

راههای تدوین استراتژی یکپارچه بازاریابی برای شرکت های دارویی

● اهمیت برندسازی در صنعت داروسازی ۱۹

بایدها و نبایدهای مدیریت منابع انسانی در سازمان های مدرن

● مدیران چندمنظوره ۲۱

راهکارهای نوآوری در سازمان ها

● نوآوری ریسک می خواهد ۲۳

مجله فرهنگ و خانواده

● ما باید منتظر بمانیم ۲۵

معرفی چند کتاب آموزنده مدیریتی

● از ارتباطات سازمانی تا سازمان های چابک ۲۶

تبلیغات محیطی خلاقانه

● صخره نوردی وسط پیاده رو ۲۷

● دوست هایی که شوت می کنیم! ۲۸

معرفی چهار برنامه یادداشت نویسی برای گوشی های هوشمند

● نوشتن را تاج کنید ۲۹

● یادی از ستاره های دوست داشتنی ۳۰

● یک فوجان جای ۳۲

انعکاس نظرات اشخاص حقیقی و حقوقی در قالب مقالات، مصاحبه ها و گزارش ها، لزوماً به معنای تایید محتوای تمامی آن ها از سوی ماهنامه نیست.

● بهار و بالندگی ۲

دکتر حجت اله صیدی، مدیر عامل شرکت سرمایه گذاری خوارزمی

● پیوند ۲۵ میلیاردی میان شرق و غرب آسیا ۳

● تحلیل وضعیت بازار سرمایه در سال ۹۵ در گفت و گو با کارشناسان

● بورس همچنان چشم انتظار تحولات تازه ۴

بررسی آثار کاهش نرخ سود بانکی و رصد حساب ها

● سیاست های جدید بانکی و مالیاتی؛ به سود یا به زیان تولید؟ ۶

نگاهی به تغییرات بازار طلا و ارز در آغاز سال ۹۵

● دست های پنهان و قیمت های غیر واقعی ۸

● با موسسات غیر مجاز در بازار پول چه باید کرد؟ ۱۰

بررسی لزوم حمایت از صنایع کوچک و متوسط در کشور

● اشتغال زایی با ابزار حمایت از بنگاه های کوچک ۱۲

بررسی چالش ها و جایگاه صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد

● به روز شدن؛ لازمه تاثیر گذاری و رونق کوچک ترها ۱۳

● صنایع کوچک در پساتحریم فراموش نشوند ۱۵

مروری بر بازار جهانی طلای سیاه در ماهی که گذشت

● نفت، نفت تا قیامت! ۱۷

ضوابط درج مقالات در ماهنامه "خوارزم"

ماهنامه خوارزم از دریافت مقالات علمی، تخصصی و کارشناسی در حوزه های مرتبط با اهداف راهبردی گروه سرمایه گذاری خوارزمی به ویژه در زمینه های اقتصاد کلان، تحولات بازار سرمایه، فناوری اطلاعات، برنامه ریزی و مدیریت منابع انسانی استقبال می کند. مقالات ارسالی باید شامل این موارد باشد: عنوان مقاله، نام و مشخصات نویسنده یا مترجم (شامل عناوین اصلی علمی و شغلی، شماره تلفن تماس و نشانی الکترونیکی). چکیده و متن کامل مقاله (مقدمه، متن، نتیجه) در قالب نرم افزار Word - فهرست منابع و پیوست های احتمالی. حجم مقالات ارسالی حداکثر تا ۱۰ صفحه A4 (معادل ۳۳۰۰ کلمه) باشد که با احتساب تصاویر، جداول، نمودارها و تیترها، نهایتاً از ۴ صفحه تشریه بیشتر نخواهد بود. تحریریه ماهنامه خوارزم، در ویرایش محتوایی و شکلی مطالب واصله آزاد است و اصل مقاله نیز به ارسال کنندگان مسترد نمی گردد. مسئولیت محتوای علمی - حقوقی مطالب با نویسندگان یا نویسندگان است و ماهنامه از انتشار مقالات منتشر شده در سایر نشریات و رسانه ها معذور است.

vakharazm@kharazmi.ir

زیر نظر شورای سردبیری

دبیر اجرایی تحریریه: سینا کلیچ خانی

همکاران این شماره: مریم عربی، المیرا اکرمی،

محمد رضا محمدی، هدی رضایی، سهراب

علی اکبری، غزال بابایی، نسیم بنایی، امیر کاکایی،

پروانه مسجل، فرید دانش فر، احمد تقی زاده

طراح جلد: طاهرا مرادی

گرافیک و صفحه آرایی: نادر قبله ای

ویراستار: شیدا محمد طاهر، مرجان ابری

امور دفتری: وحیده بهزادی

نشانی: میدان فرهنگ، بلوار فرهنگ، بین

خیابان ۲۲ و ۲۴ شرقی، پلاک ۱۸

تلفن: ۸۸۵۶۹۲۸۳ - فاکس: ۸۸۵۶۹۲۷۹

تلفن امور سهام: ۶۶۹۷۱۰۳۰

نشانی الکترونیک:

vakharazm@kharazmi.ir



ماهنامه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی
برای خانواده بزرگ شرکت سرمایه گذاری خوارزمی



شماره ۲۷ - خرداد ۱۳۹۵

بهار و بالندگی

• دکتر حجت اله صیدی، مدیر عامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

به ثمر رسیدن درخت امید و تلاش در هفته‌های آغازین سال جاری شاهدهی ماندگار است بر حتمی بودن توفیق، زمانی که از یک سو با اتکال کامل به عنایات حق رخ می‌دهد و از سوی دیگر با رفتار حرفه‌ای برخوردار از درست‌کاری و ایمان پشتیبانی می‌شود. اگرچه گاهی مواجهه با خستگی و موانع گونه‌گون و فشارهای مستقیم و غیرمستقیم نیز بخشی از آن بوده باشد. بی‌تردید، آن‌چه در پی بستن نماد سهم خوارزمی در مهرماه سال گذشته رخ داد، در حافظه تاریخی گروه خوارزمی و بازار سرمایه و حرفه حسابداری و گزارشگری مالی خواهد درخشید. آزمون، اگرچه دشوار بود و راه نیز ناهموار، اما رویکرد حرفه‌ای تمامی طرف‌های درگیر در موضوع گزارشگری مالی شرکت توسعه برق و انرژی سپهر موجب شد که دستاورد بزرگ و مهمی حاصل شود و هیچ انسان منصفی احساس خسران نکند.

سراسر تاریخ کسب‌وکار سرشار است از چنین تجربه‌هایی که در عین سختی و طاقت‌فرسایی، درنهایت موجب بالندگی بنگاه‌ها می‌شود و تمامی ذی‌نفعان را به گونه‌ای منتفع می‌سازد. اکنون، سهام‌داران ارجمند، به‌عنوان ذی‌نفعان اصلی گروه، به‌روشنی شاهد افزایش چندین برابری سود قابل تقسیمی هستند که در مجمع عمومی مهرماه سال گذشته، به‌عنوان حداکثر سود مجاز برای تصمیم ذکر می‌شد. درحالی‌که شرکت یکصد ریال از سود حاصل‌شده در سال منتهی به سی‌ویکم خرداد ۹۴ را جهت تقسیم پیشنهاد داده بود، نمایندگان محترم سازمان بورس و اوراق بهادار، بیش از ۲۸ یا ۳۲ ریال را مجاز نمی‌دانستند و تنها بعد از رایزنی با سازمان بورس مجوز حداکثر ۵۰ ریال داده شد، درحالی‌که باور و اعتقاد مدیران خوارزمی، تحقق سودی به مراتب بیشتر از این رقم بود. باری، مقاومت مستدل و حرفه‌ای خوارزمی، به نتیجه رسیده و رقم سود قابل تقسیم به بیش از چهار برابر رقم قبلی رسید، هر چند کل سود تحقق‌یافته مبلغی به مراتب فراتر از رقم قابل تقسیم است که با توجه به ماهیت فعالیت‌های شرکت‌های سرمایه‌گذاری بخشی از آن به‌عنوان اندوخته سرمایه‌ای تلقی شده و به جای تقسیم، به‌تدریج به سرمایه شرکت اضافه می‌شود و البته آن‌چه به‌عنوان دستاورد این ماه‌های چالشی می‌توان ذکر کرد، در مجموع رقمی بیش از شش‌هزار و پانصد میلیارد ریال را شامل می‌شود که اثر خود را بر ترازنامه - به صورت یک‌جا - و صورت سود و زیان گروه - به صورت تدریجی و دوره‌ای - نمایان ساخته است. همین و فقط همین دستاورد کافی است تا درستی دعوت به صبر و مزه‌معه صبر اثبات شود؛ معجزه‌ای که یافته و اندوخته تمامی طرف‌های نقش‌آفرین در موضوع را دربر می‌گیرد. اکنون، سازمان بورس و اوراق بهادار، به‌عنوان نهاد ناظر، شاهد به ثمر رسیدن ظرافت‌ها و دقایقی است که باید به صورت شفاف در صورت‌های مالی لحاظ شود و از این روی حقی از سهام‌داران حقیقی از بین نرود. پافشاری سازمان بورس و پی‌گیری‌های شرکت شفافیت صورت‌های مالی خوارزمی را دو چندان کرده است. اکنون اعضای صاحب‌نظر حرفه حسابداری می‌توانند بر خود ببالند که در قضاوتی پیچیده، تمامی جوانب را برای رعایت حقوق شرکت، سهام‌داران و حرفه گزارشگری مالی لحاظ کردند تا انعکاس درست و منصفانه‌ای از دارایی بزرگ نیروگاه برق منتظر قائم که به دلیل وضعیت و موقعیت خاص دارایی و شیوه منحصربه‌فرد تملک آن و اقدام‌های تجاری‌سازی بعدی، موضوعی بحث‌برانگیز به نظر می‌رسید، تحقق یابد. مدیران و کارکنان گروه لبخند رضایت بر لب دارند که توانستند در محیطی آرام و حرفه‌ای استدلال‌های کارشناسی خود را مطرح و با شواهد گوناگون از آن دفاع کنند و ارزش واقعی این تملک بزرگ و آثار مثبت آن را به نمایش بگذارند. سرانجام ذی‌نفعان اصلی گروه هم که سهام‌داران هستند، نفس راحتی کشیده‌اند که ارزش ذاتی و بنیادی سهامشان حفظ شده و منافع بلندمدت پایدار در پای منافع کوتاه‌مدتی که خالی از عوارض جانبی نیز نیست، قربانی نشده است. اگرچه وضعیت بازار سهام در هفته‌های اخیر افت کلی شاخص که به‌طور عمده ناشی از دو عامل مهم عدم کارایی بازار و همچنین نارسایی‌های بخش حقیقی اقتصاد تلقی می‌شود، مانع از تبلور ارزش واقعی سهم و خارزم شده است.

البته در ماه‌های گذشته نیز یکی از دقت‌ها و همت‌های کارکنان گروه آن بود که پی‌گیری موضوع پیش‌گفته، خللی در فرایند جاری پیشرفت شرکت وارد نکند و توقفی در اجرای برنامه راهبردی هفت ساله پیش نیاید. در این راستا موفقیت هم حاصل شده است. اکنون می‌توان با انگیزه، عشق و ایمان بیشتر، گام‌های استوارتری را در اجرای برنامه ثروت‌آفرینی پایدار برای نسل‌ها برداشت؛ برنامه‌ای که اکنون سال سوم آن طی می‌شود. هفته‌های باقی‌مانده در خردادماه جاری برای تکمیل فرایند سودآوری در سال مالی منتهی به سی‌ویکم خرداد ۹۵، هفته‌های سرنوشت‌سازی به حساب می‌آیند تا تحقق روند افزایشی سود عملیاتی را تضمین کنند؛ تحقیقی که بررسی آن را در مجمع عمومی عادی سالانه مهرماه آینده می‌توان شاهد بود. ادامه ارزش‌افزایی در نیروگاه و تکمیل فرایند پذیرش سهام آن در فرابورس، به بار نشستن بخشی از برنامه‌های استخراج طلا در توسعه معادن صدر جهان، رونمایی از نرم‌افزارهای جدید و پیشرفته بانک‌داری در مفاخر، شروع رسمی فعالیت‌های هلدینگ نفت و گاز و پتروشیمی گروه و توسعه فعالیت‌های بین‌المللی در اروپا، سرفصل‌های جدیدی هستند که علاوه بر دستاوردهایی که در سایر شرکت‌ها به اطلاع رسیده، در گروه هم‌چنان جوان و رو به رشد خوارزمی به چشم می‌آیند.

بی‌گمان تحقق برنامه‌های تدوین‌شده، علاوه بر انگیزه، تلاش، امید و تدبیر به دو عامل دیگر نیز نیاز دارد که نخستین آن پشتیبانی سهام‌داران گران‌قدر است که همواره و در هر شرکتی عاملی مهم به حساب می‌آید و دومین عامل بهبود فضای کسب‌وکار و رفع محدودیت‌های مختلف اقتصادی، به‌ویژه بهبود گردش نقدینگی است که شرایط دشواری را برای بنگاه‌ها فراهم آورده است. از این روی باید از خداوند توفیق ادب خواهیم و یاری جوییم تا راه طی‌شده، گروه توانمند خوارزمی را به سرمنزل مقصود برساند و بالنده‌تر از همیشه، در بازار سرمایه نقش ثروت‌آفرینی و توسعه‌ای خود را ایفا کند که بی‌عنایات خدا هیچیم هیچ...

پیوند ۲۵ میلیاردی میان شرق و غرب آسیا

تجارت

نسیم بنایی

تلفن، صفحات نمایشی ال سی دی، قطعات و لوازم یدکی خودرو، انواع سکوها نفتی اکتشافی و کشتی های خاص است. واردات کره جنوبی هم بیشتر معطوف به مواد اولیه و تجهیزات تولید است. نفت خام و گاز طبیعی در صدر اقلام وارداتی کره جنوبی است. در این گزارش ها، روغن های نفتی، پردازنده های الکترونیکی، ماشین ها و دستگاه های تولید کننده نیمه هادی ها، روغن های نفتی سبک، سنگ، مس و کنستانتتره از عمده اقلام وارداتی به کره جنوبی برشمرده شده است.

کره جنوبی به دنبال قراردادهای میلیاردی

گئون هی در ابتدای سفر خود با حسن روحانی رئیس جمهوری ایران و سپس با آیت الله خامنه ای رهبر معظم انقلاب دیدار کرد. این دیدارها بازتاب های گسترده ای را در رسانه های مختلف جهان به همراه داشت. وال استریت ژورنال در گزارشی نوشته بود: «کره جنوبی به دنبال قراردادهای میلیاردی در زمینه اقتصاد و انرژی با ایران است.» این روزنامه این طور تحلیل کرده بود که سفر پارک به ایران به عنوان نخستین رئیس جمهوری کره جنوبی می تواند چشمی جدید در روابط دوجانبه این کشور ایجاد کند. به گزارش پایگاه خبری اتاق تهران، کیم سئونگ-هو، سفیر کره جنوبی در ایران، نیز اظهار کرده بود بیش از ۳۰ سند برای همکاری بین طرف های دولتی و خصوصی در این سفر به امضا رسیده است. هتل اسپیناس پالاس تهران در روز ۱۴ اردیبهشت منشأ خبرهای داغ اقتصادی بود. رئیس جمهوری کره جنوبی در حالی از سرمایه گذاری ۲۵ میلیارد دلاری در زیرساخت های ایران خبر می داد که بنا بر آمار رسمی سازمان توسعه تجارت، این کشور در سال ۲۰۱۳ بالغ بر ۲۳۳٫۲ میلیارد دلار در کشورهای خارجی سرمایه گذاری کرده است. به این ترتیب کره جنوبی روی خوش خود را برای مشارکت و همکاری در پروژه های توسعه ای ایران نه تنها به این کشور، بلکه به کل جهان نشان داد. کره جنوبی در گذشته اصلی ترین واردکننده نفت خام از ایران بوده است. اکنون که طبق وعده مقامات نفتی کشور، ایران در حال افزایش میزان تولید نفت خود است، کره جنوبی نیز دوباره به ایران روی آورده است. این کشور بلافاصله پس از برداشته شدن تحریم ها دوباره برای خرید نفت به سراغ ایران آمد. طبق گفته گئون هی، به دنبال تحریم ها، روابط دوجانبه تجاری ایران و کره جنوبی که به ۱۷٫۴ میلیارد دلار رسیده بود، در سال ۲۰۱۵ به ۶۱٫۱ میلیارد دلار رسید. اکنون برجام برای این دو کشور به پنجره ای برای کسب و کارهای تازه تبدیل شده است.

بازاری به وسعت یک کشور با ذخایر وسوسه برانگیز نفتی و گازی در دوره ای به نام «پساتحریم»؛ بازاری به نام «ایران» که این روزها به میدانی برای صف کشی هیئت های تجاری از شرق تا غرب دنیا تبدیل شده است. در این بین برخی از این هیئت ها از اهمیت ویژه ای برخوردارند مثل کره جنوبی که چندی پیش به ایران آمد. پارک گئون هی، رئیس جمهوری کره جنوبی، در یک عصر اردیبهشتی قدم به خاک ایران گذاشت و به این ترتیب نخستین رئیس جمهور کره ای نام گرفت که پس از برقراری روابط دیپلماتیک دو کشور به ایران آمده است. بیلبوردها و بنرهایی از طرف شرکت های ال جی و سامسونگ در اتوبان های شهر تهران به پیشواز کره ای هایی رفتند که نه تنها سریال هایشان در ایران طرفدار دارد، بلکه محصولات و کالاهای اقتصادی شان نیز همیشه مورد استقبال مصرف کنندگان ایرانی بوده است. اما این بار قضیه قدری تفاوت داشت. هیئتی بلندپایه از تجار و فعالان اقتصادی به همراه خانم پارک با هدف سرمایه گذاری های درازمدت و انتقال تکنولوژی به ایران آمدند. آن ها در قالب هیئتی ۲۳۰ نفره به عنوان بزرگ ترین هیئت تجاری که به کشوری دیگر اعزام شده است و با دست پر آمده بودند؛ رئیس جمهوری کره جنوبی در سفر خود در روز ۱۴ اردیبهشت از یک بسته حمایت مالی به ارزش ۲۵ میلیارد دلار برای سرمایه گذاری در زیرساخت های ایران خبر داد.

روابط دیپلماتیک ایران و کره جنوبی در سال ۱۳۴۱ برای نخستین بار برقرار شد و در سال ۱۳۵۱ نخستین کمیسیون مشترک اقتصادی و فنی دو کشور برگزار شد. در آن زمان حجم مبادلات تجاری ایران و کره رقم قابل توجهی نبود که این مسئله نشان می دهد ایران در آن زمان به دنبال اهداف صنعتی و اقتصادی نبود. اما این روابط رفته رفته بیشتر شد و از آن جا که این کشور در تحریم های بین المللی علیه ایران با دیگر کشورها همکاری نکرد، به شریک خوبی برای ایران تبدیل شد. اما سفر رئیس جمهوری این کشور به ایران و دیدار او با مقامات بلندپایه کشور به نقطه عطفی در روابط این دو کشور تبدیل شد.

گزارش های سازمان توسعه تجارت از روابط اقتصادی کره جنوبی نشان می دهد ایران با سهم ۱٫۱ درصدی، رتبه بیستم را در بین شرکای عمده صادراتی تجار کره ای دارد. در زمینه واردات نیز ایران با سهم ۱٫۶ درصدی رتبه شانزدهم را در میان کشورهای صادر کننده به کره جنوبی به خود اختصاص داده است. عمده اقلام صادراتی کره جنوبی شامل مدارهای مجتمع الکترونیک، روغن های نفتی، خودرو، قطعات الکترونیکی برای



بورس

سهراب علی اکبری

همه چیز به مذاکرات برمی گردد

در همین حال دکتر شاهین شایان آرانی، کارشناس بازار سرمایه، در گفت و گو با «و خارزم» گفت: «پس از روشن شدن نتیجه مذاکرات هسته‌ای طبیعتاً یک ذهنیت مثبت برای فضای کسب و کار به وجود آمده که این تاثیر نیز در بازار سرمایه خودی نشان داد.

افراد دارای سرمایه بر این باور و انتظار بودند که اکنون فضای روابط بین‌المللی ایران با کشورهای دیگر باز می‌شود و همه چیز رو به آرامش خواهد رفت، در حالی که این تنها انتظار سرمایه‌گذاران و عموم مردم از برجام بود.

در فضای مثبت ذهنی که همه انتظار پیشرفت اقتصادی داشتند، بازار سرمایه افزایش شاخص را تجربه کرد و سود شرکت‌ها بالا رفت، البته همه انتظارات بجا بود و در واقع قرار بود که محقق شود، اما مواضع برخی کشورهای غربی در اجرای برجام نتیجه دیگری بر جای گذاشت.

در زمان انجام مذاکرات شاخص بورس حدود ۶۲ هزار واحد بود که با انتظارات به وجود آمده افزایش چشم‌گیری داشت. البته این رشد شاخص بیش از حد انتظار کارشناسان هم بود و تصور نمی‌شد به نتیجه رسیدن برجام بتواند چنین تاثیری در بازار سرمایه بگذارد. اما این بهشت سرمایه‌گذاری طولی نکشید که به افول نزدیک شد و به دلیل این که بالا رفتن شاخص بورس ناشی از رشد اقتصادی و توسعه کسب و کار و همچنین بالا رفتن اشتغال و کاهش تورم نبود، سریعاً وارد کانال نزولی شد و از ابتدای سال چند هزار واحد افت شاخص را شاهد بودیم.

در همین حال بازتاب صحبت‌های ولی‌الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی در آمریکا در انتقاد از نقش غرب در تضعیف نتایج برجام، یکی دیگر از دلایل کاهش انتظارات و افت شاخص بورس توصیف شد.

اکنون تنش‌های سیاسی باعث شده تا اقتصاد ایران بسیار تحت‌تاثیر باشد و اگر دوباره خبر ارتباط با کشورهای دیگر مطرح شود، ممکن است شاهد افزایش شاخص بورس باشیم، اما مطمئناً عمر آن محدود و کوتاه خواهد بود.

این که کشور ایران با کشورهای دیگر رابطه داشته باشد، به تنهایی نمی‌تواند بازار سرمایه ما را تقویت کند. دولت باید راه کارهای اساسی را بیندیشد و از امضای تفاهم‌نامه‌ای که منجر به رشد اقتصادی و سودآوری برای کشور نیست، بپرهیزد.

رشد اقتصادی و بهبود فضای کسب و کار نتیجه بسیار مطلوبی روی بازار سرمایه

تحلیل وضعیت بازار سرمایه در سال ۹۵ در گفت و گو با کارشناسان

بورس همچنان چشم انتظار تحولات تازه

بازار سرمایه در طول سه ماه پایانی سال گذشته روند مثبتی را طی می‌کرد، اما با ورود به سال جدید با نزول همراه شد، به طوری که در دو روز ابتدایی سال حدود ۳۰۰۰ واحد سقوط کرد. اما با فاصله روند بورس مثبت شد، بعد از چهاردهم فروردین به بالاترین سطح رسید و وارد کانال ۸۱ هزار شد، اما دوباره روند نزولی را تجربه کرده است. این فراز و فرودهای بورس باعث شده تا برخی از سرمایه‌گذاران از این بازار اندکی فاصله بگیرند و مکان دیگری را برای سرمایه‌گذاری برگزینند. البته مقامات بورس همه اذعان دارند که بعد از اجرای کامل برجام، اولین تحول را بازار سرمایه شاهد خواهد بود.

نظر کارشناسان درباره علل کاهش شاخص متفاوت است. برخی عنوان می‌کنند که وضعیت بازار سرمایه متأثر از صحبت‌های جنجال‌برانگیز رئیس کل بانک مرکزی در کشور آمریکا بوده است و برخی دیگر معتقدند که قراردادهای تجاری ایران که به فرجام نرسیده، نتوانسته شاخص بورس را که بیشتر روی دست خودرویی‌ها می‌چرخد، به سمت بالا هدایت کند. در همین حال برخی کارشناسان عنوان می‌کنند که سهام‌داران به صورت هیجانی تصمیم می‌گیرند و باید از سرمایه‌گذاری در شرایط خاص دوری کنند تا متضرر نشوند. آن چه مسلم است، این است که به نتیجه نرسیدن قراردادهای تجاری ایران با کشورهای دیگر در افت شاخص بی‌تاثیر نبوده است. سرمایه‌گذاران بی‌صبرانه منتظرند قراردادهای تجاری ایران به نتیجه برسد.

مدیریت ریسک‌های زندگی

فاطمه حاجی حسینی،

کارشناس بیمه‌های زندگی در «بیمه سرمد»

بیمه عمر و پس انداز یکی از پرطرفدارترین انواع بیمه در سراسر جهان است که به عنوان یک سرمایه‌گذاری امن، روز به روز طرفداران بیشتری را در اکثر کشورها به خود جلب می‌کند. این نوع بیمه امکانی را برای شما فراهم آورده است که با پس انداز مبالغ اندک، ضمن استفاده از پوشش‌های بیمه‌ای و کاهش تبعات سنگین حوادث و اتفاقات ناگوار زندگی، امکان سرمایه‌گذاری حق بیمه‌های پرداختی فراهم شود تا بدین ترتیب ضمن حفظ قدرت خرید پس اندازها، سرمایه‌ای مطمئن و مناسب برای استفاده شما و دیگر اعضای خانواده تشکیل شود. بیمه عمر و سرمایه‌گذاری در واقع یک سرمایه‌گذاری مطمئن با سود تضمینی است که علاوه بر پرداخت سود علی‌الحساب به سپرده‌گذاری، شامل پوشش‌های بیمه‌ای بسیار زیادی نیز هست. در این طرح افراد با پرداخت مبلغی به صورت ماهانه یا سالانه تحت عنوان حق بیمه، علاوه بر تأمین منابع لازم برای تشکیل سرمایه‌ای در آینده برای خود، از امکانات پوشش‌های بیمه عمر نیز برخوردار خواهند شد. شما می‌توانید بخشی از درآمد ماهانه خود را که معمولاً برای آن برنامه‌ریزی ندارید یا صرف هزینه‌های غیرضروری می‌کنید، به بیمه عمر و پس انداز اختصاص دهید و اطمینان داشته باشید که این پس انداز به‌طور منظم برای شما سرمایه‌گذاری می‌شود.

مهم‌تر این که اگر حادثه و اتفاق ناگوار مثل فوت، نقص عضو، از کارافتادگی و بیماری‌های خاص اتفاق بیفتد، بیمه حامی شما خواهد بود و نه تنها مبلغ سرمایه‌گذاری شده و سود آن را پرداخت می‌کند، بلکه مبلغی هم به عنوان پوشش بیمه‌ای پرداخت می‌شود تا مشکلات مالی را پوشش دهد. بیمه عمر حق بیمه‌های پرداختی را با اختصاص نرخ سود تضمینی در اندوخته‌های شما انباشته می‌کند. این اندوخته طی سال‌های بعد با افزوده شدن حق بیمه‌ها و سود آن‌ها، افزایش می‌یابد و پس اندازی مطمئن برای رفع نیازهای احتمالی و برنامه‌ریزی آینده شما خواهد بود. هدف اساسی بیمه‌های عمر، ایجاد و جمع‌آوری ذخایر مالی و سرمایه‌گذاری و کسب سود حاصل از سرمایه‌گذاری و در نهایت ایفای تعهدات شرکت بیمه‌گر در قبال استفاده‌کنندگان است. بیمه‌های عمر و ذخایر انباشته آن به عنوان یک عامل می‌تواند در ارتقای سطح تولید ملی نقشی سازنده ایفا کند و این افزایش سطح تولید پرداخت سرمایه‌ها و غرامت‌های همه رشته‌های خاص در تسریع گردش چرخ‌های اقتصادی کشور موثر خواهد بود.

خواهد داشت و ما باید روی این موضوع کار کنیم.»

شاخص بورس زیر سایه قراردادهای خودروسازی

هم‌چنین دکتر حسین نصیری، کارشناس بازار سرمایه، به «و خارزم» گفت: «با توجه به این که شرکت‌های پژو فرانسه و بنز آلمان برای همکاری به ایران آمدند، اما تفاهم‌نامه هیچ کدام از این شرکت‌ها به قرارداد رسمی نرسید و این مسئله باعث شد تا بازار سرمایه که صنعت پیشران اقتصاد را خودرو معرفی کرده، متاثر شود. بازار سرمایه همیشه تأثیرپذیر است و یک مسیر نوسانی را طی می‌کند و طبیعی است که روزهایی سبزپوش باشد و گاهی هم روند نزولی را طی کند. اما وقتی این صعود یا کاهش شاخص طولانی می‌شود و میزان آن افزایش می‌یابد، دلیل خاصی دارد که مورد اخیر وضعیت صنعت خودروسازی بود که به آن اشاره شد.

بورس از بخش واقعی اقتصاد نشئت می‌گیرد و از آن جایی که افزایش شاخص به دلیل رشد اقتصادی نبود، خیلی زود خود را با واقعیات کشور منطبق ساخت که احتمالاً تا پایان اردیبهشت ماه نیز این روند نزولی ادامه دارد.

از سوی دیگر تا اوایل خرداد ماه به دلیل این که مجامع شرکت‌ها برگزار می‌شود و تغییر سودی را شاهد نیستیم، باید هم‌چنان شاهد قرمزپوش بودن بورس باشیم. تحولات سیاسی و رشد اقتصادی مورد انتظار هنوز محقق نشده و همین موضوع از دیگر دلایل افت شاخص بورس به حساب می‌آید. انتظاراتی که در خصوص اقتصاد کشور بعد از برجام شکل گرفته بود، بیش از حد تصور بود و باعث شد تا تقاضا برای خودروسازی‌ها که بیشترین هیئت‌های تجاری برای آن‌ها آمده بودند، رشد چشم‌گیری داشته باشد و شاخص بورس را بالا ببرد. برای اقتصاد ایران رشد ۵۵ درصدی در سال جاری پیش‌بینی شده و این موضوع می‌تواند برای بازار سرمایه مانند سکوی پرتاب باشد و سرمایه‌گذاران زیادی از این بازار نفع ببرند، اما واقعیات اقتصادی بازگوکننده مسئله دیگری است.

در سال جاری باید مسائل بازرگانی ایران همان‌طور که انتظار می‌رفت، پیشرفت داشته باشد. این که ما بگوییم سویفت باز است، اما با دلار نتوانیم معامله‌ای انجام دهیم، نتیجه‌ای برای ما نخواهد داشت و همه این رشدهای موجود را ناپایدار خواهد کرد. ما باید برای سرمایه‌گذاران خارجی امنیت فراهم کنیم که این جریان به دلیل ساختار ناکارآمد اقتصاد دولتی کمی دور از دسترس به نظر می‌رسد. دکتر نصیری با تأکید بر این که خصوصی بودن تنها یک بخش از اقتصاد نیست، بلکه یک تفکر است، ادامه داد: «همه دولت‌ها زمانی که روی کار می‌آیند، حرف از کوچک شدن دولت در اقتصاد می‌زنند، اما این تفکر اغلب تا معاون وزیر اجرا می‌شود و به بدنه سیستم نمی‌رسد. مشکل اقتصاد ایران اکنون شبه‌دولتی‌هایی هستند که نه دولت مسئولیت آن‌ها را برعهده دارد و نه بخش خصوصی می‌تواند روی آن‌ها نفوذ داشته باشد. این نهادها تنها پول دولت را در عین این که فاقد کارایی هستند، می‌بلعند و متأسفانه این مشکل باعث شده بازار سرمایه ما نیز از سرمایه‌گذاری کلان کشورهای دیگر محروم شود. اگر می‌خواهیم بازار سرمایه ما از رشد خوبی برخوردار باشد و رشد اقتصادی پایدار را شاهد باشیم، باید از بازوهای مالیاتی استفاده کنیم و گام اول آن هم تغییر در نحوه دریافت مالیات است. کشور ایران ۸۵ درصد مصرف‌کننده است و می‌توان تنها مالیات ارزش افزوده و مالیات بر مصرف را اجرائی کرد که نتیجه بسیار مطلوبی بر جای خواهد گذاشت. با اجرای این روش، کسب‌وکار از رونق خوبی برخوردار خواهد شد و بازار سرمایه نیز از این جریان نفع می‌برد.»

نقش بانک‌ها و خودروسازیه‌ها

دکتر فرهنگ حسینی، کارشناس بازار سرمایه، در این خصوص گفت: «بانک‌ها و خودروسازان دو گروه اصلی در بازار سرمایه هستند که بیشترین تأثیر را در افزایش و کاهش شاخص سهام دارند. زمانی که مذاکرات به نتیجه رسید و قرار شد برجام اجرایی شود، هیئت‌های تجاری وارد ایران شدند. رفع تحریم‌ها با اما و اگرهایی همراه بود و همین موضوع باعث شد تا سرمایه‌گذاران نتوانند برای سرمایه‌گذاری به صورت مستقیم وارد عمل شوند. هم‌چنین خودروسازانی که تفاهم‌نامه امضا کرده بودند، دیگر وارد مذاکره جدید برای تولید محصول در ایران نشدند و به نوعی این قراردادها روی دیگری به خود گرفت که نوعی دلسردی را به بازار سرمایه منتقل کرد. از سوی دیگر رفع تحریم بانکی و برقراری سویفت بدون همکاری با بانک‌های درجه یک اروپایی انجام شد و همه این موضوعات از نگاه سرمایه‌گذاران دور از انتظار بود. صحبت‌های رئیس کل بانک مرکزی ایران در کشور آمریکا پرده از واقعیاتی برداشت که اقتصاد ایران با آن دست به گریبان است و آن هم کارشکنی برخی غربی‌ها در اجرای برجام بود. مسلماً این تحولات نشانه‌های مثبتی به بازار سرمایه و اقتصاد ایران منتقل نکرد و باعث شد تا افت مقطعی شاخص را در گروه خودروسازی و بانک در بورس شاهد باشیم.»

از میان خبرها

بازدید هیئت پزشکی افغانستان از سینادارو

بازدید از خطوط تولید شرکت لابراتوارهای سینادارو و هم‌چنین خط تولید محصولات چشمی «سینگل دوز» با حضور یک هیئت پزشکی از کشور افغانستان شامل مدیران بیمارستان‌ها، متخصصان چشم و داروسازان انجام شد.

بازدیدکنندگان با ابراز خرسندی از وجود سیستم مکانیزه و پیشرفته در صنعت دارویی ایران از راه‌اندازی خط تولید محصولات «سینگل دوز» استقبال کردند. دکتر امان، رئیس بیمارستان تخصصی چشم امان، از حضور پررنگ قطره‌های چشمی سینادارو در بازار داروی افغانستان و تمایل جدی پزشکان این کشور به تجویز این اقلام دارویی خبر داد و هم‌چنین بر ظرفیت جذب بالای بازار داروی افغانستان و اهمیت ورود تکنولوژی و فناوری از ایران به افغانستان تأکید کرد.

بررسی آثار کاهش نرخ سود بانکی و رصد حساب‌ها

سیاست‌های جدید بانکی و مالیاتی؛ به سود یا به زیان تولید؟

تصمیم به کاهش نرخ سود و رصد حساب‌های بانکی برای گرفتن مالیات، دو رویدادی است که اخیراً در سیستم بانکی کشورمان مطرح شده است. البته کاهش دو درصدی نرخ سود بانکی مدتی است که اعمال می‌شود و بخشی از اصلاحیه قانون مالیات‌های مستقیم که به رصد حساب‌های بانکی افراد توسط دولت به منظور گرفتن مالیات مستقیم مربوط می‌شود، از مدتی قبل اجرایی شده است. برخی از کارشناسان اقتصادی معتقدند که کاهش نرخ سود بانکی و امکان رصد حساب‌های بانکی افراد برای گرفتن مالیات موجب خروج بخش قابل توجهی از سپرده‌گذاری‌ها از سیستم بانکی خواهد شد و آن را به زیان اقتصاد کشور می‌داند و در مقابل برخی دیگر این جهت‌گیری‌ها را به نفع اقتصاد و تولید تلقی می‌کنند.

خطر هدایت نقدینگی به بخش‌های غیر تولیدی

انگیزه سپرده‌گذاری در بانک‌ها را کاهش می‌دهد و بخشی از نقدینگی خارج شده از بانک‌ها به سمت بازارهایی مانند مسکن، خودرو، طلا، سکه و ارز سوق پیدا می‌کند، بنابراین نمی‌توان این گونه تعبیر کرد که لزوماً این نقدینگی‌های سرگردان به سمت بخش‌های تولیدی و صنعتی هدایت خواهد شد. در همین راستا برخی از کارشناسان اقتصادی به تجربه سال‌های گذشته اشاره و اذعان می‌کنند که طی این سال‌ها هدف اصلی کاهش نرخ سود بانکی در راستای حمایت از تولیدکنندگان به ثمر نرسیده است و گویا بانک‌ها تنها به

مدت زمانی است که کاهش نرخ سود بانکی زیر ذره‌بین اقتصاددانان قرار گرفته است و درحالی‌که برخی علاج دردهای اقتصاد کشور را در کاهش آن می‌دانند، برخی دیگر نظری متفاوت دارند. به عبارت دیگر عده‌ای مخالف کاهش دستوری نرخ سود بانکی هستند و برخی دیگر می‌گویند کاهش نرخ سود حتی به شکل دستوری به بهبود تولید در اقتصاد کمک می‌کند. برخی از صاحب‌نظران بر این باورند که کاهش نرخ سود آن هم به صورت دستوری





برخی دیگر از کارشناسان معتقدند که این موضوع موجب شفاف‌سازی و امکان گرفتن مالیات از واجدان شرایط خواهد شد.

مخالفان چه می‌گویند؟

مخالفان این قانون بر این باورند که در شرایط رکود باید مالیات کمتری گرفته شود و نه بیشتر و در شرایط رکود، سرکشی به حساب‌های بانکی موجب می‌شود که مردم راه گریز را انتخاب کنند و منابع از بانک‌ها خارج و در سطح جامعه تبدیل به نقدینگی سرگردان شود.

انتقاد دیگری که برخی از کارشناسان به این قانون وارد می‌کنند، این است که ملاک بانک‌ها در تسهیلات‌دهی به حقیقی‌ها و حقوقی‌ها ضریب موجودی است که اگر موجودی افراد در بانک رسوب کند، اعتبار برای اشخاص به دنبال دارد و بانک‌ها از بابت آن تسهیلات بهتری را به متقاضیان می‌پردازند. اما با اجرای این قانون متولیان و اشخاص حقیقی و حقوقی دچار بی‌اعتمادی می‌شوند و سعی می‌کنند برای این‌که مشمول مالیات سنگین نشوند، نقدینگی خود را به‌عنوان سپرده در بانک‌ها نگذارند و در این حالت تسهیلات کمتری به این افراد تعلق می‌گیرد. به این ترتیب بنگاه‌های اقتصادی که نیاز به نقدینگی دارند، تسهیلات کمتری را در اختیار خواهند داشت و در نتیجه رکود تعمیق می‌شود.

در عین حال این دسته از کارشناسان معتقدند در حال حاضر فعالیت بنگاه‌های اقتصادی کاهش یافته است و نیروهایشان بازخرید شده‌اند یا در حال اخراج هستند و در چنین شرایطی اگر احساس کنند که حجم فعالیت و حساب‌های بانکی‌شان هم زیر ذره‌بین است، نتیجه این خواهد بود که نظم در نظام پولی از بین می‌رود و بازار پول دچار تلاطم خواهد شد.

موافقان رصد حساب‌های بانکی چه می‌گویند

اما موافقان گرفتن مالیات از حساب‌های بانکی نظرات متفاوتی دارند. این دسته از کارشناسان معتقدند که سیستم مالیاتی هر دولتی موظف است که اطلاعات لازم را از کانال‌های مختلف دریافت کند و حساب‌های بانکی افراد حقیقی و حقوقی هم از جمله این کانال‌هاست.

به اعتقاد این گروه از کارشناسان افرادی هستند که از خارج پول‌هایشان را به ایران وارد می‌کنند و در بانک‌های کشور سپرده‌گذاری می‌کنند، زیرا در سایر کشورها از سپرده‌های موجود در حساب‌ها ۳۰ درصد مالیات گرفته می‌شود، اما در ایران چنین قانونی وجود ندارد. این منتقدان معتقدند که اگر افرادی به قصد گرفتن سود در بانک‌ها سپرده‌گذاری می‌کنند، بهتر است که این پول‌ها را وارد بورس کنند.

به گفته موافقان گرفتن مالیات، از آن‌جا که از پول‌های راكد مالیات گرفته نمی‌شود، مردم با خیال راحت پول‌ها را در صندوق نگه می‌دارند و این نوعی رباخواری است که به اقتصاد ملی آسیب وارد می‌کند. این در حالی است که در کشورهای اروپایی از حساب‌های بانکی به میزان یک‌سوم مالیات دریافت می‌شود و این باعث می‌شود که پول‌ها در بانک‌ها سپرده‌گذاری نشود و نقدینگی وارد چرخه تولید و سازندگی شود. ولی در کشور ما مردم با هدف دریافت سود اقدام به سپرده‌گذاری می‌کنند و به این ترتیب اقتصاد کشور باتنگنا مواجه می‌شود. در صورتی که اگر این پول‌ها وارد چرخه تولید و سرمایه‌گذاری شود، موجب ایجاد اشتغال می‌شود و درآمد دولت بهبود می‌یابد.

اما درحالی‌که موافقان و مخالفان کاهش نرخ سود بانکی و گرفتن مالیات از خانه‌های خالی استدلال‌ها و نقطه نظرات خود را در مورد این دو موضوع مطرح می‌کنند، به نظر می‌رسد دولت هم‌چنان مصمم است که این موارد را با جدیت اجرا کند. درواقع هدف دولت این است که به دنبال اجرای قوانینی از این دست، نقدینگی‌های موجود در بانک‌ها و جامعه را به سمت بخش‌های تولیدی هدایت کند و به اشتغال و اقتصاد رونقی ببخشد. هر چند که دستیابی به اهداف مورد نظر با اما و اگرها و تردیدهایی مواجه است.

حفظ ثبات قیمت‌ها و رشد اقتصادی از یک طرف و نیز ثبات بازارهای مالی و دارایی و حفظ سلامت و اقتدار نظام بانکی از سوی دیگر از جمله اهداف چهارگانه سیاست‌گذاری پولی هستند که به نظر می‌رسد در جریان کاهش دستوری نرخ سود بانکی دستیابی به آن‌ها با مشکل همراه باشد و بر این اساس برخی از کارشناسان پیشنهاد می‌کنند در کوتاه‌مدت بانک مرکزی به‌عنوان متولی سیاست پولی باید با نقش‌آفرینی خود در بازار بین بانکی و کاهش نرخ ذخیره قانونی و استفاده از سیاست‌های ضد رکود با صبر و تامل بیشتری نسبت به کاهش نرخ سود بانکی اقدام کند

دنبال کاهش هزینه‌های خود هستند. از طرف دیگر تحلیل‌گران بازندگان اصلی این میدان را تولیدکنندگانی می‌دانند که به منابع بانکی دسترسی نداشته و ندارند و با کاهش بیشتر نرخ سود، میزان دسترسی‌شان به این منابع کمتر هم شده است.

هم‌چنین حفظ ثبات قیمت‌ها و رشد اقتصادی از یک طرف و نیز ثبات بازارهای مالی و دارایی و حفظ سلامت و اقتدار نظام بانکی از سوی دیگر از جمله اهداف چهارگانه سیاست‌گذاری پولی هستند که به نظر می‌رسد در جریان کاهش دستوری نرخ سود بانکی دستیابی به آن‌ها با مشکل همراه باشد و بر این اساس برخی از کارشناسان پیشنهاد می‌کنند در کوتاه‌مدت بانک مرکزی به‌عنوان متولی سیاست پولی باید با نقش‌آفرینی خود در بازار بین بانکی و کاهش نرخ ذخیره قانونی و استفاده از سیاست‌های ضد رکود با صبر و تامل بیشتری نسبت به کاهش نرخ سود بانکی اقدام کند.

کاهش سود بانکی متناسب با نرخ تورم

اما در مقابل افرادی که نگران سرریز شدن نقدینگی به سمت بخش‌های غیرتولیدی هستند، برخی از کارشناسان اعتقاد دارند در صورتی که یک برنامه منسجم و دقیق وجود داشته باشد و رغبت و انگیزه‌های سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی افزایش یابد، افراد تمایل خواهند یافت که سپرده‌های خود را از بانک‌ها خارج و پول خود را در تولید و صنعت سرمایه‌گذاری کنند.

این گروه از صاحب‌نظران معتقدند نرخ سود بانکی تابعی از نرخ تورم است و در حال حاضر که دولتی‌ها اظهار می‌کنند نرخ تورم در اقتصاد کشور در حال تکریمی شدن است، باید نرخ سود بانکی نیز به تبع آن کاهش پیدا کند. از سوی دیگر مدافعان کاهش نرخ سود بانکی معتقدند که این موضوع افزایش نقدینگی تولید و رشد اقتصادی را در پی خواهد داشت. این گروه از کارشناسان با اشاره به کاهش نرخ سود بانکی بر افزایش نقدینگی واحدهای تولیدی اذعان می‌کنند که کاهش نرخ سود بانکی و پرداخت وام ارزان به واحدهای تولیدی کوچک می‌تواند کاهش هزینه تولید را به دنبال داشته باشد و توان رقابت بنگاه‌ها را افزایش می‌دهد.

این صاحب‌نظران بر این باورند که با توجه به روند کاهش نرخ تورم و ارتباط آن با سود بانکی می‌توان شاهد کاهش مجدد نرخ سود در سال جاری بود و از آن‌جا که نرخ سود بانکی در تمام دنیا بر اساس دو تا سه درصد بالاتر از نرخ تورم محاسبه می‌شود، اگر نرخ تورم با توجه به این فرمول کاهش یابد، به تبع آن نرخ سود بانکی سیر نزولی خواهد داشت.

رصد حساب‌ها برای گرفتن مالیات

اما یکی دیگر از رخدادهای سیستم بانکی در ماه‌های اخیر که متأثر از اجرای قانون مالیات‌های مستقیم است، رصد حساب‌های بانکی افراد توسط دولت به منظور دریافت مالیات است. طبق اصلاحیه قانون مالیات‌های مستقیم که مرداد ماه سال گذشته توسط رئیس‌جمهور برای اجرا به وزارت امور اقتصادی و دارایی ابلاغ شد، بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری موظف شده‌اند اطلاعات مربوط به جمع گردش و مانده سالانه انواع حساب‌های بانکی اشخاص حقیقی و حقوقی را در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار دهند.

اما درحالی‌که برخی از کارشناسان و صاحب‌نظران امکان دسترسی دولت به حساب‌های بانکی را دارای ایراد می‌دانند و انتقاداتی را متوجه این قانون می‌کنند،

نگاهی به تغییرات بازار طلا و ارز در آغاز سال ۹۵

دست‌های پنهان و قیمت‌های غیر واقعی

در حالی که بسیاری از دولتمردان و کارشناسان اقتصادی تاکید داشتند که با لغو تحریم‌ها قیمت طلا و ارز تغییر نمی‌خواهد کرد، اما پس از مدت یک روز از اجرایی شدن برجام، قیمت هر دو محصول روندی صعودی را طی کرد و وارد جاده نوسانی شد. اکثر کارشناسان بر این باور بودند که مهم‌ترین دلیل نوسانات نرخ ارز و طلا، جو روانی حاکم بر بازار است که باعث شده همه خریداران با امید به خرید طلا و ارز روی بیاورند، بلکه سرمایه‌شان زیاد شود. کسب سود اقتصادی از یک اتفاق سیاسی همیشه مهم‌ترین انتظاری است که همه از رویدادهایی نظیر لغو تحریم‌ها و اجرای برجام دارند. این در حالی است که به عقیده بسیاری از کارشناسان این تفکر درست نیست و از اقتصاد سیاست‌زده کشور نشئت می‌گیرد.

علاوه بر این که عنوان می‌شود تاثیر اخبار بر اقتصاد ایران بیش از حد زیاد است و خیلی زود شاهد تغییر تصمیمات مردم در مورد سرمایه‌هایشان هستیم، برخی از کارشناسان هم بر این باورند که نوسانات قیمت ارز ناشی از تصمیمات دولت در بخش صادرات و کمبود منابع آن است. برخی دیگر از کارشناسان نیز اظهار می‌کنند که نوسانات نرخ ارز به دلیل ورود مستقیم دولت برای کنترل آن است و از آنجایی که دولت به دلیل کسری بودجه علاقه‌ای به کاهش قیمت ارز ندارد،

جو روانی بازار

دکتر جمشید پژویان، کارشناس اقتصادی، در گفت‌وگو با خبرنگار ما به بررسی علل نوسانات نرخ ارز و افزایش آن بعد از لغو تحریم‌ها پرداخت و گفت: «نتیجه جو روانی حاکم بر بازار باعث شد قیمت ارز و طلا در بازار داخلی افزایش یابد. به این دلیل که مردم بر این باور بودند که با لغو تحریم‌ها ایران می‌تواند نفت بیشتری در بازار جهانی صادر کند و بر اساس این کار ارز بیشتری وارد کشور شود و همین امر باعث شود تا قیمت آن روند نزولی را طی کند. اما کشورهای نفت‌خیز دیگر حاضر به باز پس دادن جایگاه ایران نشدند و هنوز هم این مسئله به عنوان یکی از موضوعات مهم جهان در حال پی‌گیری است و سازمان اوپک جلساتی هم در این باره برگزار کرده است.

دولت بخشی از کسری بودجه خود را از فروش دلار در بازار آزاد تامین می‌کند و همین امر موجب می‌شود تا تمایل دولت به کاهش قیمت ارز کم‌رنگ شود. هم‌چنین رویکرد دیگر این است که برخی از تولیدکنندگان به امید صادرات به کشورهای همسایه تولید خود را همراه با کیفیت افزایش داده‌اند و اگر قیمت ارز پایین بیاید، برای صادرکننده صرفه اقتصادی نخواهد داشت و دیگر به کار خود ادامه نمی‌دهد. در نتیجه قیمت باید به گونه‌ای تعیین شود که هم تولیدکننده سود ببرد و هم صادرکننده.

محقق نشدن وعده‌های غربی در اجرای برجام باعث شد تا امیدهای واهی شکلی واقعی به خود بگیرد و با نوسانات قیمتی همراه شود. اگر غربی‌ها به وعده‌های خود عمل کنند، می‌توانیم تا حدودی شاهد ثبات قیمت در بازار ارز باشیم. به این دلیل که بر اساس مفاد

فعلا تک‌نرخی شدن آن امکان‌پذیر نخواهد بود. کارشناسان دیگر نیز می‌گویند که عدم تحقق وعده‌های غربی‌ها باعث شده بازار ارز از امید به واقعیت تغییر مسیر بدهد و به جای این که روی احتمالات حرکت کند، روی محرک‌های واقعی به مسیر خود ادامه دهد.

برجام پول‌های بلوکه‌شده ایران در کشورهای چین و هند آزاد می‌شود و همین موضوع دلیل محکمی برای کنترل بازار ارز خواهد بود. تا زمانی که بخش تولید کشور تقویت نشده و تحریم‌ها به صورت کامل رنگ و لعاب خود را از دست نداده است، نمی‌توانیم شاهد ثبات قیمت ارز باشیم. اکنون دست‌هایی در کار است که علاقه‌ای به کاهش قیمت ارز در بازار آزاد ندارد و این مسئله موجب می‌شود تا تقاضا در این بخش هر روز روندی فزاینده را طی کند.

مدتی است که ارز تک‌نرخی در دستور کار مسئولان قرار گرفته است، اما بعید به نظر می‌رسد با شرایط فعلی اقتصاد بتوان این موضوع را اجرایی کرد. هنوز اقتصاد ایران پتانسیل اجرای این سیاست را ندارد. ارز تک‌نرخی بدین معناست که دولت و بانک مرکزی باید برای همه امور از جمله واردات محصولات مورد نیاز و غیره اعلام آمادگی کنند. اما به دلیل کمبود ارز در اختیار دولت فعلا این امکان فراهم نیست و باید منتظر آزادسازی پول‌های بلوکه‌شده ماند.

عامل اصلی نوسانات

هم‌چنین دکتر مهدی تقوی، کارشناس اقتصادی، به «و خارزم» گفت: «در ابتدای سال جاری برخی قیمت‌های بازار طلا به دلیل افزایش تقاضا



تنها عاملی که ممکن است محرک افزایش قیمت دلار باشد، یکسان سازی نرخ ارز است که البته هنوز زمینه های یکسان سازی فراهم نشده است. به نظر می رسد بانک مرکزی منتظر است تا روند قیمت نفت به مدار صعودی بازگردد و با تامین پشتوانه محکم ارزی بتواند برنامه یکسان سازی را به اجرا بگذارد. به هر حال دیر یا زود بانک مرکزی باید این برنامه را به اجرا بگذارد.»

استاد دانشگاه علامه طباطبائی به توان دولت و بانک مرکزی در کنترل نرخ ارز اشاره کرد و گفت: «دولت قبل زمانی که روی کار آمد، دلار زیر هزار تومان بود، اما دولت را با دلار نزدیک چهار هزار تومان تحویل داد. وقتی دولت یازدهم روی کار آمد، سیاست های مناسبی برای کنترل نرخ ارز به کار گرفت و موجب شد تا مردم سرمایه خود را از این بازار دلالی خارج کنند. تا چند سال پیش کسی اگر دلار را یک سال نگه داری می کرد، سود کلانی عایدش می شد. اما اکنون تغییری در قیمت حاصل نمی شود و با احتساب میانگین سالانه ضرر هم خواهد کرد. به این دلیل که حداقل می تواند این مبلغ را در بانک بگذارد و سودی را کسب کند.»

ازین تادلار

محمد کشتی آرای، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران، در گفت و گو با «و خارزم» گفت: «طلا برگرفته از قیمت جهانی و دلار است و وقتی هر کدام از این مولفه ها دارای تحرک خاصی شوند، قطعاً روی بازار طلا و سکه داخلی تاثیر خواهند گذاشت.

در ابتدای سال به دلیل تقاضای ایجاد شده برای نوروز قیمت طلا و سکه کمی افزایش یافت، اما در نیمه دوم فروردین ماه شاهد ثبات قیمت در این محصول بودیم. تاثیر اخبار در اقتصاد داخلی بسیار زیاد است، به همین دلیل با کوچک ترین مولفه، اتفاقات بزرگ را شاهد هستیم.

افزایش اخیر قیمت طلا ناشی از این است که این دو درصد تغییر نرخ داده و تاثیر آن در بازار دلار باعث شد تا ارزش دلار کمی کاهش یابد. همین امر موجب شد قیمت طلا در بازار جهانی پنج درصد افزایش قیمت را تجربه کند و مسلماً بازار داخلی ایران نیز از این موضوع تبعیت می کند.»



در نوروز رشد را تجربه کرد، اما طولی نکشید که این آرامش به بازار برگشت و اکنون وضعیت مطلوبی در بازار طلا و ارز حاکم است. در پایان تعطیلات خبرهای بلوکه شدن پول های ایران توسط آمریکا منتشر شد که در بازار ایران تاثیر خوبی بر جای نگذاشت و موجب شد تا قیمت ارز تا حدی روند افزایشی را طی کند. از سوی دیگر دولت محور فعالیت های خود را تقویت تولید صادرات محصولات معرفی کرده است، اما منابعی که در اختیار دارد، بسیار محدود است. به همین دلیل بخشی از تولیدکنندگان امید خود را برای تولید از دست دادند و رمقی به تولید نشان نمی دهند.

افزایش قیمت ارز می تواند کمر تولید را بشکند و کاهش آن نیز می تواند تاثیر منفی در بخش واردات ایجاد کند و دولت باید بهترین عملکرد را در نظر بگیرد. البته ناگفته نماند که عملکرد دولت در زمینه کنترل نرخ ارز بسیار موفق بوده و چشم انداز قیمت ارز نیز با توجه به گشایش هایی که در اوضاع سیاسی و اقتصادی کشور به وجود آمده و با توجه به ورود سرمایه گذاران خارجی به کشور چشم انداز باثباتی است و به نظر می رسد بانک مرکزی به خوبی توانسته روند عرضه و تقاضا را در این بازار مدیریت کند و ارز مورد نیاز بازار را تامین کند.

اگر ایران بتواند جایگاه خود را در بازار نفت پس بگیرد و تولید خود را به زمان قبل از تحریم برگرداند، ارز بیشتری وارد کشور خواهد شد. از این رو می توان امید داشت ثبات بازار ارز در آینده محقق شود.

دست پر قدرت دلان در بازار

از سوی دیگر، عباس مسعودی، رئیس انجمن سکه و صرافان استان تهران، گفت: «دلان بازار ارز زمانی که بازار را رصد می کنند و برآورد می کنند که قرار است قیمت آن کمی افزایش یابد، اقدام به خرید ارز می کنند و همین امر باعث می شود تا ارز در بازار کم شود.

برخی دلان با خرید ارز باعث می شوند این کالا در بازار کم شود و روند افزایش قیمت را طی کند. اما اگر این دست ها از بازار حذف شوند، دلار تغییر قیمت چندانی نخواهد داشت و روی مدار ثابت حرکت خواهد کرد.

به طور کلی تحولات اخیر بازارهای جهانی با ریزش قابل ملاحظه ارزش دلار در مقابل سایر ارزها همراه شد و روند نزولی نرخ دلار در این ماه در حالی اتفاق افتاد که ماه گذشته دلار در بیشتر روزها به سمت افزایش در حرکت بود و حتی در مقطعی از مرز ۳۷۰۰ تومان نیز عبور کرده بود.»

محمد کشتی آرای، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران: «قیمت طلا برگرفته از قیمت جهانی و دلار است و وقتی هر کدام از این مولفه ها دارای تحرک خاصی شوند، قطعاً روی بازار طلا و سکه داخلی تاثیر خواهند گذاشت. در ابتدای سال به دلیل تقاضای ایجاد شده برای نوروز قیمت طلا و سکه کمی افزایش یافت، اما در نیمه دوم فروردین ماه شاهد ثبات قیمت در این محصول بودیم. تاثیر اخبار در اقتصاد داخلی بسیار زیاد است، به همین دلیل با کوچک ترین مولفه، اتفاقات بزرگ را شاهد هستیم»



اقتصاد

محمد ربیع زاده

عضو هیات مدیره شرکت سرمایه گذاری خوارزمی

بامؤسسات غیرمجاز در بازار پول چه باید کرد؟

سرطانی شعب خود را گسترش داده و ادارات مرکزی و شرکت‌هایشان در روز روشن و با تابلوی جذاب به کار خود ادامه می‌دهند و در ظاهر برخی از این مؤسسات از بعضی بانک‌هایی که توسط بزرگان بانکی کشور و با رزومه شفاف شکل گرفته‌اند، موفق‌تر به نظر می‌رسند! در هر حال هم‌چنان بانک مرکزی در سامان‌دهی این مؤسسات احساس تنهایی می‌کند، یا در عرصه عمل واقعا تنهاست. به نظر اینجانب بانک مرکزی انگیزه و اراده قوی و محکمی در سامان‌دهی این مؤسسات دارد و حتی اگر نداشت هم به علت جلوگیری از تخریب بیشتر سیاست‌های پولی مجبور است اراده‌ای چنین قوی داشته باشد. اما در عرصه عمل این بانک مجبور است در مقابل روند ناخواسته افزایش شگفتی آور شعب این مؤسسات همه دغدغه‌هایی را که در بالا به آن اشاره شد، در نظر بگیرد و به همین علت نیاز به کمک و یاری همه، اعم از بانک‌ها، رسانه‌ها، مردم و همه نهادهای ذی‌ربط در قوای سه‌گانه دارد.

حال با توضیحات فوق به طرح این پرسش می‌پردازیم که چه باید کرد؟ برای سامان‌دهی این مؤسسات پیشنهادهای ذیل مطرح می‌شود:

۱

سازوکار دقیقی برای این که از این به بعد مؤسسات جدیدی شکل نگیرند تعریف شود و با قاطعیت به مرحله اجرا درآید و اقدام به راه‌اندازی موسسه جدید به‌عنوان جرمی بزرگ تلقی شود و بلافاصله برخورد شود. در صورت نیاز به قانون طرح یا لایحه آن به مجلس ارائه شود. (برای تسریع در تصویب و ابلاغ و اجرای آن عکسی از پسر بچه‌ای گریبان که ترازوی وزنه او را شکسته‌اند تا در خیابان سد معبر نکند، یا مرد پریشانی که ماموران در حال برچیدن بساط دست‌فروشی او هستند، ضمیمه آن شود!)

۲

بانک مرکزی با پشتیبانی مراکز ذی‌ربط رزومه سهام‌داران عمده ۱۰ درصد به

تاریخ روایت کرده است سیدجمال‌الدین اسدآبادی در نامه‌ای به ناصرالدین شاه قاجار نوشته است: «البانک. ما ال بانک؟ و ما ادریک ما ال بانک؟!» ده‌ها سال از این پرسش جالب و طنزآمیز و البته قابل تأمل و تفکر گذشته است و ملت ایران از این مرحله که بانک چه هست، گذشته و با این پرسش که چه باید کرد، روبه‌رو شده است. از شروع کار بانک‌داری در ایران که سلطان صاحبقران مجوز یک بانک را صادر کرد و آن هم اجرایی نشد، تا تشکیل بانک به شکل امروزی در ۱۲۸۵ شمسی تاکنون شاهد اتفاقات زیادی در تاریخ بانک‌داری کشورمان بوده‌ایم و امروزه در کنار بانک‌های قانونی و معتبر کشور با فعالیت داخلی و بین‌المللی شاهد فعالیت ده‌ها شبه‌بانک غیرقانونی هستیم که صدای همه را درآورده است. چندی قبل باکارمند جوان یکی از مؤسسات غیرمجاز و در معرض خطر انحلال تماس تلفنی داشتم که به‌شدت نگران سرنوشت کاری و زندگی‌اش بود، آن هم در این شرایط که یافتن شغل جدید و مناسب سخت شده است. این تماس تلفنی انگیزه‌ای برای نگارش این مرقومه شد.

این روزها صحبت از مؤسسات غیرمجاز یا به تعبیری بازار متشکل غیررسمی پول زیاد شده است و از مردم عادی و رسانه‌ها گرفته، تا قوای سه‌گانه کشوری به این موضوع مهم روی آورده‌اند و هر گروهی هم در این ماجرا دغدغه خودش را دارد: دولت برای اجرای قانون و امنیت کشور و ثبات اقتصادی، سهام‌داران برای حداقل حفظ سرمایه خود، مدیران برای حفظ جایگاه و آبروی خود، کارکنان و خانواده‌های آنان به‌شدت نگران بی‌کاری و مشکلات بعد از آن و سپرده‌گذاران با دغدغه این که حاصل سال‌ها تلاش آنان نابود نشود. برخی از وام‌گیرندگان شاید به فکر و وسوسه تأخیر در بازپرداخت و نکول، بانک مرکزی با دغدغه سامان‌دهی این نوزادان متولدشده و در حال رشد بی‌شناسنامه و اجرای سیاست‌های پولی و دفاع از منافع سپرده‌گذاران، بانک‌ها با دغدغه فرار منابعشان به سمت و سوی این مؤسسات و در مواقع بحران نگران این که این مؤسسات به آن‌ها تحویل شوند و... به‌هر حال نزدیک به دو دهه است که این مؤسسات (که خود را به کری و لالی زده و کار خود را می‌کنند) قارچ‌گونه و

بالا و مدیران عامل و هیئت مدیره این موسسات را در جراید به اطلاع مردم برساند. البته همکاری برخی از این افراد برای ارائه رزومه دور از تصور است، ولی تهیه آن از روش‌های دیگر امکان‌پذیر است. در هر حال مردم حق دارند کسانی را که می‌خواهند به آنان اعتماد کنند، بشناسند.

۳

در شرایط فعلی و به‌ویژه با ورود دادستانی، موسسات غیرمجاز مجبور یا علاقه‌مندند که مجوز بانک مرکزی را بگیرند و حتی انگیزه دارند که خود را به سطح بانک برسانند. البته برخی از این موسسات قبل از این سروصداها در پی گرفتن مجوز بوده‌اند و اقداماتی انجام داده‌اند. هرچند پافشاری بانک مرکزی بر ضوابط و مقررات خود لازم و ضروری است و شأن این بانک و مصالح کشور نیز این را می‌طلبد، اما در ادامه سامان‌دهی اگر این موسسات با موانع بسیار سختی برای گرفتن مجوز روبه‌رو شوند، باز ممکن است

با اطلاع‌رسانی به مردم که در حال گرفتن مجوز هستند و ذکر هر مرحله آن با زمان بازی کنند و به کار خود ادامه دهند، که قطعاً تداوم این مسیر به نفع کشور نیست و ممکن است به نقطه‌ای برسد که به‌راحتی امروز نتوان مشکل را حل و فصل کرد. پیشنهاد می‌شود از طرف بانک مرکزی گروهی از صاحب‌نظران پولی و بانکی و باتجربه تشکیل شده و حتی از مدیران بانکی داخل این موسسات نیز دعوت شود تا ضمن بررسی مقررات نسبت به روان‌سازی فرایند و در صورت نیاز با وضع مقررات فوق‌العاده و خاص و موقت تصمیم‌سازی شود.

۴

از طرف شورای پول و اعتبار و هیئت عامل بانک مرکزی به‌طور موقت برای مثال یک سال اختیارات کاملی برای تصمیم‌گیری در فرایند صدور مجوز این موسسات به معاونت نظارتی این بانک تفویض شود. (این کار در کشور ما سخت انجام می‌شود و حتی در برخی موارد افراد به دلیل تبعات از پذیرش آن خودداری می‌کنند. اما تا این مهم تحقق نیابد، مشکلی حل نخواهد شد.)

۵

به علت این‌که قرار است از این به بعد هیچ موسسه غیرمجازی شکل نگیرد، بنابراین باید از طریق مصاحبه یکی از مقامات به کارکنان

و سپرده‌گذاران موسسات فعلی آرامش و اطمینان داده شود که حقوق آنان تضییع نخواهد شد. البته چنین تضمینی به سهام‌داران عمده نباید داده شود. این پیشنهاد ممکن است مورد انتقاد صاحب‌نظران واقع شود. اما به دلایل مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... از آن دفاع می‌کنم. در مورد کارکنان باید با قاطعیت از ورود کارکنان جدید به این موسسات جلوگیری کرد و وزارت کار، بیمه‌ها و صندوق‌های بازنشستگی می‌توانند در کنترل این موضوع به بانک مرکزی کمک کنند. اما کارکنان فعلی باید در آرامش باشند تا فرایند گرفتن مجوز یا ادغام به‌درستی انجام شود. در مورد سپرده‌گذاری نیز اگر مردم برای گرفتن سپرده‌های خود به این موسسات هجوم بیاورند و از طرفی کسانی که وام (تسهیلات) گرفته‌اند، از پرداخت اقساط خودداری یا کوتاهی کنند، فرایند گرفتن مجوز و ادغام‌ها با مشکل مواجه می‌شود و تبدیل به کلاف سردرگم خواهد شد. ضمن این‌که هجوم سپرده‌گذاران و وحشت بانکی یا وحشت بانک‌داری پدیده خطرناکی است و چون سیلی ویران‌گر است که اگر بی‌تدبیری شود، تر و خشک و بی‌گناه و باگناه نمی‌شناسد. در هر حال این موسسات همچون وسیله نقلیه بدون مجوزی هستند که بدون توجه به خطرات مکرر در مسیر خطرناکی رفته‌اند و گرفتار سیل شده‌اند و اولین اولویت نجات سرنشینان از سیل است. (در یک حادثه سیل اگر سرنشینان نجات یابند، حتی اگر وسیله نقلیه هم نابود شود، نجات‌دهندگان افسوس نخواهند خورد.)

۶

با توجه به این‌که بیشتر سامان‌دهی‌ها از طریق ادغام چند موسسه در یکدیگر یا با یک بانک انجام می‌شود، در ادامه مسیر لازم است اقدامات ادغام تاکنون مورد بررسی و آسیب‌شناسی قرار بگیرد و نقاط ضعف و قوت آن شناسایی و از این تجربیات برای ادغام بقیه موسسات استفاده شود.

۷

پس از ادغام موسسات و تشکیل موسسه جدید، حمایت همه‌جانبه از آن و تقویت این بیمار بر اثر عمل جراحی و پیوندهای سخت گذشته ضروری است. مردم هم‌زمان با دیدن تابلوی جدید باید شاهد مجوزهای بانک مرکزی و حمایت سایر نهادها باشند. در غیر این صورت نمی‌توان ادغام را موفق ارزیابی کرد.

۸

پیشنهاد می‌شود با تقویت کنترل‌های داخلی و استقرار حاکمیت شرکتی و پویایی کمیته حسابرسی و مدیریت ریسک در این موسسات جدید حاصل از ادغام و با هماهنگی کامل با سهام‌داران عمده، هیئت مدیره و حسابرسان مستقل و به منظور تقویت ساختار مالی، مجمع عمومی این‌گونه موسسات قانع شود که از تقسیم سود حداقل برای دو یا سه سال صرف‌نظر شده و به تقویت سرمایه اولویت داده شود هرچند اجرای این توصیه دشوار است.

توضیح: خلاصه این یادداشت اسفند ماه سال گذشته تحت عنوان «۸ پیشنهاد برای سامان‌دهی موسسات غیرمجاز در بازار پول» در روزنامه دنیای اقتصاد منتشر شده است



این روزها صحبت از موسسات غیرمجاز یا به تعبیری بازار متشکل غیررسمی پول زیاد شده است و از مردم عادی و رسانه‌ها گرفته، تا قوای سه‌گانه کشوری به این موضوع مهم روی آورده‌اند و هر گروهی هم در این ماجرا دغدغه خودش را دارد

بررسی لزوم حمایت از صنایع کوچک و متوسط در کشور

اشتغال‌زایی با ابزار حمایت از بنگاه‌های کوچک

در سال‌های اخیر، هر دولتی که روی کار آمده، حمایت از صنایع کوچک را به عنوان یکی از اولویت‌های اقتصادی خود معرفی کرده است؛ صناعی که تنوع و گستردگی فراوانی دارند و بسته به شرایط، می‌توانند در هر نقطه از کشور فعالیت کنند. در همین راستا اقداماتی مثل افزایش سرمایه صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک و کیفی‌سازی شهرک‌های صنعتی برای آرایه خدمات مطلوب‌تر به صنعتگران از سوی دولت در دستور کار قرار گرفته است؛ اقداماتی که البته به اعتقاد بسیاری از کارشناسان اقتصادی، کافی نبوده است. به باور موافقان توسعه صنایع کوچک، گسترش این کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌تواند درمانی موثر برای یکی از بزرگ‌ترین معضلات اقتصادی کشور، یعنی بیکاری باشد.

در ادامه، برای بررسی چالش‌های دولت در زمینه حمایت از صنایع کوچک و متوسط و مزایا و معایب سرمایه‌گذاری در این زمینه، پرونده‌ای کوتاه ترتیب داده‌ایم و نظر کارشناسان اقتصادی و مدیریتی را جویا شده‌ایم.



بررسی چالش‌ها و جایگاه صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد

به روز شدن؛ لازمه تاثیر گذاری ورونق کوچک‌ترها

پرونده

المیرا اکرمی

دولت یازدهم در دو سال گذشته تنها حامی صنایع پیشران و بزرگ بوده است و در مقابل حمایت چندانی از صنایع کوچک و متوسط نداشته است. این جمله و مواردی مشابه آن از جمله انتقاداتی است که صاحبان صنایع کوچک و متوسط متوجه عملکرد دولت می‌کنند. این در حالی است که اعتقاد صاحبان صنایع کوچک و متوسط و برخی از فعالان اقتصادی این است که رسیدن به رشد اقتصادی بالای چهار درصد با حمایت از صنایع بزرگ و پیشران نمی‌تواند به رشد متوازن منجر شود، چراکه این صنایع نقشی در اشتغال‌زایی نخواهند داشت، بلکه رونق صنایع کوچک و متوسط است که می‌تواند رشد متوازن و همراه با اشتغال را محقق کند.

در عین حال بعضی کارشناسان و صاحب‌نظران نظرات متفاوتی در مورد مشکلات و چالش‌های صنایع کوچک و متوسط و تاثیر این صنایع در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی دارند. کارشناسان اقتصادی معتقدند هر چند که صنایع کوچک و متوسط می‌توانند در اشتغال‌زایی و اقتصاد کشور موثر باشند، اما باید برای تاثیر بیشتر خود را به روز کنند و از تکنولوژی و دانش روز بهره‌مند شوند. در عین حال کارشناسان بر این باورند که با وجود مزایای بسیار زیادی که صنایع کوچک و متوسط دارند، مستقل از صنایع بزرگ نمی‌توانند رشد کنند، بنابراین نمی‌توانیم صنایع کوچک و متوسط را تافته جداافتاده از صنایع بزرگ بدانیم.

تجمیع صنایع کوچک و متوسط در شهرک‌های صنعتی

در همین رابطه آلبرت بغزیان، کارشناس اقتصادی و مدرس دانشگاه، در گفت‌وگو با خبرنگار ما می‌گوید: «یک زمانی این شعار مطرح بود که کوچک

زیباست و این شعار را می‌توانستیم این‌گونه تعبیر کنیم که باید به سراغ صنایع کوچک و متوسط برویم و کارگاه‌ها و واحدهای تولیدی کوچک را با سرمایه اندک راه‌اندازی کنیم. اما مشکلی که در ارتباط با صنایع کوچک و متوسط وجود دارد، این است که مسئله مقیاس را از دست می‌دهند.

به عنوان مثال، خودروسازی‌ها، نیروگاه‌ها و پالایشگاه‌ها نمی‌توانند کوچک باشند. البته به تازگی موضوع ایجاد نیروگاه‌های کوچک مطرح است، اما خودروسازی کوچک بی‌معنی است و باید حداقل‌هایی وجود داشته باشد که خودروسازی دارای صرفه اقتصادی باشد. هر چند که

صنایع کوچک در مورد محصولاتی مانند پوشاک که نیاز به مجتمع‌های بزرگ تولیدی ندارد، جواب‌گوست.»

بغزیان با تاکید بر این موضوع که تجمیع صنایع کوچک و متوسط در قالب مجتمع‌های صنعتی یا شهرک‌های صنعتی می‌تواند موجب کاهش هزینه‌های آن‌ها شود، می‌گوید: «اگر صنایع کوچک و متوسط در قالب مجتمع‌های صنعتی یا شهرک‌های صنعتی تجمیع شوند، می‌توانند واحد تحقیق و توسعه داشته باشند، وام‌های کلان و ارزان‌تری را دریافت کنند و خدمات لازم را در یک جا از دولت دریافت کنند.»

این مدرس دانشگاه معتقد است که صنایع کوچک و متوسط باید مکان‌یابی و در یک مکان تجمیع شوند و در قالب صنف یا سندیکا فعالیت کنند. درواقع صنایع کوچک و متوسط باید زیرمجموعه خوشه‌ها و مجتمع‌ها قرار بگیرند و تبدیل به مجموعه بزرگ‌تری با اعضای کوچک شوند و در این شرایط مقیاس هم پیدا می‌کند و درضمن می‌توانند از پژوهش‌ها و تجربیات

آلبرت بغزیان، کارشناس اقتصادی و مدرس دانشگاه: «اگر صنایع کوچک و متوسط در قالب مجتمع‌های صنعتی یا شهرک‌های صنعتی تجمیع شوند، می‌توانند واحد تحقیق و توسعه داشته باشند، وام‌های کلان و ارزان‌تری را دریافت کنند و خدمات لازم را در یک جا از دولت دریافت کنند.»

یکدیگر استفاده کنند.

بغزبان در عین حال اعتقاد دارد که دلیل حمایت دولت از صنایعی مانند خودروسازی و پتروشیمی این است که آن‌ها صنایع بزرگی هستند و زنجیره وسیعی از صنایع مختلف را دربر می‌گیرند.

اشتغال‌زایی صنایع کوچک استمرار ندارد

این کارشناس اقتصادی در پاسخ به این پرسش که صنایع کوچک و متوسط می‌توانند چه تاثیری در اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی داشته باشند، می‌گوید: «با راه‌اندازی صنایع متوسط و کوچک می‌توان در همان ابتدای کار و با سرمایه‌گذاری اندک اشتغال‌زایی انجام داد. اما این اشتغال‌زایی استمرار ندارد و با تلنگری در نرخ ارز و تامین هزینه‌های مالی، تولید این صنایع نمی‌تواند ادامه پیدا کند. بنابراین بهتر است که این صنایع با یکدیگر جمع شوند و برخی از کارها را به شکل مشترک انجام دهند. در چنین شرایطی در عین حال که صنایع کوچک هستند، اما خوشه‌های صنعتی قلمداد می‌شوند و می‌توانند از امکاناتی که به شهرک‌های صنعتی داده می‌شود، استفاده کنند.

اما به نظر می‌رسد که صنایع کوچک هم به خود بیایند و این موضوع را ارزیابی کنند که چه مزایایی دارند و تولیدات آن‌ها چه آینده‌ای خواهد داشت و اگر انتظار کمک دارند، باید خود را مجهز به تکنولوژی روز کنند. اما معمولاً برای آن‌ها صرفه اقتصادی ندارد که این تکنولوژی را وارد کنند و مورد استفاده قرار دهند.

بحث‌های حمایت دولت از پژوهش و فناوری به اشاعه تکنولوژی بستگی دارد و چنانچه صنایع کوچک و متوسط تجمیع شوند، دولت می‌تواند حمایت‌های این‌چنینی را در اختیار تمام آن‌ها بگذارد، اما تا زمانی که پراکنده هستند، چنین حمایت‌هایی وجود نخواهد داشت.»

کوچک‌ها مستقل از بزرگ‌ها رشد نمی‌کنند

در حالی که بغزبان دلیل حمایت دولت از صنایع بزرگ را وجود زنجیره وسیعی از صنایع مختلف می‌داند، محمدقلی یوسفی، کارشناس اقتصادی و مدرس دانشگاه، معتقد است که در سال‌های اخیر به‌طور کلی دولت اصلاً نتوانسته است به بخش صنعت رسیدگی کند و این در حالی است که صنایع کوچک هم مستقل از صنایع بزرگ نمی‌توانند رشد کنند.

محمدقلی یوسفی در گفت‌وگو با خبرنگار ما با بیان این‌که هیچ‌گونه تضادی بین صنایع کوچک و صنایع بزرگ وجود ندارد و هر دوی این صنایع از مشکلات مشترکی رنج می‌برند، می‌گوید: «بنابراین این موضوع که تصور کنیم دولت از صنایع بزرگ حمایت کرده است و در مقابل صنایع کوچک را مورد حمایت قرار نداده است، تصور درستی نیست. متأسفانه در سال‌های اخیر به‌طور کلی دولت اصلاً نتوانسته است به بخش صنعت رسیدگی کند و این در حالی است که صنایع کوچک هم مستقل از صنایع بزرگ نمی‌توانند رشد کنند.

زمانی صنایع کوچک می‌توانند اهمیت خود را نشان دهند که در صنایع بزرگ ادغام شوند و به نوعی هم‌بستگی و پیوستگی با آن‌ها پیدا کنند و درواقع با رشد و بهبود کیفیت صنایع بزرگ، صنایع کوچک هم می‌توانند رشد و نمو بیابند.»

صنایع کوچک تافته جدابافته نیستند

به گفته این مدرس دانشگاه، صنایع کوچک و متوسط به

چند دلیل بسیار مهم هستند که اشتغال‌زایی، نیاز به سرمایه اندک، نیاز کم به کالاهای وارداتی، استفاده از مواد خام و سرمایه‌های محلی، امکان پراکندگی در اقصی نقاط کشور و امکان فعالیت به‌عنوان پیمان‌کاران صنایع بزرگ از جمله این دلایل است.

در عین حال یوسفی معتقد است با وجود مزایای بسیار زیادی که صنایع کوچک و متوسط دارند، مستقل از صنایع بزرگ نمی‌توانند رشد کنند، بنابراین نمی‌توانیم صنایع کوچک و متوسط را تافته جدابافته از صنایع بزرگ بدانیم.

صنایع کوچک و تکنولوژی روز دنیا

اما به نظر می‌رسد تا زمانی که صنایع کوچک و متوسط نتوانند خود را به‌روز کنند، نمی‌توانند بر رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی تاثیرگذار باشند. یوسفی در این رابطه می‌گوید: «هر چند که صنایع کوچک و متوسط می‌توانند تاثیر زیادی بر اشتغال‌زایی داشته باشند، اما اگر قادر به خروج از وضعیت سنتی و تغییر ساختار و پویایی خود نباشند، هزینه‌های بسیاری را به جامعه تحمیل می‌کنند. بنابراین صنایع کوچک و متوسط باید خود را به‌روز کنند و از تکنولوژی جدیدتری استفاده کنند تا بتوانند بر رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی اثر بگذارند.»

استراتژی صنعتی مشخصی نداریم

این کارشناس اقتصادی با تاکید بر این‌که برای حل مشکلات صنایع کوچک و متوسط باید یک استراتژی صنعتی مشخصی وجود داشته باشد، می‌گوید: «البته متأسفانه ما در کشورمان فاقد این استراتژی هستیم و نتیجه این می‌شود که صنعت و تولید از امکانات و منابعی که در کشور وجود دارد، محروم می‌شود. از طرف دیگر صنایع ما قادر به تامین مالی و به دست آوردن منابع ارزی نیستند و نمی‌توانند قطعات و ماشین‌آلات را وارد کشور کنند. هم‌چنین در کشورمان منابع بانکی پرهزینه است و بنابراین صنایع داخلی در یک رقابت نابرابر با کالاهای وارداتی قرار می‌گیرند.»

یوسفی با اشاره به این‌که در کشورمان صاحبان صنایع از دو جهت در حال آسیب دیدن هستند، معتقد است که این مشکلات صنایع کوچک و متوسط را بیشتر از صنایع بزرگ تحت‌تاثیر قرار داده است. این مدرس دانشگاه در این رابطه می‌گوید: «از یک طرف فضای نامساعد کسب‌وکار کشور، بالا بودن هزینه‌های تامین سرمایه و مشکلات تامین قطعات و از سوی دیگر فضای رقابتی ناسالم که به دلیل واردات ارزان خارجی به جامعه ایران تحمیل شده است، تمام بخش‌های تولیدی و صنعتی و به‌ویژه صنایع کوچک و متوسط را با مشکلات جدی مواجه کرده است.

درمجموع به نظر می‌رسد در شرایطی که صنایع کوچک چابک و تغییرپذیر هستند و می‌توانند بر اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی تاثیرگذار باشند، اما مشکلات موجود در فضای کسب‌وکار کشور و هم‌چنین به‌روز نبودن این صنایع موجب شده است که نتوانند نقش اصلی و اساسی خود را در اقتصاد کشور ایفا کنند. شاید بتوان امیدوار بود که با نمایان شدن آثار لغو تحریم‌ها و ورود به دوران گذار از رکود، دست دولت در حمایت از تمام صنایع و ازجمله صنایع کوچک و متوسط باز شود و با به‌روز شدن و رونق این صنایع بخشی از اهداف اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی کشورمان از طریق آن‌ها محقق شود.»

محمدقلی یوسفی، کارشناس اقتصادی و مدرس دانشگاه: «از یک طرف فضای نامساعد کسب‌وکار کشور، بالا بودن هزینه‌های تامین سرمایه و مشکلات تامین قطعات و از سوی دیگر فضای رقابتی ناسالم که به دلیل واردات ارزان خارجی به جامعه ایران تحمیل شده است، تمام بخش‌های تولیدی و صنعتی و به‌ویژه صنایع کوچک و متوسط را با مشکلات جدی مواجه کرده است.»

صنایع کوچک در پساتحریم فراموش نشوند

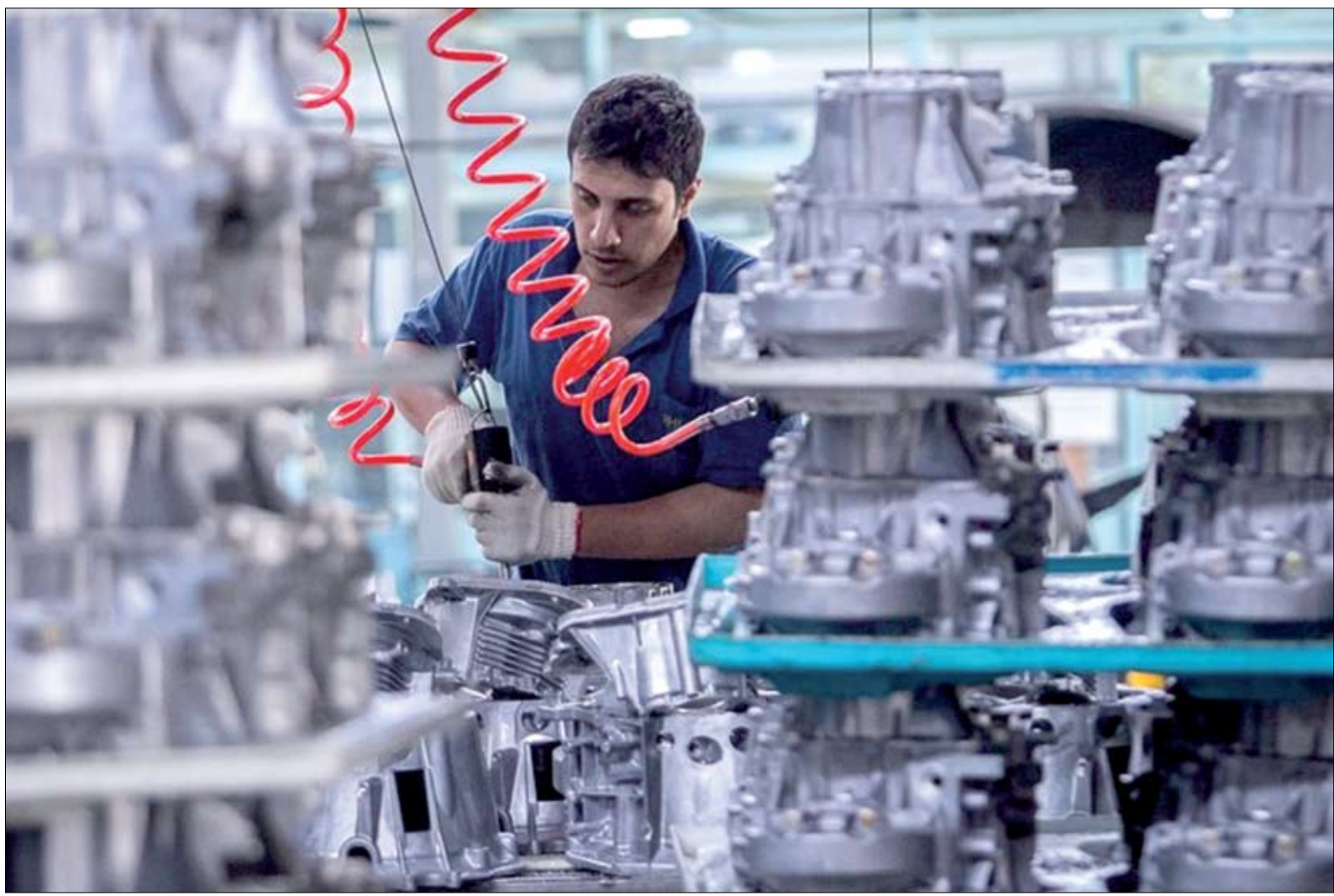
را بچشد. یکی از اقدامات شایسته دولت تدبیر و امید از این پس شناسایی بنگاه‌های کوچک اقتصادی است که می‌توانند به‌عنوان صنعت پیشران و محرک عمل کنند. بنگاه‌های اقتصادی کوچک در زمان رکود اقتصاد ایران می‌توانند بالاترین و سریع‌ترین نرخ بازگشت را داشته باشند. از این‌رو برای اقتصاد ایران که نیازمند تحریک بخش‌های بدنه تولید کشور است، باید به صنایع کوچک اهمیت بیشتری داده شود تا با رشد حجمی فعالیت‌های اقتصادی روبه‌رو شویم. فعالیت‌هایی که با توجه به افت زیاد سطح درآمد نزدیک‌ترین فاصله را با تقاضای مصرف‌نمایی و پایین‌ترین میزان سرمایه‌گذاری داشته باشند، از مهم‌ترین معیارهای انتخاب بخش‌های پیشران در برون‌رفت از رکود است.

چرا حمایت از بنگاه‌های کوچک؟

دولت تدبیر و امید زمانی می‌تواند از فرصت‌های به‌دست‌آمده در دوره پساتحریم استفاده لازم را ببرد که از بنگاه‌های کوچک و متوسط زودبازده حمایت و اقتصاد

عصر پسابرجام یک فرصت طلایی برای ایران است تا بتواند از همه ظرفیت‌های داخلی برای رشد و توسعه تولید داخلی استفاده کند. در این میان صنایع کوچک در رشد و شکوفایی اقتصاد کشورها تأثیری مستقیم دارند. در همه کشورهای جهان به نقش صنایع کوچک در تقویت صنایع بزرگ اهمیت ویژه‌ای می‌دهند. اقتصاد ایران طی سالیان اخیر با تحریم‌های پیوسته در رکود به سر می‌برد و با وجود لغو تحریم‌ها و تجربه دوران پساتحریم اگر مدیریت و برنامه‌ریزی درستی بر کسب‌وکار وجود نداشته باشد، بی‌شک دوران قبل از تحریم و پساتحریم برای اقتصاد ایران تفاوتی نخواهد داشت.

لغو تحریم‌های اقتصادی و باز شدن دروازه‌های تجارت اتفاق مبارکی برای اقتصاد ایران پس از سال‌های متوالی است و این اتفاق می‌تواند آغاز جهش اقتصادی ایران برای فتح قله‌های موفقیت و پیشرفت باشد. اما لغو تحریم‌ها به تنهایی کارگشا نیست، بلکه با لغو تحریم‌ها و ورود به دوران پساتحریم در شرایط مساوی با کشورهای دنیا قرار می‌گیریم و طبیعی است تا زمانی که صنایع داخلی از رکود خارج و وارد مرحله رونق نشود، اقتصاد ایران نمی‌تواند طعم خوش پساتحریم



را از رکود خارج کند، برای این که:

اولاً: بنگاه‌های کوچک اقتصادی نیاز به سرمایه کلان برای راه‌اندازی و رسیدن به تولید ندارد. دولت می‌تواند با تزریق نقدینگی حداقل ده‌ها هزار واحد تولیدی آماده به کار را فعال و با تحریک چرخه تولید، اقتصاد را ترمیم کند.

ثانیاً: صنایع کوچک سهم بسیار بالایی در اشتغال‌زایی جامعه دارد و با راه‌اندازی و حمایت دولت از این بنگاه‌ها رشد بی‌کاری شهرهای کوچک و مناطق محروم به شدت کاهش می‌یابد و بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی در شهرک‌های صنعتی و خارج از آن راه‌اندازی می‌شود.

در حال حاضر بسیاری از شرکت‌های تولیدی به دلیل رکود اقتصادی یا تعطیل شده‌اند یا با حداقل ظرفیت تولید می‌کنند. امروز که دروازه تجارت دنیا به روی ایران گشوده شده، یک فرصت مناسب برای رقابت در عرصه بین‌المللی است تا بتوانیم توانمندی و ظرفیت بالای تولید داخلی را تجربه کنیم و نرخ رشد تولید را در ایران افزایش دهیم.

اگر سیاست دولت حمایت از صنایع بزرگی باشد که عموماً دولتی هستند، به دلیل دیربازده بودن و تاثیر دیرهنگام آن بر اقتصاد ملی ناگزیر رکود در بازار خواهد ماند. اقتصاد کشور وابسته به صنایع کوچک زودبازده است و اگر قرار باشد میلیاردها تومان پول به

بخش دولتی و صنایع بزرگ تزریق شود، بدون شک باز شدن دروازه تجارت در کوتاه‌مدت هیچ اثری بر اقتصاد ما نخواهد گذاشت. ما باید صناعی را حمایت کنیم که اثرات خروجی آن به‌عینه مشاهده شود و بتواند دیگر بخش‌های تولیدی را تحریک کند. صنایع کوچک در کمتر از شش ماه می‌تواند اثرات مثبت خود را بر بدنه اقتصاد نشان دهد و باعث کاهش نرخ بی‌کاری در جامعه شود و سهم تولید کالاهای غیرنفتی را افزایش دهد و در صادرات و ارزآوری ملی موثر باشد. واحدهای کوچک و متوسط در کشور ما دربرگیرنده همه بنگاه‌های صنعتی، خدماتی، بازرگانی و کشاورزی هستند. این بنگاه‌ها به علت ویژگی‌های خاص خود دارای کارکردهای منحصربه‌فردی هستند، ازجمله اشتغال‌زایی، توزیع ثروت در جامعه، توسعه مناطق حاشیه‌ای و محروم و درنهایت تامین عمده محصولات مورد نیاز بنگاه‌های بزرگ و خانواده‌ها. بنابراین دولت باید برای حفظ بنگاه‌های کوچک و متوسط، علاوه بر این‌ها به دلیل انعطاف‌پذیری بالا و پرورش‌دهنده نیروهای انسانی مجرب برای بنگاه‌های بزرگ و استقرار آسان و تاثیرگذار در مناطق محروم و دورافتاده کشور، به‌طور جدی برنامه‌های راهبردی قابل اجرایی داشته باشد. در شرایط کنونی که رکود تقریباً سه فصل متوالی در برخی از صنایع به‌خصوص واحدهای کوچک و متوسط اثرات نامطلوب خود را گذاشته است، بهترین تصمیم حمایت و راه‌اندازی بنگاه‌های کوچک اقتصادی است که ثمرات ارزشمند آن به همه بخش‌های جامعه بازمی‌گردد.

صنایع کوچک به منزله ستون‌های اقتصادی کشور

در صنایع کوچک حجم سرمایه‌گذاری کمتر و سهم اشتغال بیشتر است و همین مسئله می‌تواند عامل مهمی برای سرعت دادن به کسب‌وکارهایی باشد که در دوره پساتحریم می‌تواند محرک خوبی برای اقتصاد ایران و پایداری رشد اقتصادی باشد. طی سالیان گذشته به دلیل رویکرد نامناسب سیاست‌گذاران اقتصادی و تورم ۴۰ درصدی و نبود نقدینگی و پرداخت نشدن یارانه تولید بیش از چند هزار بنگاه اقتصادی کوچک عملاً تعطیل شده و این تعطیلی باعث رکود بزرگ در اقتصاد ایران شده است، چراکه نمی‌توانیم از سهم بالای ۴۰ درصدی صنایع کوچک در اقتصاد ایران به‌راحتی بگذریم.

صنایع کوچک ستون‌های اقتصادی هر کشور به شمار می‌روند و اگر قرار باشد هر روز یکی از این ستون‌ها برداشته شود و فرو ریزد، طبعاً کل مجموعه اقتصادی آسیب می‌بیند. بنابراین با ورود سرمایه به بازار ایران دولت باید با تصمیم‌گیری

درست مانع از ایجاد تورم دوباره در اقتصاد شود و برای این که نقدینگی باعث تورم نشود، لازم است در بخش تولید به کار گرفته شود و اگر صنایع تولیدی کوچک مستقیم از طرف دولت حمایت شوند، پس از چند ماه نه تنها اقتصاد از رکود خارج می‌شود، بلکه می‌توانیم شاهد رشد اقتصادی باشیم.

اجرای برجام و لغو تحریم‌ها تا زمانی که ما تصمیم درستی برای اقتصاد نداشته باشیم، تاثیر مثبتی بر اقتصاد ما نخواهد داشت. زمانی که بتوانیم برای سرمایه‌هایی که وارد کشور می‌شود، برنامه‌ریزی کنیم، آن‌گاه اقتصاد ایران آرام‌آرام از رکود خارج می‌شود و علاوه بر کاهش نرخ بی‌کاری شاهد رشد نرخ تولید و عدم افزایش تورم خواهیم بود.

تبدیل دیدگاه‌های تجاری به نگاه توسعه‌ای

دولت در گام اول نیاز به حمایت از واحدهای تولیدی کوچکی دارد که آماده تولید هستند اما نقدینگی لازم را برای گردش در سرمایه ندارند. بنابراین شاید لازم نباشد در گام اول به سراغ صدور پروانه‌های جدید برای کسب‌وکارهای کوچک برویم. در گام نخست شرکت‌های تولیدی زودبازده که همه امکانات و زمینه‌ها را برای شروع فعالیت دارند، باید حمایت مالی شوند و این حمایت اگر در گروهی نگاه تجاری بانک‌ها باشد، دوباره نتیجه معکوس می‌دهد، برای این که بانک‌ها صرفاً به

منافع خود فکر می‌کنند. بنابراین باز یا بسته بودن واحدهای تولیدی کوچک برای بانک‌ها اهمیتی ندارد و در صورتی که آن‌ها نتوانند اقساط و بدهی‌های خود را پرداخت کنند، با اجرا گذاشتن وثیقه وارد عمل می‌شوند.

دولت در حمایت از صنایع کوچک در دوران پساتحریم باید زاویه نگاه‌ها را از سمت تجاری صرف به سمت نگاه توسعه‌ای سوق دهد. رشد و رونق بنگاه‌های اقتصادی کوچک منجر به رشد و رونق اقتصاد کشور می‌شود. این مسئله برای بانک‌هایی که مثلاً تسهیلات پرداخت می‌کنند، شاید از اولویت خاصی برخوردار نباشد، کما این که تعطیلی بیش از نیمی از واحدهای تولیدی و کاهش ظرفیت تولید مربوط به نرخ بالای سود بانکی است. دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات با نرخ بهره پایین‌تر از تورم واحدهای تولیدی زودبازده را فعال کند و اگر قرار باشد تولیدکننده با نرخ سود بالاتر از تورم از تسهیلات برخوردار شود، انگیزه‌ای برای فعالیت مجدد نخواهد داشت، چراکه تنها در این فرایند بانک‌ها فربه می‌شوند و هر روز وضعیت تولید و تولیدکننده بدتر می‌شود.

بنابراین دولت در گام نخست منابع را در اختیار واحدهایی قرار دهد که جزو صنایع کوچک به شمار می‌روند و صنایع زودبازده هستند. درضمن صناعی باید در گام نخست حمایت شوند که آماده تولید هستند و امکانات آن‌ها برای تولید فراهم است. زیرا فعال کردن واحدهای زودبازده‌ای که هنوز تجهیزات و امکانات ندارد، باعث هدر رفتن زمان می‌شود. اولویت حمایت باید با صناعی باشد که هم سهم تولید را افزایش دهد و هم ارزآوری ملی داشته باشد و صناعی حمایت شوند که باعث تحریک دیگر بخش‌های اقتصادی می‌شوند و از بنگاه‌هایی حمایت شود که تولید آن‌ها می‌تواند به صنایع بزرگ کمک کند و به شکلی صنایع کوچک وظیفه هم‌پوشانی را بر عهده داشته باشد.

اما مهم‌ترین نکته در بخش حمایت از بنگاه‌های اقتصادی زودبازده ارائه نحوه تسهیلات به این صنایع است. دولت با نگاه توسعه‌ای باید از تولیدکننده حمایت کند و نگاه صرفاً تجاری بانک‌ها را در این عرصه تعدیل کند.

اگر به دوران پساتحریم دلخوشیم، از یاد نبریم که دوران پساتحریم مانند سال‌های قبل از تحریم است و اگر قرار باشد بدون برنامه‌ریزی و مدیریت دل را به معجزه پساتحریم خوش داریم، هیچ نتیجه‌ای برای اقتصاد ایران نخواهد داشت و چه بسا با ورود نقدینگی شاهد افزایش تورم به بازار شویم. اما حمایت منطقی از صنایع کوچک و زودبازده می‌تواند ابتدا اقتصاد ما را از رکود خارج کند و سپس به رونق برساند.

اگر سیاست دولت حمایت از صنایع بزرگی باشد که عموماً دولتی هستند، به دلیل دیربازده بودن و تاثیر دیرهنگام آن بر اقتصاد ملی ناگزیر رکود در بازار خواهد ماند. اقتصاد کشور وابسته به صنایع کوچک زودبازده است و اگر قرار باشد میلیاردها تومان پول به بخش دولتی و صنایع بزرگ تزریق شود، بدون شک باز شدن دروازه تجارت در کوتاه‌مدت هیچ اثری بر اقتصاد ما نخواهد گذاشت



مروری بر بازار جهانی طلای سیاه در ماهی که گذشت

نفت، نفت، نفت، تاقیامت!

طلای سیاه روزهای طلایی خود را پشت سر گذاشته، روزهایی که ۱۲۰ دلار در ازای هر بشکه قیمت داشت. این روزها تولیدکنندگان با شنیدن قیمت ۴۰ دلار و ۵۰ دلار برای نفت خوشحال می‌شوند و امیدوار که شاید دوباره شاهد آن روزهای طلایی باشند؛ روزهایی که به گفته تحلیل‌گران دیگر رویایی بیش نیست. به همین خاطر است که اکثر تولیدکنندگان بزرگ نفت برای کسب درآمد به تولیدات غیرنفتی روی آورده‌اند. نمونه‌اش عربستان سعودی که شاهداده همه‌کاره‌اش تصمیم گرفته در عرض ۱۰ سال این کشور را از تکیه بر درآمدهای نفتی نجات بدهد. اما کاهش قیمت نفت دلیل کافی برای دست کشیدن از آن نبوده و حرص بشر را برای دست یافتن به این کالای خاص کم نکرده است. نفت هنوز تیتیر یک خبرهای اقتصادی جهان است. کوچک‌ترین تحرکی در این بازار، جنجال به پا می‌کند. یک سوی جهان غول‌های نفتی دور هم جمع می‌شوند تا برای جلوگیری از کاهش قیمت نفت، تولید خود را فریز کنند و در آخر هم به نتیجه نمی‌رسند. آن‌سوتر گروه‌های تروریستی برای دست یافتن به این منابع نفتی، خون به پا می‌کنند و مانع افزایش تولید نفت کشور خود می‌شوند و به این ترتیب ناخواسته به فریز تولید نفت کمک می‌کنند. اوپک هنوز هر ماه گزارشی از وضعیت تولید اعضای خود منتشر می‌کند و در مورد قیمت‌های آتی نفت پیش‌بینی می‌کند. غول‌های نفتی هنوز به دنبال نفت کشورهای خاورمیانه هستند. و جنگ نفتی هنوز در دنیا ادامه دارد.

قیمت نفت جان گرفت

همه دعاها در بازار نفت بر سر قیمت است. قیمتی که از ژوئن ۲۰۱۴ تا کنون سقوطی بی‌سابقه را تجربه کرده و چرخش بزرگی را در ساختار بازار نفت نشان می‌دهد. روزهای رویایی نفت ۱۲۰ دلاری مانند رویایی هستند که دیگر تکرار نمی‌شوند. اکنون تولیدکنندگان برای نفت ۴۰ دلاری با هم می‌جنگند و سعی دارند با تولید بیشتر نفت در این بازی کم‌سود عقب نمانند. سال ۲۰۱۶ که قیمت نفت به مرز ۲۰ دلار در ازای هر بشکه رسیده بود، سال بدی نبوده است. قیمت نفت با کمی بالا و پایین دوباره مسیر صعود را در پیش گرفته، اما هنوز حتی به ۵۰ دلار هم نرسیده است. نفت برنت حوزه دریای شمال در پایان ماه آوریل به محدوده ۴۸ دلار در ازای هر بشکه رسید. نفت دبیوتی‌آی که شاخص نفت آمریکا به شمار می‌آید نیز به محدوده ۴۶ دلار در ازای هر بشکه رسید. این دو شاخص نفتی که در سال ۲۰۱۵ شکافی هفت تا هشت دلاری را هم تجربه کردند، این روزها با اختلاف دو و در نهایت سه دلار پایه‌ای هم پیش می‌روند.

بر اساس گزارش‌های رویترز، آن‌چه به افزایش قیمت نفت کمک کرده، از یک سو تغییر در ارزش دلار و از سوی دیگر تمایل دوباره سرمایه‌گذاران به بازار نفت است. علاوه بر آن، این ژاپن نیز نقش حمایت‌کننده‌ای را برای قیمت جهانی نفت بازی کرده است.

قیمت نفت اوپک نیز با روندی صعودی در ماه مارس به ۳۴،۶۵ دلار در ازای هر بشکه رسیده است. سبد نفتی اوپک متشکل از ۱۳ شاخص نفتی از کشورهای عضو این سازمان است. بر اساس آخرین گزارش ماهانه این سازمان، گران‌ترین شاخص نفتی در ماه مارس، نفت امارات متحده عربی بوده است. بر اساس جدول‌های موجود این شاخص نفتی به قیمت ۴۰،۰۱ دلار در ازای هر بشکه به فروش رفته و به این ترتیب تنها شاخص در سبد نفتی اوپک بوده که به قیمتی بالای ۴۰ دلار به فروش رفته است. بقیه شاخص‌ها همگی در محدوده ۳۰ دلار بوده‌اند. ارزان‌ترین شاخص نفتی اوپک نیز نفت اکوادور بوده که به قیمت ۳۱،۴۵ دلار در ازای هر بشکه به فروش رفته است. نفت سنگین ایران نیز با ۵،۹۵ دلار افزایش قیمت نسبت به ماه فوریه به قیمت ۳۳،۲۳ دلار در ازای هر بشکه به

طبق وعده‌ای که بیژن نامدار زنگنه، وزیر نفت این کشور، و سایر مقامات نفتی داده بودند، به دنبال برداشته شدن تحریم‌ها و اجرای برجام، تولید نفت خود را افزایش داد. آن‌طور که منابع ثانویهٔ اوپک نشان می‌دهد، جمهوری اسلامی ایران در ماه مارس سه میلیون و ۲۹۱ هزار بشکه در روز نفت تولید کرده است و به این ترتیب موفق شده به جایگاه سومی اوپک دست پیدا کند. عراق، کشوری که به محض ایجاد تحریم‌ها از فرصت استفاده کرد و با افزایش تولید جای ایران را در اوپک گرفت، اکنون چهار میلیون و ۱۹۹ هزار بشکه در روز نفت تولید و روانهٔ بازار می‌کند. این کشور از یک طرف خود را در رقابت با ایران می‌بیند و سعی دارد سهم بادآوردهٔ خود را حفظ کند و از طرف دیگر درگیری‌های داخلی از جمله حضور داعش به‌عنوان مانعی بر سر راهش قرار دارد. عربستان سعودی مثل همیشه با تولید ۱۰ میلیون و ۱۲۰ هزار بشکه نفت در روز، پرچمدار اوپک است و سعی می‌کند به واسطهٔ همین سهم تولید، حرف خود را به کرسی بنشاند. بحث تولید نفت اوپک با بحث عرضه و تقاضا کامل می‌شود.

عرضه و تقاضا حرف اول را در بازار نفت می‌زند. بر اساس گزارش ماهانهٔ اوپک، تقاضای نفت در سال ۲۰۱۵ حدود یک میلیون و ۵۴۰ هزار بشکه در روز رشد داشته و به متوسط ۹۲ میلیون و ۹۸۰ هزار بشکه در روز رسیده است. در سال ۲۰۱۶ نیز تقاضا یک میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه در روز رشد خواهد داشت. به این ترتیب انتظار می‌رود متوسط مصرف نفت در سال ۲۰۱۶ حدود ۹۴ میلیون و ۱۸۰ هزار بشکه در روز باشد. بخش زیادی از این تقاضا توسط تولیدکنندگان غیروپکی تامین می‌شود. در سال ۲۰۱۵ حدود ۵۷ میلیون و ۱۳۰ هزار بشکه نفت توسط تولیدکنندگان غیروپکی تامین شده است. برآوردها نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۶ نیز حدود ۵۶ میلیون و ۳۹۰ هزار بشکه نفت توسط غیروپکی‌ها تولید شود. یعنی در سال ۲۰۱۶ شاهد کاهش تولید نفت غیروپکی‌ها خواهیم بود.

جدول: تولید نفت اوپک و کشورهای عضو آن در ماه مارس ۲۰۱۶

رتبه	کشور تولیدکننده	تولید نفت در ماه مارس (میلیون بشکه در روز)
۱	عربستان سعودی	۱۰,۱۲۰
۲	عراق	۴,۱۹۹
۳	ایران	۳,۲۹۱
۴	کویت	۲,۷۷۲
۵	امارات متحدهٔ عربی	۲,۶۸۲
۶	ونزوئلا	۲,۳۲۰
۷	آنگولا	۱,۷۷۸
۸	نیجریه	۱,۷۲۲
۹	الجزایر	۱,۰۸۴
۱۰	اندونزی	۷۲۵
۱۱	قطر	۶۶۴
۱۲	اکوادور	۵۴۷
۱۳	لیبی	۳۴۵
مجموع	اوپک	۳۲,۲۵۱

فروش رسیده است. در سال گذشته (۲۰۱۵) نفت سنگین ایران جزو ارزان‌ترین شاخص‌های نفتی اوپک بود. متوسط قیمت نفت ایران در این سال ۴۹,۷۷ دلار در ازای هر بشکه و زیر ۵۰ دلار بود. این در حالی است که متوسط نفت نیجریه در این سال ۵۵,۲۵ دلار در ازای هر بشکه بوده است.

فریز نفت به دست چریک‌ها و شورشی‌ها

چریک‌ها در کلمبیا، شورشی‌ها در لیبی و نیروهای ارتشی در نیجریه موفق به کاری شده‌اند که بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت در جهان در انجام آن شکست خوردند: آن‌ها مانع افزایش یک میلیون و ۵۰۰ هزار بشکهٔ مازاد عرضهٔ نفت در بازار شده‌اند. به گزارش «و خارزم» به نقل از پایگاه خبری بلومبرگ، درحالی‌که عربستان سعودی، روسیه و دیگر تولیدکنندگان اصلی نفت در جهان در فروردین برای فریز تولید نفت به توافقی دست نیافتند، تنش‌های داخل این مناطق به شکل‌های مختلف از حمله به خطوط لولهٔ نفتی گرفته تا بستن میدان‌های نفتی مانع ورود ۸۰۰ هزار بشکه نفت اضافی به بازار در سال جاری شده است. اکثر دولت‌های نفتی از جمله لیبی و نیجریه درگیر جنگ‌های داخلی و خارجی هستند که مانع افزایش تولید نفت آن‌ها می‌شود. بر اساس اطلاعات به‌دست‌آمده از آژانس بین‌المللی انرژی، نیجریه به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکنندهٔ نفت در آفریقا حدود یک میلیون و ۷۰۰ هزار بشکه در روز نفت تولید می‌کند که این کمترین میزان تولید نفت این کشور از سال ۲۰۰۹ تا کنون به شمار می‌آید. لیبی

نیز به‌عنوان بزرگ‌ترین دارندهٔ ذخایر نفتی آفریقا وضعیت بهتری ندارد. این کشور در هر منطقه توسط گروهی از افراد اداره می‌شود. گروه‌های ارتشی مختلف برای تسلط بر میدان‌های نفتی این کشور با یکدیگر می‌جنگند و به این ترتیب تولید نفت این کشور کاهش پیدا کرده است. تنها در یک سال سه میدان نفتی در این کشور بسته شده است. کشوری که در سال ۲۰۱۱ پیش از آغاز فعالیت‌های شورشی‌ها حدود یک میلیون و ۶۰۰ هزار بشکه نفت در روز تولید می‌کرد، اکنون کوچک‌ترین تولیدکنندهٔ اوپک است که تنها ۳۴۵ هزار بشکه در روز نفت تولید می‌کند. لیبی و نیجریه همیشه بازار نفت را غافل‌گیر کرده‌اند و هیچ‌گاه قابل پیش‌بینی نبوده‌اند. البته آفریقا تنها جایی نیست که با جنگ و تنش مواجه است. کلمبیا نیز با حملهٔ چریک‌های مارکسیست درگیر است. داده‌های بلومبرگ نشان می‌دهد تولید نفت در این کشور با کاهش ۱۴ درصدی مواجه شده و به این ترتیب کلمبیا در ماه مارس تنها ۶۲۲ هزار بشکه در روز نفت تولید کرده است. به این ترتیب شورشی‌ها و چریک‌ها موفق شدند تولید نفت کشورهای خود را فریز کنند؛ کاری که تولیدکنندگان بزرگ نفت از انجام آن عاجز مانده بودند. این مسئله به عدم کاهش قیمت نفت کمک می‌کند.

ایران سوم شد

بیش از یک‌سوم از نفت مورد نیاز جهان توسط سازمان کشورهای صادرکنندهٔ نفت خام (اوپک) تامین می‌شود. این سازمان در گذشته همراه با کاهش قیمت نفت، عرضهٔ خود را پایین می‌آورد و به این ترتیب برای مصرف‌کنندگان شاخ و شانه می‌کشید تا قیمت نفت را دوباره افزایش بدهد. اما اکنون ساختار بازار نفت به کلی تغییر کرده است. این سازمان اگر کنار بکشد، تولیدکنندگان نفت در آمریکا و دیگر مناطق جهان جایش را خواهند گرفت. به همین خاطر است که هر چند ماه یک بار بحث کاهش یا توقف تولید نفت برای افزایش قیمت به میان می‌آید، اما باز هم نه‌تنها کسی تولید نفت خود را کاهش نمی‌دهد، بلکه افزایش نیز می‌دهد. بررسی‌های «و خارزم» از گزارش ماهانهٔ اوپک نشان می‌دهد این سازمان در ماه مارس ۳۲ میلیون و ۲۵۰ هزار بشکه نفت در روز تولید کرده است که نسبت به ماه پیش حدود ۱۵ هزار بشکه افزایش تولید داشته است. افزایش تولید نفت اوپک بیشتر از جانب کشورهای ایران، عراق و آنگولا بوده است. ایران

راه‌های تدوین استراتژی یکپارچه بازاریابی برای شرکت‌های دارویی

اهمیت برندسازی در صنعت داروسازی



بازاریابی

امیر کاکایی
کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

امروزه هر سازمانی به دنبال افزایش فروش و گسترش بازار محصولات خود است و شرکت‌های ارائه‌دهنده دارو نیز از این قضیه مستثنا نیستند. با افزایش تنوع محصولات و برندهای حوزه دارویی رقابت بر سر کسب سهم بیشتری از بازار، بیش از پیش احساس می‌شود و در این بین، شرکت‌هایی می‌توانند سهم مناسبی از بازار دارو را داشته باشند که برای نفوذ در این بازار استراتژی‌های بازاریابی مناسبی را اتخاذ کنند و روی قیمت‌گذاری دقیق و موثر، برنامه‌ریزی و بودجه‌گذاری مناسب بازاریابی، سنجش نیاز مشتریان و تنظیم فعالیت‌ها بر اساس آن، بررسی اثربخشی تبلیغات و تخصیص مناسب هزینه تبلیغاتی، آموزش و تربیت نمایندگان علمی و نیروهای فروش و... سرمایه‌گذاری‌های جدی انجام دهند. در حال حاضر بیشتر شرکت‌های دارویی در داخل کشور، برنامه‌ریزی‌هایی را در حوزه بازاریابی و فروش انجام داده‌اند، اما کمتر شرکت دارویی است که اقدامات هدفمندی را انجام داده و خود را برند کرده باشد. البته شرکت‌های دارویی در داخل کشور هستند که دارای شهرت بالایی‌اند و بسیاری از مخاطبان ایرانی به خصوص پزشکان، داروسازان، پرستاران و... با نام آن‌ها آشنا هستند. اما با این وجود همین شرکت‌ها هم باید مسیری طولانی را تا برند شدن طی کنند.

را نیز به نحوی انجام می‌دهند که یکدیگر را نفی نکنند و در چهارچوب استراتژی برندینگ سازمان تعریف شده باشد. به بیان دیگر، شرکت‌های دارویی باید نوع چیدمان و ارتباط معنایی نام محصولات مختلف با یکدیگر را مورد بررسی قرار دهند و بتوانند چنین ارتباطی را بین آن‌ها ایجاد کنند. این تدبیر باعث می‌شود مخاطبان به راحتی بتوانند محصولات یک شرکت دارویی را از دیگر محصولات موجود در بازار تشخیص دهند.

استراتژی‌های تبلیغات شرکت‌های دارویی

دارو جزو محصولاتی به شمار می‌رود که خیلی نمی‌توان تبلیغات عمومی را برای آن برنامه‌ریزی کرد، چون این محصولات بیشتر از طریق پزشکان و داروسازها به بیماران تجویز می‌شود. شرکت‌های دارویی معمولاً با محدودیت‌هایی در زمینه تبلیغات مواجه هستند و نمی‌توانند از تمامی رسانه‌های تبلیغاتی در راستای معرفی محصولات خود به بازار استفاده کنند. در حال حاضر بیشتر شرکت‌های ارائه‌دهنده دارو از دو نوع تبلیغات استفاده می‌کنند. برخی از شرکت‌های دارویی به صورت ترویج علمی از طریق ارتباط با پزشکان و داروسازان تبلیغات خود را

ترغیب به خرید داروهای ایرانی

پیش گرفتن استراتژی‌های مناسب برای شرکت‌های دارویی می‌تواند بر کیفیت دارو، بسته‌بندی، قیمت‌گذاری، توزیع و... تاثیر بگذارد و به سازوکار این شرکت‌ها انضباط مناسبی دهد. از طرفی با تخصصی شدن بازار دارو در داخل کشور نیازهای بیماران و نیازمندان به دارو به خوبی شناسایی می‌شود و از این طریق می‌توان داروهای مناسب‌تری را به بیماران ارائه داد. با توجه به این موضوع که واردات دارو همواره با مشکلاتی از قبیل خروج ارز از کشور مواجهه بوده، ارتقای کیفیت و ارائه مناسب دارو می‌تواند از این‌گونه معضلات جلوگیری کرده و مصرف‌کنندگان ایرانی را ترغیب به استفاده از داروهای ایرانی کند.

برقراری ارتباط معنایی میان محصولات

سازمان‌های دارویی باید استراتژی‌های بازاریابی و برندینگ خود را بر اساس منطقی از پیش تعیین شده، پیاده‌سازی کرده و بر مبنای چشم‌انداز سازمان، این موضوع را مدیریت کنند. شرکت‌های معتبر دارویی در صورت داشتن استراتژی مناسب بر اساس جوهر برند سازمان، حتی نوع نام‌گذاری محصولات مختلف خود

پیش می‌برند. به‌عنوان نمونه یک شرکت دارویی، نماینده‌های علمی را استخدام می‌کند و آن‌ها را آموزش می‌دهد. سپس این نماینده‌های علمی به مطب پزشکان و داروخانه‌های سطح شهر مراجعه و محصولات خود را به آن‌ها معرفی می‌کنند. به صورت کلی به کمک نمایندگان علمی محصولات تولیدشده در شرکت به پزشکان معرفی علمی می‌شود و از این طریق پزشکان با محصولات تولیدشده جدید آشنا می‌شوند و محصولات را نسخه می‌کنند. این نوع معرفی محصول در داخل کشور بسیار تأثیرگذار است، اما با توجه به این‌که غالباً بیشتر این نماینده‌های علمی تحصیلات مرتبطی ندارند، به‌خوبی نمی‌توانند مزایای یک محصول را برای پزشکان و داروسازان توضیح دهند. به همین دلیل به‌تازگی شرکت‌های دارویی روی برگزاری دوره‌های آموزشی برای نماینده‌های علمی خود سرمایه‌گذاری‌های جدی انجام می‌دهند تا بتوانند به‌خوبی وجه تمایز و مزایای یک محصول دارویی را به پزشکان و داروسازان معرفی کنند.

از طرفی یکی دیگر از روش‌های تبلیغات برای شرکت‌های دارویی، تبلیغ برخی از داروها و مکمل‌ها در مجلات تخصصی پزشکی و دارویی است. در این نوع تبلیغات نیز شرکت‌های دارویی روی گروه هدف پزشکان و داروسازان تمرکز می‌کنند و محصولات خود را به آن‌ها معرفی می‌کنند. نکته‌ای که بسیار دارای اهمیت است، یکپارچگی استراتژی تبلیغاتی شرکت‌های دارویی است که باید صرفاً خود را در یکی از این نوع تبلیغات محدود نکنند و به صورت یکپارچه معرفی محصولات خود را پیش ببرند. در این میان برخی دیگر از شرکت‌های دارویی روی حضور در نمایشگاه‌ها پزشکی و دارویی سرمایه‌گذاری می‌کنند

داشتن بانک اطلاعاتی جامع

داشتن بانک اطلاعاتی جامع برای هر شرکت دارویی ضروری است. شرکت‌های دارویی باید اطلاعات مناسبی را در خصوص پزشکان، داروخانه‌ها و... جمع‌آوری کنند. این اطلاعات معمولاً از طریق وبسایت‌های علمی پزشکان و داروخانه‌ها جمع‌آوری می‌شود. پس از جمع‌آوری این اطلاعات، شرکت‌های دارویی می‌توانند در راستای برقراری ارتباط با آن‌ها برنامه‌ریزی‌های مناسبی را انجام دهند. به‌عنوان نمونه، آن‌ها را به همایش‌ها و نمایشگاه‌های مرتبط دعوت کنند.

فعالیت‌های ارتباطاتی یکپارچه برند

شرکت‌های دارویی باید استراتژی یکپارچه بازاریابی مخصوص خود داشته باشند و با توجه به جوهره برند خود تمام فعالیت‌های بازاریابی‌شان را برنامه‌ریزی کنند. البته در ابتدای امر باید جوهره برند، برای یک شرکت دارویی تعریف شود.

این در حالی است که در برخی از شرکت‌های دارویی، نبودن یکپارچگی در فعالیت‌های بازاریابی احساس می‌شود و فعالیت‌های سازمان به صورت هدفمند پیش نمی‌رود. از طرفی هر شرکت دارویی باید استراتژی یکپارچه‌ای در فعالیت‌های ارتباطاتی برند خود داشته باشد. به‌عنوان نمونه، در مورد داروهای بیمارستانی ارزش برند و دارو توسط ذی‌نفعانی چون پزشکان

و پرستارانی که آن دارو را مورد استفاده قرار می‌دهند، تعیین می‌شود که به‌عنوان یک عامل مهم باعث تقویت برند یک شرکت دارویی می‌شود. یعنی هنگامی که یک محصول دارویی به‌خوبی به پزشکان و پرستاران معرفی شود، این موضوع در تقویت برند شرکت دارویی بسیار مؤثر ثمر واقع می‌شود. در این میان سهولت استفاده از داروهای بیمارستانی در بیمارستان برای پرستار بسیار مهم است، اما ممکن است برای پزشکان اهمیت زیادی نداشته باشد و این سهولت استفاده از آن دارو ممکن است از دارو در بیمارستان برند بسازد. یا در مورد پزشکی که دارو را نسخه می‌کنند، اثربخشی دارو و عوارض کمتر آن دارو از اهمیت زیادی برخوردار است و ممکن است از نظر پزشک آن دارو یک برند قوی محسوب شود.

انتخاب گروه هدف

هر سازمانی باید گروه هدف مناسبی را برای خود انتخاب کند و شرکت‌های دارویی نیز از این قضیه مستثنا نیستند. انتخاب گروه هدف مناسب و تمرکز بر آن گروه هدف می‌تواند برای شرکت‌های دارویی تمایزی را ایجاد کند و شرکت‌های دارویی از طریق این وجه تمایز جایگاه مناسبی در بازار را برای خود کسب کنند. البته شرکت‌های دارویی باید در تلاش باشند وجه تمایزی را برای خود ایجاد کنند که ماندگار باشد و سایر شرکت‌های دارویی به آن دست پیدا نکنند. از طرفی هنگامی که گروه هدف یک شرکت دارویی مشخص شد، می‌تواند محصولاتی را برای این گروه هدف تولید کند و به اصطلاح، شرکت محصولات خود را توسعه دهد. اما این موضوع بسیار دارای اهمیت است که توسعه محصول در راستای گروه هدف شرکت دارویی باشد و اگر محصولی برای سایر گروه‌های هدف تولید می‌شود، تحت عنوان برند دیگر وارد بازار شود. در صورتی که یک شرکت دارویی دارای برندهای مختلفی باشد، همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، بهتر است بین نام‌های برندهای مختلف یک شرکت دارویی ارتباط معنایی وجود داشته باشد تا از هزینه معرفی و تبلیغات برندهای مختلف یک شرکت کاسته شود. در این میان نکته بسیار مهم این است که بنا بر عادت پزشکان در ایران نام دارو بهتر است برگرفته از مولکول دارو باشد تا یک پزشک بتواند نام آن دارو را بهتر به‌خاطر بسپارد.

استراتژی قیمت‌گذاری دارو

هر شرکت دارویی باید استراتژی مناسبی را در خصوص قیمت‌گذاری داشته باشد و انتخاب مناسب‌ترین قیمت برای محصولات دارویی ارتباط تنگاتنگی با نوع محصولات و گروه هدف شرکت دارد. در این میان قیمت بسیاری از داروهای تولید داخل با داروهای مشابه خارجی خود تفاوت فاحشی دارد و این موضوع باعث می‌شود شرکت‌های خارجی ارائه‌دهنده دارو بتوانند سود خوبی کسب کنند و راحت‌تر در زمینه تبلیغات، تحقیق و توسعه و... سرمایه‌گذاری کنند. با توجه به این موضوع شرکت‌های ارائه‌دهنده دارو در ایران باید با تحلیل دقیق بازار داخلی و خارجی، استراتژی مناسبی را در خصوص قیمت‌گذاری پیش بگیرند تا توان رقابت با شرکت‌های خارجی ارائه‌دهنده دارو را داشته باشند.

هر شرکت دارویی باید استراتژی مناسبی را در خصوص قیمت‌گذاری داشته باشد و انتخاب مناسب‌ترین قیمت برای محصولات دارویی ارتباط تنگاتنگی با نوع محصولات و گروه هدف شرکت دارد. در این میان قیمت بسیاری از داروهای تولید داخل با داروهای مشابه خارجی خود تفاوت فاحشی دارد و این موضوع باعث می‌شود شرکت‌های خارجی ارائه‌دهنده دارو بتوانند سود خوبی کسب کنند و راحت‌تر در زمینه تبلیغات، تحقیق و توسعه و... سرمایه‌گذاری کنند



بایدها و نبایدهای مدیریت
منابع انسانی در سازمان‌های مدرن

مدیران چندمنظوره!

دنیای امروز، دنیای محدودیت منابع است و سازمان‌هایی می‌توانند در این دنیا فعالیت‌های خود را به‌خوبی پیش ببرند که بتوانند همین منابع محدود خود را به‌خوبی مدیریت کنند. یکی از مهم‌ترین منابع هر سازمانی، سرمایه انسانی آن است که کارکردی حیاتی در بقای سازمان‌ها دارد و به‌عنوان کلید موفقیت و شکست هر سازمانی به‌شمار می‌آید. با توجه به این موضوع مدیران منابع انسانی نقش بسزایی را در سازمان‌های امروزی ایفا می‌کنند و در کاهش هزینه نیروی کار و افزایش بهره‌وری آن‌ها بسیار می‌توانند مثر واقع شوند. در ادامه به شرح برخی از وظایف مدیران مدرن منابع انسانی می‌پردازیم که شاید کمتر در سازمان‌ها به آن توجه می‌شود.

قانع کردن مدیران ارشد

در سازمان‌های امروزی بیشتر مدیران منابع انسانی در تلاش هستند از نگاه مدیران ارشد سازمان‌ها، فردی مورد اعتماد به حساب آیند، اما این در حالی است که این مدیران در عین حال باید مدافع حقوق کارمندان و ذی‌نفعان سازمان، در برابر مدیران ارشد سازمان باشند. با توجه به این وظیفه خطیر و دوگانه مدیران منابع انسانی، آن‌ها همواره باید در تلاش باشند مدیران ارشد سازمان را به‌خوبی بشناسند و از جزئی‌ترین مسائل غیرمحرمانه‌ای که مربوط به آن‌هاست، آگاه باشند. این شناخت مناسب باعث می‌شود مدیر منابع انسانی در فعالیت‌های خود فردی موفق تلقی شود و با مدیران ارشد سازمان ارتباط خوبی برقرار کند. این همان چیزی است که از دیدگاه بازاریابی سیاسی نیز تحت عنوان بازاریابی سیاسی فرایندگرا مطرح می‌شود و بر اساس آن، مدیران منابع انسانی سازمان‌ها به منظور اعمال قدرت و پیشبرد مطالبات کارمندان، به منابع قدرت وصل می‌شوند و با استفاده از مناسبات سیاسی و تعاملات مناسب، مدیران ارشد سازمان‌ها را در راستای اهداف خود قانع می‌کنند.

جریان اطلاعات از پایین به بالا

در دنیای پرتلاطم امروزی، سازمان‌ها با تغییرات محیطی بسیار زیادی مواجه هستند که این تغییرات در داخل و خارج سازمان‌ها رخ می‌دهد. برخی از مدیران ارشد سازمان‌ها با توجه به مشغله کاری زیاد، از بسیاری از این تغییرات آگاه نیستند و بسیاری از آن‌ها حتی زمان کافی برای خواندن همه روزنامه‌ها و نشریات تجاری را ندارند. این در حالی است که در حالت ایده‌آل، مدیران منابع انسانی ارتباط تنگاتنگی با کارکنان سازمان دارند و می‌توانند از جریان اطلاعات و تغییرات داخلی و حتی خارجی سازمان‌ها مطلع شوند و این اطلاعات و تغییرات را در اختیار مدیران ارشد سازمان قرار دهند. از طرفی مدیران منابع انسانی می‌توانند نقش تأثیرگذاری در جمع‌آوری این اطلاعات از پایین به بالا داشته باشند و سیستم‌هایی را طراحی کنند تا از طریق آن بتوانند تغییرات، مطالبات و به‌صورت کلی اطلاعات را از کارمندان سازمان جمع‌آوری کرده و آن را از طریق گزارش‌های روزانه، هفتگی، ماهانه و... در اختیار مدیران ارشد قرار دهند. در این میان بسیاری از مدیران منابع انسانی بر این باور هستند که مدیران ارشد صرفاً اطلاعاتی فرمالیته را درباره حقوق و اضافه کار و قرارداد و مواردی

می‌توان به توافقاتی با مدیران ارشد دست پیدا کرد که بر اساس آن، برخی از مسائل صرفاً از طریق مدیران ارشد سازمان بررسی و رفع و رجوع شود.

تحلیل شغل و بهره‌وری کارمندان

هر یک از سمت‌های سازمانی وظایف خاص خودش را دارد و کارمندانی که در پست‌های سازمانی مختلف مشغول به کار هستند، باید از شرح این وظایف مطلع باشند و همواره این وظایف به آن‌ها یادآوری شود. این در حالی است که شرح این وظایف نیاز به تحلیل شغل دارد و تحلیل شغل در سازمان‌ها یکی از وظایف اصلی مدیران منابع انسانی است که به منظور هدایت امر کارمندیابی و گزینش، تشخیص نیازهای آموزشی، ارزش‌یابی شغل و... به کار می‌رود. سازمان‌های امروزی با توجه به شرح این وظایف سیستم‌های بهره‌وری را طراحی می‌کنند و از طریق آن ارزیابی از کارمندان انجام می‌دهند. مدیران منابع انسانی باید با توجه به تحلیل شغل و بهره‌وری که انجام داده‌اند، برنامه‌ریزی‌های مناسبی را برای کارمندان خود انجام دهند و نقاط ضعف و قوت کارمندان را مشخص کنند. به‌عنوان نمونه، کارمندانی که با ضعف در برخی زمینه‌های مورد نظر سازمان همراه هستند، باید آموزش ببینند و برعکس کارمندانی که در ایفای نقش خود به‌خوبی ظاهر شدند، باید مورد تشویق قرار گیرند. این موضوع قطعاً می‌تواند در انگیزش کارمندان نیز بسیار مثرم ثمر واقع شود. از طرفی طراحی شغل نیز یکی دیگر از وظایف مدیران منابع انسانی در سازمان‌هاست که معمولاً از طریق تخصصی کردن، توسعه، غنی‌سازی و چرخش شغل انجام می‌شود. کنترل کیفیت در سازمان‌های امروزی به‌منزله بخشی از شغل کارکنان تلقی می‌شود و مدیران منابع انسانی که درصد افزایش بهره‌وری در سازمان هستند، باید سرمایه‌گذاری‌های جدی را در این بخش انجام دهند.

ارتباط مناسب بین برنامه‌ریزی استراتژیک و منابع انسانی

سازمان‌های مدرن دارای برنامه‌ریزی‌های استراتژیک مناسبی هستند و معمولاً با گذشت هر سال باید به اهداف از پیش تعیین‌شده‌ای دسترسی پیدا کنند. قطعاً بخشی از این برنامه استراتژیک مربوط به برنامه‌ریزی منابع انسانی است. سازمان‌ها در تلاش‌اند از طریق این موضوع در راستای رسالت سازمان، کارمندان لایق و مستعدی را به‌طور اثربخش و کارآمد جذب سازمان کنند. با توجه به این موضوع مدیران منابع انسانی باید ارتباط مناسبی را بین برنامه‌ریزی استراتژیک و منابع انسانی برقرار کنند تا تصمیم‌هایی که در این واحد سازمانی گرفته می‌شود، در راستای برنامه‌ریزی استراتژیک سازمان باشد. به‌عنوان نمونه، تحلیل شغل، کارمندیابی، آموزش و... با توجه به اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت برنامه استراتژیک سازمان انجام شود تا به این ترتیب حضور مدیر منابع انسانی، بیشترین تاثیر را در پیشبرد اهداف سازمان داشته باشد.

از این دست در خصوص کارکنان سازمان از آن‌ها مطالبه می‌کنند، اما مدیران منابع انسانی با توجه به ارتباطاتی که با کارمندان همه واحدهای سازمانی دارند، می‌توانند افق دید بالاتری نسبت به مسائل داشته باشند و دیدگاه‌های خود را به مدیران ارشد سازمان‌ها نیز انتقال دهند. از طرفی با توجه به این که واحد روابط عمومی سازمان‌ها معمولاً روی آگاهی عمومی درباره آن چه سازمان انجام می‌دهد، سرمایه‌گذاری می‌کند، مدیران منابع انسانی می‌توانند کارمندان این بخش را از خط مشی‌ها و رویه‌های اثرگذار در سازمان مطلع کنند. این موضوع ارتباطات اثربخشی را در سازمان ایجاد می‌کند و جریان اطلاعات از پایین به بالا و در سطوح موازی و هم‌عرض ایجاد می‌شود.

برطرف کردن نگرانی‌های مدیران ارشد

شناخت مناسب مطالبات کارمندان یکی از وظایف مدیران منابع انسانی است و در هر سازمانی ممکن است این مطالبات متفاوت باشد. به‌عنوان نمونه، در سازمانی پرداخت به‌موقع حقوق یکی از مطالبات اصلی کارمندان و در سازمانی دیگر پاداش و مزایا به‌عنوان مطالبات آن‌ها به شمار می‌آید. مدیران منابع انسانی باید این مطالبات را به مدیران ارشد سازمان اطلاع دهند، اما این در حالی است که برخی از مدیران منابع انسانی از مطرح کردن این مطالبات هراس دارند. مدیران منابع انسانی باید جلسات و گفت‌وگوهای مناسبی را با مدیران ارشد سازمان برنامه‌ریزی کنند و در تلاش باشند از طریق این جلسات مسائل دشوار و مشکلات کارمندان را به گوش مدیران ارشد سازمان برسانند و با این که ممکن است برای مدیران ارشد شنیدن این انتقادات خوشایند نباشد، اما می‌توان با ارائه پیشنهادهایی در راستای کاهش هزینه‌ها یا بهبود بهره‌وری سازمان، نگرانی‌های مدیران ارشد را تا حدی برطرف کرد.

چهار چوب تصمیم‌گیری‌های مدیران منابع انسانی

سازمان‌های امروزی نیاز به مدیران میانی‌ای دارد که جرئت گرفتن تصمیم‌های مهم و بزرگ را داشته باشند و این تصمیم‌گیری‌ها مبتنی بر تحلیل‌های مناسب باشد. این در حالی است که مدیران ارشد سازمان‌های مدرن نیز تمایل دارند با مدیران میانی کار کنند که به‌درستی و به‌موقع تصمیم‌گیری می‌کنند و منتظر تصمیم‌هایی از بالا نیستند. با توجه به این موضوع مدیران منابع انسانی با در نظر گرفتن شرایط سازمانی باید یا تصمیم‌های مناسبی را بگیرند، یا در صورت مهیا نبودن شرایط سازمان فرایند انجام این تصمیم‌گیری‌ها را از طریق مدیران ارشد تسهیل کنند. البته مسائلی که نیاز به تصمیم‌گیری‌های بزرگ دارد، باید با توجه به ریسک آن‌ها رتبه‌بندی شود و چهارچوب مناسبی را برای آن‌ها تهیه کرد و در اختیار مدیران ارشد سازمان قرار داد که از این طریق مدیران منابع انسانی به توافقاتی با مدیران ارشد دست پیدا کنند. به‌عنوان نمونه، در این چهارچوب‌بندی

کارمندانی که ضعیف هستند در برخی زمینه‌های مورد نظر سازمان همراه هستند، باید آموزش ببینند و برعکس کارمندانی که در ایفای نقش خود به‌خوبی ظاهر شدند، باید مورد تشویق قرار گیرند. این موضوع قطعاً می‌تواند در انگیزش کارمندان نیز بسیار مثرم ثمر واقع شود



نوآوری ریسک می‌خواهد



و خدمات جدید استقبال می‌کنند، با این حال هنگامی که در مرحله بعد از آن‌ها پرسیده شد که بعد از اجرای این اقدامات جدید چه پیش خواهد آمد؟ تنها ۱۷ درصد به معجزه نوآوری ایمان داشتند و نتیجه را مثبت دانستند. پاسخ ۴۷ درصد به این سوال این بود که نتیجه غیرقابل پیش‌بینی است.

آن را انجام نمی‌دهند. یا فرهنگ سازمانی آن‌ها مخالف ریسک و کشف چیزهای جدید است و مانع اجرای آن می‌شود. برای مثال، مدیر اجرایی یک شرکت به زبردستان خود می‌گوید: کلید موفقیت در سازمان ما این است که یک اشتباه را دو بار تکرار نکنید. چنین نگرشی در این سازمان‌ها خود بزرگ‌ترین مانع برای رسیدن به موفقیت و نوآوری است. این کار به نوبه خود نیاز به صبر و تحمل و روحیه شکست‌پذیری و آموختن از تجارب مداوم دارد. اکنون چگونه می‌توان یک نگرش را در سازمان کمرنگ کرد و محیط سازمانی را مستعد پذیرش نوآوری ساخت؟

در ادامه، راه‌حل‌های تجربی مفیدی برای پذیرش ریسک ناشی از نوآوری و نکاتی پیشنهاد شده است که مطالعه آن‌ها خالی از لطف نیست.

از یک ریسک هوشمندانه صحبت کنید

شرکت‌های با نوآوری بالا، حوزه‌هایی را که ریسک در آن‌ها جواب می‌دهد و

بسیاری از مدیران ارشد بر سر این موضوع توافق دارند که ریسک کردن در مسیر رسیدن به نوآوری مهم است، اما آن‌ها در عمل با این گفته فاصله زیادی دارند. برای مثال، طی تحقیقی که از یکی از شرکت‌های بزرگ دنیا شده است، مدیران بیان کردند که به‌شدت از توسعه محصولات و اقدامات

ایجاد ارزش افزوده برای کسب و کار

حقیقت این است که نوآوری یک فرایند پیچیده با سطوح مختلف است. اجرای نوآوری نیاز به زمان و هزینه دارد تا نتایج مثبت آن آشکار شود. اگر به اجرای نوآوری در کسب‌وکار خود فکر می‌کنید، نیاز دارید که در مورد منافع به‌دست‌آمده از آن بیشتر بدانید. برای مثال، باید بدانید که چه ارزش افزوده‌ای به کسب‌وکار شما اضافه می‌شود؟ ارزش افزوده معیاری خوب برای چگونگی عملکرد بهینه نوآوری در یک شرکت است. به منظور رقابت در بازارهای متغیر امروزی و افزایش ارزش افزوده کسب‌وکار خود، شما باید کارایی مدل کسب‌وکار خود را با افزایش ارزش افزوده بهبود ببخشید. یکی از راه‌های رسیدن به این ارزش افزوده ایجاد نوآوری است.

محیط مستعد پذیرش نوآوری

در دنیای واقعی بسیاری از سازمان‌ها با وجود تاکید زیاد روی نوآوری، در عمل

حوزه‌هایی را که ریسک در آن فایده ندارد، به‌خوبی تشخیص می‌دهند. برای مثال، ممکن است با تحقیق برایتان آشکار شود که نیاز به ریسک اجرایی کم در حوزه تعهد مشتری و نتایج مالی و ریسک زیاد در توسعه راه‌حل‌های جدید برای مسائل مشتری دارید. این نتایج نقطه امن برای نوآوری را نشان می‌دهد و می‌بایست شامل پارامترهایی خاص نظیر زمان (نشان‌دهنده پیشرفت بعد از چند ماه) یا اثرات مالی (پتانسیل ایجاد درآمد تا فلان مقدار یا بالا نرفتن هزینه‌ها از مقداری خاص) باشد.

واژگان درست در خدمت تشویق فرهنگ درست

از واژگان درست در جهت تشویق فرهنگ درست استفاده کنید. زبان درست می‌تواند به رفتار جهت ببخشد و طرز فکری خاص در خصوص موارد مقبول و نامقبول ایجاد کند. برای مثال، استفاده از واژه «تجربی» یا «ماموریت اکتشافی» به جای پروژه موفق یا ناموفق، نشانه نگرش بازتر نسبت به ریسک است. متمرکز کردن فعالیت‌های نوآوری روی مفهوم «کشف»، استرس مرتبط با انجام چیزهای جدید را تسهیل می‌بخشد. دقیقاً به همین دلیل است که موسس آمازون، جف بزوس، از واژه ذهن جست‌وجوگر به جای ذهن فتح‌کننده استفاده می‌کند، به این معنی که تمرکز او روی تجربه چیزهای جدید است، نه فقط انجام کارها بهتر از رقبا. یک کمپانی نوشیدنی حتی واحدی به نام «گروه نوآوری غیرمنتظره» تشکیل داد تا ایده‌های جدید را به بوته آزمون بگذارد. این شرکت درصدد القای ذهن کاوش‌گر به تمام سازمان خود بود.

تشکیل تیم‌هایی با ذهن نوآور

قبل از اجرای ایده‌های نوآورانه باید اندازه مسئله را برآورد کنید. معمولاً مسائل کوچک‌تر در تیم‌های کوچک‌تر، سریع‌تر جواب می‌دهند. شرکت تسلا به همین منظور تیم‌های کوچکی تشکیل داد که ذهن نوآور و کارآفرینانه نسبت به ریسک داشتند، در صورتی که شرکت‌های قدیمی‌تر در صنعت خودرو روی تیم‌های بزرگ نوآوری تکیه کرده بودند. مثال مشابه دیگر یک آژانس فعال در زمینه پروژه‌های تحقیقات پیشرفته دفاعی بود که سازمانی با تنها دو لایه مدیریتی بود. این امر به آن‌ها امکان می‌داد که ایده‌ها و تصمیم‌هایشان را با سرعت بیشتری انتقال دهند، چراکه شعارشان این بود که «فوریت، الهام‌بخش نبوغ بیشتر» است. این تیم‌های کوچک که هر یک روی پروژه‌ای خاص کار می‌کردند، استقلال و سرعت بیشتری در انجام کارهایشان داشتند و این امر در نهایت منجر به نوآوری‌های باورنکردنی می‌شد.

ایجاد مراحل و معیارهای مشخص برای پروژه‌های مالی

اگر در حال کار روی پروژه‌ای پرهزینه با ریسک بالا هستید، دست نگه دارید. به جای آن، پروژه را به قسمت‌های مختلف تقسیم کنید و هر کدام را در فاز مشخص و تعریف‌شده‌ای انجام دهید. اگر از مرحله اول عبور کردید، روی مراحل بعد سرمایه‌گذاری کنید.

مثلاً در گوگل، تیم‌ها بازه زمانی تعریف‌شده سه تا چهار ماهه‌ای برای اثبات امکان‌پذیری آن پروژه دارند. اگر پروژه‌ای که آن‌ها مشغول کار رویش هستند، در چهارچوب زمانی تعیین‌شده مزایایش را اثبات نکنند، تیم پروژه را منحل می‌کنند. تیم‌ها تنها روی ایده‌هایی کار می‌کنند که پتانسیل لازم را دارند.

آشنایی با مزایا و ریسک‌های نوآوری

موفقیت نوآوری همیشه تضمین نمی‌شود، چراکه همواره دربرگیرنده میزانی ریسک است. اگر کارمندان نوع و اندازه ریسک را درک نکرده و مورد پذیرش قرار ندهند،

شاید هیچ‌گاه نتوانند وارد بازی نوآوری شوند. در بلندمدت ورود به نوآوری‌های بزرگ، ریسک‌های بزرگ‌تری را نیز می‌طلبد. بهتر است زمانی را با کارمندان خود برای کسب درکی از نوآوری و مزایای آن برای سازمان اختصاص دهید و این مزایا را به صورت صریح برای آن مشخص کنید. همچنین آن‌ها را با ریسک‌هایی که در این راه وجود دارد، آشنا کنید. استفاده از حضور یک مشاور سازمانی در کنار مدیر، در آگاهی‌دهی به کارمندان درخصوص مزایای نوآوری و ریسک‌های آن برای آمادگی بهتر هنگام مواجهه و اجرای راه‌حل‌های نوآورانه می‌تواند موثر باشد. برای این کار فهرستی از مزایای نوآوری را برای خود آماده کنید. این مزایا مواردی از این دست را شامل می‌شوند: افزایش حاشیه سود، تنوع محصول، ارضای نیازهای مصرف‌کننده، وفاداری مشتری، حفظ و افزایش سهم بازار، اطمینان از موضع استراتژیک در بازار، استفاده از فرصت‌های جدید در کسب‌وکار، توسعه بازار، خدمات شخصی‌شده، افزایش مزایای رقابتی.

در مقابل ریسک‌هایی هم که در راه رسیدن به نوآوری وجود دارند، عبارت‌اند از: محصول جدید مورد پذیرش بازار قرار نمی‌گیرد.

برای نوآوری نیاز به سرمایه‌گذاری است و این سرمایه در طول چرخه عمر محصول به سازمان برنمی‌گردد.

تمرکز بیش از حد منابع و توجه روی محصول جدید برای بالا بردن کیفیت و مسئله بازاریابی محصولات موجود است.

اگر روی پروژه‌ای مشارکتی با شرکتی دیگر کار می‌شود، ریسک انتقال دانش وجود دارد.

ریسک وابستگی شرکت به محصول جدید وجود دارد.

ظرفیتی برای اجرای نوآوری در شرکت وجود ندارد.

مزیت رقابتی نوآوری، معیارها و توسعه سریع تحت مداخله برخی عوامل قرار می‌گیرد.

افزایش آگاهی نسبت به ریسک

بسیاری از مدیران محافظه‌کار از ریسک می‌ترسند. آن‌ها برای کاهش این ریسک بهتر است آگاهی خود را افزایش دهند. درواقع اگر میزان مخاطره‌آمیز بودن یک نوآوری به انتخاب افراد بستگی داشته باشد، در این صورت هر چقدر انتخاب‌های آن‌ها آگاهانه‌تر باشد، ریسک موجود کمتر خواهد بود. اما وقتی شرکت‌ها و سیاست‌گذاران به عواقب یک نوآوری فکر می‌کنند، باید از محدودیت‌های مدلی که افراد بر اساس آن برای استفاده از نوآوری تصمیم می‌گیرند، آگاه باشند. همان‌طور که می‌دانیم، برخی مدل‌ها از اساس دارای نقص و در عمل بی‌استفاده هستند. درحالی‌که مدل‌های دیگر را می‌توان اصلاح کرد و توسعه داد. برخی مدل‌ها فقط برای کاربردهای خاص مناسب‌اند. برخی از آن‌ها به کاربران پیچیده‌ای با شرایط خاص نیاز دارند تا نتایج خوب ایجاد کنند. تجربه نشان می‌دهد حتی وقتی افراد از مدل‌های مناسب استفاده می‌کنند تا در مورد چگونگی استفاده از یک نوآوری تصمیم بگیرند، پیش‌بینی این‌که تغییر رفتار آن‌ها چگونه بر مخاطره‌آمیز بودن انتخاب‌هایشان تاثیر می‌گذارد، تقریباً غیرممکن است. درواقع، بسیاری از ریسک‌های همراه با یک نوآوری، از خود آن نوآوری ناشی نمی‌شود، بلکه از زیرساختی که آن را معرفی می‌کند، سرچشمه می‌گیرد. مدیران باید از محدودیت‌های مدل خود آگاه بوده و انتظار مسائل غیرمنتظره را داشته باشند. هر نوآوری دروازه ورود به موفقیت است و اگر خواهان رسیدن به دنیای جدید و پیشرفت‌های آتی هستیم، خواه ناخواه باید با ریسک‌های ناشی از آن روبه‌رو شویم و آن‌ها را مدیریت کنیم.

منبع: برگرفته از مقاله‌های سایت هارواردبیزینس ریویو

از واژگان درست در جهت تشویق فرهنگ درست استفاده کنید. زبان درست می‌تواند به رفتار جهت ببخشد و طرز فکری خاص در خصوص موارد مقبول و نامقبول ایجاد کند. برای مثال، استفاده از واژه «تجربی» یا «ماموریت اکتشافی» به جای پروژه موفق یا ناموفق، نشانه نگرش بازتر نسبت به ریسک است. متمرکز کردن فعالیت‌های نوآوری روی مفهوم «کشف»، استرس مرتبط با انجام چیزهای جدید را تسهیل می‌بخشد.



ما باید منتظر بمانیم...

باز شعبان به نیمه‌اش رسید و مفهوم انتظار جان گرفت. در مرام انتظار جایی برای ناهوشیاری و خواب نیست. انسان منتظر همیشه چشم به راه است تا محبوب خود را ببیند. تا گره از کارش گشوده شود. در ادبیات ما شعرهای بسیاری درباره انتظار گفته شده. حافظ سروده است:

خوش‌تر ز عیش و صحبت و باغ و بهار چیست
ساقی کجاست گو سبب انتظار چیست

نیمه شعبان برایمان روزی است که دوباره به خودمان یادآوری کنیم ما انسان‌های منتظری هستیم. منتظر روزی که دیگر ظلمی در جهان ریشه نگیرد. دست مظلومی از روزی‌اش کوتاه نماند. ستمگری بر تخت قدرت ننشیند. کودکی در فکر رویای کودکانه‌اش که می‌داند به آن هرگز نمی‌رسد، سر بر بالین نگذارد و چشمی برای نداشته‌هایش تر نشود.

ما آن روز را انتظار می‌کشیم تا منجی‌مان ظهور کند و سراسر هستی را از مهربانی و عطوفت پر کند. تا ببینیم می‌شود مهربان بود. می‌شود ظلم نکرد و حقی را ضایع نکرد. ما حتی در این زمانه که سرهای بی‌گناه بی‌شماری به ناحق بریده می‌شود و کودکی بی‌گناه به اسارت درمی‌آید، باز نباید ناامید شویم. نباید چشمانمان را ببندیم و در دل بگوییم انگار ظلم همیشگی است. باید مدام به نیمه شعبان فکر کنیم تا دلمان قرص شود که «او» می‌آید. ما انتظار فرج را می‌کشیم.

از ارتباطات سازمانی تا سازمان‌های چابک

معرفی کتاب

پروانه مسجل

تب مطالعه کتاب‌های مدیریتی این روزها در میان مدیران داغ شده؛ کتاب‌هایی که عمدتاً ترجمه از منابع خارجی هستند و در فضای سازمان‌های داخلی قابلیت پیاده‌سازی و اجرا ندارند. در ادامه به چند مورد از کتاب‌های آموزنده و کاربردی این حوزه اشاره می‌کنیم که می‌تواند برای مدیران کتاب‌خوان امروزی راه‌گشا باشد.

ارتباطات سازمانی: مفاهیم، الگوها، ابزارها

ارتباطات مهم‌ترین عنصر هر سازمانی است. بدون ارتباطات، سازمان فقط مجموعه‌ای از افراد، مواد و فرایندهایی است که غیرقابل استفاده خواهد بود. اثربخشی سازمان به کیفیت ارتباطات وابسته است. مدیران ناچارند با مافوق و مرئوسان ارتباط برقرار کنند. آن‌ها بیش از ۷۵ درصد زمان اثربخش خود را صرف برقراری ارتباط می‌کنند. آن‌چه خواندید، مقدمه کتاب «ارتباطات سازمانی: مفاهیم، الگوها، ابزارها» تالیف دکتر امید مهدیه، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان، است. در این کتاب، او تعاریف ارتباطات و انواع دیدگاه‌های مرتبط با این حوزه شامل دیدگاه سنتی، تفسیری و انتقادی را به رشته تحریر درآورده است. فرایند ارتباطات و الگوهای مختلف آن در این کتاب با مدل‌سازی به تصویر کشیده شده که به درک بهتر مخاطب کمک می‌کند. این کتاب در ۸۰ صفحه توسط موسسه مهریان نشر به چاپ رسیده است.



استراتژی‌های بازاریابی مشتری‌مدار

بازاریابی و مشتری‌مداری، موضوعی استراتژیک است که به سطوح مدیران ارشد اجرایی تعلق دارد. کتاب «استراتژی‌های بازاریابی مشتری‌مدار» ترجمه و تالیف هاجر معیری‌فرد و الهام کیان‌مهر با اشاره به این موضوع، اصول و مفاهیم بازاریابی را به‌عنوان یک فلسفه، راه‌کار یا استراتژی مورد بررسی قرار می‌دهد. در این کتاب به چگونگی تبدیل شدن سازمان به سازمان بازاریارگرا و رابطه میان بازاریارگرای و بازاریابی رابطه‌مند پرداخته شده و همچنین ساختارهای سازمانی بازاریارگرا و سنتی نیز با یکدیگر مقایسه شده‌اند. این کتاب در ۹ فصل و ۱۷۶ صفحه توسط انتشارات بازاریابی به چاپ رسیده است.



برنامه‌ریزی برند

کتاب «برنامه‌ریزی برند» نوشته کوین لین کلر و ترجمه دکتر امین اسداللهی است که توانسته سه مدل سودمند برنامه‌ریزی برند به همراه مفاهیم کلیدی آن‌ها و بخش‌های ویژه و مهم مورد تأکیدشان را در یک جامعیت کنار هم قرار بدهد. ساده‌سازی و ساده‌گویی و عرضه کتاب‌هایی این چنین پرمحتوا در صفحات کم کاری بسیار دشوار است که در کتاب «برنامه‌ریزی برند» صورت گرفته است. در بخشی از این کتاب می‌خوانیم: «پاسخ‌های برند، به چگونگی پاسخدهی مشتریان به برند و تمامی فعالیت‌های بازاریابی آن و سایر منابع اطلاعاتی اشاره دارند که این یعنی مشتریان درباره برند چه فکر می‌کنند، یا چه احساسی نسبت به آن دارند. پاسخ‌های برند می‌توانند بر اساس قضاوت‌ها درباره برند و احساس نسبت به برند، بر حسب این که این پاسخ‌ها از مغز برآمده‌اند یا قلب، تفکیک شوند. این کتاب در ۱۴۴ صفحه توسط انتشارات بازاریابی به چاپ رسیده است.



مدیریت برندهای صنعتی

کتاب «مدیریت برندهای صنعتی» به شما می‌آموزد که نام و نشان‌های تجاری، ایده‌ها، برداشت‌ها، توقعات و اعتقاداتی هستند که در ذهن مصرف‌کنندگان ایجاد شده و می‌تواند بر کسب‌وکار شما اثرگذار باشد. ارزش و اعتماد به‌دست‌آمده بین وعده نام و نشان تجاری و تجربه درک‌شده از سوی مشتری، همیشه پایه و اساسی ساده در هرگونه تلاش مداوم تجاری - بازرگانی است. این کتاب یکی از اولین نمونه‌های واقعی علم و هنر برندینگ صنعتی به شمار می‌آید که ضمن ارائه مفاهیم و نظریه‌های نام‌گذاری کالاهای صنعتی، تعداد زیادی از نمونه‌های موفق این حوزه را به‌طور کامل تشریح کرده است. «مدیریت برندهای صنعتی» در هفت فصل نگاشته شده که از مهم‌ترین فصول آن می‌توان به نام‌گذاری کردن یا نکردن، جنبه‌های نام‌گذاری بازارهای صنعتی، مراقبت خطاها و اشکالات نام‌گذاری و چشم‌انداز آتی اشاره کرد. کتاب حاضر به تالیف فیلیپ کاتلر و والدیمار پفورج است و کامبیز حیدرزاده آن را ترجمه کرده است. تعداد صفحات آن ۳۱۴ صفحه است و توسط انتشارات سیته چاپ شده است.



پیروزی در مذاکره

واقعا مذاکره چیست و چه ابعادی دارد؟ پاسخ این سوال را می‌توان در کتاب «پیروزی در مذاکره» پیدا کرد. این کتاب شامل مقالات علمی از اساتید مجرب دانشگاه هاروارد است و به طرح موضوعات مختلف درباره شیوه‌ها و تکنیک‌های مذاکره می‌پردازد. نویسندگان کتاب تلاش کرده‌اند تا ضمن تعریف مذاکره و تشریح محیط‌هایی که هر مذاکره‌ای در آن انجام می‌شود و با تأکید بر همکاری روابط متقابل و حفظ شراکت‌های استراتژیک، روش‌هایی ارائه کنند تا با کمک آن‌ها مذاکرات تحت فشار و مذاکرات میان فرهنگی، با سهولت هرچه بیشتری انجام شوند تا به توافقاتی دست یابید که هم به نفع شرکت شما و هم به نفع طرف مقابل باشد.

این کتاب در چهار فصل با عناوین مذاکره همکارانه، ایجاد و حفظ شراکت‌های استراتژیک، مذاکره کردن تحت فشار و مذاکره میان فرهنگی تدوین شده است. کتاب حاضر ۱۳۳ صفحه است و به قلم تام کراتن میکر و با کمک همکارانش نوشته و مجید نوریان آن را ترجمه کرده است.





خلاقیت

فرید دانش‌فر

تبلیغات محیطی خلاقانه

صخره‌نوردی وسط پیاده‌رو

و همه‌گیر شدن تلفن‌های همراه هوشمند، بسیاری از شرکت‌ها به تبلیغات در اینترنت و اپلیکیشن‌های موبایلی روی آورده‌اند. با این حال، بعضی از تولیدکننده‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی شکل دیگری از آگهی را برای اطلاع‌رسانی و تبلیغ ترجیح می‌دهند. برند Powerade که وابسته به شرکت کوکاکولا است، تبلیغات محیطی جالبی طراحی و رونمایی کرد که توجه و استقبال بسیاری از مردم را به همراه داشت.

این برند که تولیدکننده نوشیدنی‌های ویژه برای ورزشکاران است، از بیلبردهای تمرینی ورزشی استفاده کرد. این بیلبوردها در معابر قرار داده می‌شوند و رهگذران و مردمی که از کنار آن عبور می‌کنند، می‌توانند با این وسیله‌ها تمرین کنند! این خلاقیت تبلیغاتی در نوشتن شعار روی این بیلبوردها نیز دیده می‌شود. شعار «بیشتر از آنچه فکر می‌کنی قدرت داری.» (You have more power than you think) این تبلیغ ویژه و جالب را دیدنی‌تر و جذاب‌تر کرده است.

بیلبوردها در سه طرح صخره‌نوردی، بوکس و وزنه‌برداری ارائه شده و مردم شهر برلین آلمان را به چالش و زورآزمایی دعوت می‌کند.

به نظر می‌رسد برند Gatorade که متعلق به شرکت پپسی است، در این مورد از رقیبش عقب افتاده.

پیش از ظهور تکنولوژی و فناوری‌های امروزی، مردم ناچار بودند برای ملاقات با یکدیگر، صحبت کردن، خرید کردن و انجام بسیاری از کارهای دیگر، مسافتی را

در شهر طی کنند و از نزدیک با هم در تعامل باشند. این موضوع در کنار کوچک بودن شهرها و جمعیت کم آن‌ها باعث شده بود که اگر اتفاقی در گذری و خیابان و شهری رخ دهد، مردم به‌طور مستقیم از آن آگاه شوند. امروزه که شهرها به‌طور چشم‌گیری گسترش پیدا کرده‌اند و سخت‌افزارها و نرم‌افزارها ارتباط انسان‌ها از فواصل دور را به‌سادگی فراهم ساخته‌اند، اطلاع‌رسانی و آگاهی بیش از هر زمانی اهمیت پیدا کرده است. در این میان هر تولیدکننده‌ای برای فروش محصول خود بیشتر از آن‌که به فروشگاه احتیاج داشته باشد، نیاز دارد تا تولیدات خود را به مردم معرفی کند. از طرفی با وجود شرکت‌های مختلفی که در یک زمینه فعالیت می‌کنند و رقیب یکدیگر محسوب می‌شوند، تبلیغات در عصر امروز به میدان اصلی رقابت برای تولیدکننده‌ها تبدیل شده. در این میان شرکتی که تبلیغات خلاقانه‌ای داشته باشد، پیروز این میدان خواهد بود.

با حضور پررنگ و بیش از پیش تکنولوژی



آشنایی با توپ‌های ورزشی

دوست‌هایی که شوت می‌کنیم!

می‌گویند ژاپنی‌ها کارتون فوتبالیست‌ها را ساختند تا مردم کشورشان را به فوتبال علاقه‌مند کنند و این پیام مهم را بدهند که می‌توانند در این رشته حرفی برای گفتن داشته باشند. جدا از تاثیر این انیمیشن روی مردم ژاپن، جمله‌ای است که به دیالوگ ماندگار این انیمیشن تبدیل شد: «توپ دوست ماست.» هر کدام از ما طرفدار یک رشته ورزشی هستیم و مسابقات آن را دنبال می‌کنیم. در این بین، ورزش‌های توپی مانند فوتبال، بسکتبال و والیبال بیشترین طرفدار را در دنیا دارند. اما بسیاری از ما اطلاع چندانی از این توپ‌های ورزشی نداریم و تنها شکلشان را می‌شناسیم. در این فرصت کوتاه می‌خواهیم اطلاعات مختصری از چند توپ ورزشی به شما بدهیم.

فوتبال

در جام‌های جهانی و مسابقات یورو طرحی مخصوص برای توپ فوتبال در نظر می‌گیرند و مسابقات لیگ‌های معتبر و همین‌طور مسابقات دوستانه با آن توپ برگزار می‌شود. توپی که شش سال پیش و در جام جهانی ۲۰۱۰ آفریقای جنوبی استفاده شد، کلی سروصدا به پا کرد و بعضی از بازیکن‌ها -به‌ویژه دروازه‌بان‌ها- از آن ناراضی بودند. اما توپی که سال ۲۰۱۴ طراحی شد، هم ظاهر شیک و جذابی داشت و هم بازیکن‌ها را راضی کرد. بنا به رسمی که چندین دوره است بنا شده، اسمی برایش گذاشتند؛ «برازوکا». این همان اسمی بود که مردم برزیل در یک نظرسنجی انتخاب کردند. برازوکا از شش قطعه ملخی تشکیل شده که با گرما و بدون دخالت دست انسان به هم وصل شدند. این توپ که ۴۳۷ گرم وزن دارد، حتی اگر باران شدیدی هم ببارد، فقط دو دهم درصد از آب را به خودش جذب می‌کند. این موضوع به دلیل این‌که فوتبال در شرایط آب‌وهوایی مختلفی برگزار می‌شود، اهمیت بسیار زیادی دارد. با پیشرفت فناوری، توپ این رشته ورزشی هر دوره کیفیت بهتری پیدا می‌کند.

والیبال

می‌گفتند ما در ورزش‌های تیمی ضعیف کار می‌کنیم. اما در چند سال اخیر که پیشرفت چشم‌گیری در والیبال داشتیم و در میدان‌های جهانی حضور پیدا کردیم، این نظریه بین مردم تا حد زیادی کمرنگ شد. احتمالا تا حدودی از نزدیک با این توپ آشنایی دارید. توپی که گرد است و آن را از چرم می‌سازند که البته از توپ‌های پلاستیکی یا از جنس ماده دیگری شبیه به آن هم استفاده می‌شود. یکی از ویژگی‌های این توپ، رنگ آن است؛ قسمت رویی توپ از سه رنگ زرد، آبی و سفید تشکیل می‌شود. ویژگی‌ای که باعث شده اگر این رنگ‌ها را روی هر توپ دیگری ببینید، یاد توپ والیبال بیفتید. محیط این توپ بین ۶۵ تا ۶۷ سانتی‌متر است و وزنش بین ۲۶۰ تا ۲۸۰ گرم. «میکاسا اسپورت» از بزرگ‌ترین برندهای توپ والیبال است.

بسکتبال

این ورزش در سال ۱۸۹۱ میلادی ابداع شد. اما به نظر می‌رسد کسی که این ورزش را ابداع کرد، اصلا به فکر نوع توپ آن نبوده. چون در دو سال اولی که این رشته به وجود آمد، با توپ فوتبال بازی می‌کردند. البته آن‌ها خیلی زود متوجه شدند توپ فوتبال برای این ورزش زیادی سبک است. بنابراین یک توپ سنگین‌تر و بزرگ‌تر ساخته شد. البته توپی که امروزه با آن بازی می‌شود، اولین بار در سال ۱۹۴۹ تولید شد. جنس آن از چرم، لاستیک یا پلاستیک است. محیط این توپ

در حالت استاندارد باید بین ۷۵ تا ۷۸ سانتی‌متر و وزنش هم بین ۶۰۰ تا ۶۵۰ گرم باشد. البته وزن آن برای رده نوجوانان کمی سبک‌تر است. توپ بسکتبال در بین ورزش‌های گروهی، سنگین‌ترین و بزرگ‌ترین توپ است.

واترپلو

ورزش‌های آبی، یعنی ورزش‌هایی که درون آب انجام می‌شوند، بین دیگر ورزش‌ها غریبه افتاده‌اند. از جمله واترپلو، که شاید حتی ندانید زمانش چقدر است و چند نفر در آن بازی می‌کنند. این ورزش آبی یک توپ هم دارد که چون در آب با آن بازی می‌شود، ضدآب است. توپی که از سه قسمت اصلی، بلیدر، نخ‌پیچ و رویه توپ تشکیل شده است و در دو اندازه مختلف ویژه مردان و زنان تولید می‌شود. البته این تغییر اندازه، درباره خود استخر هم وجود دارد؛ یعنی مسابقه‌های زنان در استخر کوچک‌تری به اندازه ۲۵ در ۱۷ متر برگزار می‌شود. وزن توپ بین ۴۰۰ تا ۴۵۰ گرم و رنگش هم زرد است.

بولینگ

یکی از ورزش‌های بسیار جالب و سرگرم‌کننده که در سالن می‌شود انجام داد، بولینگ است. توپ این ورزش با توپ‌های دیگر تفاوت‌های زیادی دارد؛ از وزنش گرفته تا شکل و ظاهرش. این توپ در

وزن‌های مختلفی استفاده می‌شود و به‌طور معمول بین ۲,۷۰۰ تا ۷,۳۰۰ کیلوگرم است. (سبک‌ترین نوعش هم سنگین است.) هر شخصی با توجه به وزن خودش توپ مناسب را انتخاب می‌کند. به خانم‌ها و کودکان توصیه می‌شود توپ‌هایی را که حدود ۴,۵ کیلوگرم هستند، بردارند. روی هر توپ سه سوراخ وجود دارد که محل قرار گرفتن انگشتان است. هرچقدر وزن توپ بیشتر باشد، قطر و همین‌طور فاصله سه سوراخ روی توپ از هم بیشتر می‌شود.

گلف

حالا که صحبت از ورزش در هوای پاک شد، می‌خواهم توپ ورزشی را معرفی کنم که در فضایی بسیار باز انجام می‌شود و احتیاج به فضای سبز و چمن تقریبا بزرگی دارد؛ گلف. توپ گلف از لاستیک ساخته شده که یک روکش پلاستیکی دارد. چون در این ورزش و در ضربه زدن به توپ دقت بسیار زیادی لازم است و هم‌چنین برای برد بیشتر، سازندگان این توپ شیارهای مخصوص و ویژه‌ای را روی سطح آن می‌گذارند. اگر حتی یک عکس از ورزش گلف دیده باشید، حتما می‌دانید که در شروع بازی توپ را روی یک پایه می‌گذارند و بازیکن می‌تواند برای زدن اولین ضربه‌اش به هر حفره، از این پایه استفاده کند.



معرفی چهار برنامه یادداشت نویسی برای گوشی های هوشمند

گجت

نوشتن را تاچ کنید

جمله کارهایی است که تقریباً هر شخصی در موقعیت های مختلف به آن احتیاج پیدا می کند. از طرفی ممکن است شما همیشه یک برگ کاغذ سفید و قلم برای نوشتن همراه نداشته باشید. با طراحی نرم افزارهای مخصوص به این کار، دیگر نیازی نیست برای نوشتن یک شماره، نکته یا ایده دنبال کاغذ و خودکار بگردید. این جا چند برنامه برای نوشتن یادداشت معرفی کرده ایم که هر شخصی با هر سلیقه و هر تلفن هوشمندی بتواند از آن استفاده کند.

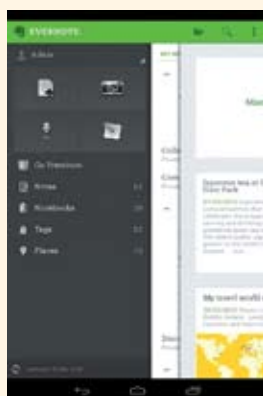
تلفن های همراه هوشمند روز به روز پیشرفت می کنند و هر بار با تولید محصولی جدید از شرکت های بزرگ، این صنعت برگ دیگری از امکانات و خلاقیت مهندسان و طراحان رونمایی می شود. همراه با به روز رسانی و پیشرفت تلفن ها، نرم افزارهای قبلی ارتقا پیدا می کند و برنامه های تازه تری برای پلت فرم های گوناگون عرضه می شود. این برنامه ها نه تنها انجام بسیاری از کارها را به وسیله گجت ها برای کاربر آسان کرده اند، بلکه آن ها را در دسترس قرار داده اند. یادداشت برداری از

Omni Notes

تلفن های اندروید کاربران بسیار زیادی در کشورمان دارند و برنامه هایی که برای این پلت فرم عرضه می شود، توجه بیشتری را به خود جلب می کند. به همین دلیل اولین برنامه ای که معرفی می کنیم، برای اندرویدی ها است. Omni Notes یک برنامه کاربردی و کم حجم است که قابلیت های خوبی برای یادداشت برداری دارد. مانند بسیاری از برنامه های دیگر در این زمینه، امکان ایجاد، ویرایش و حذف را به سادگی برای کاربر مهیا می کند. اما ویژگی مهم این نرم افزار تهیه نسخه پشتیبان (Backup) از یادداشت های شما به صورت خودکار است. به این ترتیب نیازی نیست نگران از بین رفتن نوشته هایتان باشید. امکان جستجو و اشتراک گذاری هم از دیگر قابلیت های این برنامه است. هم چنین می توانید یادداشت هایتان را به ترتیب تاریخ ایجاد، عنوان یا تاریخ یادآوری مرتب کنید. از دیگر ویژگی های Omni Notes این است که از ۳۰ زبان زنده دنیا پشتیبانی می کند. سازگاری با قفل صفحه نمایش و هم چنین امکان یادآوری یادداشت ها و قرارهای ثبت شده از جمله امکانات جالب و البته مهم این اپلیکیشن است.



Evernote



یکی از کامل ترین و جامع ترین برنامه های یادداشت برداری برای گوشی های هوشمند که کاربران زیادی را در سرتاسر جهان به سمت خود جذب کرده و نمره قبولی از آن ها دریافت کرده است. به عقیده بسیاری از کاربران و هم چنین کارشناسان، Evernote تمام خواسته های یک شخص را برای یادداشت نویسی در نظر گرفته و امکانات مختلف و متفاوتی در اختیار کاربر قرار می دهد. به همین دلیل است که آن را بهترین دفترچه یادداشتی می دانند که برای تلفن های هوشمند اندروید منتشر شده است. یکی از مهم ترین ویژگی های این برنامه این است که در کنار نوشتن متن، شما می توانید از عکس، فیلم و صدا نیز برای ثبت یادداشت ها و قرارهای خود استفاده کنید. به این ترتیب این نرم افزار می تواند یک دفترچه خاطرات همراه برای شما باشد. دیگر امکانی که این برنامه را از سایر نرم افزارهای مشابه متمایز می کند، قابلیت هم گام سازی یادداشت های ثبت شده در رایانه و دستگاه های دیگر توسط Evernote است. این برنامه موفق شده جایزه TechCrunch Crunchies را از نشریه معتبر نیویورک تایمز دریافت کند.

Awesome Note



برنامه ای برای ثبت هر چیزی که در ذهن شما است؛ آن هم برای کاربران آیفون و آیپد. امکانات این برنامه آن قدر زیاد است که نمی توانید برای استفاده نکردن از آن بهانه ای پیدا کنید. از برنامه ریزی برای روزهای آینده تا یادآوری کارهای روزانه، نکته برداری، تهیه لیست خرید و ثبت یک قرار ملاقات. از قابلیت های ویژه این برنامه می توان به امکان سفرashi کردن پوشه ها و محیط برنامه، افزودن تگ (برچسب) به یادداشت ها، رمزگذاری برای یادداشت ها و وارد کردن اطلاعات آب و هوایی است. هر کدام از این امکانات برای یک برنامه کافی است تا آن را به نرم افزاری پرتعداد تبدیل کند و حالا تمامی این قابلیت ها در یک برنامه برای شما جمع شده تا بتوانید هر آن چه در فکر دارید، روی صفحه گوشی خود پیاده کنید.

ColorNote Notepad

اگر جزو آن دسته از کسانی هستید که از شلوغی و پیچیدگی در نرم افزارها و وجود قابلیت های مختلف در آن ها فرار می کنید، همین حالا این برنامه را دانلود کنید! یک نرم افزار ساده، سبک و کم حجم برای نوشتن آن چه در ذهن دارید و نمی خواهید فراموش کنید. کار با این برنامه به سادگی نوشتن روی یک برگه کاغذ است. اما چیزی که در کنار سادگی باعث شده تا این برنامه مورد استقبال قرار بگیرد، شکل و شمایل و درواقع محیط آن است و البته به اضافه یک ویژگی بسیار ساده: امکان انتخاب رنگ برای هر یادداشت. این قابلیت هم به شما کمک می کند که یادداشت ها با موضوعات مختلف را کنار هم داشته باشید، ولی دچار سردرگمی نشوید. هم چنین قرار گرفتن یادداشت ها با رنگ های متفاوت در کنار هم محیط برنامه را جالب و زیباتر می کند. البته ColorNote به همین سادگی هم که ما تعریف کردیم، نیست و قابلیت هایی مانند جستجو، داشتن دو حالت برای نمایش یادداشت ها و اطلاع رسانی از طریق استاتوس بار را در خود دارد که ارزش این برنامه را دو چندان می کند.





ورزش

احمد تقی زاده

یادی از ستاره‌های دوست‌داشتنی

فوتبال در اتحادیه فوتبال انگلیس مشغول به کار شد و تنها پس از یک سال فعالیت، از سمت خود کناره‌گیری کرد. او در سال ۲۰۱۳ به‌عنوان مربی در تیم زیر ۲۱ سال انگلیس منصوب شد و تا امروز در این سمت باقی مانده است. بزرگ‌ترین موفقیت او به‌عنوان مربی تیم ملی زیر ۲۱ سال انگلیس، راه‌یابی به دور نهایی رقابت‌های جام ملت‌های اروپا در سال ۲۰۱۵ است.

تونی آدامز

تونی آدامز بیش از دو دهه به‌عنوان یکی از مدافعان برجسته فوتبال انگلیس و حتی اروپا شناخته می‌شد؛ آدامز فوتبالش را در همان تیمی به پایان برد که از آن‌جا آغاز کرده بود، یعنی آرسنال. او از سال ۱۹۸۰ به تیم جوانان توپچی‌های لندن پیوست و درحالی‌که هنوز دوران نوجوانی را پشت سر می‌گذاشت، به تیم اصلی آرسنال ملحق شد. او در بیش از ۶۰۰ بازی با پیراهن آرسنال، موفق به کسب چهار قهرمانی لیگ برتر، سه قهرمانی FA کاپ و دو قهرمانی سوپر کاپ شد. او در سال ۲۰۰۲ از میادین فوتبال خداحافظی کرد و در تیم‌هایی چون وایکومب واندرز، پورسموث و تیم گابالا آذربایجان به مربی‌گری پرداخت. او هم‌اکنون به‌عنوان مدیر ورزشی در این تیم آذربایجانی فعالیت دارد. آدامز ۴۹ ساله چند سال پیش دست به قلم شد و در کتاب خاطرات زندگی خود، پرده از اعتیادش به مشروبات الکلی برداشت. او سال گذشته با بیماری سختی دست‌وپنجه نرم کرد و سرانجام به توصیه پزشکان مجبور شد تا عمل جراحی قلب انجام دهد.

استوارت پیرس

پیرس در یورو ۹۶ آخرین تورنمنت فوتبالی خود را

دیوید سیمین

سیمین که در نخستین دوره از رقابت‌های لیگ برتر انگلیس همراه با آرسنال قهرمان شد، جایگاه ثابتی به‌عنوان دروازه‌بان سه شیرها داشت. با وجود شکست انگلیس در مرحله نیمه‌نهایی برابر آلمان، دیوید سیمین به‌عنوان دروازه‌بان تیم منتخب این دوره از رقابت‌ها انتخاب شد. البته سیمین به درخشش خود در رقابت‌های باشگاهی هم‌چنان ادامه داد و با آرسنال دو عنوان قهرمانی لیگ برتر و چهار قهرمانی FA کاپ را هم کسب کرد. اما در عرصه رقابت‌های اروپایی، سیمین تنها در سال ۱۹۹۴ به‌عنوان دروازه‌بان آرسنال قهرمان جام برندگان جام شد.

در تابستان ۲۰۰۳، سیمین به منچستر سیتی پیوست و تنها شش ماه پس از حضور در این تیم و انجام ۱۹ بازی، در سن ۴۰ سالگی به علت مصدومیت از ناحیه کتف اعلام بازنشستگی کرد. او پس از بازنشستگی تنها در دو بازی خیرخواهانه حضور داشته و مسیر زندگی خود را کاملاً از فوتبال جدا کرد. او در این سال‌ها بیشتر اوقات خود را در کنار خانواده گذرانده، و به گفته خودش گلف، تیراندازی و سفر از جمله تفریحات مورد علاقه او به شمار می‌روند.

گرت ساوت گیت

ساونت گیت سخت‌کوش و جنگنده از جمله مدافعانی بود که بسیاری از بازیکنان تیم‌های رقیب اصلاً دوست نداشتند رودرروی او بازی کنند. ساونت گیت در تیم‌هایی چون کریستال پالاس، آستون ویلا و میدلزبورو به میدان رفت و پس از پایان دوران بازی، در بین سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۹ به‌عنوان مربی میدلزبورو مشغول به کار بود. در سال ۲۰۱۱ او به‌عنوان رئیس مرکز توسعه

در فاصله کمتر از یک‌ماه تا آغاز رقابت‌های جام ملت‌های اروپا در فرانسه، نگاهی نوستالژیک به برترین و البته دوست‌داشتنی‌ترین تیم‌های تاریخ این رقابت‌ها می‌تواند یادآور خاطرات تلخ و شیرین گذشته برای فوتبال‌دوستان باشد. پیش از شروع یورو ۹۶، بسیاری از مردم و فوتبال‌دوستان انگلیس امید بسیاری به تیم ملی خود داشته، و با توجه به میزبانی انگلیس، این دور از رقابت‌ها را بهترین فرصت برای کسب عنوان قهرمانی می‌دانستند. پس از جام جهانی ۱۹۶۶، این نخستین بار بود که میزبانی یک رویداد مهم به انگلیس واگذار شده بود. سه شیرها به مربی‌گری تری ونه بلز تیم بسیار آماده و پرستاره‌ای را روانه مسابقات کردند که سرآمد همه آن‌ها آلن شیرر و پل گاسکویین بودند. تنها چند سال از راه‌اندازی لیگ برتر با سبک و سیاق امروزی گذشته بود و همین امر باعث شد تا مردم شور و حرارتی دوچندان نسبت به فوتبال پیدا کنند. انگلیس پس از پیروزی مقتدرانه برابر هلند با نتیجه ۱-۲ و حذف اسپانیا در ضربات پنالتی به مرحله نیمه‌نهایی رقابت‌ها راه یافت.

انگلیس در مرحله نیمه‌نهایی در ورزشگاه ویمبلی که بیش از ۷۵ هزار تماشاگر را در خود می‌دید، به مصاف آلمان رفت. میزبان ابتدا از حریف خود پیش افتاد، اما آلمان موفق شد گل تساوی را به ثمر رسانده و بازی به ضربات پنالتی کشیده شد. با وجود آن‌که انگلیس میزبان در ضربات پنالتی بازی را به آلمان‌ها واگذار کرد، اما از بازیکنان این تیم همانند قهرمان استقبال شد و هنوز هم پس از سال‌ها، بسیاری از کارشناسان و فوتبال‌دوستان تیم یورو ۹۶ را بهترین تیم چند دهه اخیر انگلیس می‌دانند. آیا می‌دانید چه بازیکنانی در ترکیب انگلیس در یورو ۹۶ حضور داشتند و اکنون مشغول چه کاری هستند؟ پس ادامه این گزارش را از دست ندهید.



زده را ثبت کرد. علاوه بر این، شیرر در ۶۳ بازی ملی با پیراهن انگلیس، ۳۰ گل به ثمر رساند. او با پنج گلی که در یورو ۹۶ به ثمر رساند، به عنوان بهترین گلزن این رقابت‌ها دست یافته و همچنین نام خود را در ترکیب تیم منتخب یورو ۹۶ به ثبت رساند. با وجود علاقه شدید منچستر یونایتد به جذب شیرر، اما این مهاجم گلزن با قراردادی به ارزش ۱۵ میلیون پوند (که در آن زمان رکورد نقل و انتقالات در جهان فوتبال را شکست) به تیم محبوب دوران کودکی خود یعنی نیوکاسل پیوست. او ۱۰ فصل را در نیوکاسل سپری و وفاداری‌اش نسبت به این باشگاه را ثابت کرد؛ هرچند طی این سال‌ها همراه با نیوکاسل موفق به کسب عنوان قهرمانی نشد و سرانجام در سال ۲۰۰۶ فوتبال را کنار گذاشت. شیرر در سال ۲۰۰۹ در هشت بازی پایانی لیگ برتر هدایت نیوکاسل را برعهده گرفت، اما در مأموریت خود که نجات این تیم از سقوط به دسته پایین‌تر بود، توفیقی نداشت. شیرر ۴۵ ساله اکنون در شبکه بی‌بی‌سی به تفسیر و کارشناسی رقابت‌های فوتبال مشغول است. ملی‌پوش سابق انگلیس در کارهای خیرخواهانه هم بسیار فعال است و به عنوان سفیر یونیسف، انجمن ملی جلوگیری از آسیب کودکان کار، بنیاد خیریه رویا و... مشغول فعالیت است. او در سال ۲۰۰۶ آکادمی فوتبال آلن شیرر را راه‌اندازی کرد. همچنین شیرر عضو مرکز تحقیقات سرطان وابسته به بنیاد سر بابی چارلتون است.

سر مربی: تری ونه بلز

تری ونه بلز که در دوران بازی بسیار موفق و درخشان بود، در تیم‌هایی چون چلسی، تاتنهام، کوییز پارک رنجرز و کریستال پالاس توپ زد. او دو بازی ملی در کارنامه دارد، اما بیشتر شهرتش به‌خاطر دوران مربی‌گری بود. او سابقه مربی‌گری در بارسلونا اسپانیا را هم در کارنامه دارد و با این تیم عنوان قهرمانی لالیگا را کسب کرد و به فینال جام اروپا راه یافت، اما در بازی نهایی مغلوب استوا بخارست رومانی شد. در سال ۱۹۸۷ به عنوان مربی تاتنهام مشغول به کار شد و سرانجام در سال ۱۹۹۴ سکان هدایت تیم ملی انگلیس را برعهده گرفت. او به دلیل تاکتیک و روش بازی نامناسب در بازی نیمه نهایی یورو ۹۶ برابر آلمان، مورد انتقادات شدید کارشناسان و هواداران فوتبال قرار گرفت. پس از این رقابت‌ها ونه بلز از تیم ملی انگلیس کنار رفت و هدایت تیم ملی استرالیا را برعهده گرفت. او همراه استرالیا در راه رسیدن به جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه ناموفق بود و در یک بازی عجیب، درحالی‌که با دو گل از ایران پیش بود، طی ۱۰ دقیقه بازی را واگذار کرد و در آن‌جا هم مرد ناکام لقب گرفت. ونه بلز در حال حاضر به همراه همسرش مدیریت یک هتل مجلل در اسپانیا را برعهده دارند.

آلمان در یورو ۹۶ نمایش فوق العاده‌ای در مرکز زمین داشت. او از محدود بازیکنانی بود که در دو تیم رقیب یعنی لیورپول و منچستر یونایتد بازی کرد. اینس سابقه بازی در سری او تیم اینتر میلان را نیز دارد. او در اواخر دوران بازی به عنوان بازیکن - مربی تیم سوییدان تاون کار کرد. آخرین سابقه مربی‌گری او در تیم بلاکپول بود که در سال ۲۰۱۴ این تیم را ترک کرد. در سال ۲۰۱۵ دوره‌های پیشرفته مربی‌گری فوتبال را با موفقیت پشت سر گذاشت، اما تاکنون نتوانسته شغلی برای خود پیدا کند. او گه‌گاه در برنامه‌های تلویزیونی حضور یافته و به اجرای برنامه‌های مختلف می‌پردازد. پسر او به نام تام اکنون در تیم دربی کانتی بازی می‌کند.

پل گاسکویین

تعداد انگشت‌شماری از بازیکنان حرفه‌ای فوتبال را می‌توان نام برد که همانند گاسکویین در سطح کیفی بسیار بالایی بازی کرده و البته حس وطن‌پرستی شدیدی هم داشته باشند، اما عاقبتی چون سرافکن‌دگی و اعتیاد به مشروبات الکلی و مواد مخدر در انتظار آن‌ها باشد. گاسکویین به عنوان یک نوجوان با تیم نیوکاسل قرارداد امضا کرد و خیلی زود استعداد ناب خود را به رخ همه کشید. او با رد پیشنهاد سر آلکس فرگوسن برای پیوستن به منچستر یونایتد، تاتنهام را به عنوان مقصد بعدی خود انتخاب کرد و پنج فصل در این تیم حضور داشت. اما بازی‌های خاطره‌انگیزی که هنوز در ذهن هواداران نقش بسته، در عرصه ملی رقم خورد. پس از صعود سه شیرها به نیمه‌نهایی جام جهانی ۱۹۹۰ ایتالیا، گاززا (لقب گاسکویین) به یک قهرمان ملی بدل شد. او در دیدار افتتاحیه یورو ۹۶ گل فوق العاده زیبایی برابر اسکاتلند به ثمر رساند. بسیاری از هواداران تیم ملی انگلیس هنوز او را به‌خاطر موقعیت طلایی که در مرحله نیمه‌نهایی و در وقت اضافه برابر آلمان از دست داد، سرزنش می‌کنند. گاززا در سال ۲۰۰۴ فوتبال را کنار گذاشت و پس از دوره کوتاهی مربی‌گری در کشورهایی چون ایتالیا، اسکاتلند، چین و آمریکا، دچار اعتیاد شدید به مشروبات الکلی شد. او که اکنون ۴۸ سال دارد، مدت کوتاهی توانست بر اعتیاد خود غلبه کند، اما باز هم درگیر مشروبات الکلی و مواد مخدر شد. به نظر می‌رسد او همین رویه رقت‌بار زندگی را تا پایان ادامه دهد.

آلن شیرر

آلن شیرر در زمره یکی از بهترین مهاجمان تاریخ فوتبال انگلیس قرار دارد که موفق شد طی ۴۴۱ بازی ۲۶۰ گل به ثمر برساند؛ این مهاجم گل‌زن طی سه فصل متوالی در لیگ برتر انگلیس آمار ۳۰ گل

بازی کرد. او در سال ۱۹۹۹ و پس از ۷۸ بازی، از حضور در تیم ملی خداحافظی کرد. زمانی که در ناتینگهام فارست توپ می‌زد، به مدت چهار ماه در فصل ۱۹۹۶-۱۹۹۷ به عنوان بازیکن - مربی حضور داشت. در سال ۲۰۰۱ به من‌سیتی پیوست و کاپیتان این تیم شد. در سال ۲۰۰۵ به عنوان مربی جایگزین کوین کیگان در منچستر سیتی شد و سرانجام در سال ۲۰۰۷ از مربی‌گری این تیم اخراج شد. استوارت پیرس از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۳ مربی تیم زیر ۲۱ سال انگلیس بود، و در المپیک ۲۰۱۲ لندن هم سکان هدایت تیم فوتبال بریتانیا را برعهده داشت. پس از استعفای فابیو کاپلو از سمت مربی‌گری تیم ملی انگلیس در فوریه ۲۰۱۲، پیرس به مدت کوتاهی مسئولیت تیم ملی بزرگسالان انگلیس را برعهده داشت. از نکات قابل ذکر در مورد استوارت پیرس می‌توان به حضور مجدد او در میادین فوتبال، ۱۴ سال پس از خداحافظی‌اش از میادین فوتبال اشاره کرد که این اتفاق سبب شد نام او بار دیگر بر سر زبان‌ها بیفتد. البته این بار حضور پیرس در میادین چندان طولانی نبود و تنها یک بازی برای تیم لانگفورد از سری رقابت‌های لیگ نیمه حرفه‌ای منطقه‌ای انجام داد.

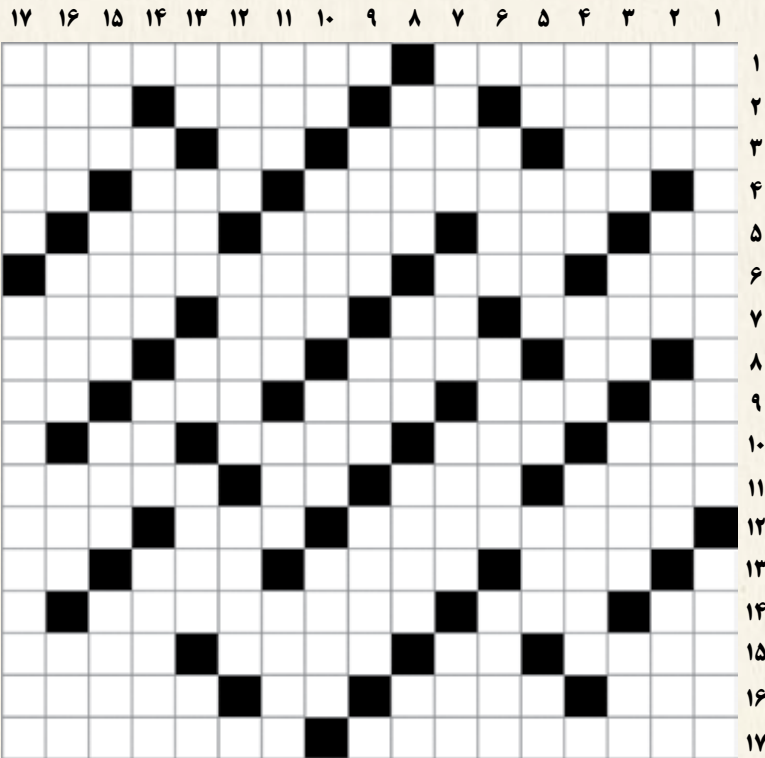
استیو مک مانمان

مک مانمان که در باشگاه‌های مختلفی از جمله لیورپول، رئال مادرید، منچستر سیتی توپ می‌زد، به عنوان یک هافبک نفوذی باتکنیک و خلاق شناخته می‌شد. اکثر کارشناسان و روزنامه‌نگاران که رابطه نزدیکی با این هافبک ملی‌پوش انگلیس داشتند، به هوش و استعداد او در زمینه گزارشگری و کارشناسی مسابقات فوتبال صحنه گذاشته و شاید به همین دلیل، مک مانمان پس از کنار گذاشتن بازی، به شغل کارشناسی و مفسری فوتبال روی آورد. استیو ۴۴ ساله، با وجود سن نه‌چندان زیادش، تجربه فراوانی در زمینه تفسیر فوتبال داشته و پیش از این با شبکه‌های ESPN، ITV، سنا تا اسپورت، و الجزیره اسپورت همکاری کرده و اکنون در شبکه بی‌تی اسپورت مشغول به کار است. استیو مک مانمان گاهی اوقات در مباحث کارشناسی خود مطالبی را بیان کرده که باعث شده حاشیه‌هایی را برای او به همراه داشته باشد. از آخرین اظهارنظرهای جنجالی او می‌توان به برکناری لوییس فان خال در پایان این فصل از رقابت‌های لیگ جزیره اشاره کرد؛ البته لوییس فان خال هلندی هم ساکت نماند و شدیداً به هافبک سابق لیورپول تاخت.

پل اینس

اینس یکی از سخت‌کوش‌ترین هافبک‌های تاریخ فوتبال انگلیس به شمار می‌رود که در بازی برابر

خوانندگان گرامی مجله در این صفحه شما را دعوت می‌کنیم. تا ضمن سرگرم شدن با یافتن پاسخ مربوطه در قرعه‌کشی جایزه‌ای نفیس شرکت کنید. با جواب دادن به جدول این صفحه اسم خود را در گردونه شانس قرار دهید. در ضمن پاسخ‌های خود را تا تاریخ ۲۰ هر ماه به آدرس ای‌میل صفحه ارسال کنید. همراهان گرامی جواب‌ها را هم در شماره آینده و خارزم مشاهده خواهید کرد.



عمودی:

۱. برای نخستین بار، اثر را برای بیهوشی در یک عمل جراحی به کار برد- خویشاوند
۲. فرزند زاده - زیاد شاعرانه - رسوم و سنت - هواپیمایی روسی
۳. لغبی برای دنیا - تیره و تار - زبان - یک یاز نامهای خورشید
۴. چهلیمین رئیس جمهور ایالات متحده آمریکا - خالص - امور محوله به یک شخص
۵. ضمیر متصل دوم شخص - پایتخت کشور بنگلادش - اشاره به دور - گریختن - اضافه کردن به انگلیسی
۶. خاتم انگشتی - آسان گرفتن - در بند
۷. روان و تخت - گیاهی خوراکی و تیل - بزرگترین تراژدی نویس رومی - شهری در آلمان
۸. نوکر - کاروانسرا و مهمانخانه - کارگر خیلی ساده - مخالف راست
۹. پدر مرده - نزد ایرانیان است و بس - گردش و تفریح
۱۰. کلمه ای است که در موقع خوش آیند بودن چیزی میگویند - کشوری در اروپا - چه بسیار - درسی در ابتدایی وجود دارد - اکنون - پوست بزغاله - نامی برای خداوند
۱۲. حرف مجهول معروف - خروشدن و به یکدیگر خوردن امواج دریا - درجه نظامی در آمریکا
۱۳. دور دهان - همزاد سگ - خرس آسمانی - گروه - تکرار یک حرف
۱۴. چکامه - آب دهان - کمربند زمین
۱۵. دوباره کندن قبر - طلایی - نزدیک - ابله و نادان
۱۶. نام فامیل آکساندر نویسنده معروف - سمت راست - رشته کوهی در اروپا - زرد
۱۷. عالم غیب و الهی - از خلفای عباسی بود. در شهر ری زاده شدودر توس خراسان درگذشت.

افقی:

۱. جلسه - پدر دانش ژنتیک
۲. داستان - حرف روراستی - گدا - مار بزرگ
۳. موزیک - آبی یواش! - تنها - رود از آن شروع می شود
۴. آموختن - با کمربند است - وی
۵. صفحه اینترنتی - مری - کدر - رمز
۶. مبحثی در هندسه - لقب اشرافی - شهری در ایالت ایلی نوی آمریکا -
۷. بخشنده نیکی - چاشنی غذا - واحد اندازه گیری کار و انرژی - هیزم
۸. حرف فاطمه - ضایع - سن و سال - جد
۹. دوبار هم قد - اتوبوس انگلیسی - کوچک و بزرگ آن در جنوب است - آشپزی - مخالف ماده
۱۰. بزرگترین رود جهان - مردم - ترسیم کننده - از دوری کسی مردن
۱۱. موی - بازداشتن از کاری - زانو ترسان - جوشیدن مواد مذاب از دل کوه
۱۲. از برجسته‌ترین شاعران و نمایشنامه‌نویسان کمونیست لهستانی تبار ترکیه - دست نخورده - آفت
۱۳. لوله غذای جنین - از حروف یونانی - دیدار - محل عبور از رود
۱۴. پایه و بن - چین و شکن - دانشمند، نویسنده و نقاش آلمانی - سوئسی (۱۸۷۲-۱۹۶۷) -
۱۵. نویسنده - عدد ماه - بزرگوار - تابیدن
۱۶. سرد کودکانه - واحدی برای اندازه گیری - حرف اضافه - چهارمین پسر چنگیز و فاتح خراسان
۱۷. نوعی پرده عمودی به صورت نوارهای باریک متعدد- نتیجه

معمای
چهره شناسی

با مسابقه چهره شناسی در خدمت شما خوانندگان و همراهان همیشگی مجله هستیم. شما می‌توانید نام چهره مورد نظر را حدس و برای ما ارسال نمایید.



راهنمایی: یکی از خوانندگان پاپ ایران

سرگرمی هوش



سوال اعداد ۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۹ را به ترتیب با ماشین حساب بنویسید و در عدد ۱۸ ضرب کنید پاسخ زیبایی خواهید دید.
بله قطاری از اعداد ۲ را مشاهده می‌کنید.
حال سوال اینجاست شما عدد ۱۲۳۴۵۶۷۹ را در چه عددی ضرب کنید تا قطاری از عدد ۳ پدید آید؟

پاسخ جدول سخت و برنده شماره گذشته

برنده این ماه خانم معصومه صادقی پور به قید قرعه هستند که برای دریافت جایزه با ایشان تماس گرفته خواهد شد.

