدار و شریک وال‌مارت معرفی می‌کرد. وال‌مارت اعتقاد داشت: «کارکنان در خط اول کسب‌وکار قرار دارند، آنها کسانی هستند که با مشتریان در ارتباطند و تنها کسانی هستند که می‌دانند چه اتفاقی در محل کارتان رخ می‌دهد. در عوض، کارکنان به آنها پاداش می‌دهد، هیچ چیز دیگری نمی‌تواند جایگزین کلماتی که درست انتخاب شده‌اند، در زمان مناسب بیان می‌شوند و نشانه قدرانی شما هستند. شود. همه این کلمات مجانی‌اند و به اندازه ثروت ارزشمند هستند.»

مسیر ثروت

چند روش برای اینکه جیب‌تان در سال ۲۰۱۶ پرپول تر باشد

ترجمه: سارا گلچین



همیشه شنیدن درباره کسانی که جایزه‌ای در قرعه‌کشی بانک برنده می‌شوند برای افراد برنده شگفت‌انگیز و برای سایرین وسوسه‌انگیز است. پولدار شدن با این روش از روی خیلی‌های توند باشد.

اما خبر خوب این است که برنده شدن در یک قرعه‌کشی تنها راه پولدار شدن نیست. روش‌های گوناگون دیگری برای پولدار شدن وجود دارد؛ روش‌هایی که کمک می‌کند جیب شما در سال ۲۰۱۶ میلادی از سال پیش از آن پولدارتر باشد.

در کتاب پر فروش «رازهای ذهن میلیونر» تی. هارو، ک، میلیونر خودساخته، نکاتی را مطرح می‌کند که در مسیر ثروت و مدیریت پول به شما کمک می‌کند:

۱- عضو یک باشگاه گران قیمت و درجه یک شوید

این باشگاه می‌تواند باشگاه تنیس، گلف، سلامت یا کسبوکار باشد. هدف از عضویت در این باشگاه دم‌خور شدن با پولدارها و قرار گرفتن در یک محیط پر از ثروت است. البته خیلی‌ها شاید بگویند از عهده هزینه‌های این‌طور باشگاه‌ها بر نمی‌آیند. اگر در این دسته هستید دستکم برای صرف قهوه با جای به باکلاس‌ترین هتل شهرتان بروید. در این فضا حس راحتی به خودتان بدهید و درحالی‌که به روابط افراد باهم نگاه می‌کنید به خود بگویید که چیزی از آنها کم ندارید. کشف مردمانی که از شما موفق‌تر هستند پتانسیل داشتن فکر باز را به شما داده و مسیر ثروت را برایتان هموار می‌کند.

«پولدارها انتخاب می‌کنند که پولدار شوند. این کار نیاز به تمرکز، تشویق، دانش و تلاش بسیار دارد.» اگر این را می‌گوید تأکید می‌کند که در صورت وجود این پارامترها پولدار شدن قطعا در دسترس است.

یکی از عمده‌ترین مشکلات آدم‌های عادی برای پولدار شدن این است که آنها نمی‌دانند دقیقا چه می‌خواهند. این درحالی‌است که ضرورت داشتن هدف برای پولدارها مثل روز روشن است

۲- بخوانید، به یادکست‌ها گوش کنید و روی کلاس‌ها و سمینارها سرمایه‌گذاری کنید

در خودآموزی و کسب اطلاعات خاص درباره صنعت مدنظر،تان، سرمایه‌گذاری، کارآفرینی یا روانشناسی پول، کوشا و ثابت قدم باشید. پولدارها همواره به دنبال یادگیری و رشد هستند و پولدارترین‌ها چگونه موفق بودن را از آنهایی که از خودشان پولدارتر و موفق‌تر بودند، آموخته‌اند. آنها به آموختن ادامه دادند حتی وقتی به موفقیت‌های چشمگیر دست یافتند. «موفقیت مهارتی انحصاری است» این جمله‌ای است که «کر» بر آن تأکید زیادی دارد و ادامه می‌دهد «اگر می‌خواهید یک گلف‌باز درجه یک باشید، می‌توانید راه و روش را بیاموزید، اگر می‌خواهید نوازنده چیره‌دست پیانو شوید، باز هم می‌توانید آن را بیاموزید.» و این داستان برای هر کاری صادق است.

۳- به جای گفتن «این یا آن» بگویید «هر دو»

«اگر» می‌گوید «فکر کردن به خلق روش‌هایی برای داشتن «هر دو» را تمرین کنید» به اعتقاد کر، هر زمان فرصت جایگزینی برایتان پیش آمد باید به این فکر کنید که چگونه می‌توانید هر دو فرصت را در کنار هم داشته باشید. پولدارها هرگز نمی‌گویند «این یا آن» بلکه می‌گویند «هر دو» چون می‌دانند که می‌شود به «هر دو» رسید.

داشتن «هر دو» به این معنی نیست که به هر دو زمان صرف رذن از پول نیست. طبقه فردست و متوسط جامعه اصولا اعتقاد دارند که بین پول و باقی جنبه‌های زندگی باید یکی انتخاب کرد. در نتیجه همواره به این نتیجه می‌رسند که خیلی چیزها مهم‌تر از پول در زندگی وجود دارد.

۴- از چیزی که با تلاش به‌دست آورده‌اید و به کسانی که آن را دارند تقدیر کنید

فلسفه هونا را تمرین کنید: «برای آنچه می‌خواهید دعا خیر کنید.» برای اینکه بیشتر به رویای پولدار شدن نزدیک شوید، به خانه‌های زیبا نگاه کنید، خودروهای لوکس را زیاد ببینید و درباره کسب‌وکارهای موفق افراون بخوانید. برای هر چیزی که می‌بینید و دوستش دارید، دعا کنید. حتی برای عجایبش هم دعا کنید تا روزی به‌دست خودتان هم برسد.

پولدارها سایر ثروتمندان و آدم‌های موفق را تحسین می‌کنند. آنها همچنین از پذیرش اینکه پول گره خیلی از مشکلات را باز می‌کند، نمی‌ترسند. آنها به جای حسودی کردن به پولدارها و موفق‌ها آنها را تحسین کرده و زمینه رسیدن خودشان به‌آن جایگاه را فراهم می‌کنند.

۵- به خودتان بگویید که پول دوست شماست

هر روز به خود یادآوری کنید که پول، پدیدهای مثبت است. هرچند وقت یکبار خودتان را به انجام کاری که حالتان را خوب می‌کند مهمان کنید. مثلاً می‌توانید به ماساژ بروید، ناخن‌هایتان را سروسامان دهید یا غذا را در یک رستوران مجلل بخورید. این را اس‌بیبولد، نویسنده آشنی داده‌اند و به پول به چشم یک دوست نگاه می‌کنند. «اگر می‌خواهید پول را جذب خود کنید، از اینکه پول را «دشمن» خطاب کنید بهره‌بریزید و آن را به‌عنوان یکی از همراهان بی‌ظنیرتان بپذیرید.» این را اس‌بیبولد، نویسنده کتاب «پولدارها چگونه فکر می‌کنند» می‌گوید. «پول مانند دوستی است که قدرت پایان دادن به بی‌خوابی‌های شبانه ناشی از نگرانی و دردها را دارد و می‌تواند حتی زندگی‌تان را نجات دهد. پول برای پولدارها یک دوست خاص است چون به آنها کمک می‌کند در راهی قدم بگذارند که دیگران حتی به آن فکر هم نمی‌کنند. این احساس خوشایند و مثبت به آنها کمک می‌کند که هر روز روابط قوی‌تری بسازند.

منبع: businessinsider.com

برای مطالعه ۳۹۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

پرسش: مدیر یک مرکز درمانی بیماران سرطانی هستم. بیماران و همراهانی که به این مرکز مراجعه می‌کنند، اکثرا علاوه بر بیماری با مشکلات روحی مختلفی نیز روبه‌رو هستند، برای تغییر روحیه بیماران این مرکز چه راهکاری را پیشنهاد می‌کنید؟

کلینیک کسب‌وکار

مدیریت روحیه بیماران

پاسخ کارشناس: طراحی محیطی شاد برای چنین مراکزی از اهمیت زیادی برخوردار است، برای این منظور

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق ایمیل business@forsatnet.ir با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

تحلیل محیط کسب‌وکار و صنعت لبنیات در ایران

مدیریت عرضه محصولات لبنی در پساتحریم

✱ خسارت‌های هزینه مشتق از مقیاس

✱ سیاست دولت

بررسی ابعاد استراتژیک در صنعت لبنیات:

هنگام تحلیل ساختاری درون صنعت، یکی از کلیدی‌ترین بخش‌ها، بخش شناسایی ابعاد استراتژیک در صنعت است.

ابعاد استراتژیک عواملی هستند که تفاوت‌های احتمالی میان انتخاب‌های استراتژیک یک صنعت در درون صنعت را توجیه کرده و آن را به‌طور کامل تحت تاثیر قرار می‌دهند. بنا بر شرایط صنعت لبنیات در ایران می‌توان به برخی از ابعاد مهم و تاثیرگذار استراتژیک در این صنعت به شرح زیر اشاره کرد:

✱ میزان در یافتت شیر خام و کیفیت آن (ارتباط با تامین‌کنندگان)

✱ تخصص یافتگی (منظور از

تخصص یافتگی، میزان تاکید هدفمند شرکت بر گسترده‌ی خطوط، بخش‌های مورد هدف مربوط به مشتری و بازارهای جغرافیایی هدف است)

✱ توان تولید

به‌طور کلی بعد از توافق برجام، بازار ایران محصولا بازار مواد مصرفی در دوران پساتحریم تحت تاثیر بسیار زیادی قرار خواهد گرفت. امروزه در جامعه ایرانی خوشه‌بندی متفاوتی شکل گرفته است. به این گونه که گروهی از مردم که بیشتر در مرفه‌تر جامعه هستند به استفاده از کالاهای خارجی تمایل زیادی دارند. باز بازن بسن رفتن محدودیت‌های واردات کالاهای خارجی می‌توان این پیش‌بینی را برای بازار ایران داشت که شرکت‌های معتبر بین‌المللی در حوزه لبنیات که تاکنون در بازار ایران حضور نداشته‌اند یا به این عرصه می‌گذارند و با توجه به وجود تقاضا نسبت به کالای آنها می‌توان این گونه پیش‌بینی کرد که رقیب جدی شرکت‌های داخلی خواهند بود.

اما این سکه روی دیگری هم دارد. از بین رفتن محدودیت‌ها باعث ورود سهم‌تر فناوری و دانش شرکت‌های بین‌المللی می‌شود. تفاوت اصلی صنعت لبنیات با دیگر صنایع در ایران در دوران پساتحریم به دو مورد بازمی‌گردد. اول ماهیت محصول است که همان‌طور که در بالا اشاره شد نیازمند ابعاد استراتژیک بسیار مهمی است که برای شرکت خارجی تامین آنها در ابتدای امر دشوار خواهد بود. دوم اینکه شرکت‌های لبنی خارجی تا به حال در ایران حضور نداشته‌اند و به یکباره اقدام به راه‌اندازی کارخانه در ایران نخواهند کرد و این به معنای آن است که حداقل در سال‌های ابتدایی میل به انجام مشارکت و اعطای حق لیسانس برند خود به شرکت‌های ایرانی در اولویت سیاست‌های آنها قرار خواهد داشت. با توجه به این دو مورد بیان شده، ایران در دوره پساتحریم در صنعت لبنیات می‌تواند پیشرفت فزاینده‌ای به واسطه ایجاد تعامل و شراکت با شرکت‌های بین‌المللی داشته باشد. تولید تحت لیسانس شرکت‌های معتبر بین‌المللی می‌تواند اصلی‌ترین گزینه در آینده صنعت لبنیات ایران باشد. البته ورود کالاهای خارجی نیز از دیگر پیش‌بینی‌های محتمل است که بازار ایران را تحت تاثیر قرار خواهد داد.



به استفاده از برندهای بین‌المللی و همچنین الگوگیری از مردم دیگر نقاط دنیا شده‌اند. سبک زندگی کنونی مردم ایران آنها را به استفاده از محصولات کم چرب و کم نمک و سالم‌تر رهنمون ساخته است.

✱ یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی تاثیرگذار بر صنعت لبنیات این است که این صنعت دیگر مانند گذشته، یک فعالیت این است که در این صنعت با درگیری پایین میان مصرف‌کنندگان نیست. این به آن معناست که مقطع زمانی که مردم به دنبال ویژگی‌های یک محصول لینی و حتی نام برند آن نبوده‌ند و به‌عنوان مثال فقط می‌خواستند شیر بخرد به اتمام رسیده است. امروزه مردم می‌دانند که شیر ساده می‌خواهند یا ویتامینه؛ کم چرب یا پرچرب؛ برند A یا برند B یا برند C. این به آن معناست که شرکت‌های لبنی برای جذب مشتریان نیازمند پرداختن به سلاقی آنها هستند و این صنعت به همراه داشته باشد.

با پیشرفت علم و به دنبال آن پیشرفت فناوری، صنعت لبنیات هم اقل‌های جدیدی را پیش روی خود می‌بیند که با استفاده از نوآوری در محصول و ارائه محصولات جدید همواره در رأس صنایع نوآور است

بررسی رقبای بالقوه رقبای تازه وارد

به یک صنعت، ظرفیت‌های جدید، تمایل به گرفتن سهم از بازار و اغلب منابع جدیدی را با خود به همراه می‌آورد. مایل است قیمت‌ها کاهش یابد، هزینه‌های فعلی افزایش یابد و در نتیجه میزان سوددهی پایین بیاید. شرکت‌هایی که به دنبال تنوع بخشیدن به کسبوکار خود هستند و از بازارهای دیگر وارد یک صنعت می‌شوند اغلب از منابع در اختیار خود جهت ایجاد تحول اساسی استفاده می‌کنند. بنابراین وارد کمپانی‌های دیگر در یک صنعت که با هدف ایجاد موقعیت در بازار انجام می‌شود را شاید بتوان به‌عنوان ورود عادی نگریست، گرچه هیچ واحد کاملا جدیدی شکل نگرفته باشد. تهدید ورود به یک صنعت بستگی به موانع حاضر بر سر راه ورود به آن و واکنش رقبای موجود در آن دارد. اگر موانع زیاد باشد یا شرکت تازه وارد انتظار برخورد انتقام‌جویانه از طرف رقبای موجود را داشته باشد، خطر ورود بالا خواهد بود.

موانع اصلی برای ورود جدید عبارتند از:

✱ مزیت مقیاس

✱ تمایز محصول

✱ نیاز به سرمایه

✱ هزینه‌های تغییر

✱ دسترسی به کانال‌های توزیع

نیز کاملا بازار مشوره است.

۴- بعد فناوری (Technological):

✱ با پیشرفت علم و به دنبال آن پیشرفت فناوری، صنعت لبنیات هم افق‌های جدیدی را پیش روی خود می‌بیند که با استفاده از نوآوری در محصول و ارائه محصولات جدید همواره در رأس صنایع نوآور است. نتیجه رسیدن برجام، راه ورود فناوری‌های جدید و تجهیزات تولیدی مدرن‌تر نیز به ایران باز شده و این به معنای پیشرفت در ویژگی‌های محصولات است.

✱ گرایش مصرف مردم به سمت محصولات ارگانیک و فراسودمند روندی روز افزون را تجربه می‌کند که یکی از نتایج استفاده از فناوری‌های جدید است.

✱ گرایش مصرف مردم به سمت محصولات ارگانیک و فراسودمند روندی روز افزون را تجربه می‌کند که یکی از نتایج استفاده از فناوری‌های جدید است.

✱ گرایش مصرف مردم به سمت محصولات ارگانیک و فراسودمند روندی روز افزون را تجربه می‌کند که یکی از نتایج استفاده از فناوری‌های جدید است.

۳- بعد اجتماعی (Social):

✱ گرایش مصرف مردم به سمت محصولات ارگانیک و فراسودمند روندی روز افزون را تجربه می‌کند که یکی از نتایج استفاده از فناوری‌های جدید است.

✱ گرایش مصرف مردم به سمت محصولات ارگانیک و فراسودمند روندی روز افزون را تجربه می‌کند که یکی از نتایج استفاده از فناوری‌های جدید است.

✱ گرایش مصرف مردم به سمت محصولات ارگانیک و فراسودمند روندی روز افزون را تجربه می‌کند که یکی از نتایج استفاده از فناوری‌های جدید است.

محمد تقی وقوعی دانشجوی کارشناسی ارشد کار آفرینی

در این مقاله نظر بر این است که به‌صورت اجمالی محیط کسبوکار در کشور ایران مورد بررسی قرار گیرد و به‌صورت کلان به بررسی جزئی صنعت لبنیات در قالب مدل PESTEL پرداخته شود.

ابتدا اشارهای می‌شود به برخی ویژگی‌های کشور ایران:

✱ ایران دومین کشور بزرگ از لحاظ وسعت در خاورمیانه و هجدهمین کشور در کل دنیا است.

✱ همچنین این کشور هفدهمین کشور پرجمعیت دنیا به شمار می‌رود.

✱ ایران جزو رهبران صنایع زیر

در خاورمیانه به‌شمار می‌رود:

✱ خودروسازی و حمل‌ونقل

✱ ملزومات ساختمان‌سازی

✱ لوازم خانگی

✱ غذا و محصولات خوراکی

✱ محصولات دارویی

✱ فناوری اطلاعات

✱ نیرو و صنایع پتروشیمی

✱ تخمین رشد تولید ناخالص

✱ ملی بیس‌شان ۸ درصد در مدت

زمان میلان سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰

✱ در گزارشات بین‌المللی

بیان شده است.

✱ به دلیل وسعت سلاقی و

محدودیت‌هایی که طی یک دهه

گذشته برای ورود به این کشور

وجود داشته است، این کشور

یکی از جذاب‌ترین هدف‌های

کشورهای دیگر جهت صادرات

مواد مصرفی است.

صنایع غذایی

امروزه صنایع غذایی، یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین صنایع فعال در عرصه اقتصاد جهانی است. رشد روز افزون جمعیت، متنوع شدن سلاقی مصرف‌کنندگان، افزایش اهمیت سلامت محصولات غذایی، تغذیه سالم به‌عنوان عامل پیشگیری از بروز بسیاری از امراض، برجسته‌تر شدن نقش موادغذایی از جنبه‌های اقتصادی و بهداشتی و...، همگی مبین نقش قابل توجه تغذیه و صنایع غذایی در زندگی بشر امروز است. محصولات لبنی تامین‌کننده بخش قابل ملاحظه‌ای از انرژی مورد نیاز روزانه انسان بوده و مصرف این محصولات به میزان لازم می‌تواند ضامن سلامت جسمی و طول عمر آدمی باشد. بنا بر این با توجه به نقش این محصولات در زندگی انسان، هر فعالیتی که به تحوی بر فرآیند تولید و تامین آنها موثر باشد، حائز اهمیت است و باید به شکل مناسبی مورد تحلیل قرار گیرد. در حال حاضر با توجه به اهمیت صنایع لبنی در کشور، راهی سراسر دنیا و نیز جذابیت بازار محصولات مصرفی ایران در دوره پساتحریم، اثرات توافق بین‌المللی ایران با کشورهای عضو باعث شده است که بازار محصولات لبنی در ایران به‌صورت خاص، مورد توجه ویژه‌ای از سوی کشورهای دیگر قرار گیرد. در ادامه به بررسی ابعاد مدل PESTLE به‌صورت مختصر در باب این صنعت می‌پردازیم.

۱- بعد سیاسی (Political):

✱ مهم‌ترین عامل در این بحث، توافق بر سر برجام است که باعث شد محدودیت‌های روابط

تجاری بین ایران و کشورهای دیگر بر داشته شود و تحریم‌ها

علیه این کشور به پایان برسد. این

اثرات بر صنعت لبنیات به‌صورت خاص تاثیرگذار خواهد بود زیرا

شرکت‌های لبنی بزرگ دنیا با به

نمای اقتصادی



نماگر اقتصادی سه ماهه دوم سال ۹۴ نشان می‌دهد

کاهش تقاضا برای سرمایه‌گذاری در بخش صنعت

بانک مرکزی نماگر اقتصادی سه ماهه دوم سال ۹۴ را منتشر کرد.

به گزارش «فرصت امروز»، براساس اطلاعات مندرج در این نماگرجواز تأسیس واحدهای صنعتی درسه ماهه اول سال جاری ۱۹۸ هزار میلیارد ریال بوده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۲.۷درصد کاهش را نشان می‌دهد. این در حالی است که میزان یاد شده در سه ماهه دوم سال جاری به ۲۶۴ هزار میلیارد ریال رسیده است که نسبت به مدت مشابه سال پیش ۲۵.۴درصد کاهش را نشان می‌دهد. براساس گزارش منتشر شده توسط بانک مرکزی میزان جواز تأسیس واحدهای صنعتی در سه‌ماهه‌اول سال گذشته ۵۶ درصد و در سه ماهه دوم ۷۷.۶ درصد رشد داشته است اما در سه ماهه سوم و چهارم به ترتیب ۷۲.۸ و ۲۷.۵ درصد کاهش داشته است که گویای عمیق شدن رکود اقتصاد و کاهش تقاضا برای سرمایه‌گذاری در بخش صنعتی‌است.

همچنین شمار پروانه‌های بهره‌برداری از واحدهای صنعتی در سه ماهه نخست امسال منفی ۱۲.۶ درصد و ارزش سرمایه‌گذاری پروانه‌های صادر شده، منفی ۲۷.۶درصد بود. این آمار در فصل تابستان در بخش شمار پروانه‌های بهره‌برداری از واحدهای صنعتی به منفی ۱.۵ درصد و از نظر ارزش سرمایه‌گذاری به منفی ۱۷.۵درصد رسید.

گفتنی است که شاخص تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی در سه ماهه اول سال ۴.۱ درصد کاهش را نشان می‌دهد. این میزان در سه ماهه دوم سال ۰.۶ درصد کاهش داشته که گویای کاسته شدن از شیب رکود اقتصادی در بخش صنعت است. ناگفته نماند شاخص کل تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور در سال ۱۳۹۳ برمیاب سال پایه ۱۳۹۰، به عدد ۹۲.۹ رسیده که نسبت به سال ۱۳۹۲ معادل ۶.۷ درصد افزایش یافته بود. نکته مهم دیگر این است که بانک مرکزی در این جاری خودداری کرده است. رشد تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت سال ۸۳ با احتساب درآمدهای نفتی ۳ درصد و بدون نفت ۲.۸ درصد اعلام شده است. نرخ بیکاری در سه‌ماهه دوم ۱۰.۹ درصد بوده است. در همین مدت نرخ بیکاری شهری ۱۲.۲ درصد و نرخ بیکاری روستایی به ۷.۴ درصد رسیده‌است. میزان نقدینگی نیز در شهریور ۹۴ نسبت به پایان سال قبل ۱۱.۶ درصد رشد داشته و سپرده‌های بخش دولتی هم از ۱۲.۷ درصد رشد برخوردار بوده است. در ۱۲ ماه منتهی به شهریور سال جاری نرخ تورم ۱۵.۱ درصد بوده است این نرخ در شهریور سال جاری نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۱.۷ را تجربه کرده‌است. نرخ تورم در شهریور سال ۹۴ نسبت به ماه مرداد ۶.۰ درصد بوده است.

اقتصاد در شبکه اجتماعی



برنامه پنجم یک‌سال تمدیدی می‌شود



یک عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس با اشاره به برخی انتقادات نمایندگان به لایحه برنامه ششم که از سوی دولت به مجلس ارائه شده، گفت که قرار است لایحه برنامه پنجم به مدت یک‌سال تمدید شود.

به گزارش ایسنا، احمد توکلی در نوشتاری که در کانال تلگرامی خود منتشر کرده، آورده است:

«قانون پنجم برنامه توسعه یک سال تمدیدی می‌شود و دولت هم پذیرفت بودجه چند دوازدهم به مجلس بیاورد.

«با تصمیم سران قوا زمان برای بررسی «لایحه منسوب به برنامه ششم توسعه» و بررسی بودجه ۹۵ برای مجلس فراهم می‌شود.

«مدتی پیش با جمعی از نماینده‌ها نسبت به اشکالات جدی لایحه دولت در خصوص برنامه ششم به آقای لاریجانی نامه‌ای نوشتم و اشکالات آن را توضیح دادیم. این لایحه اساسا نمی‌تواند اسم برنامه توسعه داشته باشد.

«حولت در ابتدای این لایحه به صراحت نوشته برنامه توسعه آن چیزی است که دولت تعیین می‌کند. این حرف با ۲۷ سال برنامه‌نویسی قبل و بعد انقلاب نمی‌خواند.

«حتی قبل انقلاب هم گفتند مجلسین باید برنامه‌های عمرانی را تصویب کنند.

«استنباه آقای روحانی این است که وقتی می‌خواهد برداشت جدیدی از قانون داشته باشند، ابتدا باید این نظر را با مجلسی‌ها محک بزنند نه اینکه به‌جای گفت‌وگو، از روش راه بنداز جابنداز استفاده کنند.

«البته هنوز هم شفاف نکرده و نپذیرفتند که قانون را تغییر داده‌اند.

« مسئله دیگر این است که گفتند حسب توافق برجام مصحت‌سنجی کردند. سوال این است که این مصحت‌سنجی چه نسبتی با قانون دارد. مگر می‌شود با مصطلحات قانون را کنار زد؟

«از طرفی سخنگوی دولت می‌گوید که ما لایحه دادیم حالا خودتان اصلاح کنید. این حرف نادرست و غلطی است. چون نه ساختار مجلس و نه قانون اجازه چنین کاری را به مجلس نمی‌دهد. در نهایت بعد از نامه‌ای که به رئیس مجلس نوشتم، آقای لاریجانی را دیدم و او هم گفت استدلال نامه را قبول دارم. آقای لاریجانی گفت هیچ‌گاه از برنامه اول تا حالا بررسی لایحه کمتر از هفت ماه نبوده است. بنابراین قرار شد برنامه پنجم یک‌سال تمدیدی شود و دولت هم بودجه چند دوازدهم دهد.

درباره پدیده خصوصی‌سازی

شرکت‌های دولتی پس از پایان جنگ تحمیلی عراق علیه ایران چند مسئله با اهمیت در میان علاقه‌مندان به سیاست و اقتصاد در ایران همیشه در کانون توجه بوده و هست. مسئله نخست این است که سهام شرکت‌های دولتی به چه نهادهایی فروخته شده است. نکته دوم این است که این سهام فروخته شده با کدام روش‌ها فروخته شده است و مسئله سوم این است که پیامدهای خصوصی‌سازی در موضوع‌هایی مثل افزایش یا کاهش بهره‌وری، اشتغال و سودآوری کدام بوده است. در شرایطی که جامعه کارفرمایان، سیاست‌ورزان و سیاست‌گذاران منتظر گزارش کلان و جامعی از این موضوع هستندداوود خانی، معاون برنامه‌ریزی، توسعه منابع

و امور پشتیبانی سازمان خصوصی‌سازی در سخنرانی خود با عنوان «بررسی عملکرد خصوصی‌سازی در حوزه صنعت و معدن» که با حضور رئیس، مدیران، اعضای هیات علمی و پژوهشگران مؤسسه برگزار شد، به بررسی سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی و عملکرد خصوصی‌سازی پرداخت. وی گفت: پس از تدوین سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، در مجموع ۱۰۹۷ بنگاه شناسایی شد که از این تعداد تا پایان سال ۱۳۹۳ حدود ۶۳ درصد از کل بنگاه‌ها (۶۸۹ بنگاه) به‌طور کامل به بخش غیردولتی واگذار شد که ۵۶۶ بنگاه مربوط به گروه ۱ (خارج از صدر اصل ۴۴) و ۱۲۳ بنگاه مربوط به گروه ۲ (صدر اصل ۴۴) بوده و در مجموع ۴۰۸ بنگاه باقی مانده است.

وی خصوصی‌سازی را روندی دانست که طی آن، در هر سطحی، دولت امکان انتقال فعالیت‌ها یا امکانات و اختیارات خود را به بخش خصوصی بررسی می‌کند و در صورت اقتضا نسبت به انجام این انتقال اقدام می‌کند. معاون برنامه‌ریزی، توسعه منابع و امور پشتیبانی سازمان خصوصی‌سازی، هدف از خصوصی‌سازی را دستیابی به نتایج کمی و کیفی عملکردها و واگذاری‌های انجام‌شده عنوان کرد.

وی با بیان اینکه نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران شامل سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی است که بخش دولتی از وسعت زیادی برخوردار است، افزود: سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، بر توسعه بخش غیردولتی از طریق جلوگیری از بزرگ شدن بخش دولتی به دو طریق واگذاری فعالیت‌های غیرصدر اصل ۴۴، «توسعه بخش تعاون» و «واگذاری منابع و پرهیز از انحصار» تاکید کرده است.

خانی با بیان اینکه در سیاست‌های اصل ۴۴ که از سال ۱۳۸۷ به اجرا درآمده



جزئیات و پیامدهای ۱۴ سال خصوصی‌سازی تشریح شد

سهم خصوصی‌ها از واگذاری فقط ۱۰درصد



است، بر حضور بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری ۲۰ درصدی بخش دولتی تاکید شده است، گفت: بخش عمده این قانون از یک سو به حضور رئیس، مدیران، اعضای هیات علمی و پژوهشگران مؤسسه برگزار شد، به بررسی سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی و عملکرد خصوصی‌سازی پرداخت. وی گفت: پس از تدوین سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، در مجموع ۱۰۹۷ بنگاه شناسایی شد که از این تعداد تا پایان سال ۱۳۹۳ حدود ۶۳ درصد از کل بنگاه‌ها (۶۸۹ بنگاه) به‌طور کامل به بخش غیردولتی واگذار شد که ۵۶۶ بنگاه مربوط به گروه ۱ (خارج از صدر اصل ۴۴) و ۱۲۳ بنگاه مربوط به گروه ۲ (صدر اصل ۴۴) بوده و در مجموع ۴۰۸ بنگاه باقی مانده است.

وی واگذاری اموال و معادن، واگذاری طرح‌ها، آزادسازی قیمت‌ها، واگذاری فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، حضور گسترده دولت با عدم وجود مجوز جهت فعالیت در گروه ۱ (خارج از صدر اصل ۴۴)، عدم کنترل سهم دولت در فعالیت‌های گروه ۲ (صدر اصل ۴۴) به جهت عدم تعیین مسئول پایش سهم مذکور و بالاخره عدم طراحی چارچوب مناسب برای اتمام طرح توزیع سهام عدالت و آزادسازی سهام مربوط را از جمله ناقض قانون سیاست‌های اصل ۴۴ در رابطه با خصوصی‌سازی عنوان کرد.

معاون برنامه‌ریزی، توسعه منابع و امور پشتیبانی سازمان خصوصی‌سازی تصریح کرد: در لایحه اصل ۴۴ قانون اساسی که در سال ۱۳۸۶ از سوی دولت تدوین شد، ماده مهمی به واگذاری بنگاه‌ها و تصدی‌ها توسط دولت به صورت بازار به بازار اختصاص داشت که براساس آن، دولت به تدریج هر بازار را در اختیار بخش‌های غیردولتی قرار می‌داد و خارج می‌شد و دولت خروج یا بازسازی گروه ۱ (خارج از صدر اصل ۴۴) بود، اما این ماده در فرآیند قانون‌گذاری حذف شد.

وی از جمله روش‌های خصوصی‌سازی را واگذاری شرکت‌ها به عموم، فروش شرکت‌ها به مشتریان خاص، واگذاری طرح‌های دولت، فروش اموال یا دارایی‌های دولت، اجازه حضور بخش غیردولتی در افزایش سرمایه‌های جدید شرکت‌ها، واگذاری فعالیت‌های دولت در قالب اجاره و برون‌سپاری

فعالیت‌های تصدی عنوان کرد و افزود: مهم‌ترین روش‌های خصوصی‌سازی شامل عرضه عمومی از طریق (بورس‌های داخلی و خارجی)، عرضه بنگاه یا سهام بلوکی از طریق مزایده عمومی و مذاکره است. خانی تصریح کرد: در فرآیند خصوصی‌سازی واگذاری اموال و سهام از طریق بورس و فرابورس، مزایده عمومی، مذاکره، تهاثر بدهی دولت از طریق تخصیص مستقیم یا عرصه رقابتی، تخصیص سهام عدالت و بالاخره واگذاری سهام ترجیحی کارکنان و بازنشستگان صورت می‌گیرد.

وی ادامه داد: اجرای خصوصی‌سازی تنها مربوط به این دوره نبوده و حتی قبل از انقلاب در قانون برنامه اول دولت به اینارگران و کارکنان، واگذاری سهام دولتی در قوانین بودجه سنواتی، برنامه‌های سوم و چهارم و سرانجام قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مورد توجه قرار گرفته است.

وی افزود: پس از تدوین سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، در مجموع ۱۰۹۷ بنگاه مورد شناسایی قرار گرفت که از این تعداد تا پایان سال ۱۳۹۳ حدود ۶۳ درصد از کل بنگاه‌ها (۶۸۹ بنگاه) به‌طور کامل به بخش غیردولتی واگذار شد که ۵۶۶ بنگاه مربوط به گروه ۱ (خارج از صدر اصل ۴۴) و ۱۲۳ بنگاه مربوط به گروه ۲ (صدر اصل ۴۴) بوده و در مجموع ۴۰۸ بنگاه باقی مانده است.

خانی بیان کرد: واگذاری ۴۹ درصد از بنگاه‌ها به صورت فروش، ۱۴ درصد به صورت انحلال، تحصیل ورشکسته و ۵/۱ درصد در برنامه واگذاری سال ۹۴ بوده است. همچنین تعداد بنگاه‌های باقی‌مانده و جدید شناسایی‌شده (درحال تصویب) در مجموع ۶۲۲ بنگاه است که از این تعداد، ۱۴۹ بنگاه از قبیل نیروگاه‌ها قابل تحریمی اجرا می‌شد واگذاری هستند.

معاون برنامه‌ریزی، توسعه

منابع و امور پشتیبانی سازمان خصوصی‌سازی با اشاره به واگذاری‌های انجام شده از سال ۱۳۸۰ تا پایان آذرماه ۱۳۹۴ گفت: سهم بخش خصوصی حدود ۲/۱۸ درصد است (که البته سهم واقعی آن پس از کسر واگذاری تدریجی و ترجیحی به ۹/۱۳ درصد کاهش می‌یابد، همچنین، سهم واگذاری سهام عدالت (۶/۲۱ درصد) و باقی‌حدود ۲/۶۰ درصد است. از سوی دیگر، از ۱۳۹۰ هزار میلیارد تومان واگذاری انجام شده از سال ۱۳۸۰، تا دی ماه ۱۳۹۴، ۸/۹۵ درصد بلوکی، ۳/۱ درصد تدریجی و ۱/۱ درصد ترجیحی بوده است.

وی ادامه داد: علاوه براین، ۶/۴۸ درصد از واگذاری‌ها از طریق بورس، ۸/۱۲ درصد فرابورس، ۲/۰ درصد مذاکره ۴/۳۸ درصد از طریق مزایده صورت گرفته است. از نقطه نظر نوع واگذاری نیز حدود ۸/۵۷ درصد از واگذاری‌ها انجام شده در دوره یاد شده، ۸/۵۷ درصد از طریق فروش سهام یا دارایی به عموم متقاضیان، ۷/۲۰ درصد از طریق رد دیون اصل سهام و مابقی از طریق انتقال مستقیم سهام یا دارایی بابت سهام عدالت عرضه شده است.

وی اظهار کرد: همچنین انتقال اصل سهام یا تخصیص منابع واگذاری به رد دیون و یا سایر عناوین هزینه‌ای خاص سیاست‌های مزبور انجام شده است. عملکرد واگذاری‌ها به تفکیک بخش‌های مختلف از جمله نفت (۳۳درصد)، صنعت، معدن و تجارت (۲۸ درصد)، نیرو (۱۴ درصد) و سایر (۱۵ درصد) بوده است. خانی ارزش واگذاری شرکت‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت را بر حسب مادر تخصصی از سال ۱۳۸۰

تا دی ماه ۱۳۹۴ حدود ۲۱۵،۳۹۳ میلیارد ریال عنوان کرد و افزود: ۲۲ درصد از آن از طریق بخش خصوصی، ۱۳ درصد از طریق سهام عدالت و مابقی از طرق دیگری از جمله (نهادهای نظامی، عمومی، انقلاب اسلامی، تعاونی، رد دیون) عرضه شده است. بیشترین ارزش واگذاری مربوط به سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (۴/۷۶ درصد) و کمترین ارزش واگذاری مربوط به سازمان زمین‌شناسی و اکتشاف معدنی کشور (۰۰۲/۰ درصد) است.

وی ادامه داد: نسبت واگذاری شرکت‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز از سال ۱۳۸۰ تا دی ماه ۱۳۹۴ به تفکیک صنعتی (۶۷درصد) و معدنی (۳۳ درصد) بوده و در فهرست واگذاری‌های سال ۹۴ نیز تعداد ۴۵ بنگاه از زیرمجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد توجه قرار گرفته‌اند که به‌طور عمده زیرمجموعه سازمان‌های ایدرو و آبیمدرو هستند اما همچنان واگذاری ۲۰ درصد از سهام به بخش دولتی مورد نظر است.

وی خاطرنشان کرد: به منظور ارزیابی عملکرد شرکت‌های واگذارشده، ۵۴ شرکت با سهام کنترلی واگذارشده در سه سال قبل و حداقل سال بعد از خصوصی شدن تا انتهای سال ۱۳۹۳ با استفاده از مدل EFQM و براساس چهار معیار (مالی و بورس، اشتغال و بهره‌وری، اشتغال و منابع انسانی و مدیریت فرآیند و نوآوری) و ۲۶ زیرمعیار مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج حاکی از آن است که پس از واگذاری، ۸۰ درصد از شرکت‌ها افزایش سودآوری، ۶۳ درصد بازدهی دارایی، ۵۰ درصد افزایش در بهره‌وری کل، ۸۰ درصد افزایش در بهره‌وری نیروی کار، ۶۷ درصد افزایش در معیار اقتصادی و بهره‌وری، ۴۳ درصد افزایش در اشتغال و منابع انسانی داشته‌اند. علاوه براین، تعداد شاغلان کل شرکت‌ها بعد از خصوصی‌سازی با ۱۱/۰ درصد افزایش، از ۱۲۶، ۵۸۳ نفر افزایش یافته است.

وی با بیان اینکه در قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ بر کسب درآمد بیشتر، و نه صلاحیت حرفه‌ای خریداران و کارایی بنگاه‌ها، تاکید شده است، افزود: عمق اندک بازار سرمایه و نبود سرمایه‌های بزرگ، توجه نکردن به اصلاح ساختار و شفاف‌سازی وقایع مالی قبل از واگذاری و به‌طور همزمان عدم آزادسازی بازار (انحصار)،

انتخاب بالاترین قیمت پایه در عرضه بنگاه‌ها و انتخاب ارزش روزخالص دارایی‌ها (انحلال بنگاه) به‌عنوان مبنای اکثر قیمت پایه‌ها از جمله چالش‌های اجرای قانون یاد شده است.

گزارش ۲

یک میلیون بشکه نفت صادر کنند؟ در این صورت درآمد ارزی حاصل از صادرات نفت به شدت آسیب می‌دید و اقتصاد ایران سرنوشت نامعلومی پیدا می‌کرد.

این اقتصاددان گفت: خوشبختانه بازار سهام در هفته‌های سبزی شده و پس از برجام در مسیر صعود قرار گرفته است و در صورتی که مراقب باشیم حبابی نشود روزهای بهتری پیش‌روی بازار است. وی یادآور شد که بازار مسکن آنقدر رکود عمیقی دارد

بابلسر این پرسش را مطرح کرد: اگر تحریم‌ها به همان سرعت و شدت ادامه پیدا می‌کرد و همه مفاد قطعه‌نامه‌ای تحریمی اجرائی می‌شد اکنون چه وضعی داشتیم؟

وی توضیح داد: در یکی از مواد قطعه‌نامه‌های چندگانه صادر شده آمده بود که می‌توان و باید برای تشدید فشارها علیه اقتصاد ایران هر سال ۲۰۰هزار بشکه از صادرات نفت ایران از بازار خارج شود. اگر فقط همین یک ماده تحریمی اجرا می‌شد آیا امروز ایران می‌توانست سالانه

خبر



طیبنیا در ژاپن عنوان کرد

احتمال عقد قرارداد

میان رنو و سایپا



وزیر امور اقتصاد و دارایی در جریان سفر خود به ژاپن ضمن دیدار با وزیر اقتصاد ژاپن، با پژوهشگران اقتصادی ژاپن و برخی صاحبان صنایع این کشور دیدار کرد و در گفت‌وگو با یک نشریه ژاپنی از احتمال انعقاد قراردادی میان شرکت خودروسازی رنو و سایپا خبر داد.

به گزارش ایسنا، علی طیبنیا سه‌شنبه هفته گذشته به قصد توسعه روابط اقتصادی با ژاپن، تهران را به مقصد توکیو ترک کرد.

او روز چهارشنبه در جریان یکی از برنامه‌های کاری خود در این سفر که در موسسه اقتصاد انرژی ژاپن برگزار شد، در یک برنامه سخنرانی نسبت به حضور سرمایه‌گذاران ژاپنی در ایران به قصد مشارکت در اجرای پروژه‌های کشور به اشکال مختلف در ایران ابراز علاقه کرد و خواهان تقویت زمینه روابط راهبردی دو کشور شد. وزیر اقتصاد همچنین از برنامه‌ریزی‌های وزارت اقتصاد و دارایی در راستای بهبود محیط کسب‌وکار سخن گفت و اظهار کرد: در دو سال گذشته رتبه جهانی ایران در فضای کسب‌وکار بهبود یافته و انتظار داریم رتبه ایران در سال آینده ۱۴ یا ۱۵ رتبه دیگر نیز ارتقا پیدا کند و قصد داریم تا پایان برنامه ششم توسعه یعنی پنج سال آینده، ایران را در میان ۵۰ کشور برتر در حوزه کسب‌وکار قرار دهیم.

طیبنیا که در جمع پژوهشگران اقتصادی و همچنین اصحاب رسانه سخن می‌گفت، از آمادگی ایران برای ارائه پروژه‌های مختلف کشور به سرمایه‌گذاران خارجی سخن گفت و بیان کرد: این پروژه‌ها در صنایع بالادستی و پایین‌دستی نفت، صنایع پتروشیمی، خودروسازی، ماشین‌سازی، داروسازی، گردشگری و معادن تعریف شده‌اند. ادامه سفر طیبنیا به ژاپن، وی با برخی از سیاستون از جمله نمایندگان مجلس ژاپن دیدار کرد که در این دیدارها، بر افزایش همکاری‌ها دو کشور تاکید شد. همچنین با نمایندگان ۶۰ شرکت مطرح ژاپنی از جمله شرکت‌های خودروسازی و صنایع الکترونیک، نفت و بانک دیدار کرد و در گفت‌وگو با یک نشریه ژاپنی از احتمال انعقاد قراردادی میان سایپا و رنو خبر داد. طیبنیا همچنین فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصاد ایران را برای این نشریه ژاپنی تشریح کرد. وزیر اقتصاد، در ادامه سفر کاری خود به ژاپن با «تارو آسو» وزیر دارایی ژاپن دیدار و با او درباره زمینه همکاری اقتصادی دو کشور گفت‌وگو کرد. طیبنیا در این گفت‌وگو به علل عقب‌ماندن ژاپن از چین در خودروسازی اشاره و اظهار کرد: مشکل ژاپن در صنعت خودروسازی قیمت تمام‌شده بالاتست که همین موضوع قدرت رقابت با چین را از ژاپن گرفته است.

او با تشویق ژاپنی‌ها به سرمایه‌گذاری در ایران گفت: انرژی و نیروی کار ارزان در ایران و وجود بازار بزرگ منطقه، مزیت خوبی برای ژاپنی‌ها محسوب می‌شود تا با استفاده از توان فنی خود، بتوانند محصولات خود را رقابتی کنند.

تارو آسو وزیر دارایی ژاپن نیز از آمادگی کشورش برای انتقال تکنولوژی از جمله سرمایه‌گذاری‌های مشترک در پروژه‌های زیر بنایی و اقتصادی به ایران خبر داد و اظهار کرد که سفر طیبنیا تاثیر فراوانی در افزایش سطح مناسبات سیاسی ایران و ژاپن و همچنین توسعه همکاری‌های اقتصادی دو کشور بر جای خواهد گذاشت.

ضمانت ۱۰میلیارد دلاری برای جذب ژاپنی‌ها

منابع ژاپنی اعلام کردند، دولت ایران به ارزش ۱۰میلیارد دلار پروژه‌های توسعه‌ای را که از سوی شرکت ژاپنی در ایران انجام می‌شود، تضمین خواهد کرد. به گزارش تسنیم به نقل از پایگاه خبری نیکی، دولت‌های ایران و ژاپن در حال طراحی ترتیباتی هستند که شرکت‌های ژاپنی را تشویق به سرمایه‌گذاری در ایران بعد از لغو تحریم‌ها می‌کند.

دولت ایران به ارزش ۱۰میلیارد دلار پروژه‌های توسعه‌ای را که از سوی شرکت‌های ژاپنی برعهده گرفته می‌شود، تضمین خواهد کرد. این پروژه‌ها در بخش‌های مختلف از توسعه منابع طبیعی گرفته تا ساخت نیروگاه‌های جدید پیش‌بینی شده است.

متو هاپاشی، وزیر اقتصاد و تجارت ژاپن و علی طیبنیا، همتای ایرانی‌اش روز جمعه در توکیو با هم دیدار و یادداشت تفاهم همکاری امضا کردند.

شرکت‌های ژاپنی معمولاً پروژه‌های برون مرزی مهم را از طریق بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری نیپون یا از طریق وام‌های اتحادیه‌های صنفی که توسط بانک همکاری‌های بین‌المللی ژاپن ترتیب داده می‌شود، بیمه می‌کنند. براساس ترتیبات پیشنهادی مذکور، دولت ایران قرار است پوشش بیمه‌ای پیشنهادی از سوی بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری نیپون و وام‌های اعطایی از سوی بانک همکاری‌های بین‌المللی ژاپن را تضمین کند و از این طریق مانع از هر گونه ضرر و زیان این دو نهاد ژاپنی می‌شود. این تضمین دولتی احتمالاً به پروژه‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت اختصاص خواهد یافت. دولت ژاپن همچنین تصمیم گرفته‌مواقفنامه سرمایه‌گذاری را با ایران به امضا برساند. این موافقتنامه قرار بوده است تا روز گذشته به امضای فومیمو کیشیدا، وزیر امور خارجه و علی طیب نیا برسد.

توافق مذکور شامل حمایت از شرکت‌های ژاپنی سرمایه‌گذار در ایران و دارایی‌های آنها خواهد بود. این توافق همچنین قرار است به بهبود شفاف‌سازی مقررات کمک کند. دولت ژاپن که امیدوار است این موافقتنامه تابستان امسال اجرایی شود، قصد دارد آن را به تصویب پارلمان این کشور برساند.

آزموده

وقتی برندها نیکوکار می شوند

ترجمه و گردآوری:رویا پاک سرشت

فضای رقابتی شدید بین تولیدکننده‌های بزرگ باعث می‌شود آنان تکنیک‌های مختلفی را برای پیروزی در رقابت فروش و جذب مصرف‌کنندگان امتحان کنند. این تکنیک‌ها اغلب تبلیغ‌محور بوده و برای نشان دادن کیفیت و خدمات منحصره‌فرد شرکت مذکور تلاش می‌کنند. یکی از تکنیک‌های برندهای مشهور برای جلب اعتماد و نظر مثبت مصرف‌کنندگان، شرکت در رویدادهای خیریه یا پروژه‌های انسان‌دوستانه است. برندها نام‌آشنا و معتبر خوراک، پوشاک، دارو، ... برآرها در چنین رویدادهایی شرکت کرده‌اند و به نظر می‌رسد نتایج قابل قبولی هم به دست آورده‌اند.

اول پژوهش سپس عملکرد

همکاری برندها در پروژه‌های بزرگ نیکوکاری، بسیار پیچیده‌تر از اسپانسرینگ با فعالیت‌های مشابه است. برندهای معتبر ابتدا باید در حوزه‌ای که قصد فعالیت نیکوکارانه دارند، پژوهش کنند، تناسب داشتن نام، اعتبار و حیطه فعالیت‌های برند مورد نظر با نوع فعالیت خیرخواهانه، از اهمیت بسزایی برخوردار است. نکته ثانویه، چگونگی اجرای چنین پروژه‌هایی است، چگونگی تبلیغات، فراخوان‌ها و آگاهی‌های پیرامون این قبیل فعالیت‌ها بر کیفیت اجرا و عملکرد آنها موثر است. درواقع چنین پروژه‌هایی به ترسیم چشم‌اندازی روشن از آنچه قرار است اتفاق بیفتد نیاز دارند. برای مثال اهدای کمک‌های مالی خیریه مثل ارقامی که شرکت‌هایی چون اپل، گوگل، موسسات تحت سرپرستی وارن بافت و... در طول سال به موسسات خیره اهدا می‌کنند، با مشارکت کالامحور، مثل فعالیت‌های برندهای خوراک و پوشاک بسیار متفاوت است.

تکیه بر تبلیغات حرفه‌ای

خوانان‌خواه بسیاری از برندها با هدف دیده شدن و جذب مخاطب بیشتر وارد فعالیت‌های بشردوستانه می‌شوند، بنابراین یکی از مهم‌ترین گام‌ها در چنین فعالیت‌هایی، انتخاب یک شعار مناسب است؛ شعاری که هم ترغیب‌کننده به عمل نیکوکارانه باشد و هم حضور برند مذکور را به رخ بکشد. نصب بیلبورد، اطلاع‌رسانی مجازی، دعوت به همکاری و مواردی مشابه، از مراحل بعدی کار خواهند بود. همچنین در تبلیغات باید مشخص و شفاف شود که روش کمک‌های انسان‌دوستانه یا خیریه دقیقاً به چه شکل است، بسیاری از چنین پروژه‌هایی اغلب به علت تردید مخاطبان به صداقت در عملی شدن تمامی وعده‌ها، عملاً بازدهی چندانی نداشته‌اند.

انواع رویدادهای انسان‌دوستانه

شرکت‌های مختلف، راه‌های پرشماری برای فعالیت‌های نیکوکارانه دارند، اما متداول‌ترین راه‌ها شامل دسته‌بندی زیر است:

رویدادهای آموزش‌محور: چنین رویدادهایی اغلب با هدف آموزش رایگان به مصرف‌کنندگان کالا و خدمات صورت می‌گیرد، ارائه کاتالوگ‌ها، سی‌دی‌ها، جزوه‌ها و برگزاری سمینارهای رایگان آموزشی شامل این بخش می‌شوند.

رویدادهای پژوهش‌محور: گاهی برخی برندها با حضور در یک پروژه پژوهشی که نیاز به حامی مالی دارد، امتیاز و وجهه مثبت فعالیت مذکور را به نام خود پیوند می‌دهد، چنین فعالیتی اگرچه زمان‌بر و پریسک است، اما در صورت موفقیت بازدهی مالی بسیار بالایی برای شرکت سرمایه‌گذار خواهد داشت. **رویدادهای کالامحور:** در چنین رویدادهایی یک برند با ارائه کالاهای خود به شکل رایگان، هدفی خاص را دنبال می‌کند، برای مثال پروژه‌های سازمان ملل و یونیسف در آفریقا اغلب از چنین همکاری‌هایی کمک می‌گیرند، برندهای خوراک و تولیدکننده دارو اغلب با ارائه رایگان برخی محصولاتشان به مناطق محروم وجهه اجتماعی خود را ارتقا می‌بخشند. تجربه نشان داده چنین روشی، یعنی ارائه کالاهای رایگان، در صورت صداقت دست‌اندرکاران و اجرای صحیح، بازخورد بسیار بالایی مخاطبان را جذب خواهد کرد.

رویدادهای جذب سرمایه: منظور از چنین رویدادهایی حضور یک برند در یک همایش خیریه با حراج کالا و جذب بودجه برای انجام یک کار خیر است.

رویدادهای عمرانی: این نوع حضور برندها در فعالیت‌های انسان‌دوستانه، بسیار سنتی و در عین حال همسپار پرمخاطب است، ساخت مدرسه، آبداساری یک مسیر پرتردد در مناطق محروم، تجهیز محیط بازی کودکان، احداث مراکزی برای حمایت از کودکان بی‌سرپرست و... همگی جزو فعالیت‌هایی هستند که نام یک برند را جلودان و پربازدید می‌کند. اگرچه چنین پروژه‌هایی هزینه زیادی می‌طلبد ولی خوش‌نامی بی‌ظنری نیز به برند مذکور هدیه می‌دهد.

نظرات متناقض در مورد برندهای لوکس

برخی نام‌های تجاری نه‌فقط در سطح یک کشور، بلکه در سطح بین‌المللی شناخته شده و مطرح هستند، حضور چنین نام‌هایی در پروژه‌های خیریه همیشه با استقبال روبه‌رو نمی‌شود و گاه حواشی و منتقدانی دارد. کارلوس توری، استاد بازاریابی دانشگاه مینه‌سوتا معتقد است، حضور برندهای بسیار لوکس و اشرافی که متعلق به طبقه مالی خاصی هستند، در پروژه‌های خیریه چندان نکته مثبتی ندارد و اغلب مخاطبان را دچار سردرگمی می‌کند، چراکه قیمت‌ها و نوع اجناس چنین برندهایی شناختنی با حمایت از طبقه محروم نخواهد داشت. با این حال کاترین واکر، پژوهشگر و فعال در موسسات خیریه انگلستان معتقد است، جذب برندهای معتبر و لوکس، مثل برندهای ساعت‌های مجی گران‌قیمت در پروژه‌های انسان‌دوستانه و خیریه کارکردی مثبت دارند، به شرط آنکه به‌درستی مدیریت و هدایت شوند.

فشارهای اجتماعی و تبلیغاتی آغازگر جنبش مسئولیت اجتماعی در دنیا بود، اما با گذشت زمان و با ایجاد درک و شناخت بهتر نسبت به تاثیر متقابل عملکرد بنگاه و جامعه این رویکرد تغییر یافته و به یکی از خطوط استراتژیک فعالیت‌ها و تصمیمات مدیریتی مبدل شد. این در حالی است که قبول و انجام مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند به‌صورت غیر مستقیم برای بنگاه‌ها، سوددهی نیز داشته باشد. در این نوشتار مسئولیت اجتماعی و تغییر پارادایم بنگاه‌های اقتصادی از جنبه‌های گوناگون مورد بررسی قرار گرفته است.

همکاری با یکدیگر را بهتر بشناسند و ارتباطات غیررسمی خود را گسترش دهند که این همکاری می‌تواند حوزه‌های شهری، معضلات و آسیب‌های اجتماعی و توسعه جوامع محلی را در بر گیرد تا این همکاری در درآمدت به یک مشارکت استراتژیک بینجامد.

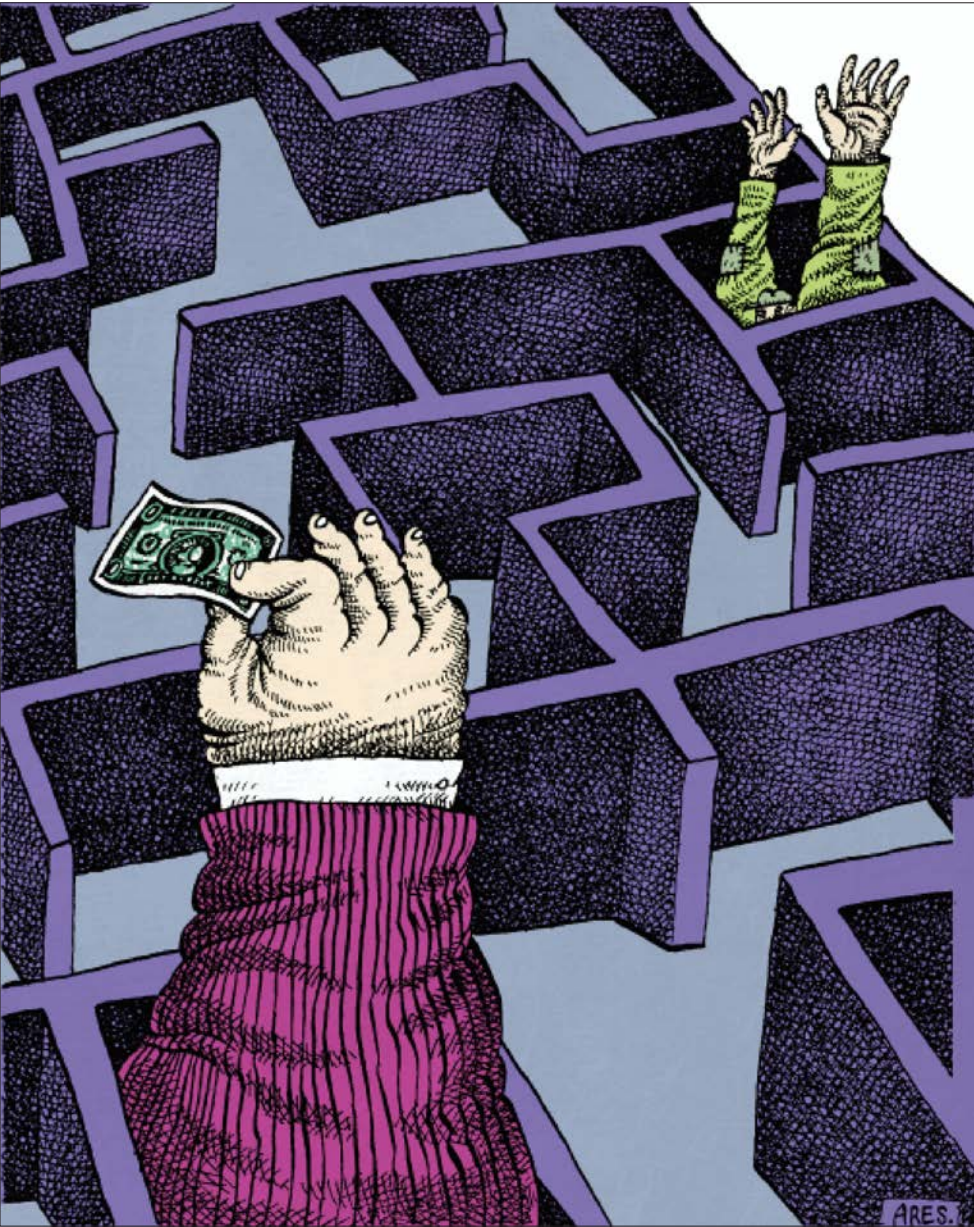
انتظارات مردم فراتر از چارچوب‌های اقتصادی

امروزه انتظارات و توقعات اکثریت مردم از شرکت‌ها، فراتر از چارچوب‌های اقتصادی بوده و به خواست‌های اجتماعی گماذره است. همین امر (طلب‌کردن انتظارات اجتماعی از سازمان‌ها) نقش نهادهای عمومی چون شهرداری‌ها را در سیاست‌گذاری بیش از پیش شهر ساخته است. سازمان ملل نیز در برنامه شهر می‌عاهده جهانی سازمان ملل که از سال ۲۰۰۳ آغاز شده شهرداری‌های بزرگ دنیا را درگیر کرده تا استاندارد و کیفیت زندگی شهری را از طریق ترویج مشارکت بخش خصوصی، بخش جامعه مدنی و دولت بهبود بخشند. این برنامه براساس مدل ملیون است که موجب گسترش و تقویت این مشارکت سه‌گانه می‌شود. این مدل توانمندسازی و ظرفیت‌سازی محلی و درگیر کردن ذی‌نفعان غیرسنتی و بخش خصوصی، بنگاه‌های اقتصادی را تشویق می‌کند.

در کشور ما اما این موضوع نسبتا جدید است، با این همه و با توجه به رویکرد مدیریت بنگاه‌های اقتصادی و اهتمام آن به فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی و توسعه اجتماعی در سال‌های اخیر و همچنین تاکید بر مدیریت جهادی، به نظر می‌رسد مدیریت بنگاه‌های اقتصادی می‌تواند از ظرفیت‌های خود در جهت نهادینه کردن، ترویج و تشویق این موضوع با همکاری ذی‌نفعان زیرمجموعه خود و حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد در اجرای این طرح با هدف حل برخی از معضلات اجتماعی گام موثر و پیش‌برنده‌ای بردارد، هرچند نمونه‌های موفق از تعریف و اجرای پروژه‌های مسئولیت اجتماعی و نگاه استراتژیک به این موضوع در بنگاه‌های اقتصادی ایران را شاهد هستیم ولی بهره‌برداری کادکتری از این موضوع برای خلق ارزش مشترک میان بنگاه اقتصادی و سایر ذی‌نفعان انجام نگرفته است. این مهم با تدبیر و برنامه‌ریزی مدیران ارشد سازمان و همسو کردن آن با اهداف و استراتژی‌های سازمانی مسر می‌شود. شرکت‌هایی که استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را به‌خوبی توسعه داده‌اند، اهداف روشن‌تری از قبیل اقدامات کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت برای رسیدن به اهداف مورد نظر خواهند داشت. در حقیقت پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی در بنگاه یک خرجه است که طی آن احترام موجب شهرت می‌شود، شهرت اعتماد به همراه می‌آورد و اعتماد منجر به وفاداری مصرف‌کنندگان می‌شود و وفاداری همان چیزی است که برای شرکت ثروت به همراه می‌آورد. این وفاداری با تصمیمات رفتارها و شیوه‌های کسب‌وکار به دست می‌آید. با اهمیت یافتن وفاداری در سال‌های اخیر، شهرت نیز اهمیت دوچندان یافته است. امروزه با گسترده‌تر شدن رسانه‌ها و مخاطبان، ریسک‌های زیادی بر سر راه شهرت شرکت‌ها وجود دارد. با استفاده از مسئولیت اجتماعی و با در نظر گرفتن ریسک‌ها، یک سازمان باید بتواند انتظارات ذی‌نفعانش را مدیریت کند. درواقع اگر با وفای جهش از یک سطح تعریف می‌کنند؟ چراکه در صورت جهش از یک سطح تعریف می‌کنند؟ چراکه در دیگر در این قاره، بازار آفریقا به بزرگ‌ترین بازار محصولات مایکروسافت تبدیل خواهد شد.

چرا شرکت‌های نفتی بزرگ چون «شل» نزدیک به ۵درصد درآمد خود را صرف سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه روی انرژی‌های تجدیدپذیر می‌کنند؟ چرا که هم‌اکنون در بازار سوخت‌های فسیلی رهبر بازار هستند و می‌خواهند هنگامی که سوخت‌های فسیلی به اتمام رسید، همچنان رهبر بازار انرژی باقی بمانند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای شهرداری‌ها و بنگاه‌های فعال در حوزه شهری و شهرسازی نیز جذاب است، زیرا آنها را قادر می‌کند تلاش‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌ها را جایگزین، تکمیل یا قانونی کنند و مکمل نقش سنتی آنها در تدوین سیاست‌گذاری اجتماعی کارا باشند. تدوین سیاست‌گذاری به منظور درگیر شدن بنگاه‌های اقتصادی در مسائل جامعه توسط نهادهای عمومی چون شهرداری کمک شایانی به شهرداری و بنگاه‌های اقتصادی می‌کند تا فرصت‌های

نسبت به نحوه فعالیت بنگاه‌ها را نیز در پی داشته است. در پی افزایش فشارهای عمومی بنگاه‌ها ناچار شده‌اند تا در مورد دامنه فعالیت‌های اجتماعی خود تجدیدنظر کنند. به دنبال افزایش آگاهی عمومی نسبت به عواقب اجتماعی و زیست‌محیطی احتمالی ناشی از فعالیت بنگاه‌ها بر جوامع، ذی‌نفعان بنگاه‌ها استانداردهای عملکرد جدیدی برای کسب‌وکار بنگاه‌ها تدوین کرده‌اند. این استانداردها بنگاه‌ها را ملزم می‌کند تا فعالیت‌های خود را از جنبه تحقق و انطباق با ارزش‌ها، منافع و انتظارات جامعه و ذی‌نفعان مورد بررسی و نظارت قرار دهند. اگر چه



به‌گونه‌ای انتخاب شوند و به عمل درآیند که گشت زمان و با ایجاد درک و شناخت بهتر نسبت به تاثیر متقابل عملکرد بنگاه و جامعه و به‌صورت این رویکرد تغییر یافته و به یکی از خطوط استراتژیک فعالیت‌ها و تصمیمات مدیریتی مبدل شد. یکی از مهم‌ترین تحولات ایجاد شده در اندیشه مسئولیت اجتماعی، تغییر دیدگاه از اقدامات صرفا انسان‌دوستانه توسط بنگاه‌ها به سمت اقدامات انسان‌دوستانه و در عین حال استراتژیک بود. به این معنا که سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی و زیست‌محیطی انجام شده توسط بنگاه‌ها باید با بازده اقتصادی برای بنگاه نیز همراه باشد. به بیان دیگر، بنگاه‌ها باید به انتخاب و انجام فعالیت‌های خیرخواهانه و فعالیت‌های اقدام‌کنند که تاثیری متقابل بر عملکرد بنگاه و رشد جامعه داشته و برای هر دو به‌طور هم‌زمان منفعت به بار آورد. این طرز تفکر باعث ایجاد تحولاتی عظیم در عرصه کسب‌وکار بنگاه‌ها شد و باعث شد توجه به مسئولیت اجتماعی از یک اجبار، وظیفه یا اقدام خیرخواهانه صرف به منبعی از فرصت، نوآوری و مزیت رقابتی برای بنگاه تبدیل شود. در عصر حاضر، مسئولیت اجتماعی بنگاه به رویکردی جدایی‌ناپذیر و بلندمدت در موفقیت سازمان مبدل شده است به‌گونه‌ای که مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌دانند، آنها پیش‌بینی می‌کنند که تقاضای مصرف‌کنندگان و کارکنان برای حمایت از مسائل اجتماعی بر استراتژی پنج ساله آینده آنها تاثیرگذار خواهد بود.

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها؛ دغدغه‌ای جهانی

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها در سال‌های اخیر به دغدغه‌ای جهانی و رو به افزایش در میان دولت‌ها و مدیران بنگاه‌ها مبدل شده است. حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی در سطح جهانی از رشد جهانی بنگاه‌ها نشأت می‌گیرد. رشد و توسعه بنگاه‌ها در سطح جهانی علاوه بر کمک به رونق اقتصادی جوامع، افزایش نگرانی عمومی و کاهش اعتماد

مسئولیت اجتماعی برای بنگاه‌ها سودآور است

تاماز سیدمصطفایی

مدیر اجرایی موسسه نیکوکاری مهر آفرین

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها در سال‌های اخیر به دغدغه‌ای جهانی و رو به افزایش در میان دولت‌ها و مدیران بنگاه‌ها مبدل شده است. حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی در سطح جهانی از رشد جهانی بنگاه‌ها نشأت می‌گیرد. رشد و توسعه بنگاه‌ها در سطح جهانی علاوه بر کمک به رونق اقتصادی جوامع، افزایش نگرانی عمومی و کاهش اعتماد

بنگاه‌های اقتصادی به‌طور سنتی در همان ابتدا به دنبال کسب سود از طریق برآورده ساختن بعضی از خواسته‌ها و نیازهای بازار هستند. اگر در فعالیت‌های خود موفق بوده و رشد کنند، معمولا با درخواست‌هایی برای کمک به عوامل و موضوعات ارزشمند اجتماعی مواجه می‌شوند. این کمک‌ها ممکن است به‌صورت مشارکت‌های کوچک و کمک‌های مودی یا حتی ایجاد کمپین‌های بازاریابی اجرا شوند.

در طول زمان، عموم جامعه از بنگاه‌های اقتصادی انتظار خواهند داشت که به‌عنوان موتورهای توسعه اجتماعی و فرهنگی عمل کنند و تنها موتورهای کسب سود نباشند. تعداد روزافزونی از مصرف‌کنندگان در مورد شرکت‌ها با توجه به سطح مشارکت آنها در فعالیت‌های عمومی و اجتماعی قضاوت خواهند کرد. برخی شرکت‌ها با قرار دادن چالش‌های اجتماعی در شاخص‌های شخصیتی خود ممکن است به نتایج مطلوب‌تری برسند. این شرکت‌ها جامعه را متحول می‌سازند.

بنگاه‌ها و فعالیت‌های بشردوستانه

بیشتر این بنگاه‌ها مسائل اجتماعی را از طریق فعالیت‌های بشردوستانه مورد توجه قرار می‌دهند. شرکت‌ها بخشی از درآمد خود را به فعالیت‌های خیریه و معضل‌های خاص اجتماعی تخصیص می‌دهند. فعالیت‌های بشردوستانه منحصر به بازارهای بالغ جهان غرب نیست و حتی در بازارهای نوظهور نیز بسیار متداول است. بررسی‌های مریل لینچ کپمپننی نشان می‌دهد که میلیون‌های آسیایی ۱۲درصد از ثروت خود را صرف مسائل اجتماعی می‌کنند، در حالی که این عدد در آمریکای شمالی تنها ۸درصد و در اروپا ۵درصد است.

بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی فعال در امور بشردوستانه، از یک موضوع خاص مورد توجه مصرف‌کنندگان یا کارکنان خود حمایت می‌کنند. شرکت آون بیش از یکصد میلیارد دلار به تحقیقات در مورد سرطان سینه کمک کرده است. واضح است که بانوان نخستین مشتریان و مصرف‌کنندگان محصولات آون هستند و این شرکت به این جهت به این موضوع می‌پردازد که موضوع اصلی مرتبط با خانم‌هاست. موتورلا هم از ارتقای تردیس در تحقیق در مدارس و دانشکده‌های مهندسی سود خواهد برد چراکه مهندسان زیادی از آن مدارس استخدام خواهد کرد. در سال‌های اخیر فعالیت‌های بشردوستانه و بازاریابی حمایتی بسیار متداول شده است. یک نظرسنجی جهانی توسط ادمن نشان می‌دهد ۵۸درصد از مصرف‌کنندگان برندهای با مسئولیت اجتماعی را ترجیح می‌دهند، ۷۰درصد حاضر به پرداخت مبلغ بیشتری برای آن هستند و ۵۵درصد آن‌را به خانواده و دوستان نیز توصیه می‌کنند. بنگاه اقتصادی از این واقعیت آگاهند، این شرکت‌ها به‌خوبی می‌دانند که دیدگاه کارکنان، مصرف‌کنندگان و به‌طور گسترده‌تر، عموم مردم نسبت به شرکت تنها بر پایه کیفیت محصولات و خدمات آنها نیست، بلکه بر پایه میزان مسئولیت اجتماعی آنها نیز است. آنها پیش‌بینی می‌کنند که تقاضای مصرف‌کنندگان و کارکنان برای حمایت از مسائل اجتماعی بر استراتژی پنج ساله آینده آنها تاثیرگذار خواهد بود.

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها؛ دغدغه‌ای جهانی

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها در سال‌های اخیر به دغدغه‌ای جهانی و رو به افزایش در میان دولت‌ها و مدیران بنگاه‌ها مبدل شده است. حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی در سطح جهانی از رشد جهانی بنگاه‌ها نشأت می‌گیرد. رشد و توسعه بنگاه‌ها در سطح جهانی علاوه بر کمک به رونق اقتصادی جوامع، افزایش نگرانی عمومی و کاهش اعتماد نسبت به نحوه فعالیت

بنگاه‌ها را نیز در پی داشته است. در پی افزایش فشارهای عمومی از سوی نهادهای قانونگذاری، تشکل‌های مردمی، حامیان حقوق بشر و طرفداران حفظ محیط‌زیست، بنگاه‌ها ناچار شده‌اند تا در مورد دامنه فعالیت‌های اجتماعی خود تجدیدنظر کنند. به دنبال افزایش آگاهی عمومی نسبت به عواقب اجتماعی و زیست‌محیطی احتمالی ناشی از فعالیت بنگاه‌ها بر جوامع، ذی‌نفعان بنگاه‌ها استانداردهای عملکرد جدیدی برای کسب‌وکار بنگاه‌ها تدوین کرده‌اند. این استانداردها بنگاه‌ها را ملزم می‌کند تا فعالیت‌های خود را از جنبه تحقق و انطباق با ارزش‌ها، منافع و انتظارات جامعه و ذی‌نفعان مورد بررسی و نظارت قرار دهند. اگر چه فشارهای اجتماعی و تبلیغاتی آغازگر

بنگاه‌ها باید به انتخاب و انجام فعالیت‌های خیرخواهانه و اجتماعی اقدام کنند که تاثیر متقابل بر عملکرد بنگاه و رشد جامعه داشته و برای هر دو به‌طور هم‌زمان منفعت به بار آورد

سابقه‌ای دیرینه دارد، اما آنچه در روند سال‌های اخیر در جوامع خصوصا پیشرفته مشاهده می‌شود آن است که مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها از یک امر خیرخواهانه و حاشیه‌ای با ناشی از رعایت حداقل الزامات قانونی به درآمده و به‌تدریج به‌عنوان یک مفهوم کلیدی و محوری و در متن استراتژی‌های بنگاه تلقی می‌شود. بسیاری از مدیران بنگاه‌ها و همچنین اندیشمندان و نظریه‌پردازان دانشگاهی بر این عقیده‌اند که اتخاذ رویکردی راهبردی (استراتژیک) برای تافیق ملاحظات اجتماعی، زیست‌محیطی و اخلاقی با ساختارها و فرآیندهای کسب‌وکار

موجب مزیت رقابتی را برای بنگاه‌ها فراهم می‌آورد.

به‌عنوان ساده‌ترین توجیه برای اهمیت توجه به مسئولیت اجتماعی از سوی مدیران می‌توان به این امر اشاره کرد که نتیجه تصمیمات داخلی گرفته شده در بنگاه‌ها، به‌خصوص در صنایع همچون بانکداری، معادن، جنگل‌بانی و انرژی، تاثیر شگرفی بر محیط کلان بیرونی در سطح داخلی و در سطح بین‌المللی خواهد داشت.

ارتباط بین مسئولیت اجتماعی بنگاه و سودآوری

یکی از عوامل حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی، ارزش‌ها و الزامات اخلاقی بنگاه است. اما توجه به مسئولیت اجتماعی ورای جنبه ارزشی و اخلاقی آن، یکی از محورهای اصلی توسعه پایدار و ارزیابی اثرات اقتصادی،

کابوس بولیواری

نیلوفر قدیری

کارشناس مسائل بین‌الملل

سقوط قیمت نفت اقتصاد بسیاری از کشورهای جهان را تحت تأثیر قرار داده است، از تولیدکنندگان و صادر کنندگان تا سرمایه‌گذاران و واردکنندگان. اما در میان همه اینها، یک کشور در آمریکای لاتین این روزها بحرانی‌ترین دوران خود را می‌گذراند. سقوط قیمت نفت دولت ونزوئلا را در آستانه سقوط قرار داده و مردم این کشور را با بحران تامین موادغذایی و سوخت روبه‌رو کرده‌است. بیش از ۹۰درصد از درآمدهای دولت ونزوئلا از پول فروش نفت تامین می‌شود. یک سوم شدن قیمت نفت طی یک سال گذشته موجب کسری بودجه، تورم ۱۴۱درصدی و افزایش ۲۵۴درصدی قیمت موادغذایی شده است. کسری تجاری ۷۸۲میلیون دلاری این کشور و بدهی‌های سنگین آن، دولت را در آستانه ورشکستگی قرار داده‌است. با روند کاهشی قیمت نفت، این کسری بیشتر هم خواهد شد. ۹۰درصد از درآمد نفتی دولت ونزوئلا در سال آینده باید صرف پرداخت بدهی‌هایش بشود. صف‌های طولانی مقابل فروشگاه‌های موادغذایی و قفسه‌های خالی و اضطراب مردم، تصویری است که این روزها از ونزوئلا به جهان مخابره می‌شود.

اما چرا در میان همه کشورهای متأثر از نفت، ونزوئلا دچار چنین بحرانی شده‌است؟ پاسخ را نه در امروز که در تحولات یک دهه گذشته این کشور باید جست‌وجو کرد. همان‌گونه که اکنون تصاویر صف‌های طولانی مقابل فروشگاه‌های موادغذایی و قفسه‌های خالی و کمبود دارو، جهان را درباره ونزوئلا متعجب و سرگرم کرده، یک دهه پیش غرفه‌های توزیع رایگان موادغذایی و محصولات کشاورزی که در دولت هوگو چاوز برپا شده‌بود، باعث توجه رسانه‌های جهان به این کشور می‌شد. چاوز که با شعار انقلاب بولیواری (رهبر چپ‌گرا و قهرمان استقلال آمریکای لاتین) با محبوبیت بالا به قدرت رسید و یک دهه حکومت کرد، سیاست اقتصادی نداشت. برخلاف برزیل که یک دهه گذشته را به نوسازی و تغییر اقتصاد و سیاست‌گذاری‌های جدید در حوزه بهداشت و آموزش گذراند، ونزوئلا یک دهه گذشته را با خرج کردن پول نفت طی کرد. خرج کردن پول نفت از طریق پرداخت یارانه موادغذایی و سوخت و پول نقد به مردم، راحت‌ترین کاری است که یک دولت می‌تواند در اداره کشور انجام دهد. چاوز با پول نفت طبقه فقیر ونزوئلا را تکان داد و احیا کرد. همین طبقه به پایگاه رأی جانشین چاوز تبدیل شد و نیکلاس مادورو بدون هیچ تجربه اجرایی و سیاسی از سندیکای اتوبوسرانی به کاخ ریاست‌جمهوری رسید. اما در این سه سالی که از حضور او در این سمت می‌گذرد، دیگر از نفت ۱۴۰ دلاری خبری نبوده که بتواند با درآمد آن یارانه بپردازد و غذای رایگان توزیع کند. او برای پایگاه رأیی که چاوز با پول نفت ایجاد کرده‌بود فقط می‌توانست با دهانش سوت بلبلی بنوازد که ادعا می‌کرد از سمت چاوز پیام آورده. اما صدای سوت بلبلی که از طرف روح چاوز پیغام‌بیاورد نمی‌تواند پول موادغذایی و سوخت و هزینه‌های زندگی ونزوئلایی‌ها را تامین کند. به همین دلیل در انتخابات پارلمانی دو ماه پیش، مخالفان برای نخستین بار در ۱۳ سال گذشته اکثریت کرسی‌های پارلمان را به دست آوردند. اکنون مخالفان دولت از تدارک برگزاری همه‌پرسی خبر می‌دهند که قرار است در ماه‌های آینده درباره ادامه ریاست‌جمهوری مادورو برگزار شود؛ همه‌پرسی که می‌تواند دوره ریاست‌جمهوری مادورو را ناتمام بگذارد.

دور دنیا

پیش‌بینی علمی-تخیلی از اقتصاد چین در سال میمون

سال نو چینی نزدیک است و چینی‌های زیادی در حال و هوای تعطیلات هستند. یکی از سنت‌های چینی در این مواقع، به جز هدیه دادن، مراجعه به پیش‌گوهایی است که سال بعد را برای مردم چین تشریح می‌کنند. پیش‌گواه نقشی مهم در جامعه چینی دارند و از روابط رمانتیک گرفته تا شرایط زندگی را برای مردم تشریح می‌کنند. سی‌ان‌ان هم تصمیم گرفته است بزرگ‌ترین سؤال مربوط به چین، یعنی شرایط اقتصادی این کشور را از استاد کلون پوون یک پیش‌گوی سرشناس در هنگ‌کنگ بپرسد. سی‌ان‌ان این پیش‌بینی‌ها را با یک اقتصاددان سرشناس در حوزه چین یعنی برایان جکسون درمیان گذاشته است تا به آن جنبه علمی بدهد. پس ببینیم در سال میمون، چه چیزی انتظار چینی‌ها را می‌کشد.

دو نیمه متفاوت

آقای پون می‌گوید: «اقتصاد چین در سال جدید نوسان بسیار زیادی خواهد داشت. نیمه اول سال اقتصاد آهسته خواهد بود اما در نیمه دوم که از هشتم آگوست شروع می‌شود، اوضاع بهتر خواهد شد.»

تاریخی که پون ذکر کرده یک نقطه عطفه است چون براساس سنت‌های چینی، در این روز یک انرژی جدید که چینی‌ها به آن «کی» می‌گویند منتشر خواهد شد. جکسون هم این تاریخ را تأیید می‌کند و اما دلایل بهتر و بیشتری برای نظریه‌اش دارد: «این خیلی واضح است. با توجه به داده‌هایی که داریم نیمه اول سال، اوضاع برای چینی‌ها بسیار سخت خواهد شد. فکر نمی‌کنم که کسی با این نظر مخالف باشد.» فعالیت‌های تولیدی در چین به پایین‌ترین میزان خود در ۴۲ ماه اخیر رسیده است. رشد اقتصادی این کشور هم به ۶٫۹ درصد رسید که پایین‌ترین میزان در ۲۵ سال گذشته بوده است.

اوضاع قرار نیست در سال جدید بهتر باشد. سی‌ان‌ان ماه گذشته در یک تحقیق در میان اقتصاددانان به این نتیجه رسید که نرخ رشد اقتصاد چین در سال ۲۰۱۶ میلادی به ۶٫۵ درصد خواهد رسید.

بازارهای پرنوسان

سال گذشته بعد از یک رشد درخشان، بازارهای سهام در چین در تابستان سقوط بی‌سابقه‌ای را تجربه کرد. این بالا و پایین رفتن‌ها در هفته‌های اخیر حتی شدیدتر هم شده‌اند.

پون پیش‌بینی می‌کند که نوسان‌ها بیشتر خواهد شد اما به خریداران توصیه می‌کند در بخش تکنولوژی، ارتباطات و غذا سرمایه‌گذاری کنند، جایی که «آتش خیلی برجسته‌تر» است.

جکسون هم اوضاع ناایسامان در بازار را تأیید می‌کند: «همه برای مدتی طولانی می‌دانند که بازار سهام چین در واقع یک کازینو است.» به عقیده او، یکن باید سیاست‌های دوستدار بازار بیشتری تعیین کند و سرمایه‌گذاران باید این‌طور احساس کنند که دفعه بعد که بازار نابسامان می‌شود، دست دولت را همه جا نخواهند دید.

جکسون می‌گوید: «تا وقتی که این اتفاق‌ها نیفتد، بازار سهام چین عملاً مثل یک کازینو که با شایعات کار می‌کند خواهد بود.»

خطر بانکداری سایه

پون معتقد است که دولت چین باید بانکداری سایه را قانونی کند در غیر این صورت «نیمه دوم سال با شرایط پرریسکی مواجه خواهد شد.»

بانکداری سایه تقریباً مانند نامش است: سیستم تیره و تار مالی که وام‌های با بهره بسیار بالا ارائه می‌دهد.

همکاری‌های تجاری

پون معتقد است شی جین پینگ رئیس جمهوری چین سال خوبی خواهد داشت چون در سال مار متولد شده است و طبق سنت‌های چینی، مار و میمون با هم سازگار هستند. پون می‌گوید که رئیس جمهوری چین می‌تواند به خوبی تعهدهای تجاری بین‌المللی ایجاد کند، چیزی که در نهایت به اقتصاد چین کمک خواهد کرد. جکسون معتقد است این چیزی نیست که نیاز به پیش‌گویی خاصی داشته باشد. شی جین پینگ چند قرارداد تجاری با استرالیا، کره‌جنوبی و کشورهای دیگر در سال‌های اخیر امضا کرده است و حالا این قراردادها در حال سوددهی هستند. او می‌گوید: «ما مدت‌هاست که این را می‌دانیم. انتظار داریم که تجارت در سال ۲۰۱۶ رشد پیدا کند با این حال این رشد تجارت در مقایسه با میانگین رشد در بلندمدت، پایین خواهد بود.»

منبع:سی‌ان‌ان

قاب

Itau Unibanco، بزرگ‌ترین بانک خصوصی برزیل اعلام کرده است که در صورت ادامه سقوط قیمت کالاها اقتصاد این کشور در سال ۲۰۱۶ با ۵درصد انقباض روبه‌رو خواهد بود. تولید ناخالص ملی برزیل در سال گذشته میلادی با ۳درصد افت مواجه بوده است.



۳۶۰

حفره ۲۰ میلیارد دلاری در بزرگ‌ترین اقتصاد آفریقا

تا سال ۲۰۳۰ ارزش بزرگ‌ترین اقتصاد آفریقا باید سه برابر شود. با این حال اگر نیجریه بتواند میزان فساد را به درجه مالزی (که البته خود با فساد دستو پنجه نرم می‌کند) برساند اقتصادش می‌تواند با ۲۷درصد رشد بیشتر مواجه باشد. این سرمایه بیشتر ارزشی معادل ۵۳۴ میلیارد دلار خواهد داشت.

اگر کاری برای مبارزه با فساد صورت نگیرد، هزینه فساد در نیجریه تا سال ۲۰۱۹

به ازای هر نفر به ۲ هزار دلار خواهد رسید. برخی از این خسارات به صورت واضح قابل رویت است. زمانی که سرمایه نقدی عمومی که بیشتر از نفت به دست می‌آید به یکباره خرج می‌شود و از دست می‌رود، سرمایه‌گذاری در بهداشت و سلامت، آموزش و راهسازی با مشکل جدی روبه‌رو می‌شود.

مشاغل مهم در موسسات عمومی بیشتر به خانواده و دوستان رئیس این موسسات تعلق دارد و افراد کارآمد و متخصص نمی‌توانند به این موسسات راه پیدا کنند. به همین دلیل این شرکت‌ها و موسسات کارایی بسیار کمتر از آنچه باید داشته باشند، دارند. به علاوه کشورهایی که فساد در آنها بالا است قادر به جذب سرمایه‌گذاری خارجی نیستند.

قیمت‌ها در این کشورها بالاتر است و میزان مالیات کمتر. نسبت مالیات به تولید ناخالص داخلی در نیجریه تنها کمی بالاتر از ۸ درصد است. این در حالی است که این میزان در آفریقای جنوبی ۲۵ درصد است. با توجه به میزان بالای دزدی و فساد، مردم حاضر به پرداخت مالیات نیستند و فکر می‌کنند در صورت پرداخت مالیات پول‌شان



جدول امروز

قیمت خودرو

قیمت خودرو براساس مراجعه خبرنگاران روزنامه فرصت امروز به بازار و بررسی میدانی نمایشگاه‌های ماشین و همچنین بررسی بازار آزاد براساس تماس‌های روزانه با فروشندگان و خریداران تعیین می‌شود. متوسط قیمت خودرو برای هر مدل ملاک تعیین نهایی قیمت خودرو است.

شرکت سازنده	مدل خودرو	مشخصات خودرو	قیمت بازار آزاد (تومان)	قیمت نمایندگی (تومان)
تویوتا	هایلوکس	دیزلی	۱۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۹,۹۲۰,۰۰۰
بی‌ام و	۳۲۰ فول	فول آپشن	۲۸۵,۰۰۰,۰۰۰	۳۳۶,۰۰۰,۰۰۰
مرسدس بنز	E350	کانور تیبل – فول	-	۶۵۵,۰۰۰,۰۰۰
لکسوس	GS250 2014		۳۰۳,۰۰۰,۰۰۰	۳۳۵,۰۰۰,۰۰۰
پورشه	۹۱۱ کاررا		۱,۴۶۰,۰۰۰,۰۰۰	-
هیوندای	ix45 سانتافه	فول آپشن – ۱۰ ایربگ		۲۱۹,۹۹۴,۰۰۰



تأسیس پایگاه داده آزمایشی در اقیانوس توسط شرکت مایکروسافت



کیوسک

تأسیس پایگاه داده آزمایشی در اقیانوس توسط شرکت مایکروسافت

آب و جریان الکتریسته ترکیب خوبی به نظر نمی‌رسد اما شرکت

مایکروسافت فکر می‌کند انداختن کامپیوترها به داخل اقیانوس می‌تواند راهی کارآمد برای آینده باشد.

این شرکت قصد دارد پایگاه داده خود را به‌طور کامل در زیر آب تأسیس کند. این شرکت به نازگی دوره آزمایشی سه ماهه اداره پایگاه داده در زیر آب را با موفقیت به پایان رسانده‌است.

مایکروسافت یک قفسه بزرگ سرور با قدرتی در حدود ۳۰۰ کامپیوتر را در یک سیلندر ضداب استیل قرار داده و آن را به اقیانوس سواحل مرکزی ایالت کالیفرنیا انداخت. این آزمایش به دلیل ناکارآمدی پایگاه‌های داده کنونی انجام شد. این پایگاه‌ها به هدر می‌رود.

تأسیس پایگاه داده در اقیانوس می‌تواند هر دو مشکل را حل کند. اقیانوس‌ها انرژی لازم را برای فعالیت پایگاه‌های داده تامین می‌کنند و درجه پایین دمای کف اقیانوس می‌تواند دمای ایجاد شده توسط کامپیوترهای این پایگاه‌ها را کاهش دهد. به علاوه از آنجا که انسان‌های زیادی در نزدیکی اقیانوس‌ها زندگی می‌کنند، ایجاد پایگاه‌های داده در اقیانوس‌ها می‌تواند سرعت دسترسی کاربران به اطلاعات را افزایش دهد. آزمایش انجام شده توسط شرکت مایکروسافت چنان موفقیت‌آمیز بود که این شرکت ۷۵ روز بیشتر از آنچه قرار بود پایگاه داده زیر آب را فعال نگه‌داشت. بعد از به اتمام رسیدن زمان آزمایش مایکروسافت مرکز داده آزمایش را از آب خارج کرد تا بررسی و مطالعات لازم را روی آن انجام دهد. قدم بعدی انجام دادن آزمایشی مشابه اما با افزایش چهار برابری قدرت کامپیوتر هاست.

بر خلاف آزمایش اولیه، در مرحله بعد مخزنی که وارد آب می‌شود مجهز به توربین‌هایی خواهد بود تا بتواند جریان اقیانوس را به الکتریسته تبدیل کند. دقیقاً مشخص نیست که پایگاه‌های داده زیر آب چه زمانی به‌طور کامل وارد عرصه خواهند شد اما شرکت مایکروسافت مصمم است تا در نهایت با برداشتن قدم‌های کوچک به این هدف برسد.

گوگل کروم شما را از وارد شدن به سایت‌های جعلی محافظت می‌کند

برای همه ما اتفاق افتاده است که لینکی را برای دانلود اپلیکیشن رایگان پیدا کنیم و بعد از باز شدن لینک سه گزینه دانلود ببینیم که هر سه گزینه جعلی باشد. با کلیک کردن روی هر یک از این سه گزینه امکان ویروسی شدن و از کار افتادن کامپیوترتان وجود دارد. حالا شرکت گوگل سعی دارد تا با استفاده از خصوصیت جدیدی از کروم جدید، به این مشکل پایان دهد. این خصوصیت جدید کروم که روز چهارشنبه از آن رونمایی شد، به جست‌وجوگر کروم این قابلیت را می‌دهد تا شما را از وجود چنین لینک‌های ساختگی و جعلی مطلع کند.

برای استفاده از این هشداردهنده گوگل باید بعد از باز کردن جست‌وجوگر گوگل کروم گزینه «حمایت از شما و کامپیوترتان از سایت‌های خطرناک»(Protect you and your device from dangerous sites) را علامت بزنید.

با فعال کردن این گزینه، در صورتی که قصد بازکردن یک لینک جعلی را داشته باشید، جست‌وجوگر کروم یک صفحه هشدار قرمز رنگ به شما نشان می‌دهد که روی آن نوشته شده است: «سایت مورد نظر شما جعلی است. هرکرا ممکن است شما را فریب دهند تا کاری خطرناک مثل نصب کردن یک نرم‌افزار یا فاش کردن اطلاعات خصوصی خود را (مثل رمز عبور، شماره تلفن یا اطلاعات کارت اعتباری) انجام دهید.»