

سخن نخست

صیانت از گوهر اعتماد



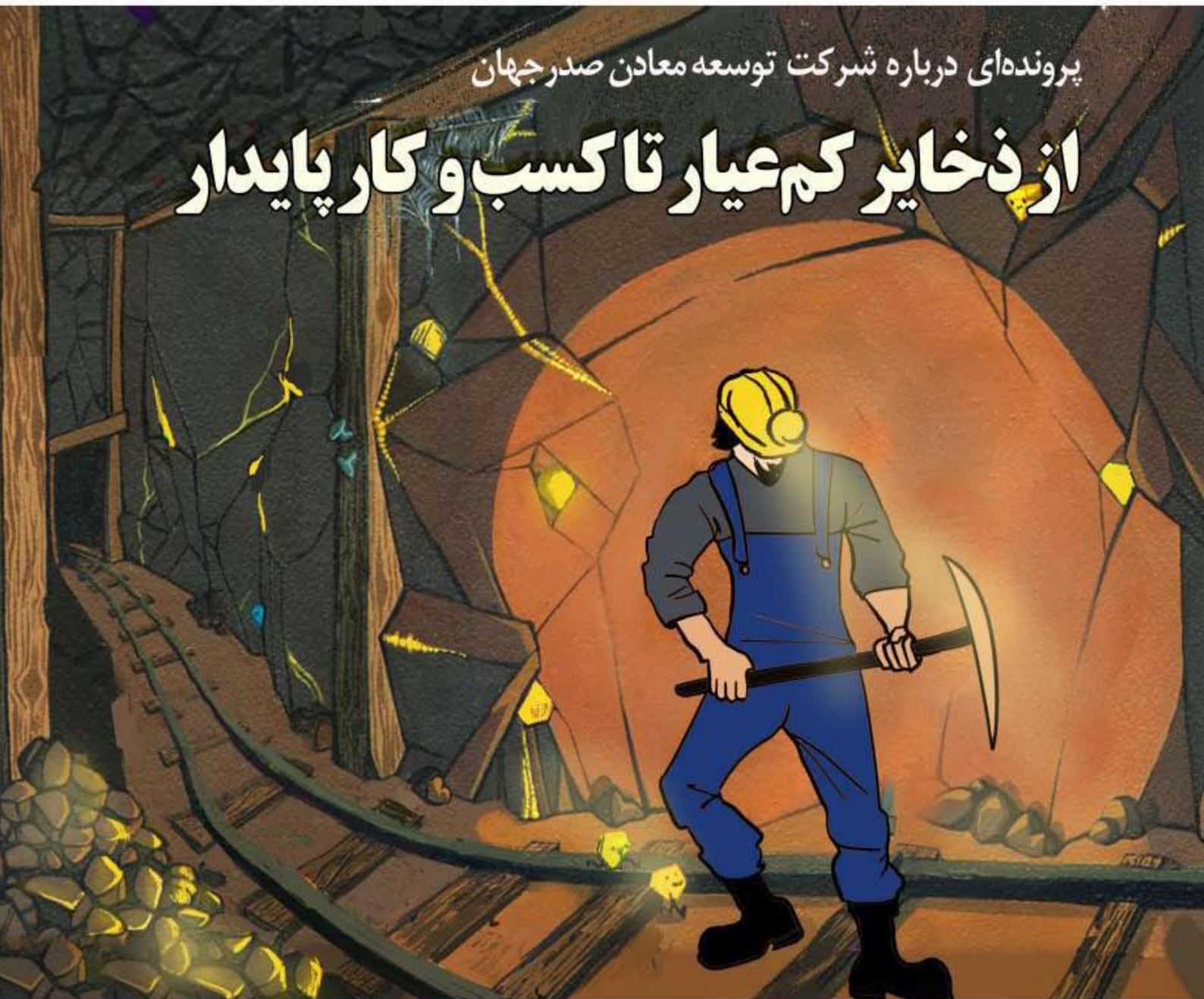
وخارزم - فصل نامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
برای خانواده بزرگ شرکت سرمایه گذاری خوارزمی
شماره ۳ - پاییز ۱۳۹۸

برافراشتن پرچم خوارزمی
در بلندای توسعه ملی کشور

گفت و گو با دکتر سیدرضا موسوی، مدیرعامل گروه سرمایه گذاری خوارزمی

پرونده‌ای درباره شرکت توسعه معادن صدر جهان

از ذخایر کم‌عیار تا کسب و کار پایدار





در گفت‌وگو با مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی تاکید شد

برافراشتن پرچم خوارزمی در بلندای توسعه ملی کشور



- **صیانت از گوهر اعتماد** ۲
در گفت‌وگو با مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی تاکید شد
- **برافراشتن پرچم خوارزمی در بلندای توسعه ملی کشور...** ۳
پرونده‌ای درباره شرکت توسعه معادن صدر جهان، که می‌خواهد نگین طلایی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی باشد
- **سرمایه‌گذاری امروز، سودآوری فردا** ۹
گپ و گفت با آریا همتیان، دارنده مدال نقره المپیاد جهانی نجوم و اختر فیزیک و عضو نوجوان خانواده خوارزمی
- **خوش‌برخورددترین تیم در المپیاد جهانی بودیم** ۲۰
گزارشی از لایحه تجارت که در مجلس مورد بررسی نمایندگان قرار گرفته است
- **اخبار خوارزمی** ۲۴
- **اصلاح قانون تجارت، روی موج حاشیه‌ها** ۲۸
روند شاخص تورم تولیدکننده در سال‌های اخیر بررسی می‌شود
- **مسیر سوم** ۳۲
گزارش و خوارزم از دلایل افت قیمت طلا و پیش‌بینی کارشناسان از آینده این بازار
- **دوراهی بورس و طلا** ۳۴
بنگاه‌داری بانک‌ها و اصلاح ساختار این نهاد پولی
- **ورود و خروج پر حاشیه** ۳۸
گزارش و خوارزم از فرصت‌های سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای منطقه
- **سوریه و عراق، تشنه سرمایه‌گذاری** ۴۲
نگاهی به اهداف و نقش بنیاد دفاع از دموکراسی علیه کشورهای هدف
- **آموزگاری تحریم‌ها** ۴۸
مروری بر بالا و پایین نفت در تابستانی که گذشت
- **وقتی شبکه‌های نفت سر ریز می‌شوند** ۵۲
- **حالا بورس برق می‌زند** ۵۴
وضعیت سهام شرکت‌های انرژی در بورس انرژی چگونه است؟
- **ستاره‌های بورس انرژی جهان** ۵۶
- **مروری بر انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سیدگردانی** ۶۰
گفت‌وگو با دکتر بابک کاظمی، مشاور برندسازی و کسب‌وکار
- **برندهای بدقول رستگار نمی‌شوند!** ۶۴
- **سودآوری به شرط هدفمندی** ۷۰
- **زندگی بهتر با مدیریت زمان** ۷۲
- **نیمکت ذخیره مدیریت را با بازیکنان تازه‌نفس پر کنید** ۷۴
- **راه کارهایی برای ارائه نتایج مالی فعالیت‌های بازاریابی** ۷۸
- **بررسی سیاست‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌های تجاری** ۸۰
- **بهترین کشورها برای کار آفرینی کدام هستند؟** ۸۴
- **چگونه خشم خود را کنترل کنیم؟** ۸۸
- **ارزش تبلیغات حتی در شرایط رکود!** ۹۰
- **نگاهی به جدیدترین تبلیغات روز دنیا** ۹۲
- **مطالعه، سودآورترین سرمایه‌گذاری مدیران ماندگار** ۹۴
- **راهنمای گردشگری پاییزی پس از یک تابستان داغ** ۹۷
- **نگاهی به دوران طلایی زندگی حرفه‌ای شوهرت** ۱۰۲
- **۱۰ فیلم برای بانکی‌ها و بورسی‌ها** ۱۰۴
- **پایان نقل و انتقال‌های فصل ۲۰۱۹-۲۰۲۰ اروپا** ۱۰۷
- **حل شدن خود را به ما بسپارید!** ۱۱۰
- **یک فتنان جای** ۱۱۲

ضوابط درج مقالات در فصلنامه «و خارزم»
فصلنامه و خارزم از دریافت مقالات علمی، تخصصی و کارشناسی در حوزه‌های مرتبط با اهداف راهبردی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به ویژه در زمینه‌های اقتصاد کلان، تحولات بازار سرمایه، فناوری اطلاعات، برنامه‌ریزی و مدیریت منابع انسانی استقبال می‌کند. 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 نرم‌افزار Word - فهرست منابع و پیوست‌های احتمالی.
حجم مقالات ارسالی حداکثر تا ۱۰ صفحه A4 (معادل ۳۳۰۰ کلمه) باشد که با احتساب تصاویر، جداول، نمودارها و تیترها، نهایتاً از ۴ صفحه‌نشریه بیشتر نخواهد بود.
تحریریه فصلنامه و خارزم، در ویرایش محتوایی و شکلی مطالب واصله آزاد است و اصل مقاله نیز به ارسال‌کنندگان محترم مسترد نمی‌گردد. مسئولیت محتوای علمی - حقوقی مطالب با نویسندگان یا نویسندگان است و فصلنامه از انتشار مقالات منتشرشده در سایر نشریات و رسانه‌ها معذور است.

vakharazm@kharazmi.ir

زیر نظر شورای سردبیری
دبیر تحریریه: مریم عربی
همکاران این شماره: نرگس فرجی، نسیم بنایی، امیر کاکایی، فرید دانش‌فر، محمدحسین علی‌اکبری، صدیقه ثنایی، هدی رضایی، المیرا اکرمی
با تشکر از نسترن سادات موسوی محسنی و محمد عسکرآبادی
طراح جلد: روشنگ محمدی
گرافیک و صفحه‌آرایی: نادر قبله‌ای
ویراستار: شیدا محمدطاهر
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 الکترونیکی: vakharazm@kharazmi.ir



فصلنامه داخلی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

دوره جدید - شماره ۲، پاییز ۱۳۹۸



«و خارزم» در پی انتشار ۵۰ شماره در قالب ماهنامه (از اسفندماه ۹۲ الی اسفندماه ۹۶) و در پی توفیق یک‌ساله، در قالب فصلنامه منتشر می‌شود. پیشاپیش از دریافت دیدگاه‌های تان درباره دوره جدید «و خارزم» سپاسگزار خواهیم بود.

صیانت از گوهر اعتماد

دکتر سیدرضا موسوی، مدیر عامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی

ادامه فشارهای ناشی از تحریم‌های بی‌سابقه علیه اقتصاد کشور، واقعیتی است آشکار که تمرکز بر آن نه فقط از جهت افزایش ابعاد ضدانسانی این تحریم‌ها ضروری‌ست، بلکه درس‌آموزی از آن برای جست‌وجوی راه‌های خروج از این وضعیت با حفظ شأن و احترام یک ملت، وظیفه‌ای است ملی.

در این میان، جهت‌گیری موسسات فعال در بازار سرمایه ایران از جمله گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به عنوان هلدینگ امانتدار سرمایه‌های هزاران سهامدار شرافتمند و صبور طی سالیان اخیر، نیازمند بررسی و ارزیابی است. ناظران آگاه و منصف به خوبی می‌دانند که گروه خوارزمی از اواخر سال ۱۳۹۲ به موازات شکل‌گیری توافقات برجام و همسو با افق‌های روشن ظاهرشده در برابر اقتصاد ایران، بانشاط، پرتحرک و امیدوار به میدان آمد و با تدوین برنامه راهبردی هفت‌ساله با تمام قوا در عرصه فرصت‌آفرینی برای سهامداران خود به تلاش و تکاپو پرداخت و به تدریج گام‌های بلندی برای «ارزش‌آفرینی پایدار» به پیش برداشت؛ اما از حدود ۲ سال پیش تاکنون، هم‌زمان با وزش بادهای ناموافق و بروز تکانه‌های ویرانگر در پیکره اقتصاد ملی، چاره‌ای جز اتخاذ تدابیر متناسب نبود؛ تدابیری همه‌جانبه که بتواند مانع از تاثیر عوارض مخرب این فشارها بر حیات اقتصادی و اجتماعی ما شود.

در این راستا گروه خوارزمی به سهم خود و هم‌سو با جهت‌گیری‌های کلان کشور، با درک به‌موقع این شرایط، در گام نخست، تجدیدنظر در برنامه راهبردی خود را با نگاه واقع‌بینانه و خلاق در دستور کار قرار داد. برخی از مشخصه‌های اصلی این سمت‌گیری‌ها عبارت بوده‌اند از:

- عدم تمرکز سرمایه‌گذاری‌ها در یک حوزه و تنوع بخشیدن به سبد سرمایه‌گذاری‌ها به گونه‌ای که توان گروه برای مقابله با چالش‌های احتمالی افزایش یابد.
- تمرکز بر حوزه‌هایی از سرمایه‌گذاری که در شرایط تشدید تحریم‌ها از قابلیت انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردارند (نظیر عرصه‌های خدمات مالی، کارگزاری، لیزینگ، بیمه، خدمات بازار سرمایه و...).
- توجه بیشتر به حوزه‌هایی از اقتصاد که دارای تقاضاهای گسترده و بالقوه در سطح ملی و منطقه‌ای است و در این راستا فرصت‌های صادراتی مناسبی را در چشم‌انداز قرار می‌دهد (نظیر صنعت دارو).
- توسعه سرمایه‌گذاری در حوزه «معادن» در چارچوب برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت که ضامن صیانت از دارایی‌های سهامداران و دور نگاه داشتن آن از گزند تندبادهای مقطعی در اقتصاد است.
- برنامه‌ریزی برای حفظ و گسترش دارایی‌های ارزشمند گروه در حوزه صنعت برق و تمرکز بر دریافت مطالبات سنگین آن از دولت و نیز امهال اقساط بدهی‌های آن به بانک صادرات ایران.
- پوشش نقاط ضعف و اصلاح برخی ساختارها در ستاد گروه و شرکت‌های وابسته، متناسب با شرایط جدید اقتصاد کشور.
- تدوین برنامه‌های عملیاتی سالانه برای اکثر شرکت‌های گروه با تعریف انتظارات مشخص.
- و ...

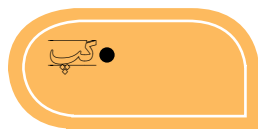
این همه یادآوری شد تا بر این نکته کلیدی تاکید شده باشد که عزم و اراده برای توسعه سرمایه‌گذاری‌ها در گروه خوارزمی، امری است جدی و متکی بر برنامه‌ریزی واقع‌بینانه که پشتوانه آن برخورداری از نیروهایی کارآمد با فرهنگ سازمانی منسجم و مبتنی بر تخصص، تجربه، صداقت، صمیمیت و پویایی است.

این پشتوانه، همچنین از منبعی معنوی سیراب می‌شود و آن احساس مسئولیتی آگاهانه است برای امانت‌داری از منابع هزاران سهامدار حقیقی که دارایی‌های کوچک و متوسط خود را با حسن ظن و اعتماد به «خوارزمی» سپرده‌اند.

وظیفه ماست که با توکل به خداوند، هوشمندی، تدبیر، صداقت و آینده‌نگری، همواره شایسته این اعتماد گران‌سنگ باقی بمانیم و از دشواری‌های راه برای تحقق آرمان‌های بلندمان نهراسیم.



در گفت‌وگو با مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی تاکید شد



برافراشتن پرچم خوارزمی در بلندای توسعه ملی کشور

معاون پیشین سرمایه‌گذاری و توسعه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، در گفت‌وگویی صمیمی با فصل‌نامه «و خارزم» ضمن مرور تجربیات ارزنده خود در بخش‌های مختلف، از پنج‌ماه‌پرجالش و پرتلاش سخن گفت، از تغییراتی که در رویکرد مدیریتی مجموعه اتفاق افتاده، از برنامه‌هایی که قرار است در آینده نزدیک اجرایی شود و از عزم و اراده‌ای که در میان نیروهای منسجم و متخصص خوارزمی برای پیشبرد این برنامه‌ها شکل گرفته است.

♦ در ابتدا و برای آشنایی خوانندگان با تجربیات شما، کمی از سوابق کار خود بفرمایید.

از سال ۸۱ با حرفه بانکداری وارد بازار کار شدم. افتخار دارم که فعالیت حرفه‌ای خود را در این صنعت در یکی از بانک‌های معتبر و بزرگ کشور از کارهای کارشناسی و پژوهش‌گری شروع کردم و در کنار استادان بسیار بزرگی که در حوزه حسابداری و مالی همواره مطرح بوده‌اند، پنج سال کار کردم و یاد گرفتم. هم‌زمان درس می‌خواندم و دوره کارشناسی را به پایان رساندم. بعد وارد دوره ارشد و دکترا شدم. هم‌زمان با ورود به دوره دکترا در سال ۸۶ به واسطه ارتباط مدیریت بانک صادرات و شرکت خوارزمی در آن زمان، به عنوان اولین کارشناس سرمایه‌گذاری شرکت وارد گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی شدم و از سال ۸۶

چند سالی است که در دانشکده‌های مدیریت و حسابداری، درس‌های سرمایه‌گذاری، مهندسی مالی و تحلیل‌گری اوراق بهادار و مباحث مدیریت مالی را تدریس می‌کنم. به‌رغم جوانی، حدود ۲۰ سال تجربه کار در بخش‌های مرتبط با بازارهای پولی و مالی از جمله بانک، بورس، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و... را دارم. ضمن این‌که بیش از ۱۱ سال است که در کنار کار اجرایی، به عنوان مدرس دانشگاه مشغول به فعالیت است.

حضور در دانشگاه را از افتخارات خود می‌دانم و بر این باور است که این حضور ارزش معنوی دارد و با پرورش نیروی انسانی خوب، تصمیم‌سازی‌هایی برای مدیران اقتصادی و سیاسی کشور انجام می‌شود که آثار و برکاتش به کل جامعه تسری پیدا می‌کند.

دکتر «سیدرضا موسوی» که پیش از این عضو هیئت مدیره شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی بود، مدیر جوانی است که از اردیبهشت امسال به عنوان مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی معرفی شد. مدیرعاملی جوان، با دانش، باانگیزه و در عین حال باتجربه که در مدت زمان کوتاه حضورش در این شرکت شاهد پیشرفت قابل توجه شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و مجموعه تحت پوشش آن هستیم.

در کل وضعیت را برای بازار سرمایه چطور ارزیابی می‌کنید؟

تحریم‌های بین‌المللی و افزایش نرخ ارز باعث شوک عرضه شد. این شوک عرضه از یک طرف قیمت نهاده‌های تولید را برای شرکت‌هایی که مواد اولیه آن‌ها وارداتی است، بالا می‌برد و از طرف دیگر، در سمت تقاضای اقتصاد، به دلیل افزایش قیمت‌های ناشی از تورم شاهد کاهش تقاضا هستیم که به شدت به چرخه اقتصاد آسیب می‌زند. علاوه بر این، در دو سال اخیر با کاهش حجم سرمایه‌گذاری مواجه هستیم که این مسئله عمدتاً ناشی از مسائل سیاسی و اقتصادی، به‌ویژه تحریم‌هاست. هرچند بخشی از این عوارض با افزایش صادرات جبران شده، اما افزایش نرخ ارز و کاهش ارزش پول ملی همراه با تورم و افزایش قیمت نهاده‌های تولید، فشاری سنگین به اقتصاد وارد می‌کند، اما در عین حال آثار مطلوبی هم دارد؛ از این نظر که قدرت رقابت‌پذیری تولید داخلی نسبت به تولیدات بین‌المللی بیشتر شده و مزیت صادرات را برای شرکت‌ها ایجاد می‌کند. به این ترتیب، برای برخی از محصولات تولیدی شرکت‌های ما که توان صادراتی و فروش در بازارهای بین‌المللی را دارند، شرایط بهتری ایجاد شده است.

از برنامه راهبردی شرکت بگویید. با توجه به شرایط ویژه فعلی، چه تغییراتی قرار است در برنامه‌ریزی بلندمدت شرکت انجام شود؟

از سال ۹۲ در شرکت خوارزمی برنامه هوشمندانه و البته واقع‌بینانه هفت ساله‌ای با توجه به شرایط پس از برجام تدوین شد. در این برنامه در حوزه‌های مختلفی مثل ساختمان، معدن، دارو، انرژی، بازار سرمایه و سایر حوزه‌ها هدف‌گذاری شد و جهت‌گیری‌های توسعه‌ای متناسب با شاخص‌های یک هلدینگ مقتدر سرمایه‌گذاری صورت گرفت. تعداد نهادهای مالی و شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهامی عام و خاص شبیه به خوارزمی با این مشخصات انگشت‌شمار است و فکر نمی‌کنم در خوش‌بینانه‌ترین حالت ممکن هم تعداد شرکت‌های شبیه به خوارزمی به ۲۰ مورد هم برسد. طبیعتاً این شرکت‌ها جایگاه ویژه‌ای دارند و مسئولیت خطیری بر عهده آن‌هاست.

همه تلاش ما این است که متناسب با چنین مسئولیتی در قبال سهام‌دارانمان گام‌های هدفمند برداریم. طبیعتاً اقداماتی که انجام می‌شود، در راستای همان برنامه توسعه شرکت خوارزمی هدف‌گذاری شده، اما شیوه‌های اجرایی آن‌ها متناسب با شرایط تازه تا حدودی متفاوت‌تر از قبل است.

یعنی همچنان به برنامه راهبردی هفت ساله پای بند هستید؟

برنامه راهبردی هفت ساله خوارزمی در زمان خودش برنامه هوشمندانه‌ای بود. این برنامه هم‌زمان با مذاکرات برجام تدوین شد و اجرای آن هم‌زمان با اجرای برجام بود. فضای امید و خوش‌بینی که در کشور ایجاد شده بود، تدوین چنین برنامه توسعه‌ای را برای خوارزمی الزامی می‌کرد. این توجه و هوشمندی آثار مثبت متفاوتی برای شرکت به همراه داشت که مهم‌ترین آن برنامه‌محوری بود که در پیکره خوارزمی و در تمام ارکان آن از جمله شرکت‌های گروه نیز شکل گرفت و تمام شرکت‌ها و واحدهای وابسته سعی کردند خودشان را با این اهداف و شعار «ثروت‌آفرینی پایدار برای نسل‌ها» تطبیق دهند و

تا امروز افتخار حضور در شرکت خوارزمی را دارم و رده‌های مختلف حرفه‌ای در حوزه سرمایه‌گذاری را پشت سر گذاشتم تا سال گذشته که هم‌زمان با معاونت سرمایه‌گذاری به عضویت هیئت مدیره شرکت درآمدم و از اردیبهشت امسال اداره امور اجرایی شرکت را بر عهده دارم.

شما پیش از این سال‌ها معاون سرمایه‌گذاری و توسعه شرکت بودید و کاملاً با فضای شرکت آشنایی دارید، اصلاً فکر می‌کردید روزی مدیرعامل شرکت خوارزمی شوید؟

طی کردن سلسله مراتب در فضای تخصصی یکی از اهداف هر فردی است؛ از این جهت که فرد بتواند دید کامل، دقیق و کارشناسانه به دست بیاورد و نسبت به موضوعات اشراف داشته باشد و بعد سمت‌های مدیریتی را بر عهده بگیرد. همیشه تلاشم بر این بود که عجله‌ای برای پذیرش سمت‌های مدیریتی نداشته باشم و حتماً سعی کنم پیشینه خوبی ایجاد و آن را تقویت کنم و بعد سعی کنم در عرصه‌های مدیریتی نقش‌آفرینی داشته باشم. شاید اگر بخواهم غیررسمی‌تر بگویم، واقعیت این است که بله، همیشه فکر می‌کردم روزی بخواهم مدیرعامل خوارزمی یا شرکتی شبیه به خوارزمی باشم. این مسئله برای هر فردی که بخواهد برخورد و نگاه حرفه‌ای داشته باشد، قابل تصور و قابل درک است، اما این اتفاق برنامه‌ریزی شده نبود و بر اساس تحولات و نیز مذاکراتی که با اعضای محترم هیئت مدیره انجام شد، پیش آمد و در نهایت من این مسئولیت را قبول کردم.

پیشینه حضورتان در این مجموعه، کار شما را به عنوان مدیرعامل سخت‌تر کرده یا آسان‌تر؟

قبول این مسئولیت بعد از سال‌ها حضور در خوارزمی هم سختی و هم جذابیت داشت. سختی از این نظر که با شناخت کافی از مجموعه می‌دانستم سطح انتظارات از مدیریت بسیار بالاست. اما این سختی باعث انرژی‌بخشی به خود من هم می‌شود تا برای حل‌وفصل مسائل و ارتقای جایگاه گروه، انرژی بیشتری به کار بگیرم. خوبی هم از این نظر که با ارائه اطلاعات ناشی از شناخت مسائل شرکت به هیئت مدیره محترم می‌توانم در جهت تصمیم‌گیری بهینه و موثر در شرکت دقیق‌تر عمل کنم.

مهم‌ترین چالش پیش روی شرکت از نظر شما چیست؟

ثبات مدیریت زمینه‌ساز موفقیت در هر بخش است که متأسفانه شرکت خوارزمی در دو سال اخیر از فقدان این موضوع آسیب دیده است. در کنار این موضوع باید توجه داشت که تصمیمات بر اساس نظر کارشناسی اتخاذ شود که این موضوع از الگوهای مدیریتی مدرن به شمار می‌رود و من هم اصولاً تصمیماتم را با تکیه بر گزارش‌های کارشناسی اتخاذ می‌کنم، هرچند که ذات کار کارشناسی کمی زمان‌بر است. علاوه بر این، حضور من در این سمت مقارن شد با تشدید اقدامات سیاسی و اقتصادی ظالمانه علیه کشورمان در رابطه با پیمان‌شکنی برخی طرف‌های برجام. در مجموع شرایطی نبود که بتوان گفت همه چیز در حالت عادی و مطلوب و کاملاً تعریف شده بوده، بلکه فضای کسب‌وکار سخت‌تر شده و این موضوع به همه بخش‌ها تسری پیدا کرده است و گروه خوارزمی نیز از این قاعده مستثنا نیست.

تشدید تحریم‌ها و تحولات اقتصادی بر کدام جنبه از فعالیت شرکت خوارزمی تأثیر بیشتری گذاشته و

از سال ۹۲ در شرکت خوارزمی برنامه هوشمندانه و البته واقع‌بینانه هفت ساله‌ای با توجه به شرایط پس از برجام تدوین شد. در این برنامه در حوزه‌های مختلفی مثل ساختمان، معدن، دارو، انرژی، بازار سرمایه و سایر حوزه‌ها هدف‌گذاری شد و جهت‌گیری‌های توسعه‌ای متناسب با شاخص‌های یک هلدینگ مقتدر سرمایه‌گذاری صورت گرفت. طبیعتاً اقداماتی که انجام می‌شود، در راستای همان برنامه توسعه شرکت خوارزمی هدف‌گذاری شده، اما شیوه‌های اجرایی آن‌ها متناسب با شرایط پس‌برجام تا حدودی متفاوت‌تر از قبل است.

برای تحقق این شعار و برنامه توسعه‌ای خود را آماده کنند. اما واقعیت این است که اتفاقات دو سال اخیر بازنگری واقع‌بینانه برنامه را اجتناب‌ناپذیر کرده است.

● **برگزاری مجامع در شرکت‌های سهامی عام بسیار مهم است و آغاز پاییز برای شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در سال‌های گذشته همواره با برگزاری مجمع همراه بوده است. در آستانه برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه شرکت بفرمایید برای پاسخ‌گویی اقناعی و نسبی به انتظارات سهام‌داران چه برنامه‌هایی در شرکت مورد توجه قرار گرفته است؟**

خوارزمی به عنوان شرکت سهامی عام از طیف وسیعی از سهام‌داران وفادار و خبره بهره می‌برد و این مهم همواره در مدیریت ارشد شرکت مورد توجه بوده است. بررسی رفتار سهام‌داران از هوشمندی آن‌ها حکایت می‌کند که توقعات به‌جایی دارند. سهام‌داران عامل محرکی برای تیم مدیریتی شرکت هستند؛ از هیئت مدیره گرفته که بالاترین رکن سیاست‌گذاری و مدیریتی شرکت به شمار می‌رود، تا ارکان اجرایی. انتظار دارم مجمعی که در پیش داریم، مجمعی با مباحث کاملاً حرفه‌ای و منطقی مثل سال‌های قبل باشد. ما هم به عنوان افرادی منتخب سهام‌داران کارنامه و نتایج اقدامات خود را عرضه خواهیم کرد. فکر می‌کنیم در راستای همان خواسته‌ها و تکالیفی که مجمع برای ما ترسیم کرده و انتظاری که سهام‌داران مطرح کرده‌اند، هدف‌گذاری و حرکت کرده‌ایم. در یک سال گذشته کارهای خوبی را در خوارزمی انجام داده‌ایم؛ کارهایی که فکر می‌کنیم در راستای افزایش ثروت و حفظ منافع سهام‌داران بوده است.

البته واقعیت‌های اقتصادی و سیاسی کشور را نمی‌توان انکار کرد، اما ما هم رویکرد انفعالی نداشتیم و منتظر نشده‌ایم ببینیم چه اتفاقی می‌افتد. بلافاصله تیم‌هایی را تشکیل داده‌ایم

که شرایط را پایش کنند. هم در ستاد و هم در شرکت‌ها تیم‌هایی را به کار گرفتیم که دائماً در حال مطالعه و بررسی هستند. نتایج کار قرار است در قالب یک برنامه دو ساله در ستاد تدوین، بررسی، نهایی و بازنگری شود. هم‌چنین در ستاد، برنامه‌های خوبی برای پورتفوی تهیه و برنامه دو ساله برای پورتفوی خوارزمی تدوین شد. این برنامه به هیئت مدیره تقدیم شد و هیئت مدیره چهارچوب کلی آن را تصویب کرد. این برنامه الزاماتی دارد که امیدواریم بتوانیم زمینه اجرای آن را فراهم کنیم. مطلع هستید که مازاد ارزش پورتفوی بورسی خوارزمی بالای دو هزار میلیارد تومان است و این یک پتانسیل خوب برای سال‌های آینده شرکت است و می‌تواند ثمره خوبی از این محل نصیب سهام‌داران خوارزمی شود. برنامه‌ریزی کرده‌ایم که برای آخر خرداد ماه سال ۱۴۰۰ یک تغییر و ارتقای پورتفوی بورسی با هدف اصلی قوام ساختار سود شرکت داشته باشیم که قرار است با محوریت معاونت سرمایه‌گذاری شرکت اجرایی شود. البته تمام ارکان شرکت باید برای تحقق آن کمک کنند.

● **تعداد سهام‌داران حقیقی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی بسیار زیاد است، چه توصیه‌ای برای این عزیزان دارید؟**

ترکیب سهام‌داران خوارزمی در مقایسه با شرکت‌های دیگر منحصربه‌فرد است. شما هیچ شرکتی را با این حجم دارایی نمی‌بینید که ترکیب سهام‌دارانش چنین ترکیبی با سرمایه‌های خرد باشد، چراکه عمده سهام‌داران خوارزمی را سهام‌داران حقیقی تشکیل می‌دهند، که در فضای شرکت‌های سرمایه‌گذاری این ویژگی و تمایز خوارزمی است. این ویژگی به ما هم انرژی دوچندان می‌دهد. هر اقدامی که انجام می‌دهیم، می‌دانیم که ذی‌نفع اصلی ما اشخاص حقیقی هستند که سر سفره‌شان آثار این سهام لمس خواهد شد. این باعث می‌شود ما احساس مسئولیت داشته باشیم و بار سنگینی را روی دوشمان

خوارزمی به عنوان شرکت سهامی عام از طیف وسیعی از سهام‌داران وفادار و خبره بهره می‌برد و این مهم همواره در مدیریت ارشد شرکت مورد توجه بوده است. بررسی رفتار سهام‌داران از هوشمندی آن‌ها حکایت می‌کند که توقعات به‌جایی دارند. سهام‌داران عامل محرکی برای تیم مدیریتی شرکت هستند؛ از هیئت مدیره گرفته که بالاترین رکن سیاست‌گذاری و مدیریتی شرکت به شمار می‌رود، تا ارکان اجرایی





می‌شود گفت برنامه یک ساله ۹۰ درصد شرکت‌ها مدون و مشخص است و طبق همان برنامه، شرکت‌ها را رصد می‌کنیم و در حال پی‌گیری جدی نتایج طرح توسعه در شرکت‌هایی هستیم که طرح توسعه داشتند.

● بخش‌های فعالیت شرکت‌های تحت پوشش شرکت خوارزمی با هوشمندی و ظرافت انتخاب شده‌اند که یکی از آن‌ها صنعت دارو است. شرایط در این بخش چگونه است؟

شرکت سینا دارو به عنوان یکی از شرکت‌های معتبر این صنعت در داخل کشور عضو خانواده سرمایه‌گذاری خوارزمی است که حدود ۴۸ درصد سهام این شرکت متعلق به گروه خوارزمی است. از سال ۹۴ طرح توسعه جامع این شرکت در دستور کار قرار گرفت. نوسازی خطوط تولید شرکت سینا دارو بعد از حدود ۴۰ سال، کار آسانی نبود و هر مجموعه یا مدیریتی ممکن بود جرات و توان این کار را نداشته باشد. اراده شد، برنامه‌ریزی شد و از سال ۹۴ تاکنون در حال اجراست. خوش‌بختانه بخش زیادی از ماشین‌آلات در زمانی که نرخ ارز پایین‌تر بود، خریداری شده است. همان‌طور که اطلاع دارید، طی یک ماه گذشته اوراق منفعت یک‌هزار میلیارد ریالی این شرکت منتشر شد و تقاضای خوبی هم در بازار سرمایه داشت. در تامین مالی این شرکت از ابزارهای نوین استفاده شد که آثار خوبی به همراه داشت، ضمن این‌که در کنار این اوراق منفعت، از سایر ابزارهای تامین مالی هم استفاده شد و افزایش سرمایه در آن‌جا هم تصویب و محقق شد. به واقع همه توان‌ها در کنار هم قرار می‌گیرد تا طرح توسعه این شرکت اجرایی شود. بر این اساس شرکت سینا دارو یکی از شرکت‌های پرافتخار خوارزمی خواهد بود. سینا دارو محصولاتی تولید می‌کند که در بازار صنایع دارویی کشور محصولاتی خاص هستند. دارو از صنایع امن به شمار می‌رود و تولیدات اگر مطابق استانداردها باشد، به‌راحتی فروش می‌رود، ضمن این‌که هدف ما از طرح توسعه

حس کنیم. فضای بازار سرمایه در یک سال اخیر فضای رونق بوده و ارزش سهام «خوارزم» هم خوش‌بختانه رشد خوبی داشته است. این رشد ناشی از پتانسیل‌هایی است که در پورتفوی خوارزمی وجود داشته و از قبل برای آن برنامه‌ریزی شده است. ضمن این‌که سهام‌داران همیشه نگاهی به آینده نیز دارند. در این مدت چندماهه سیاست ما این نبوده که تلاش کنیم سود کوتاه‌مدت شناسایی کنیم، بلکه تلاش کردیم متناسب با فضای جدیدی که در اقتصاد کشورمان حاکم شده، آرامشی داشته باشیم که به نوعی ضربه‌پذیری گروه خوارزمی کمتر و انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری آن بیشتر شود. بدیهی است به عنوان مدیرعامل شرکت که دغدغه اصلی پایداری و افزایش ثروت سهام‌داران آن را در ذهن دارد، توصیه کنم که سهام‌داران محترم همواره با نگاه حرفه‌ای و فارغ از رفتارهای روزمره و بعضاً بدون تحلیل برخی معامله‌گران در بازار سهام نسبت به سرمایه خود حساس باشند و بدانند که تمامی ارکان شرکت با توان کامل و دلسوزی حداکثری در جهت افزایش ثروت آن‌ها در تلاش هستند.

● در صحبت‌های خود از ورود به فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری خبر دادید. کمی هم در این باره توضیح بفرمایید.

هم ورود به حوزه‌های جدید سرمایه‌گذاری و هم بازنگری در بخشی از پورتفوی که باعث شناسایی بخشی از مزاد ارزش پورتفوی خواهد شد، سودآوری شرکت در دو سال آینده را تامین خواهد کرد. از همان هفته‌های اول یا شاید بشود گفت از همان ماه‌های قبل از انتصاب به عنوان مدیرعامل شرکت، کاری را در هیئت مدیره خوارزمی شروع کردیم. برنامه‌های کوتاه‌مدتی را تدوین کردیم که بخشی از آن اجرا شد. سعی کردیم این رویکرد را جدی‌تر پی‌گیری کنیم و برنامه‌ای را تحت عنوان برنامه عملیاتی شش ماهه تدوین کردیم. هم‌چنین برنامه‌ای را برای سال جاری برای شرکت‌های گروه تدوین کردیم. تقریباً

سیاست ما این نبوده که تلاش کنیم سود کوتاه‌مدت شناسایی کنیم، بلکه تلاش کردیم متناسب با فضای جدیدی که در اقتصاد کشورمان حاکم شده، آرامشی داشته باشیم که به نوعی ضربه‌پذیری گروه خوارزمی کمتر و انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری آن بیشتر شود. بدیهی است به عنوان مدیرعامل شرکت که دغدغه اصلی پایداری و افزایش ثروت سهام‌داران آن را در ذهن دارد، توصیه کنم که سهام‌داران محترم همواره با نگاه حرفه‌ای و فارغ از رفتارهای روزمره و بعضاً بدون تحلیل برخی معامله‌گران در بازار سهام نسبت به سرمایه خود در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی حساس باشند



یکی از جذابیت‌های گروه خوارزمی که من همیشه به آن افتخار کرده‌ام، فرهنگ غنی سازمانی است که برگرفته از نگاه مدیران و بنیان‌گذاران این شرکت است. فضای ایجاد شده، آمیزه‌ای از تخصص، صمیمیت و جوان‌گرایی است. من هم سعی کردم با تقویت این فضا بتوانیم نیروی انسانی را به «سرمایه انسانی» تبدیل کنیم که در این راستا برنامه‌ریزی‌های خوبی را آغاز کرده‌ایم

شد که این موضوع یکی از افتخارات گروه خوارزمی است. شرکت برق سپهر به واسطه سهم و جایگاه بزرگی که در پورتهوی ما دارد، انرژی و وقت زیادی را از گروه خوارزمی به خود اختصاص داده. این شرکت چند کار با اهمیت در سال گذشته داشت که در حال انجام است.

شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان از دیگر شرکت‌های گروه به شمار می‌رود که با شرکت‌های زیرمجموعه خود یک هلدینگ خدمات مالی را شکل می‌دهد و هدف‌گذاری شده تا به عنوان یکی از شرکت‌های خدمات بازار سرمایه تغییر مأموریت دهد و برای این کار از سازمان بورس مجوز لازم را اخذ کند. این شرکت اقدامات خوبی در کارنامه خود دارد، از جمله این که شرکت سبدگردان الگوریتم را تاسیس و فعال کرد. در جهت تقویت و حسب اعتمادی که گروه به شرکت آتی‌نگر دارد، سبد ۵۰۰ میلیارد ریالی به شرکت سبدگردان واگذار شد. این شرکت هم‌چنین توانسته پورتهوی خوبی را از بازار جذب کند و فعالیت خوبی در این زمینه داشته باشد. در بخش کارگزاری نیز توسعه عملیات و سودآوری خوبی داشته است. همکاران ما در این مجموعه صندوق‌های جدیدی را تاسیس کردند و در حال برنامه‌ریزی برای فعال کردن مجموعه‌ای از صندوق‌ها هستند. یکی صندوق اوراق با درآمد ثابت است که پذیره‌نویسی آن انجام شد و طی هفته‌های آینده مجوز فعالیت آن به نام صندوق «دارا الگوریتم» که صندوقی با درآمد ثابت است، اخذ خواهد شد. آتی‌نگر در سال‌های قبل یکی از شرکت‌های پیش‌رو در زمینه خلق ایده صندوق طلا بوده و در حال اخذ مجوزها برای آغاز فعالیت صندوق طلای خود است. خیلی علاقه‌مندیم که صندوق طلا راه‌اندازی شود و پی‌گیری‌ها و اقدامات لازم برای فعال‌سازی این صندوق از طریق سازمان بورس و بانک مرکزی در حال انجام است. در حوزه شرکت ساختمان نیز اخبار خوبی در راه است که به‌زودی اعلام خواهد شد. در فناوری اطلاعات نیز فرصت‌های

سینا دارو، افزایش صادرات با تکیه بر نیاز منطقه خاورمیانه است.

● سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه معادن چگونه پیش می‌رود؟

یکی دیگر از شرکت‌های اصلی ما شرکت توسعه معادن صدر جهان است. امروزه حوزه معادن و صنایع معدنی خیلی مواقع پربازده‌تر از حوزه نفت و گاز قرار می‌گیرد و جذابیت آن برای اقتصاد کشور ما بیشتر می‌شود. این جهت‌گیری را خوارزمی هم از سال‌های قبل با تشکیل شرکت توسعه معادن صدر جهان داشته است. این شرکت برای اخذ مجوز اکتشاف و بهره‌برداری هفت معدن اقدام کرده. این مجوزها از سال‌های قبل اخذ شده است. اما با توجه به دیر بازده بودن حوزه معدن حضور در این بخش نیاز به صبر و حوصله دارد، البته که بسیار جذاب است. به‌تازگی مطالعاتی در این حوزه از سوی شرکت صدر جهان انجام شده که نویدبخش آینده‌ای خوب است. خوش‌بختانه تعامل خوبی بین هیئت مدیره گروه و شرکت صدر جهان وجود دارد و دستاوردهای خوبی در این زمینه داشته‌ایم که بخشی از این دستاوردها تا مجمع خوارزمی قابل عرضه است و بخشی تا اواخر آبان ماه.

● وضعیت دیگر شرکت‌های زیرمجموعه چطور است و تا چه حد توانسته‌اند در پی‌گیری طرح‌های توسعه‌شان موفق عمل کنند؟

یکی از شرکت‌هایی که به واسطه تحریم‌ها پیش‌بینی می‌شد با مشکل مواجه شود، شرکت نیرو پارسه بود، اما بعد از اعمال تحریم‌ها و انصراف طرف خارجی از ادامه همکاری و تکمیل نیروگاه، همکاران شرکت توانستند سیستم کنترل و بعضی از نرم‌افزارهای این دستگاه‌ها را مدیریت و بومی‌سازی و راه‌اندازی کنند و با تلاش همه همکاران این شرکت هر سه دستگاه مولد شرکت نیرو پارسه فعال شد و درنهایت دستگاه آخر مولد انرژی شرکت نیرو پارسه حدود یک ماه قبل فعال و راه‌اندازی



● در حوزه اصلاحات ساختاری چه برنامه‌های دارید؟

یکی دیگر از مسائلی که روی آن کار کرده‌ایم، بحث مدیریت ساختار عملیات مالی و مدیریت تسهیلات گروه و قوام ساختار سود خوارزمی است. گروه خوارزمی به واسطه برنامه توسعه‌ای که از سال ۹۲ داشته، یک ساختار اهرمی پیدا کرده است. بدین معنی که تامین مالی از طریق سیستم بانکی است. این سیستم مالی به‌درستی در آن

سال‌ها برنامه‌ریزی شده است و بخشی از این دستاوردها که می‌بینیم، ناشی از همین حرکت است. طبیعی است که بازنگری و انعطاف‌پذیری این ساختارها همواره در بستر فعالیت‌های گروه مدنظر خواهد بود. مدیریت تسهیلات و وثایق یکی از مواردی بود که در ستاد خوارزمی برای شرکت‌های گروه برنامه‌ریزی شده است. گزارش‌های خوبی تهیه و به هیئت مدیره ارائه شده که بخشی از آن عملیاتی شده و بخشی نیز می‌تواند تا پایان سال عملیاتی شود و یک ساختار مالی چابک برای توسعه عملیات در خوارزمی شکل گیرد. در این زمینه با همراهی هیئت مدیره گروه، دستاوردهای خوبی داشته‌ایم و تلاش می‌کنیم این حوزه را که به دلیل کاهش نقدینگی و بدهی‌های بانکی چالش‌هایی برای خوارزمی ایجاد کرده، سامان دهی کنیم.

● به عنوان آخرین سوال، رویای شخصی‌تان به عنوان مدیرعامل مجموعه، برای هلدینگ خوارزمی چیست؟

آرزوی من این است که پرچم خوارزمی در کنار پرچم‌داران توسعه اقتصادی کشور به اهتزاز درآید. توسعه اقتصادی هم صرفاً با تکنولوژی یا مدیریت آمرانه اتفاق نمی‌افتد، بلکه مجموعه‌ای از عوامل مثل نیروی انسانی و تکنولوژی و سرمایه، هم‌افزایی و... باید کنار هم بگیرند تا بتوانند توسعه اقتصادی را شکل دهند. این اتفاق هیچ‌وقت نمی‌افتد جز با کمک نیروی انسانی دارای انگیزه، خلاق و وفادار به ارزش‌های شرکت. نیروی انسانی است که می‌تواند این پتانسیل‌ها را بالفعل کند. شرکت خوارزمی به معنای واقعی یک شرکت دانش‌بنیان است، چون تمام پرسنل ما در حوزه‌های مختلف، پرسنل تخصصی هستند. ما این‌جا عمدتاً دست‌اندرکار مدیریت دانش هستیم. اعتقاد این است که شرط موفقیت ما صداقت است. من به صداقت خیلی باور دارم و در کنار آن تخصص. صادق بودن با سهام‌داران به ما انرژی و ظرفیتی هدیه می‌کند که با تمام قوا در عرصه پیشرفت امور شرکت نقش‌آفرینی کنیم و از این‌که عضو خانواده خوارزمی هستیم، بر خود ببالیم.

در پایان لازم می‌دانم از همراهی و راهبری عالمانه هیئت مدیره محترم گروه خوارزمی و نیز حمایت و پشتیبانی موثر و راه‌گشای مدیریت عامل و اعضای محترم هیئت مدیره بانک صادرات ایران در پیشبرد برنامه‌های گروه خوارزمی صمیمانه سپاس‌گزاری کنم.

جذابیتی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد که سعی کرده‌ایم تیم‌هایی را برای مطالعه در زمینه آتی تجهیز کنیم و بحث استارت‌آپ‌ها و فین‌تک‌ها را مدنظر داریم. از طرف شرکت آتی‌نگر بودجه خوبی برای این فین‌تک‌ها و استارت‌آپ‌ها اختصاص دادیم و همکاری خوبی با معاونت فناوری ریاست جمهوری داریم. طرح‌هایی هم ارائه شده که در حال ارزیابی است. در این زمینه یکی از شرکت‌های پیش‌رو هستیم که با آرامش، در کسب‌وکارهای جذاب حضور فعال و جدی داریم.

علاوه بر این در حوزه نفت، گاز و انرژی شرکت زیما را در فضای پسا برجام تاسیس کردیم که با تحولات سیاسی و تشدید تحریم‌ها اوضاع این شرکت کمی تغییر کرد. با این حال مصمم هستیم به عنوان یکی از نهادهای مالی سرمایه‌گذاری در حوزه نفت و گاز و پتروشیمی را توسعه دهیم، ولی شاید در کوتاه‌مدت ناچار باشیم با تغییرات تاکتیکی میزان سرعت این کار را مدیریت کنیم.

● مهم‌ترین ابزار توسعه و بهره‌وری در سازمان‌های اقتصادی سرمایه‌انسانی است که به نوعی نقطه تمایز شرکت‌ها به شمار می‌رود، با توجه به حضور ۱۲ ساله شما در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی چه برنامه‌های جدیدی برای بهبود روحیه جمعی کارکنان و تقویت مشارکت و هم‌افزایی در میان آن‌ها دارید؟

یکی از جذابیت‌های گروه خوارزمی که من همیشه به آن افتخار کرده‌ام، فرهنگ غنی سازمانی است که برگرفته از نگاه مدیران و بنیان‌گذاران این شرکت است. فضای ایجاد شده، آمیزه‌ای از تخصص، صمیمیت و جوان‌گرایی است. من هم سعی کردم با تقویت این فضا بتوانیم نیروی انسانی را به «سرمایه انسانی» تبدیل کنیم که در این راستا برنامه‌ریزی‌های خوبی را آغاز کرده‌ایم؛ ضمن این‌که حوزه روابط عمومی و ارتباطات را هم گسترش داده‌ایم. حوزه روابط عمومی نه به معنای روابط عمومی متداول که تنها در بزرگ‌نمایی اقدامات مدیریت ظاهر شود. انتظاری که از روابط عمومی داریم، یک روابط عمومی کاملاً حرفه‌ای و تخصصی است که بتواند به نوعی برای تمام ذی‌نفعان داخلی و بیرونی شرکت برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری کند. ذات شرکت ما یک شرکت تخصصی مغزافزایی و نرم‌افزاری است. ما این‌جا تولید صنعتی نداریم و هرچه هست، تحلیل و مطالعات کارشناسی و تصمیم‌گیری‌های تخصصی است که لازمه آن، توانمندی و پرورش نیروی انسانی است. تلاشم این است که با برنامه‌ریزی‌ها، نگه‌داشت و ارتقای نیروی انسانی و تقویت توانمندی‌هایشان در تمامی ارکان، از مدیران گرفته تا کارمندان و کارکنان شرکت مدنظر باشند. این اقدامات هزینه نیست، بلکه بیشتر سرمایه‌گذاری است. باید تلاش کنیم سرمایه‌های انسانی شرکت در جریان معرفی مکتب خوارزمی در کل اقتصاد جامعه پیش‌رو باشند.

آرزوی من این است که پرچم خوارزمی در کنار پرچم‌داران توسعه اقتصادی کشور به اهتزاز درآید. توسعه اقتصادی هم صرفاً با تکنولوژی یا مدیریت آمرانه اتفاق نمی‌افتد، بلکه مجموعه‌ای از عوامل مثل نیروی انسانی و تکنولوژی و سرمایه، هم‌افزایی و... باید کنار هم قرار بگیرند تا بتوانند توسعه اقتصادی را شکل دهند. این اتفاق هیچ‌وقت نمی‌افتد جز با کمک نیروی انسانی دارای انگیزه، خلاق و وفادار به ارزش‌های شرکت

پرونده‌ای درباره شرکت توسعه معادن صدر جهان،
که می‌خواهد نگین طلایی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی باشد

سرمایه‌گذاری امروز سودآوری فردا

شرکت توسعه معادن صدر جهان از دارایی‌های ارزشمند گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی است که قرار است در آینده از ارکان اصلی سودآوری مجموعه باشد. این شرکت با سرمایه‌گذاری هدفمند و تمرکز بر معادن طلا، مس و فلزات گران‌بها، در تلاش است به یک شرکت پیشتاز در حوزه کاری خود تبدیل شود. در ادامه، پرونده ویژه‌ای برای شرکت توسعه معادن صدر جهان ترتیب داده‌ایم و وضعیت فعلی و چشم‌انداز این شرکت را در گفت‌وگو با مدیرعامل جدید و سایر مدیران و معاونان مجموعه بررسی کرده‌ایم.

توسعه معادن صدر جهان در یک نگاه

از ذخایر کم‌عیار تا کسب‌وکار پایدار

هدف از تاسیس شرکت

سرمایه‌گذاری در حوزه معادن و صنایع معدنی و تبدیل شدن به هلدینگ معدنی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی

شروع فعالیت

بهمن ماه ۱۳۹۲



حوزه فعالیت

- انجام تمام فعالیت‌های معدنی شامل اکتشاف، استخراج و فرآوری
- ارائه فعالیت‌های تجاری و خدمات بازرگانی در زمینه خرید و فروش و خدمات پس از فروش تمام کالاهای مجاز بازرگانی، خرید و فروش و صادرات و واردات کالاهای مجاز بازرگانی، گشایش اعتبارات اسنادی و ال‌سی نزد تمام بانک‌های داخلی و خارجی برای شرکت
- ترخیص کالا از گمرکات داخلی، طراحی، مشاوره فنی، نظارت فنی و اجرای تمام پروژه‌های عمرانی و ابنیه و راه‌سازی و شهرسازی و شهرک‌سازی و انبوه‌سازی، پل و تونل‌سازی و تهیه و انجام تمام تاسیسات مرتبط و طراحی، مشاوره، نظارت فنی و تامین قطعات و اجرای تمام تجهیزات خطوط و انتقال پالایشگاهی و نیروگاهی و تجهیزات خطوط انتقال نیرو و نفت و گاز و خطوط انتقال آب و کانال‌کشی و ارائه تمام فعالیت‌ها در زمینه تهیه و تولید و ساخت و مونتاژ
- تجهیز و راه‌اندازی خطوط تولید کارخانجات صنعتی و صنایع تبدیلی و تمام قطعات و ماشین‌آلات صنعتی و واردات تکنولوژی و صنایع مادر و ارائه تمام فعالیت‌های معدنی و صنعتی در زمینه اکتشاف و استخراج و فرآوری تولید انواع فلزات و سنگ‌ها و کانی‌های معدنی، تهیه ماشین‌آلات تجهیزات و مواد اولیه، ساخت تجهیز و راه‌اندازی کارخانجات و خطوط تولید، اخذ و اعطای نمایندگی شرکت‌های معتبر خارجی و داخلی
- انعقاد قرارداد با تمام اشخاص حقیقی و حقوقی، ایجاد شعب و نمایندگی در داخل و خارج از کشور، شرکت در تمام مناقصات، پیمان‌ها و مزایده‌های دولتی و خصوصی اعم از داخلی و بین‌المللی، اخذ وام و اعتبارات بانکی به صورت ارزی و ریالی از تمام بانک‌های داخلی و خارجی برای شرکت تمام فعالیت‌های فوق در صورت نیاز پس از اخذ مجوزهای لازم.



معدن رشیدآباد

وضعیت: در حال بهره‌برداری

معدن طلا و مس رشیدآباد در ۴۰ کیلومتری شمال غربی شهر زنجان واقع شده است. این معدن در شمال غربی ایران و در طول جغرافیایی ۴۸:۲۲ درجه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۷:۰۵ درجه شمالی در یک منطقه کاملاً کوهستانی قرار دارد. نزدیک‌ترین شهر به معدن، شهر ارمغانخانه و نزدیک‌ترین آبادی به آن، روستای مشکین، در فاصله ۱۵ کیلومتری معدن است.



معدن شادان

وضعیت: در حال بهره‌برداری

معدن طلا و مس شادان در ۶۵ کیلومتری جنوب غربی شهر بیرجند واقع شده است. شادان نخستین ذخیره مس - طلا پورفیری شناخته‌شده در شرق ایران بوده که از لحاظ تقسیمات ساختاری در حاشیه شرقی بلوک لوت قرار گرفته است. این ناحیه به واسطه ماگماتیسیم گسترده کالک آلکالن و آلکالن، محل مناسبی برای تشکیل ذخایر مس پورفیری بوده و می‌تواند دومین کمر بند مهم مس پورفیری ایران بعد از زون ارومیه-دختر باشد.





معادن تحت تملک

- شادان
- رشیدآباد
- جنوب هندوآباد اردستان
- ورگهان
- قاباق تپه
- قاضی ولی

کانسار طلا و مس قاباق تپه

وضعیت: در حال اکتشاف

کانسار طلا و مس قاباق تپه در جنوب غرب شهرستان میانه، استان آذربایجان شرقی واقع شده است. این محدوده معدنی از یک سو به روستاهای قاباق تپه و خاتون آباد در شمال و از سوی دیگر به روستاهای عبدالرحمن لو و قلعه جوق در جنوب و جنوب شرقی محدود می شود.



کانسار طلا و مس قاضی ولی

وضعیت: در حال اکتشاف

کانسار طلا و مس قاضی ولی در غرب شهرستان میانه، استان آذربایجان شرقی واقع شده است. این محدوده با مساحت حدود ۳۳،۶ کیلومتر مربع در برگه یکصد هزار هکتار (سراسکند) واقع شده و به روستاهای قاضی ولی، داش بلاغ و آغورین محدود می شود.



کانسار طلای ورگهان

وضعیت: در حال اکتشاف

کانسار طلای ورگهان، در شهرستان مشکین شهر، استان اردبیل واقع شده است. این محدوده در جنوب کوه های صلوات و مناطق تقریباً کم ارتفاع تر پیرامون رودخانه قره سو واقع شده است. شیب مورفولوژی در کل منطقه شدید است. به دلیل وجود آثار گسترده دگرسانی و شواهد کانی سازی، منطقه از سوی زمین شناسان خارجی و داخلی مورد مطالعه قرار گرفته است.



معدن جنوب هندوآباد اردستان

وضعیت: در حال بهره برداری

معدن مس هندوآباد اردستان در ۱۲ کیلومتری جنوب شهر اردستان واقع شده است. این معدن در نزدیکی جاده اصلی اردستان به ناین و به فاصله ۳ کیلومتری آن قرار دارد. پروانه اکتشاف محدوده مس جنوب هندوآباد اردستان در نقشه ۱:۲۵۰۰۰۰ کاشان و با توجه به تایید طرح توجیهی اکتشاف صادر شده است.





گفت‌وگو با مهندس مهدی ثقفی، مدیرعامل شرکت توسعه معدن صدر جهان

از صدر جهان یک هلدینگ معدنی نمونه می‌سازیم

پژوهنده

از پذیرش قطع‌نامه و اعلام آتش‌بس ادامه داشت. بعد از اتمام جنگ من از فولاد خوزستان به عنوان اولین مجری طرح و مدیرعامل شرکت سنگ‌آهن گل‌گهر به استان کرمان رفتم و هفت سالی در آن‌جا بودم. نتیجه کار ما هم این شد که برای اولین بار در کشور ایران ما موفق شدیم سنگ‌آهن را که به صورت طبیعی استخراج می‌شد، بعد از دانه‌بندی پرعیار کنیم. قبل از این ما واردکننده همین محصول از هندوستان بودیم. این ادامه داشت تا سال ۷۶ که من برای بهره‌برداری از معدن سنگ‌آهن یزد به سنگ‌آهن مرکزی ایران رفتم و مدیرعامل آن‌جا شدم. بیش از یک سال که آن‌جا بودم، از مجموعه فولاد خارج شدم و به سازمان تامین اجتماعی، بخش سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی رفتم که معروف است به شستا. تقریباً سه سال به عنوان معاون صنعت و معدن آن‌جا بودم. در این مدت ما موفق شدیم حدود ۱۲۰ شرکت را که بابت مطالبات تامین اجتماعی از دولت گرفته بودیم، سامان‌دهی کنیم؛ هم از نظر مدیریت و هم از نظر اصلاح ساختارهای تولیدی و هم از نظر ساختارهای منابع انسانی‌شان. تا سال ۸۰ آن‌جا بودم. بعد به عنوان قائم مقام معاون وزیر نفت برای اجرای طرح‌های بزرگ پتروشیمی به عسلویه رفتم. آن‌جا به عنوان قائم‌مقام آقای مهندس نعمت‌زاده که آن موقع معاون وزیر و مدیرعامل شرکت صنایع پتروشیمی بودند، طرح‌های عسلویه را اجرا کردم. تا سال ۸۵ هم آن‌جا بودم؛ بعد دوباره برگشتم به مجموعه وزارت صنایع و معادن و مدیرعامل آلومینیوم المهدی شدم که محل عملیاتش بندرعباس بود. از ۸۵ تا ۹۰ هم مدیرعامل آن‌جا بودم. آن موقع که رفتم، قریب ۵۰ درصد خط تولید از مدار خارج بود و شرکت کاملاً زیان‌ده بود. ما با صرف ۶۰ میلیون یورو که از محل تسهیلات و منابع بانکی

چند ماهی است که سکان مدیریت هلدینگ معدنی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی را در دست گرفته. باتجربه است و سال‌ها در حوزه صنعت و معدن مدیریت کرده. برای امروز و فردای شرکت برنامه‌های ویژه‌ای دارد و می‌خواهد نیروهای جوان را برای تحقق این برنامه‌ها تربیت کند. پای صحبت‌های مهندس مهدی ثقفی نشسته‌ایم؛ مدیرعامل جدید شرکت توسعه معدن صدر جهان.

● لطفاً کمی درباره سوابقتان و نحوه آشنایی‌تان با مجموعه خوارزمی و زمان پیوستنتان به صدر جهان توضیح دهید.

من فارغ‌التحصیل مهندسی برق هستم از دانشگاه صنعتی شریف. بعد از فراغت از تحصیل و طی خدمت نظام وظیفه وارد صنعت فولاد کشور شدم و قریب به ۱۵ سال بعد از طی دوره‌های ویژه فولاد در کشور آلمان، در فولاد خوزستان مسئولیت احداث کارخانه‌های احیای مستقیم آن‌جا را پذیرفتم. در چرخه فولاد ما در روش جدید که از انرژی گاز طبیعی استفاده می‌شود، یک محصول نیمه‌ساخته هست به نام گندله که در انگلیسی به آن پلت می‌گویند و این پلت را با استفاده از انرژی گاز طبیعی تبدیل می‌کنند به آهن اسفنجی که ترکیبش شباهت زیادی به چدن دارد، با این فرق که متخلخل است. آن هم باز یک محصول نیمه‌ساخته است و مقدمه‌ای است برای ذوب فولاد. دلیل این‌که کار ما طولانی شد، این بود که مواجه شدیم با جنگ تحمیلی. در تمام سال‌هایی که جنگ ادامه داشت، ما یا مشغول احداث فولاد بودیم، یا بازسازی نتایج بمباران‌های فولاد. این تا بعد

استفاده شده بود، موفق شدیم آن‌جا را بازسازی کامل کنیم و به ظرفیت کامل برسانیم. در سال ۱۳۹۰ از آن‌جا بیرون آمدیم. در آن وقت بانک پاسارگاد یک سرمایه‌گذاری را در صنعت فولاد در استان کرمان شروع کرده بود و من به عنوان مدیرعامل شرکت مهندسی معیار صنعت خاورمیانه، مشغول به کار شدم و تا سال ۹۳ که آن‌جا بودم، تقریباً کاری کردیم که آن‌جا بیش از ۲۰۰ مهندس در تکنولوژی‌های مختلف اشتغال پیدا کردند و طرح‌های متعددی را یا در طراحی‌اش شرکت کردیم، یا مشاوره داشتیم، یا نظارت بر اجرا داشتیم. بعد برای من فرصتی پیش آمد که دوباره یک واحد متانول را در عسلویه احداث کنم. مجدداً بیش از یک سال مشغول احداث واحد متانول شدم. این واحدها مگامدول هستند، یعنی واحدهایی هستند که قریب ۱,۶ میلیون تن در سال متانول تولید می‌کنند و جزو مقیاس‌های بزرگ متانول دنیا هستند. این را هم در عسلویه بخش خصوصی می‌خواست اجرا بکند و من مقدماتش را فراهم کردم، ولی خیلی در عسلویه نماندم و باز به دعوت وزیر وقت صنعت و معدن که آن زمان با تجارت هم ادغام شد، به عنوان عضو هیئت عامل سازمان ایمیدرو به وزارت صمت برگشتم. ایمیدرو مسئولیت توسعه معادن و صنایع معدنی ایران را دارد. دو سال هم آن‌جا عضو هیئت عامل بودم. بعد به شرکت آلومینیوم ایران دعوت شدم که اولین واحد تولید آلومینیوم ایران در اراک است. قریب یک سال آن‌جا بودم، تا این‌که بخش عمده‌ای از سهامش به بخش خصوصی واگذار شد و من دوباره از آن‌جا درآمدم. در حال حاضر نزدیک دو ماه است که این‌جا به عنوان مدیرعامل توسعه معادن صدرجهان مشغول به کار هستم و قبل از آن هم از اوایل سال ۹۷ این‌جا رئیس هیئت مدیره بودم به صورت غیرموظف، اما چون سیاست خوارزمی این نیست که مدیرعامل رئیس هیئت مدیره باشد، من ریاست هیئت مدیره را به آقای دکتر فرشباف واگذار کردم و خودم این‌جا نایب رئیس هیئت مدیره هستم و مدیرعامل. آقای دکتر فرشباف هم رئیس هیئت مدیره هستند به صورت غیرموظف، اما وظیفه سازمانی‌شان در سرمایه‌گذاری خوارزمی است. زمان خیلی طولانی‌ای است که در صنایع مختلف کشور، از وزارت نفت گرفته تا وزارت صمت و از آن‌جا تا وزارت رفاه و تامین اجتماعی، خدمت کردم و عمده تجربه‌ام هم در زمینه معادن و صنایع معدنی است، اما در کنارش در صنایع پتروشیمی هم دارای سابقه کار هستم. امیدوارم بتوانم از این مقدار تجربه‌ای که پیدا کردم و شاید اواخر عمر خدمتی من هم باشد، این‌جا به نحو احسن استفاده کنم برای بهبود اوضاع این مجموعه و گردش اقتصادی کشور.

● وقتی صدر جهان را تحویل گرفتید، چه شرایطی داشت؟ وضعیت اقتصادی چند ماه اخیر چه تاثیری روی پیشرفت پروژه‌ها داشته؟

این‌جا شش محدوده معدنی و معدن دارد. موقعی که محدوده‌ای پتانسیل‌هایی دارد که فلزات و شبه فلزات یعنی عناصر جدول مندلیف در آن پیدا شده باشد، تحت عنوان یک محدوده معدنی واگذار می‌شود، اما اکتشافات تفصیلی نشان خواهد داد استخراج این کانی یا چند تا کانی کنار هم اقتصادی است یا نه. ما عمدتاً این‌جا کارمان کانی‌های فلزی است. وقتی بخواهیم چند ماده را استخراج کنیم، به آن می‌گویند پلی متال. یک یا چند فلز را که می‌خواهند از

یک معدن استخراج کنند، اول باید مطالعه کنند که آیا این کار اقتصادی است یا خیر، چون ممکن است یا ذخیره خیلی کم باشد، یا عیار پایین باشد، یا روش جدایش آن فلز از سایر ترکیباتی که در آن معدن وجود دارد، پیچیده باشد. اگر این سه عامل دست یاری به هم بدهند، آن وقت محدوده‌ای که دارای عناصر فلزی و شبه فلزی است، تبدیل می‌شود به معدنی که به عنوان فعالیت اقتصادی می‌شود روی آن حساب کرد. اتفاقی که این‌جا افتاده، این است که قبل از این‌که مطمئن شوند محدوده‌هایی که معامله می‌کنند، این ویژگی‌ها را دارد، روی آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند. صدر جهان محدوده‌هایی را تملک کرده که هنوز به اثبات نرسیده که اصلاً یک کار اقتصادی است یا نه. حالا ما سه کار عمده را داریم انجام می‌دهیم. یکی این‌که روی شش محدوده معدنی و معدن که قبلاً این‌جا خریداری کرده، مطالعه می‌کنیم که ببینیم آیا این‌ها واحدهای اقتصادی می‌شوند یا نه. بالاترین این‌ها معدن طلای شادان است در خراسان جنوبی که برای آن یک شرکت ویژه به نام کارند صدرجهان تاسیس شده و ما سهام صددرصدی آن شرکت را داریم. در حال حاضر عملیاتی جز یک برنامه بهره‌برداری موقت این‌جا انجام نمی‌شود، اما مالک شرکت کارند هستیم که برای خودش هیئت مدیره و سازمان مستقلی دارد. بعد از شادان یک کانسار مس نسبتاً خوبی به نام رشیدآباد در زنجان است و با یک فاصله، معدن مس هندوآباد اردستان در استان اصفهان و سه تا هم محدوده‌های معدنی هستند که هنوز کاری در آن‌ها انجام نشده. دو تا از آن‌ها در آذربایجان شرقی هستند و یکی از آن‌ها در استان اردبیل است، در مناطقی که کانی‌سازی مس صورت می‌گیرد. بنابراین می‌توان گفت این‌جا عمدتاً محدوده‌های معدنی اول شامل مس و بعد طلاست. شاید مجموعاً ۸۰ تا ۹۰ میلیارد تومان برای این معادن چه تملکش و چه هزینه‌هایی که بعداً در آن‌ها انجام شده، هزینه شده باشد.

● در حال حاضر به جز این، چه پروژه‌های دیگری را پی‌گیری می‌کنید؟

کار دیگری که انجام می‌دهیم، این است که فرصت‌های جدید معدنی را در کشور جست‌وجو و شناسایی می‌کنیم. اگر بخواهی محدوده‌ای را از دولت دریافت کنی، هزینه زیادی باید انجام بدهی که ثابت شود این محدوده، معدن می‌شود یا نه. به همین خاطر ریسک و مخاطره سرمایه‌گذاری‌اش بالاست. ممکن است شما مجبور باشید ۲۰ تا ۳۰ میلیارد تومان هزینه کنید و تازه بفهمید که این‌جا به درد می‌خورد یا نه، اما اگر معدن اقتصادی باشد، می‌تواند ثروت خوبی برای سازمان ایجاد کند. ولی اگر شما از کسی بخرید که این مطالعات را انجام داده و این جست‌وجوها را کرده، در این صورت باید به قیمت بالایی بخرید. همین‌جا چهار یا پنج سال پیش برای معدن طلای شادان ۱۰ میلیارد تومان پرداخت شده که این ۱۰ میلیارد شاید الان ۷۰ یا ۸۰ میلیارد تومان ارزشش باشد. این برای موقعی است که در معدن کارهایی انجام شده و مشخص شده این‌جا اقتصادی است، در نتیجه قیمتش بالا می‌رود. الان ما دنبال هر دو راه هستیم. یعنی دنبال کسانی هستیم که معدنی دارند و برای تکمیل عملیات اکتشاف، استخراج و فرآوری یا همان تحصیل فلز از معدن دنبال شریک می‌گردند. علاوه بر این دنبال آن

تبدیل صدر جهان به یک هلدینگ معدنی، سرمایه‌ای است برای بانک صادرات و مجموعه خوارزمی. نقش این‌جا به عنوان هلدینگ تعریف شده است. یعنی بنیاد است که برای هر کدام از معادن تحت تملک مجموعه وقتی اقتصادی بودنش احراز شد، یک لاین فرآوری احداث کنیم و بعد برایش شرکت درست کنیم. قرار نیست این‌جا را از نظر نیروی انسانی خیلی رشد دهیم، بلکه می‌خواهیم نیروهای مختصر با کیفیت بالا را حفظ کنیم و شرکت‌ها را برای معادن و فرآوری‌های آن‌ها جداگانه ایجاد کنیم



بانک صادرات و مجموعه خوارزمی. نقش این‌جا به عنوان هلدینگ تعریف شده است. یعنی بناست که برای هر کدام از این معادن وقتی اقتصادی بودنش احراز شد، یک لاین فرآوری احداث کنیم و بعد برایش شرکت درست کنیم. قرار نیست این‌جا را از نظر نیروی انسانی خیلی رشد دهیم، بلکه می‌خواهیم نیروهای مختصر با کیفیت بالا را حفظ کنیم و شرکت‌ها را برای معادن و فرآوری‌های آن‌ها جداگانه ایجاد کنیم. الان فعلا فقط برای معادن شادان این کار انجام شده که ذخیره عمده‌اش طلاست و مقدار کمی هم مس دارد. این معدن در ۶۰ کیلومتری شهر بیرجند در استان خراسان جنوبی واقع شده است و آن منطقه، منطقه خوبی است برای کانی‌سازی فلزات گران‌بها که تا استان سیستان و بلوچستان کشیده می‌شود و هنوز هم در کشور ما خیلی روی آن کار نشده است. این منطقه جزو استان‌های کم‌برخوردار است؛ هم سیستان و بلوچستان و هم خراسان جنوبی. اما اگر به این معادن توجه شود، منطقه هم از این سرمایه‌ای که زیر زمین است، اما باید با عقل و فکر بیاید روی زمین و ثروت ایجاد کند، بهره‌مند می‌شود.

● الان وضعیت حفاری و فرآوری شادان چطور پیش می‌رود؟

در شادان تا به حال ۲۲ هزار متر حفاری شده که عدد بزرگی است. امروز شما برای یک متر حفاری باید حدود ۷۰۰ هزار تومان پرداخت کنی. یعنی برای ۲۲ هزار متر تقریباً بین

هستیم که اگر دولت در بعضی نقاط کشور پهنه‌های جدیدی را به مزایده گذاشت، شرکت کنیم. بنابراین به دنبال توسعه فعالیت‌های معدنی‌مان هستیم. یک فعالیت سومی هم در این شرکت داریم که کارهای تجاری است. کارهای تجاری را کنار کسب‌وکار محوری‌مان انجام می‌دهیم که معدن و فرآوری مواد معدنی است. یک کار بازرگانی تعریف کرده‌ایم که با مقداری سرمایه در گردش که از طریق سرمایه‌گذاری خوارزمی - شرکت مادرمان - در اختیار ما قرار گرفته، سراغ کسانی می‌رویم که معدن مناسبی دارند، اما امکان فرآوری ندارند. ما از آن‌ها مواد معدنی را خریداری می‌کنیم، بعد می‌رویم سراغ کسانی که خطوط فرآوری دارند و در حالت عادی خوراک ندارند. این خوراک را به آن‌ها می‌دهیم و به صورت کارمزدی برای ما کار می‌کنند. بعد می‌رویم دنبال بازار برای فروش این محصول. این تقریباً یک لاین تجاری است که این‌جا قبل از این‌که حتی من رئیس هیئت مدیره باشم، شروع شده بود. من دنبال این هستم که کسب‌وکارمان رونق پیدا کند. البته مخاطرات خودش را هم دارد. شما باید از کسی خاک بخرید، به کسی بدهید فرآوری کند و بعد به کس دیگری هم بفروشید. مجموعه این‌ها هر کدام ریسک‌هایی برای خودش دارد. اما اگر کار درست مدیریت شود و تدبیر کنیم و درست فکر کنیم، می‌تواند یک کار اقتصادی باشد که درآمدی را برای ما حاصل کند. این درآمد هم هزینه‌های جاری ما را تامین خواهد کرد و هم از فعالیت‌های معدنی ما پشتیبانی می‌کند. در واقع کمک شرکت مادر ما، خوارزمی، صرف این خواهد شد که منابع مورد نیاز ما برای اجرای طرح‌هایشان تامین شود. چون اگر بخواهیم برای همین شش معدنی که داریم، خطوط فرآوری تعریف کنیم و در یک افق پنج تا هفت ساله صدرجهان را به جایی برسانیم که بخواهد معادنش را تبدیل به فلز بکند و فلز را بفروشد، شاید با قیمت‌های امروز حدود دوهزار میلیارد تومان پول لازم داشته باشیم. البته این‌ها بازیافت خواهد داشت و این سرمایه برمی‌گردد. در کنارش اشتغال زیادی ایجاد خواهد شد و باید افراد مهارت‌های فردی و مهارت‌های سازمانی قابل توجهی را از طریق آموزش یا تجربیاتی که پیدا می‌کنند، کسب کنند تا یک مجموعه بزرگ معدنی شویم. تبدیل این‌جا به یک هلدینگ معدنی، سرمایه‌ای است برای

ما دنبال کسانی هستیم که معادنی دارند و برای تکمیل عملیات اکتشاف، استخراج و فرآوری یا همان تحصیل فلز از معدن دنبال شریک می‌گردند. علاوه بر این دنبال آن هستیم که اگر دولت در بعضی نقاط کشور پهنه‌های جدیدی را به مزایده گذاشت، شرکت کنیم. بنابراین به دنبال توسعه فعالیت‌های معدنی‌مان هستیم. یک فعالیت سومی هم در این شرکت داریم که کارهای تجاری است. کارهای تجاری را کنار کسب‌وکار محوری‌مان انجام می‌دهیم که معدن و فرآوری مواد معدنی است



۱۵ تا ۲۰ میلیارد تومان به قیمت امروز فقط هزینه حفاری شده. به جای این که فقط عمودی به صورت حفر چاه حفاری شود که به آن می‌گویند گمانه‌زنی، شکاف‌هایی را در دامنه کوه ایجاد می‌کنند که به آن‌ها ترانشه می‌گویند. الان ما در حال ترانشه‌برداری هستیم که مجموعاً این عملیات در ۳۰ آبان ماه سال جاری به انتها خواهد رسید. یعنی در پایان آبان امسال این‌جا هم ذخیره‌اش شناخته خواهد شد، هم عیارش و هم تصمیم به این‌که کارخانه‌ای که می‌خواهد طلا را استخراج کند، تقریباً ظرفیتش باید چقدر باشد. این کار در ۳۰۰ هکتار انجام شده که گستره خیلی بزرگی است و امیدواریم ظرف سه ماه آینده به انتها برسد. بعد باید داده‌های زمین را که به دست می‌آید، تحلیل کنیم. تحلیل داده‌ها کاری است که الان تیم فنی خود شرکت دارند و مدیریت آن‌جا به همراه مشاور کاوش‌گران مشغول آن هستند. ما هم تصمیم گرفته‌ایم برای این‌که هم روحیه افراد بهتر شود و هم تمرینی برای آینده باشد، مقداری طلا تولید کنیم. مخصوصاً این‌که الان قیمت جهانی طلا خوب است و حدوداً یک گرم طلا بیش از ۵۵۰ هزار تومان قیمت دارد. برنامه‌ای داریم که اگر بتوانیم، بین دو تا چهار کیلو طلا تولید کنیم که بیش از دو میلیارد تومان قیمت دارد. یک برنامه کوتاه‌مدت موقت داریم تا در منطقه‌ای که تقریباً رخ‌نمون یا بیرون‌زدگی‌های معدن است، بین دو تا چهار کیلو طلا استخراج کنیم. هم یک درآمدی است برای شرکت کارند و هم از نظر ارتقای روحیه افراد کل مجموعه، یعنی این‌جا و شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و بانک صادرات مفید خواهد بود. یک روش تمرینی خوبی است تا بچه‌ها بتوانند با این روش استحصال طلا را از اکسید طلا تجربه کنند. چون استحضر دارید که طلا در طبیعت به صورت دو تا ترکیب است. یکی اکسید طلا، یعنی ترکیب طلا و اکسیژن، و یکی هم ترکیب طلا و گوگرد. بیشتر طلاهایی که در دل زمین هستند، طلاهای سولفیدی‌اند، یعنی طلاهای گوگردی. این قسمتی که داریم کار می‌کنیم، اکسید طلاست که استخراج طلا ساده‌تر است. این را به عنوان یک برنامه تاکتیکی انتخاب کردیم. عیار این‌جا نیم گرم در تن است. اگر بتوانیم در سال چهار میلیون تن خاک را به صورت خوراک وارد کنیم، می‌شود حدود دو تن طلا در سال استحصال کرد و این دو تن طلا در سال، کسب‌وکار اقتصادی قابل توجهی است برای کل مجموعه. این برای موقعی است که بخواهیم به ذخایر اصلی این‌جا نزدیک شویم که یک برنامه راهبردی

است. اما با این برنامه کوتاه‌مدت شاید بتوانیم چند کیلو طلا به صورت موقت به دست بیاوریم که بیشتر برای ارتقای روحیه کارکنان است تا ببینند بعد از سال‌ها هزینه، درآمدی هم حاصل شده است.

● **با توجه به این‌که مجمع عمومی خوارزمی هم در پیش است، فکر می‌کنید صدر جهان هم در بحث دارایی‌های مجموعه و هم دستاوردهایی که داشته، چه نقشی می‌تواند در برآورده کردن انتظارات سهام‌داران داشته باشد؟**

مسئله این است که نگاهمان به صدر جهان باید یک نگاه بلندمدت باشد. نگاه کوتاه‌مدت شاید این‌جا خیلی محقق نشود. حالا ما حتی اگر دو سه میلیارد تومان هم طلا استخراج کنیم، عدد قابل توجهی برای مجموعه نیست. این‌جا تقریباً تا حالا حدود ۱۰۰ میلیارد تومان هزینه کرده‌ایم و چند میلیارد درآمد در مقابل آن عدد بزرگی نیست. اما اگر بتوانیم با این برنامه‌ریزی‌ای که کرده‌ایم، تا آخر امسال تکلیف اقتصادی بودن سرمایه‌هایی را که تا به حال گذاشته شده، روشن کنیم، هم‌چنین بتوانیم از فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری استفاده کنیم، کسانی که به مجموعه سرمایه‌گذاری خوارزمی به عنوان یک بنگاه بلندمدت نگاه کرده باشند، راضی خواهند بود. این یک سرمایه‌گذاری برای سال‌های آینده است که ممکن است ما به قیمت‌های بالاتر و شرایط سخت‌تری در زندگی برسیم. در آن شرایط، درآمدی که از این مجموعه حاصل می‌شود، می‌تواند به خانواده‌هایی که سهام‌دار هستند، خیلی کمک کند. اما من فکر می‌کنم باید این نگاه بلندمدت باشد. چالش ما هم شناسایی ارزش معادنی است که در اختیارمان است و هم روش‌های استحصال فلز. مثلاً فرض کنید ما برای این‌که پنج کیلو مس به دست بیاوریم که معروف به مس کاتدی است، اول باید تقریباً ۱۰۰ کیلو خاک را از طبیعت بگیریم که این عملیات ممکن است با انفجار انجام شود و استخراجش خیلی سخت است. بعد کنسانتره مس در کارخانه‌ای فرآوری می‌شود و می‌شود پنج کیلو مس. این پنج کیلو مس در شرایطی که می‌رود در پالایشگاه تقریباً قریب یک و نیم کیلو مس آنود می‌شود و این مس آنود در مسیر تبدیل می‌شود به یک کیلو مس کاتد. بنابراین شما می‌بینید استحصال یک فلز از معدن چقدر زحمت دارد؛ آن هم معدن مس سرچشمه که معدنی غنی است. اما حاصلش یک کار اقتصادی بسیار خوب است. این کاری است که شروع کردیم و از یک معدن خاک می‌خریم و می‌دهیم یک کارخانه فرآوری کند و بعد در بازار می‌فروشیم، یا اگر وضعیت تجارت خارجی مان درست شود، خودمان صادر می‌کنیم. همین کار الان اقتصادی است. با این‌که نه ما صاحب معدنیم نه کارخانه، اما کار، کار اقتصادی است.

● **از صحبت‌های شما این‌طور به نظر می‌رسد که در حال حاضر حوزه کاری شما، حداقل در این مرحله، چندان از تحریم‌ها تأثیر نمی‌گیرد؛ درست است؟**

الان در مرحله‌ای که هستیم، به استثنای نرم‌افزارهایی که ممکن است در زمینه تحلیل داده‌های زمین یا کانی‌یابی‌ها یا قسمت ژئوفیزیک هوایی استفاده شود، چندان از تحریم تأثیر نمی‌گیریم. این نرم‌افزارها در اختیار کشورهای پیشرفته مثل کانادا یا استرالیاست و این‌ها پیش‌گام صنایع معدنی جهان هستند. از آن جهت ممکن است دچار مشکل شویم. مشکل



تجهیزات ترابری شرکت توسعه معادن صدر جهان

اگر بتوانیم با برنامه‌ریزی‌هایی که کرده‌ایم، تا آخر امسال تکلیف اقتصادی بودن سرمایه‌هایی را که تا به حال گذاشته شده، روشن کنیم، هم‌چنین بتوانیم از فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری استفاده کنیم، کسانی که به مجموعه سرمایه‌گذاری خوارزمی به عنوان یک بنگاه بلندمدت نگاه کرده باشند، راضی خواهند بود. این یک سرمایه‌گذاری برای سال‌های آینده است که ممکن است ما به قیمت‌های بالاتر و شرایط سخت‌تری در زندگی برسیم

سرمایه اصلی سازمان‌ها منابع انسانی‌شان است. الان فاصله‌ای که ما عمدتاً با کشورهای پیشرفته داریم، در میز و نیمکت و سخت‌افزارها و حتی ابزارهای گران‌بها نیست، چون ما از این جهت به اندازه کافی واردات داشته‌ایم. بسیاری از افراد هم رفته‌اند و نحوه کار کردن با این دستگاه‌ها را آموزش دیده‌اند، اما فرهنگ به کار بردن ابزار در ما باید تقویت شود

دیگر هم در مورد تامین قطعات دستگاه‌های حفاری است. دستگاه‌های حفاری وقتی بخواهند در اعماق کار کنند، در زمینه تکنولوژی آلیاژها و قطعاتی که مربوط به آن هستند هم ممکن است بعضی جاها نیاز وارداتی باشد. طبیعتاً در شرایط تحریم با قیمت‌های گران‌تری مواجه می‌شویم. اما تا وقتی که ما مرحله فرآوری را شروع نکرده‌ایم، وابستگی مان به مسائل تحریم کم است.

● همین می‌تواند خیلی امیدوارکننده باشد.

درست است. مقدار زیادی از کار را می‌توان انجام داد. آن موقعی که می‌خواهیم کارخانه فرآوری بخریم، در بعضی قسمت‌ها از جمله سیستم‌های درایو یعنی موتورها، کمپرسورها و تا حدی آسیاب‌ها ممکن است نیازهای وارداتی داشته باشیم، که امیدواریم تا آن موقع تحریم‌ها برطرف شود.

● کمی هم درباره سبک مدیریتی‌تان، به‌ویژه در

بحث مدیریت منابع انسانی، صحبت کنید.

من همیشه اعتقاد این است که سرمایه اصلی سازمان‌ها منابع انسانی‌شان است. الان فاصله‌ای که ما عمدتاً با کشورهای پیشرفته داریم، در میز و نیمکت و سخت‌افزارها و حتی ابزارهای گران‌بها نیست، چون ما از این جهت به اندازه کافی واردات داشته‌ایم. بسیاری از افراد هم رفته‌اند و نحوه کار کردن با این دستگاه‌ها را آموزش دیده‌اند، اما فرهنگ به کار بردن ابزار در ما وجود ندارد. هر کدام از ما به عنوان یک واحد در سازمان خودمان باید سه مهارت داشته باشیم. یکی مهارت‌های فردی است که برمی‌گردد به رشته کاری خودمان، یکی هم مهارت‌های رفتاری است و یکی مهارت‌های سازمانی است. ما در این دو قسمت مهارت‌های رفتاری و رفتار سازمانی ضعیف هستیم. یعنی شما وقتی وارد یک سازمان می‌شوی، این موضوع کاملاً مشخص می‌شود. چیزی که بین ما و کسانی که بهره‌وری‌شان بالاتر است فاصله می‌اندازد، همین است. شاید از نظر تحصیلات و مهارت‌های فردی جایگاه خوبی داشته باشیم، اما مهارت‌های رفتاری مان جای ترقی و کار دارد. مثلاً بحث نظم. می‌شود گفت انگلیسی‌ها در بین کشورهای غربی پیشاهنگ برقراری نظم بودند. آن‌ها در انتهای قرن ۱۹ متوجه شدند بزرگ‌ترین علت پیشرفت یا عقب ماندن، نظم تک‌تک کارگراهاست که بیشتر از مقوله مهارت‌های رفتاری است. به همین دلیل به این نتیجه رسیدند اگر رفت و آمد کارگران را به جای اتومبیل با قطار انجام دهند، واحدها کاملاً متحول می‌شوند. این است که برای معادن زغال‌سنگشان که تقریباً یکی از اولین صنایع مکانیزه آن زمان دنیای اروپا بوده و اروپا هم جلوتر از بقیه بوده، برای رفتن به محل کارشان از قطار استفاده می‌کردند. قطارها را هم طوری تنظیم می‌کردند که اگر شخص صبح خیلی زود، به‌موقع بیدار نشود و از قطار جا بماند، قطار بعدی تا ظهر به آن‌جا نمی‌رود و در نتیجه تمام روز را از دست می‌دهد. در نتیجه نظم آن‌جا نهادینه شد. الان می‌شود گفت هنوز از این نظر عقب هستیم. مثلاً شما اگر در کانادا کار کنید، هم خودتان و هم مدیریتان، تقریباً در محیط کارتان از موبایل استفاده نمی‌کنید. نه به شما تلفن می‌کنند، نه شما جواب می‌دهید. موبایل چون یک وسیله شخصی است، کسی در محل کار از آن استفاده نمی‌کند. الان ما این‌جا افراد زیادی را داریم که تمام کارهایشان را با همین موبایل انجام می‌دهند، یا از آن برای کارهای شخصی‌شان استفاده می‌کنند. این چندان بستگی به سواد یا پایین بودن سطح

اداری اشخاص ندارد. حتی در نزد مدیرانمان هم این موضوع رعایت نمی‌شود. ما به لحاظ مهارت‌های رفتاری، به لحاظ رفتار سازمانی، با هم کار کردن و به یکدیگر اطلاع دادن ضعیف هستیم. موقع ورود به این‌جا متوجه شدم خیلی واحدها از همدیگر اطلاعات را مخفی می‌کنند؛ اطلاعاتی که مربوط به سازمان است و اطلاعات شخصی نیست. حالا جلساتی برای سازمان‌دهی این موضوع داریم. بیش از ۴۵ سال است که دارم در صنایع بزرگ کار می‌کنم و به همه همکاران می‌گویم از این فرصت استفاده کنید، چراکه روزهایی که به شما این‌جا می‌گذرد، کلاس درس است. یکی دیگر از آسیب‌هایی که ما در سازمان‌ها داریم، این است که افراد شاید چون شایستگی لازم را ندارند، از این‌که جانشینی برای خود درست کنند، می‌ترسند. اما انسان هر چقدر مسلط‌تر بر کارش باشد، سعی می‌کند جانشین داشته باشد. این باعث می‌شود اطلاعات در سازمان جریان داشته باشد. اگر در سازمان‌های ما جا بیفتد که اطلاعات در سازمان جریان پیدا کند و در اختیار همه قرار بگیرد، نتیجه آن را خواهیم دید.

سیاست‌زدگی یکی دیگر از آسیب‌های واحدهای اقتصادی است. اگر ما واحدهای اقتصادی را به صورت واحدهای سیاسی نگاه کنیم، خیلی ضربه می‌خوریم، چون افرادی که خط خاصی را تعقیب نمی‌کنند و اتکا به دانش خودشان دارند، کنار گذاشته می‌شوند. این مسئله بیشتر به خانم‌ها آسیب می‌رساند، چون خانم‌ها کمتر سیاسی هستند. خانم‌ها بیشتر دنبال حقوق اجتماعی هستند و در این شرایط بیشتر لطمه می‌خورند. واحدهای اقتصادی را نباید سیاسی کرد. یک زمانی بود که واحدهای صنایع و معادن خیلی سیاسی شده بود. من هم با این‌که خودم از قبل انقلاب صبغه مذهبی داشتم، اما صبغه سیاسی نداشتم و تصمیم گرفتم از وزارت صنایع و معادن بروم. ۲۵ سال آن‌جا بودم و بیشتر هم در مشاغل رده بالا خدمت کرده بودم. آن موقع که بنا شد بروم، از شستا آمدند دنبال من. گفتند شما بیا بید شرکت‌هایی را که دولت به تامین اجتماعی واگذار کرده است، سازمان‌دهی کنید. یادم می‌آید که ماه آخر هر دو جا بودم. عصرها تا شب می‌رفتم شستا. یک روز هم بی‌کار ننشستم. حتی در خانه به من گفتند ما خوشحال شدیم و فکر کردیم ۱۰، ۲۰ روزی از کار فاصله می‌گیرید. من همیشه زیاد کار کردم. دوباره در زمان ریاست‌جمهوری قبلی شرایطی در وزارت صنایع و معادن پیش آمد که دیدم در وزارتخانه خیلی دنبال کار نیستند و تصمیم گرفتم بازنشسته شوم. همیشه علاقه داشتم یافته‌هایم را تالیف کنم. چیزهایی هم نوشتم و علاقه داشتم کتاب‌های بیشتری بنویسم. اما از بانک پاسارگاد آمدند دنبال من و گفتند ما می‌خواهیم مجتمع فولاد درست کنیم، شما بیا بید و نخ دانه‌های تسبیح این‌جا شوید. این‌ها واحدهای جدا هستند و ما مجبوریم مهندسی این‌ها را از خارج بگیریم. شما بیا بید یک شرکت مهندسی درست کنید. یک ماهی بود که تصمیم داشتم از آلومینیوم المهدی بیرون بیایم و هنوز بیرون نیامده بودم که در آن شرکت مشغول شدم. این‌ها را نگفتم که از خودم تعریف کنم. خواستم بگویم کسی اگر درس خوانده باشد و کارش را بلد باشد، لازم نیست بترسد. حتی در همین جامعه‌ای که حدوداً چهار، پنج میلیون دختر و پسر جوان داریم که دانشگاه رفته‌اند و درس خوانده‌اند و زحمت کشیده‌اند و خیلی هم مبتکرند، خیلی‌هایشان کشف هم نشده‌اند و بی‌کار هستند. همین الان در همین شرایط هم



شدیم، در صورتی که آن زمان اصلا گستردگی امروز نبود و امکانات آموزشی امروز هم نبود. ما امروز خیلی بیشتر به علم احتیاج داریم. تنوع علم در گذشته مثل امروز نبود. امروز ما در سازمان‌هایمان کلاس آموزشی نداریم، درحالی‌که آموزش به نظر من یکی از پادشاه‌های بسیار بالارزش است که می‌توانیم به نیروی لایق بدهیم. این یک سرمایه‌گذاری بسیار خوب برای آینده است. وقتی فرد آموزش نمی‌بیند، فکر می‌کند شاید سازمان خیلی نباید در ذهنش بماند. این نگاه کوتاه‌مدت چه در کارمندان ما، چه در مدیران آسیب خیلی بزرگی است.

● آینده را چطور می‌بینید؟

فکر می‌کنم با توجه به این که دیر یا زود از نظر ذخایر نفت و گاز و آب دچار مشکل می‌شویم و همین الان هم ممکن است دچار مشکل باشیم و رونمایی نشده باشد، یکی از چیزهایی که می‌تواند کمک‌حال ما باشد، ذخایر ما هستند. بالاخره ایران از نظر ذخایر معدنی و تنوع جدول مندلیف جزو ۱۰ یا ۱۵ کشور اول جهان بین ۲۰۰ کشور است. برنامه‌ریزی برای استخراج و فرآوری و استفاده از این ذخایر علاوه بر اشتغال و تولید ثروت، باعث نگهداری جوانان و چهره‌های تحصیل‌کرده در کشور خواهد شد. بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی ما سرچشمه‌اش می‌تواند در معدن باشد. ۱۰ درصد ذخایر تیتانیوم جهان در ایران است. تیتانیوم یک فلز سنگین است که در صنعت هوا فضا خیلی استفاده می‌شود و کاربرد خیلی زیادی دارد. اما هنوز روی آن کار نشده. البته کارهایی شروع شده، اما هنوز به نتیجه نرسیده. از این پتانسیل‌ها در کشور ما بسیار زیاد است که می‌تواند نتایج خیلی خوبی داشته باشد. ما هم به عنوان شرکت توسعه معادن صدر جهان و به عنوان یک هلدینگ که شاید در ابتدای راه باشد، می‌خواهیم این ظرفیت‌ها را کشف کنیم و به بهره‌برداری برسانیم. شاید رسالت ما همین باشد.

این‌جا می‌تواند یک واحد موفق در مجموعه بانک صادرات و سرمایه‌گذاری خوارزمی باشد. معلوم نیست از عمر خدمتی‌مان چقدر ماند؛ باید سعی کنیم خانم‌ها و آقایان تحصیل‌کرده و فرهیخته و جوان را در این واحدها رشد دهیم تا در کنار کارشناسی، مدیر هم بشوند. باید هرچه سریع‌تر روی آن‌ها کار کنیم تا بتوانیم زودتر نیروهای جوان را جایگزین کنیم. امیدواریم ظرف دو سه سال آتی از این سازمان یک سازمان نمونه بسازیم.

نباید آدم نگران باشد. چرا افراد باید اطلاعات را از یکدیگر مخفی کنند؟ شما اگر به خود اطمینان داری، چه دلیلی دارد؟ این یکپارچگی اطلاعات باعث می‌شود الفت پیدا شود و از ظرفیت‌ها استفاده شود. ما در مقوله فرهنگ سازمانی به اضافه مهارت‌های رفتاری ضعیف هستیم. در این زمینه هرچقدر کار شود و کلاس گذاشته شود، باز هم کم است. یکی دیگر از آسیب‌هایی که هست، نگرانی و عدم امنیت شغلی است که الان در جامعه ما هست. زمانی که ما از دانشگاه فارغ‌التحصیل شدیم و آمدیم بیرون، که مربوط به دهه ۵۰ است، آن زمان تقریباً تصور همه اشخاص این بود که اگر جایی استخدام می‌شوند، همان‌جا بازنشسته شوند. از میان فارغ‌التحصیلان دانشگاه شریف غربال‌گری شدیم و خوب‌هایمان انتخاب شدند برای توسعه فولاد در کشور. تازه ایران می‌خواست صاحب صنعت فولاد شود. ما یک ذوب‌آهن را داشتیم که از روس‌ها گرفته بودیم، اما بنا بود با تکنولوژی‌های غربی صاحب فولاد شویم و ما برای این کار وارد شده بودیم. آن موقع تصورمان این بود که این‌جا وارد می‌شویم، این‌جا بازنشسته می‌شویم و همین‌جا هم هستیم و بعد حالا قسمت دوم عمرمان را هرطور خواستیم، زندگی می‌کنیم؛ یا می‌رویم درس می‌دهیم، یا می‌رویم خارج از کشور. امروز من می‌بینم که جوانان ما وقتی استخدام می‌شوند، نگاه‌های کوتاه‌مدت دارند. اولاً وقتی جایی استخدام می‌شوند، می‌گردند ببینند کجا هست که از این‌جا بهتر است. من با جوانان ارتباط خوبی دارم. از نظر سنی با آن‌ها هم‌تراز نیستم، اما زبانشان را یاد گرفته‌ام و سعی کرده‌ام اندیشه‌هایشان را بخوانم. این اشکال مدیریت‌های ماست که کاری نمی‌کنند که رضایت جوانان جلب شود. یکی حقوق است، یکی هم رفاه، پیشرفت، درک کردن افراد و گوش کردن به حرف‌هایشان. یا این‌که مثلاً در کنار محیط کارمان تعاونی باز کنیم و کم‌کم برای این‌ها زمینی بسازیم، یا خانه‌های بخریم. مثلاً یک دختر مجرد یا پسر مجرد چطور می‌خواهد زندگی تشکیل دهد؟ ما به عنوان مدیر باید به این‌ها نزدیک شویم و این‌قدر دور نباشیم. به خاطر همین دور شدن است که همه به محل کارشان نگاه کوتاه‌مدت دارند. همیشه در معرض این هستیم که کارمندانمان محل کارمان را ترک کنند. الان ما سرمایه‌گذاری آموزشی نداریم. وقتی ما از دانشگاه بیرون آمدیم، به دوره‌های زیادی فرستاده

ایران از نظر ذخایر معدنی و تنوع جدول مندلیف جزو ۱۰ یا ۱۵ کشور اول جهان بین ۲۰۰ کشور است. برنامه‌ریزی برای استخراج و فرآوری و استفاده از این ذخایر علاوه بر اشتغال و تولید ثروت، باعث نگهداری جوانان و چهره‌های تحصیل‌کرده در کشور خواهد شد. بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی ما سرچشمه‌اش می‌تواند در معدن باشد

چشم‌انداز صدر جهان برای تبدیل شدن به یک هلدینگ معدنی

اهمیت است. برای نمونه محدوده‌های معدنی وجود دارند که باید سریع‌تر تعیین تکلیف شوند، هم‌چنین باید محدوده‌های جدید پیدا کنیم و کارهای اکتشافی در آن انجام دهیم. هم‌چنین افرادی هستند که تقاضای مشارکت در محدوده معدنی خود را دارند، که اگر به نتیجه برسند، وارد مراحل بعدی کار می‌شویم.

افزون بر این، توسعه بخش بازرگانی نیز جزو برنامه‌های مجموعه است. در حال حاضر تمرکز شرکت بیشتر بر فلزاتی مانند طلا و مس و هم‌چنین توسعه کرومیت است. در بخش بازرگانی نیز با خرید کانستگ از یک معدن و فرآوری آن و در نهایت ارائه به بازار داخل یا خارج از کشور، درآمدزایی می‌کنیم. در بخش صادرات نیز در حال انجام مطالعاتی هستیم.

اگر بحث رقبا را کنار بگذاریم، چالش‌هایی که در حوزه معدن با آن مواجه هستیم، بیشتر در زمینه دریافت مجوزهاست. باید با سازمان‌های صمت در هر استان تعامل داشته باشیم و هم‌چنین گزارش‌های ارزیابی محیط زیستی برای اکتشاف و فرآوری ارائه دهیم. از طریق وزارت صمت باید پی‌گیری‌های لازم را از سازمان محیط زیست داشته باشیم و مجوزات زیست‌محیطی دریافت کنیم. بخش دیگر نیز مجوز مربوط به سازمان منابع طبیعی است که همه این‌ها پروسه‌هایی زمان‌بر محسوب می‌شوند که نیاز به تعامل و پی‌گیری بسیاری دارند.

فرزاد حیدری، عضو موظف هیئت مدیره مجموعه صدر جهان
چشم‌انداز شرکت صدر جهان تبدیل شدن به یک هلدینگ معدنی و شرکت مادر تخصصی است. مرحله اول فعالیت این مجموعه انجام کارهای اکتشافی است، پس از به نتیجه رسیدن این بخش با انجام مطالعات فنی و اقتصادی سرمایه‌گذاری‌های لازم انجام می‌شود. هم‌چنین کارخانه‌های فرآوری نیز راه‌اندازی می‌شوند تا محصول تولیدشده روانه بازار داخلی یا خارجی شود. مجموعه صدر جهان در حال انجام پروژه‌های اکتشافی در چند محدوده معدنی است. معدن شادان یکی از این معادن است که شرکتی به نام کارند به عنوان زیرمجموعه صدر جهان آن را اداره می‌کند. کارهای اکتشافی در این معدن در مراحل پایانی قرار دارد و نیمه دوم سال مطالعات فنی و اقتصادی آن انجام خواهد شد تا و وارد بخش احداث کارخانه شود. اقدامات مربوط به بحث پایلوت نیز در حال اجراست. در این بخش در کنار مطالعات اکتشافی و پیش از این که تولید در مقیاس صنعتی و بزرگ انجام شود، بخش آزمایشگاهی در مقیاس نیمه‌صنعتی کوچک احداث می‌شود. هدف از انجام پایلوت این است که هم صرفه اقتصادی معدن مشخص شود و هم تعیین کنند که با توجه به رفتار معدن کدام روش برای فرآوری مناسب‌تر است. در نهایت پس از این مرحله و به دست آمدن نتایج لازم، سرمایه‌گذاری انجام می‌شود. مجموعه صدر جهان برنامه‌های توسعه‌ای پیش‌رو دارد که بسیار حائز

اگر حوصله سرمایه‌گذار سر نرود...

نیز وارد شود.

مجموعه صدر جهان ظرفیت‌های خوبی دارد. برای نمونه پروژه شادان معدنی است که مشابه آن در مجموعه‌های به اصطلاح خصولتی کمتر یافت می‌شود. البته مدتی است سرعت کار کمتر شده و هنوز به مرحله ساخت کارخانه نرسیده‌ایم. اگر این اتفاق رخ دهد، مجموعه صدر جهان یکی از برترین‌ها در این بخش خواهد بود.

یکی از مزیت‌های صدر جهان را می‌توان مدیریت قدرتمند مجموعه دانست. هم‌چنین کارشناسان حاضر در مجموعه نیز دیگر نقطه قوت آن هستند، چراکه کارشناسانی متخصص و دارای تجربه در حوزه معدن با صدر جهان همکاری دارند. هم‌چنین گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی پشتوانه خوبی برای مجموعه است، که اگر تصمیم به کمک بگیرد، می‌تواند موتور محرک صدر جهان باشد. بنابراین خواهیم توانست با سرعت بیشتری نسبت به رقبا پروژه‌های خود را پیش ببریم.

در پروژه‌های دیگر نیز بحث تغییر قوانین اجرای آن‌ها را به تعویق انداخته، چراکه یک بازه زمانی برای دریافت مجوزها نیاز داریم. البته این‌ها مسائلی است که در حال برطرف شدن است.

در پایان، اگر حوصله سرمایه‌گذار سر نرود و صبر کار معدنی داشته باشد، مجموعه صدر جهان می‌تواند به یکی از قدرتمندترین مجموعه‌های معدنی ایران تبدیل شود.

علیرضا نجفی، کارشناس ارشد اکتشاف معدن، جانشین مدیر

اکتشاف و استخراج در شرکت توسعه معادن صدر جهان

مجموعه صدر جهان در حال حاضر روی شش پروژه کار می‌کند. یکی از پروژه‌های مجموعه با نام شادان تحت نظر شرکتی مستقل به نام کارند صدر جهان فعالیت دارد. شادان معدن ذخیره طلا و مس است که مطالعات آن نهایی شده و در حال حاضر آمادگی برای ساخت کارخانه و استخراج این دو فلز را دارد.

از دیگر پروژه‌های مجموعه صدر جهان می‌توان به معدن مس و طلای رشیدآباد زنجان (یک محدوده رگه‌ای با عیار مناسب و ذخیره مناسب)، معدن هندوآباد اردستان (معدن کوچک مس با عیار مناسب)، محدوده قاضی‌ولی (رگه‌های طلا در حال اکتشاف)، محدوده قالیاق‌تپه در آذربایجان شرقی (با پتانسیل مولیبدن و مس در حال اکتشاف) و محدوده ورگهان (دارای پتانسیل رگه‌های طلا و در حال اکتشاف) اشاره کرد.

این‌ها مجموع پروژه‌هایی است که در حال حاضر صدر جهان روی آن‌ها کار می‌کند. در کنار این پروژه‌ها بحث بررسی و مطالعات محدوده‌های جدید نیز در دست بررسی قرار دارد که در این زمینه مجموعه پیشنهاد‌های خوبی را هم دریافت کرده است. البته در این بخش نیاز به سرمایه‌گذاری داریم که باید دید مجموعه صدر جهان تا چه اندازه می‌تواند در این زمینه

به سوی فعال سازی معادن کوچک

نرسیده‌اند که خوراک مورد نیاز ما را تامین کنند، آن هم با توجه به فرآیند دریافت مجوزهای محیط زیست و منابع طبیعی که البته قابل حل است و نیز از آنجایی که شرکت نویاست. مایکل پورتر، یکی از صاحب‌نظران دانش بازرگانی، می‌گوید تازه‌وارد بودن و رقبا تهدیداتی است که همیشه در بازار وجود دارد. ما از آنجایی که با بازار پرنوسانی مواجه هستیم، باید در بازار تمرین می‌کردیم. تمرین ما این بود که در قالب مشارکت یا خرید بار مس فعالیت کنیم. از آنجایی که تمرکز مجموعه روی مس و طلاست، مس را از معادن خریداری کرده و به کارخانجات فرآوری تحویل می‌دهیم و کنستانتراه‌ای را که تولید می‌شود، می‌فروشیم. به این شکل هم با تمام اجزا و ارکان بازار در این حوزه آشنا شدیم و هم برای مجموعه درآمدزایی شد.

در حال حاضر محور کار بازرگانی شناسایی پتانسیل‌ها، امکان‌سنجی، راستی‌آزمایی پتانسیل‌های مس در استان‌های آذربایجان شرقی، سمنان، خراسان، کرمان، زنجان مختلف است. معادن خوب در استان‌های موردنظر شناسایی شده است و با یک فرمول عبارسنجی سنگ معدن این سیکل را در استان‌های مختلف شکل دادیم. در استان خراسان و سمنان این اتفاق افتاده است و به تولید رسیده‌ایم. در استان زنجان هنوز این اتفاق نیفتاده است. در تلاش هستیم این چرخه را ادامه دهیم تا زمانی که معادن مجموعه راه بیفتد. به موازات این کارخانجات نیز در حال راه‌اندازی است، که اگر این اتفاق بیفتد، از خوراک معادن مجموعه به کارخانجات می‌دهیم و محصول خودمان را خواهیم داشت. این کلیت فعالیت‌های بازرگانی است. در کنار این فعالیت‌ها مهندسی خرید تجهیزات لازم در حال انجام است. هم‌چنین روی فلزات دیگر مانند کروم و منگنز کار می‌کنیم تا این بخش را توسعه دهیم. قطعاً بخش بازرگانی در این مجموعه توسعه پیدا خواهد کرد و بخش‌های مختلف مانند خرید و فروش، صادرات و واردات همه اجزایی خواهند شد که بازرگانی باید به آن تفکیک شود.

پنج مدیر اصلی مجموعه به طور مستقیم در بخش‌های مختلف با مدیرعامل در ارتباط هستند، جلسات ماهانه داریم که بر اساس برنامه بودجه سالانه عملکرد واحدها ارزیابی می‌شود. در آنجا تعامل می‌کنیم و مشکلات را مطرح می‌کنیم. برنامه‌محور هستیم و تعامل خوبی وجود دارد.

رضا حلاجیان، مدیر بازرگانی مجموعه صدر جهان

اوایل دهه ۸۰ که در حوزه معدن فعالیت داشتیم، دغدغه‌ام این بود که ارزش‌افزوده پروژه‌های این بخش به عنوان سرمایه‌های ملی نصیب مناطقی که در آن‌ها این طرح‌ها انجام می‌شد و عمدتاً نیز جزو مناطق محروم هستند، نمی‌شد. حتی با وجود اشتغال قابل توجهی که ایجاد می‌شد، اما متأسفانه عایدی برای مردم محروم آن مناطق نداشت. ضمن این‌که رسالت ما در کنار کار فنی و مهندسی، یک فعالیت اقتصادی برای کشورمان بود که به منصفه ظهور نرسید و همواره سود آن نصیب شرکت و سهام‌داران می‌شد و درنهایت از این چرخه به دلیل برخی از سیاست‌گذاری‌های اشتباه، بهره‌برداری مناسب نمی‌شد. برای نمونه، ممنوع شدن صادرات طلا، درحالی‌که در این حجم کسی توانایی خرید طلا را ندارد و این طلا روی دست تولیدکننده می‌ماند.

اگر قرار است از تولیدکننده حمایت شود، اگر قرار است با صادرات به اقتصاد کشور خدمت کنیم، باید در نظر داشته باشیم که ممنوعیت صادرات و از طرفی اجازه واردات به ضرر تولیدکننده تمام می‌شود. متأسفانه معادن کوچک ما در کشور غیرفعال هستند. یکی از دلایل آن این است که اصولی کار نشده و پس از استفاده از آن و کسب سود معدن رها شده است. دلیل دیگر عدم داشتن دانش بوده است که افراد متخصص این کار نبودند. معادنی که در حال حاضر غیرفعال شده‌اند، برای ادامه فعالیت مستلزم هزینه و زمان بالایی است که کسی در این شرایط این ریسک را نمی‌کند. زمانی که پیشنهاد کار در این مجموعه به من شد، گفتند این هلدینگ قصد دارد معادن کوچک را فعال و فرآوری کند و محصولات را صادر کنیم و به اقتصاد کشور خدمت کنیم. من با این هدف ارزشی همکاری‌ام را با این مجموعه آغاز کردم.

با حضور دوستانی خوشفکر ساختارسازی در این مجموعه آغاز شد. درست مانند یک ساختمان نیمه‌کاره که برای تکمیل آن انرژی، زمان و هزینه بیشتری برایتان به همراه دارد، به جای این‌که همان ساختمان از ابتدا آغاز به کار کند، این مجموعه نیز به همین صورت است، اما با توجه به هدفی که داریم، سعی داریم صدر جهان را به رسالتی که دارد، برسانیم تا ارزش‌افزوده ایجاد کنیم.

در حال حاضر این مجموعه شش معدن دارد و این معادن هنوز به جایی



راهیابی صدر جهان به جمع شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدی

شرکت توسعه معادن صدر جهان موفق شد در حوزه مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی، جزو شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدی قرار بگیرد.

این شرکت که از سوی کارگروه ارزیابی و تشخیص صلاحیت شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان زیر نظر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، به عنوان شرکت نوپا در جمع شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدی ثبت شده، می‌تواند از شهریور ماه سال ۹۸، به مدت دو سال از کلیه تسهیلات حمایتی ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا استفاده کند. گفتنی است این تسهیلات، دریافت وام بلاعوض و کم‌سود از صندوق نوآوری و شکوفایی، دریافت خدمات مشاوره‌ای، تخصیص مکان در پارک‌های علم و فناوری و سایر حمایت‌های قانونی را شامل می‌شود.



گپ و گفت با آریا همتیان، دارنده مدال نقره المپیاد جهانی نجوم و اختر فیزیک و عضو نوجوان خانواده خوارزمی

خوش‌بر خور دترین تیم در المپیاد جهانی بودیم

بود. در واقع نجوم تلفیقی از ریاضی، شیمی و فیزیک است. در واقع من مباحث المپیاد دانش‌آموزی را که دیدم، علاقه‌مند شدم این رشته را دنبال کنم. البته از همان بچگی هم به مباحث نجوم مثل سیارات و... علاقه داشتم و همین علاقه هم باعث شد به سمت نجوم بروم. البته این علاقه الان خیلی گسترده‌تر شده است.

● **از المپیادی که در آن شرکت کردید، برابمان بگویید. چند نفر و از چه کشورهایی در این المپیاد شرکت کردند؟**

المپیاد جهانی نجوم و اختر فیزیک امسال در کشور مجارستان شهر کستلی بین ۲۶۰ نفر از ۴۷ کشور برگزار شد. کشور ما به دلیل سابقه درخشان و توانایی ویژه‌ای که در سال‌های گذشته در اخذ رتبه‌های برتر المپیاد نجوم و اختر فیزیک از خود نشان داد، توانست این امتیاز را داشته باشد تا دو تیم از کشورمان در این المپیاد شرکت کنند. در سایر المپیادها نصف افرادی که در المپیاد کشوری مدال طلا گرفته‌اند، تحت عنوان تیم المپیاد کشورمان به محل برگزاری اعزام خواهند شد، اما به دلیل جایگاه ایران در سال‌های اخیر که همواره بین پنج تیم اول در المپیاد نجوم و اختر فیزیک قرار داشته، این بار توانستیم یک تیم مهمان تحت عنوان تیم B در کنار تیم اصلی به المپیاد جهانی بفرستیم. تیم ایران معمولاً ۱۰ نفره است، در صورتی که تیم سایر کشورها معمولاً پنج نفره است. این المپیاد جهانی اواسط مرداد ماه سال جاری برگزار شد. سوالات آن نسبت به سال‌های گذشته در سطح بالاتری قرار داشت و کمی برابمان سخت‌تر بود، اما خوش‌بختانه توانستیم نتایج خوبی به دست بیاوریم.

چند وقت پیش شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی شاهد موفقیت یکی از اعضای نوجوان خانواده خود بود. آریا همتیان، فرزند کیانوش همتیان، معاون مالی و اقتصادی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، موفق به کسب مدال نقره در المپیاد جهانی نجوم و اختر فیزیک مجارستان (بوداپست) شد. «خوارزم» درباره شرکت در این المپیاد، نحوه تعاملات آریا با خانواده و شرکت خوارزمی و عوامل موثر در دستیابی به این موفقیت، گفت‌وگویی با آریا همتیان داشته که در ادامه می‌خوانید.

● **از خودتان شروع کنیم. شما متولد چه سالی هستید و رشته تحصیلی شما در مقطع دبیرستان چه بود؟**

من متولد مرداد سال ۸۱ هستم. از کودکی به مباحث ریاضی و فیزیک علاقه‌مند بودم، لذا در دبیرستان هم همین رشته را ادامه دادم و بعد از آن هم با توجه به شناختی که از خودم داشتم، وارد پروسه المپیاد دانش‌آموزی شدم و به دلیل علاقه زیادم به علم نجوم، ترجیح دادم از بین رشته‌های موجود این مبحث را برای شرکت در المپیاد انتخاب کنم و خدا را شکر توانستم مدال طلای المپیاد کشوری را در سال گذشته کسب کنم.

● **همان‌طور که گفتید، رشته تحصیلی شما در دبیرستان ریاضی و فیزیک بوده است، چرا در المپیاد فیزیک یا ریاضی شرکت نکردید؟ چه شد که به سمت المپیاد نجوم متمایل شدید؟**

بخش خیلی زیادی از این علاقه، علاقه به خود نجوم و فیزیک



پروژه شرکت در المپیاد در همه کشورها به یک شکل انجام می‌شود؟

این مراحل در ایران بسیار منظم برگزار می‌شود، در صورتی که در خیلی از کشورها به این صورت نیست. از آنجایی که در کشور ما به ارتقای علم توجه ویژه‌ای می‌شود، این مراحل در کشور ما بسیار منسجم‌تر برگزار می‌شود. برای ورود به المپیاد باید در آزمون دو مرحله‌ای که در پایه دوم متوسطه (دهم) برگزار می‌شود، شرکت کرد. افرادی که موفق به کسب نمره تعیین شده در مرحله اول شوند، به مرحله دوم راه پیدا می‌کنند. از آزمون مرحله دوم بین ۴۰ تا ۵۰ نفر انتخاب می‌شوند و در یک دوره تابستانی برای آمادگی المپیاد شرکت می‌کنند که از بین آن‌ها به ۱۰ نفر برتر هر دوره مدال طلا داده می‌شود و مدال‌های نقره و برنز بین سایر نفرات تقسیم می‌شود. برای ۱۰ نفر اول المپیاد دانش‌آموزی کشوری علاوه بر اخذ مدال طلا، سهمیه‌ای نیز در نظر گرفته شده و آن‌ها می‌توانند با توجه به علائق خود در هر رشته‌ای که ترجیح می‌دهند، در دانشگاه مورد نظر خود پذیرفته شوند. یکی از دلایل پرطرفدار بودن المپیاد دانش‌آموزی در ایران نسبت به سایر کشورها نیز همین مسئله است. افرادی که موفق به اخذ مدال نقره یا برنز در سطح المپیاد کشوری شده‌اند نیز شامل ۲۰ درصد سهمیه در کنکور می‌شوند که این سهمیه به آن‌ها کمک می‌کند در آینده پس از شرکت در کنکور در رشته مورد نظرشان پذیرفته شوند.

۱۰ نفر اول المپیاد کشوری دانش‌آموزی بعد از دوره تابستانه یعنی در طول سال تحصیلی، در یک دوره طلا شرکت داده خواهند شد. در این دوره این افراد مورد آموزش‌هایی مباحث ویژه‌ای قرار خواهند گرفت که برای شرکت در المپیاد جهانی دانش‌آموزی آماده شوند. در واقع هدف اصلی افراد از شرکت در المپیاد کشوری، شرکت در المپیاد جهانی است. سهمیه کنکور نیز بدین منظور برای افراد در نظر گرفته شده است تا داوطلبان شرکت در المپیاد جهانی بتوانند با فراغ خاطر به تمرین و مطالعه برای المپیاد جهانی بپردازند و دغدغه‌ای از این بابت نداشته باشند.

فضای المپیاد چطور بود؟ چه کشورهایی در این المپیاد شرکت کرده بودند و افراد برگزیده متعلق به چه کشورهایی بودند؟ بر خورد سایر شرکت‌کنندگان با بچه‌های ایران چطور بود؟

اگر بخواهم کلی بگویم، فضای المپیاد جهانی فضای شاد و مفرحی بود، طوری که به گفته خودشان فضا برای همکاری‌های آینده فراهم شود. تعاملات بین شرکت‌کنندگان خوب بود و توانستیم با سایر افرادی که در کشورهای دیگر به دنبال کسب علم بودند، ارتباط برقرار کنیم. می‌توان گفت این تعاملات باعث ارتقای فرهنگ کشورها نیز می‌شود و هر کشوری می‌تواند در خلال همین گفت‌وگوها با فرهنگ‌های سایر کشورها آشنا شود. این مسئله برای همکاری‌های علمی بسیار راه‌گشاست. ارتباط و گفت‌وگوهای با سایر شرکت‌کنندگان از کشورهای دیگر داشتیم که همین باعث شد هم ما با بخشی از فرهنگ آن‌ها آشنا شویم و هم بعضی از شرکت‌کننده‌ها با قسمت‌هایی از فرهنگ ما آشنا شوند. از تاریخ و فرهنگ و تمدن باستانی خود برای کشورهای دیگر گفتیم، مثلاً ما سوغات‌ها و تنقلات کشور خودمان را به آن‌ها معرفی کردیم و آن‌ها هم همین کار را کردند، یا به عنوان سوغاتی اسکناس‌های کشورمان را به آن‌ها هدیه دادیم. در کل که سایر شرکت‌کننده‌ها بسیار از این روحیه مهربانی و مهمان‌نوازی فرهنگ ما استقبال کردند.

آیا کشورهایی که هم‌زبان خودمان هستند، در این المپیاد شرکت کرده‌اند؟ خاطره جالبی از فضای المپیاد در خاطراتان هست تا برای ما تعریف کنید؟

از کشورهای اطراف کشور پاکستان شرکت کرده بود که خیلی خوب توانستیم با یکدیگر ارتباط برقرار کنیم و آن‌ها رفتار دوستانه‌ای با ما داشتند و آن‌طور که خودشان می‌گفتند، به نظرشان خوش‌برخوردترین تیم حاضر در المپیاد جهانی بودیم. شرکت‌کنندگان پاکستانی افراد بسیار مهربانی بودند که به ما نظر لطف داشتند.

خاطره جالبی که از فضای المپیاد الان در ذهنم هست، در مورد راهنماهای حاضر در آنجا بود. یک بار که در حال والیبالی بازی کردن با این راهنماها بودیم، کمی از زبان خودمان را به آن‌ها یاد دادیم. مثلاً می‌گفتیم من می‌شود I یا تو می‌شود YOU و متقابلاً این راهنماها نیز زبان خود را به ما یاد دادند و هنگام بازی این اصطلاحات را به کار می‌بردیم.

یکی دیگر از خاطراتم هم مربوط به تار زدنم در فضای دوره‌ی صمیمانه با شرکت‌کنندگان سایر کشورها بود که اتفاقاً یکی از بچه‌های حاضر در المپیاد با آواز ایرانی آشنایی داشت. او هم همراه با تار زدن من آواز خواند که این همراهی بسیار مورد توجه بچه‌های کشورهای دیگر قرار گرفت.

حمایت‌های خانواده را تا چه میزان در دست‌یابی به این موفقیت خود موثر می‌دانید؟

پشتیبانی خانواده تاثیر به‌سزایی در کسب موفقیت‌های هر فردی دارد. مثلاً خود من تصوری از فضای المپیاد کشوری نداشتم، اما خواهرم با توجه به شناختی که از من داشت، به من پیشنهاد کرد شانس خود را برای شرکت در المپیاد کشوری امتحان کنم. یک ویژگی که المپیاد دارد، این است که فرد پایه دوم دبیرستان خود را به تحصیل تخصصی در یک یا چند موضوع خاص محدود می‌کند. یعنی به جای این‌که مثل همه در کلاس‌های درس مدرسه مانند عربی و ادبیات و... شرکت کند، از سایر بچه‌ها جدا می‌شود و در یک کلاس ویژه که برای آمادگی المپیاد کشوری تشکیل شده است، شرکت می‌کند، که در این کلاس‌ها فقط مباحث و درس‌ها مربوط به المپیاد آموزش داده می‌شود. این مسئله برای من خیلی جذاب بود، چون علاقه‌ای که من به ریاضی و فیزیک داشتم، به سایر درس‌ها نداشتم و قسمت خوب شرکت در المپیاد نجوم برای من همین‌جا بود. این‌که در درس‌هایی را که دوست داشتم، می‌خواندم و درس‌هایی را که دوست نداشتم، نمی‌خواندم.

چه مسیری را طی کردید تا توانستید این موفقیت را کسب کنید؟ آیا از همان کودکی درس‌خوان بودید؟

از همان دوره کودکی درس‌خوان بودم، اما با ورود به پایه دوم دبیرستان با پروژه المپیاد آشنا شدم. معمولاً المپیاد یک پروژه دو ساله است. یعنی برخی المپیادها مثل زیست و فیزیک به گونه‌ای است که افراد می‌توانند از پایه دهم یا یازدهم در این المپیاد شرکت کنند، که طبعاً کار برای کسی که در سال دهم در المپیاد شرکت می‌کند، سخت‌تر است، چراکه یک سال کمتر از فردی که از سال یازدهم وارد المپیاد شده است، مطالعه داشته است و افرادی که دو سال مطالعه کرده‌اند، شانس بیشتری برای دست‌یابی به رتبه‌های بالاتر در المپیاد دارند. بنده خوش‌بختانه توانستم در سال دهم مدال طلای المپیاد کشوری را کسب کنم. در واقع من پروژه المپیاد را یک سال با مطالعه شخصی و کلاس‌هایی که از سوی مدرسه برگزار می‌شد، گذراندم و یک

آریا همتیان: فضای المپیاد جهانی فضای شاد و مفرحی بود، طوری که به گفته خودشان فضا برای همکاری‌های آینده فراهم شود. تعاملات بین شرکت‌کنندگان خوب بود و توانستیم با سایر افرادی که در کشورهای دیگر به دنبال کسب علم بودند، ارتباط برقرار کنیم. می‌توان گفت این تعاملات باعث ارتقای فرهنگ کشورها نیز می‌شود و هر کشوری می‌تواند در خلال همین گفت‌وگوها با فرهنگ‌های سایر کشورها آشنا شود

آریا همیتیان: سوالات المپیاد نیازمند ایده پردازی و توانایی حل مسئله و دانش است. بیشتر تمرین هایی که برای آمادگی المپیاد با داوطلبان کار می شود، بر مهارت حل مسئله متمرکز است. البته چون کشور ما در المپیادهای جهانی هر سال موفق به کسب رتبه های بالایی می شود، مباحثی که در المپیاد کشوری و جهانی کار می شود، تقریباً یکسان است

سال را هم با حضور در موسسه دانش پژوهان جوان (زیر نظر آموزش و پرورش) که آموزش و اعزام افراد به المپیادهای مختلف و برگزاری المپیاد کشوری و جهانی از وظایف این نهاد است، طی کردم. در این موسسه تحت آموزش های لازم قرار گرفتیم. اساتید در این موسسه زحمات بسیاری کشیدند تا ما بتوانیم در المپیاد جهانی افتخار آفرینی کنیم.

تقریباً روزی چند ساعت درس می خواندید؟

زمانی که دوره های آموزشی را در کلاس های مدرسه می گذراندم، ساعات آموزشی در مدرسه زیاد بود، به همین علت زمانی که به خانه می رسیدم، استراحت می کردم تا برای روز بعد آماده شوم و آن چنان فرصتی برای مطالعه در خانه نداشتیم. البته اساتید و معلمان بسیار خوبی داشتیم که برای ما تلاش می کردند و در همان زمان حضور در مدرسه و بین زنگ های تفریح فرصت مطالعه فراهم بود. در زمان حضور در موسسه دانش پژوهان که برای المپیاد جهانی آماده می شدم، در طول سال امتحاناتی برگزار می شد و با توجه به آن امتحانات بچه ها دسته بندی می شدند. برای این امتحانات باید مطالعاتی می داشتیم. اما نکته حائز اهمیت در تفاوت مطالعه برای کنکور و المپیاد است. این تفاوت خود را در نحوه حل سوالات نشان می دهد. به عنوان مثال، داوطلبان کنکور باید به جمع آوری اطلاعات در حوزه سوالاتی بپردازند که در کنکور مطرح می شود، اما سوالات المپیاد نیازمند ایده پردازی و توانایی حل مسئله و دانش است. بیشتر تمرین هایی که برای آمادگی المپیاد با داوطلبان کار می شود، بر مهارت حل مسئله متمرکز است. البته چون کشور ما در المپیادهای جهانی هر سال موفق به کسب رتبه های بالایی می شود، مباحثی که در المپیاد کشوری و جهانی کار می شود، تقریباً یکسان است و در سال دوم آمادگی بر همان مباحث سال اول تاکید می شود و نیازی به یادگیری مباحث دیگر نیست.

شما به عنوان عضوی از خانواده خوارزمی چقدر با مجموعه و سبک کار مجموعه آشنا هستید؟

در حقیقت چندان با نحوه کار شرکت آشنا نیستیم، اما چند باری از پدرم در خصوص حوزه فعالیت شرکت پرسیدم که متوجه شدم حوزه فعالیت شرکت چیست، اما به صورت گسترده خیر. اطلاعات خاصی در این زمینه ندارم.

از مراسمی که دکتر موسوی به عنوان مدیرعامل برای تقدیر از شما برگزار کردند، بگویید.

واقعیتش این است که من واقعا انتظار چنین برخورد و مراسمی را نداشتم. بسیار خوشحال شدم و اصلا انتظار نداشتم مراسمی به این وسعت و با حضور تمام مدیران شرکت برگزار شود. جناب آقای دکتر موسوی لطف بزرگی به من داشتند و من اصلا انتظار نداشتم همه مدیران شرکت زحمت بکشند وقت بگذارند و در مراسم شرکت کنند. مراسم فضای دوستانه ای داشت و هر کدام از حضار از تجربه های خود در زمینه نجوم و رصد می گفتند و از جایگاه ویژه ایران در تولید علم ابراز خرسندی می کردند.

دوست دارید روزی در شرکت خوارزمی مشغول به کار شوید؟

در حقیقت به شخصه کار در محیط اداری را نمی پسندم و این فضا مطابق رشته و علایق من نیست. بیشتر دوست دارم در حوزه تحقیقاتی کار کنم، اما در آینده اگر تخصص مورد نیاز شرکت سرمایه گذاری خوارزمی باشد، احتمال کار کردن در این مجموعه وجود دارد، با این که هنوز تصمیمی در این مورد نگرفته ام.

فکر می کنید اگر روزی امکان فعالیت شما در این مجموعه فراهم شد و شما کارمند پدرتان شدید، رابطه تان در شرکت به همان منوال که در خانه می گذرد، خواهد گذشت؟

قاعدتا رابطه کارمند و کارفرما با رابطه پدر و پسر متفاوت است. اگر من کارمند پدرم شوم، باید مانند همه کارمندان با من برخورد شود. مثلا اگر اشتباهی کردم، مجازات شوم و اگر کار درستی انجام دادم، مورد تشویق قرار بگیرم. ولی رشته من با پدرم تفاوت دارد.

برنامه شما برای آینده چیست؟ باید منتظر خبر موفقیت شما در کدام حوزه ها باشیم؟

خوش بختانه چون یک سال زودتر از موعد یعنی در پایه دهم موفق به اخذ مدال طلای المپیاد کشوری شدم، شانس دوباره شرکت در المپیاد جهانی برای کسب مدال طلا را دارم و می خواهم فعلا تمرکز اصلی ام را بر این ماجرا قرار دهم. در مورد رشته تحصیلی و دانشگاه خود هنوز تصمیمی نگرفته ام، اما بین

معاون مالی و اقتصادی گروه سرمایه گذاری خوارزمی:

کاش از جوانان نخبه حمایت کنیم

«آریا از دوران راهنمایی به مباحث نجوم علاقه مند بود و خیلی مواقع هم درباره علاقه اش و اطلاعاتش در این باره با من صحبت می کرد. وقتی وارد دبیرستان شد و برای المپیاد دانش آموزی امتحان تعیین سطح داد، مشخص شد می تواند در هر سه المپیاد نجوم و فیزیک و ریاضی شرکت کند. علی رغم توصیه مسئولین المپیاد دبیرستان علامه حلی ۱ به شرکت در المپیاد فیزیک یا ریاضی، به دلیل امتیازی که در تعیین سطح کسب کرده بود، وی با توجه به علاقه اش شرکت در المپیاد نجوم را برگزید. تمامی اعضای خانواده، هم مادر و خواهرش و من، در حد توانمان از آریا حمایت کردیم و پشت تصمیمی که گرفته بود، ایستادیم.» این جمله هایی است که کیانوش همیتیان، معاون مالی و اقتصادی گروه سرمایه گذاری خوارزمی،

درباره پسرش به «خوارزم» گفته. به بهانه موفقیت آریا پای صحبت های پدرش نشستیم.

اولین بار که آریا گفت به نجوم علاقه دارد، چه فکری کردید؟ آیا دوست داشتید آریا به مبحث یا علم دیگری علاقه مند بود؟

در حقیقت من در آن لحظه به این مسئله فکر نکردم و فقط به علاقه اش فکر کردم. با این که بعدها متوجه شدم که شرکت در سایر المپیادها مانند فیزیک و ریاضی از اعتبار بیشتری برخوردار است، اما باز هم روی نظرم تاثیری نگذاشت.

فکر می کنید اگر آریا در این شرکت کار کند، رابطه اش با شما به عنوان کارمندان چطور خواهد بود؟

فکر می کنم آریا اصلا با من کار نخواهد کرد، چون

رشته اش بسیار با من متفاوت است. اما با همه این ها اگر روزی آریا پیش من کار کند، بسیار به او سخت خواهم گرفت.

نکته خاص دیگری مدنظر تان هست که بخواهید با ما در میان بگذارید؟

لطفا بنویسید که ای کاش مسئولین کشور از این جوانان نخبه بیشتر حمایت کنند و امکاناتی برایشان فراهم کنند تا از خروج این سرمایه ها از کشور جلوگیری شود. متأسفانه ما می بینیم که خیلی از افرادی که برای کشور افتخار آفرینی کرده اند، الان در خارج از کشور هستند، یا اگر به خاطر تعلق خاطر به کشور در ایران مانده اند، اوضاع سختی دارند. این

دو رشته برق و فیزیک در دانشگاه شریف دودل هستیم.

● برنامهای برای مهاجرت از ایران دارید؟

خودم علاقه‌مند به مهاجرت هستم، اما نظر خانواده در این مورد برایم مهم است. اگر آن‌ها مخالف مهاجرت من باشند، من هم به نظرشان احترام می‌گذارم.

● اگر بخواهید مهاجرت کنید، دلالتان برای این کار چیست؟

متأسفانه در کشور مادر سطوح بالا از تولید علم حمایت نمی‌شود. به عنوان مثال، فردی که در ایران مشغول زندگی و کار باشد، تا به حال موفق به اخذ مدال نوبل نشده است. این باعث می‌شود افراد خیلی مشتاق به قدم برداشتن در این راه نباشند. متأسفانه خیلی از دانشمندان در خارج از کشور مشغول تولید علم هستند، و گرنه اگر شرایطش باشد، وطن‌پرستی ایجاب می‌کند در کشور خودمان مشغول فعالیت باشیم.

● نکته جذابی که در علم نجوم شما را به سمت انتخاب این رشته متمایل کرد، چیست؟

قسمتی از علم نجوم که همه مردم با آن آشنا هستند، آسمان و ماه و... است. این بخش همان بخشی بود که در دوران راهنمایی طی اردوهای رصدی که رفتم، به آن علاقه‌مند شدم. در المپیاد فیزیک یا شیمی آزمایشگاه مخصوص این کار وجود دارد، یا در المپیاد کامپیوتر امکاناتی برای برنامه‌نویسی در اختیار داوطلبان می‌گذارند. اما المپیاد نجوم یک سری امکانات عملی در اختیار داوطلب می‌گذارند. به عنوان مثال، برای رصد به دلیل هوای آلوده تهران باید به سمت شهرهایی مثل اصفهان رفت. دیدن آسمان پرستاره واقعا حس لطیفی به روح انسان می‌دهد.

● خاطره جذابی از این رصد آسمان در شهرهای کویری دارید؟

برای رصد به یک کاروانسرا، مثلا کاروانسرای مرنجاب یا مدارس یا خوابگاه‌هایی می‌رویم که در آن بازه زمانی خالی هستند. عمده فعالیت رصد اجرام آسمانی در شب صورت می‌پذیرد و روز به استراحت و تفریح می‌گذرد. شب‌ها هم وسایل کار مثل تلسکوپ را برپا می‌کنیم و به رصد می‌پردازیم. بعضی از ستارگان هم با چشم غیر مسلح قابل دیدن هستند.

● در تهران هم رصدخانه‌ای وجود دارد؟

بله، رصدخانه در تهران وجود دارد. مثلا گنبد مینا که یک گنبد آسمان‌نماست که با یک‌سری پروژکتورهای خاص تصویر آسمان را نشان می‌دهند، جایگزین خوبی است برای آسمان، اما آسمان طبیعی وجود ندارد. در محدوده شمال شرق تهران نیز پژوهشگاه دانشگاه بنیادی IPM وجود دارد. آن‌جا محلی برای انجام پروژه‌های پیشرفته نجوم است.

● سوالات ما تمام شد. اگر نکته خاصی مدنظرتان

هست که در طول مصاحبه فرصت نشد به آن اشاره کنید، برای ما بگویید.

به نظر من باید برای المپیاد بیشتر تبلیغ کرد، چون استعدادها بسیار زیادی در شهرستان‌ها وجود دارد که شاید اصلا از نحوه برگزاری المپیادهای کشوری مطلع نباشند و امکانات خوبی برای آموزش المپیاد ندارند. این فضا بسیار فضای خوبی برای شکوفایی استعدادهاست و حیف است که افرادی با استعداد در سطح کشور وجود دارند که تنها به دلیل ناآگاهی فرصت حضور در المپیاد کشوری را نداشته باشند و نکته بعدی هم درباره کنکور بود. دارندگان مدال نقره و برنز کشوری شامل معافیت از کنکور نمی‌شوند. سهمیه ۲۰ درصدی که به آن‌ها تعلق می‌گیرد، تراز کف قبولی را برای آن‌ها پایین می‌آورد و به آن‌ها کمک می‌کند در رشته مورد نظرشان راحت‌تر پذیرفته شوند. اما این‌ها کسانی بودند که دو سال از فضای آموزش کلی کشور دور بوده‌اند و لذا نتوانستند مثل همه بچه‌ها آموزش‌های لازم را برای شرکت در کنکور کسب کنند و تنها یک سال برای خواندن حجم درس سه سال وقت دارند. از طرفی، برخی دانشگاه‌ها در پذیرش افراد المپیادی سنگ‌اندازی می‌کنند. این در صورتی است که این افراد تنها یک سال وقت داشته‌اند خود را به بقیه برسانند و طبعاً لیاقت بیشتری دارند و باید مورد حمایت قرار گیرند.

ضمناً می‌خواستم از تمامی مسئولین المپیاد مدرسه علامه حلی ۱ به خاطر همه زحماتی که برای ما کشیدند، تشکر کنم. هم‌چنین از اساتیدمان که عمدتاً از دانش‌آموزان برتر در المپیاد کشوری و جهانی سال‌های قبل بودند، به دلیل آن‌که با ما دوست شدند و همه تجارب خودشان از المپیاد را در اختیار ما گذاشتند، قدردانی می‌کنم.

آریا همیتیان: باید برای المپیاد بیشتر تبلیغ کرد، چون استعدادها بسیار زیادی در شهرستان‌ها وجود دارد که شاید اصلا از نحوه برگزاری المپیادهای کشوری مطلع نباشند و امکانات خوبی برای آموزش المپیاد ندارند. این فضا، فضای بسیار خوبی برای شکوفایی استعدادهاست و حیف است که افرادی با استعداد در سطح کشور وجود دارند که تنها به دلیل ناآگاهی فرصت حضور در المپیاد کشوری را نداشته باشند



جوانان باید حمایت مالی شوند تا دغدغه مالی نداشته باشند. فکر این افراد باید بر ابداع و خلق ایده‌های جدید متمرکز باشد، نه این‌که دغدغه امرار معاش داشته باشند.

● تا الان حمایت خاصی از سوی نهادها صورت گرفته است؟

خیر، البته یک شرکت خصوصی به نام شرکت آتین‌سازه با مدیریت مهندس آسویار بخشی از هزینه‌های شرکت سه نفر از دانش‌آموزان در المپیاد جهانی نجوم و اختر فیزیک را به عنوان حامی مالی متقبل شدند که جا دارد از بزرگواری و علم‌دوستی ایشان تشکر و قدردانی کنم.

دکتر واصفی خبر داد

سهام چشم گیر «سینا دارو» در صنعت داروی کشور



قرار داده است. ذکر این نکته لازم است که شرکت سینا دارو از جمله شرکت‌های تابعه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به شمار می‌رود و طرح‌های توسعه‌ای این شرکت با حمایت و پشتیبانی سهام‌داران عمده این شرکت از جمله گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی اجرا شده است.

ولی اقداماتی برای ثبت و صادرات به کشورهای تاجیکستان، ازبکستان و ترکمنستان نیز صورت گرفته است. دکتر واصفی در ادامه به برگزاری بیست‌ویکمین دوره رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران از سوی سازمان مدیریت صنعتی در سال گذشته اشاره کرد و افزود: این سازمان هر سال شرکت‌های معتبر کشور را بر اساس ۳۳ شاخص و در هفت گروه از جمله: اندازه و رشد شرکت، سودآوری و عملکرد، بهره‌وری، صادرات، نقدینگی و... ارزیابی می‌کند، که شرکت سینا دارو در سال گذشته توانست رتبه ۲۱۰ را از میان ۵۰۰ شرکت برتر کسب کند که افتخار بزرگی به شمار می‌رود.

علاوه بر این، مهم‌ترین دستاورد شرکت سینا دارو در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر، کسب رتبه اول شاخص بازده فروش از لحاظ شاخص سودآوری و عملکرد در میان ۱۹ شرکت گروه مواد و محصولات دارویی است.

به گفته وی، هدف از این رتبه‌بندی معرفی شرکت‌هایی است که اثرگذاری بیشتری در اقتصاد کشور دارند و ضمن شفاف‌سازی فضای کسب‌وکار، باعث ایجاد حس رقابت در میان بنگاه‌های اقتصادی می‌گردد.

بدیهی است تحقق این دستاورد حاصل درک و استفاده مناسب از فرصت‌ها و هم‌دلی مدیران و کارکنان سینا دارو است.

وی اصالت داشتن، کیفیت، اتحاد، پای‌بندی به اخلاق حرفه‌ای، سرمایه انسانی، مشتری‌مداری، توجه به استانداردها و توسعه دانش را به عنوان ارزش‌های محوری شرکت سینا دارو مورد توجه قرار داد و گفت: توجه به این موارد شرکت سینا دارو را در زمره یکی از خوش‌نام‌ترین تولیدکنندگان محصولات دارویی

شرکت سینا دارو به عنوان یکی از پرسابقه‌ترین شرکت‌های دارویی کشور در سال‌های گذشته روندرو به رشد منحصر به فردی را پشت سر گذاشته، به طوری که امروز این شرکت با تکیه بر دانش و تخصص نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده خود در زمره ۱۰ شرکت برتر دارویی کشور قرار دارد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، این شرکت در حال حاضر ظرفیت بسیار خوبی برای تولید داخلی انواع قطره (مولتی دوز و سینگل دوز)، آمپول، اسپری‌های دهانی (تنفسی) و بینی، پمادهای چشمی و جلدی ایجاد کرده و نقش موثری در تولید انواع دارو در داخل کشور ایفا می‌کند و انحصار تولید برخی داروها در اختیار این شرکت قرار دارد.

دکتر محمدحسن واصفی، مدیرعامل این شرکت، در تشریح آخرین وضعیت سینا دارو، به طرح توسعه این شرکت که از سال ۹۴ آغاز شده، اشاره کرد و گفت: بیش از ۸۰ درصد فازهای اجرایی توسعه شرکت از جمله احداث ساختمان و تاسیسات کلین روم و واحدهای پشتیبانی انجام شده و فرایند انتقال و توسعه و بهسازی شرکت تا سال ۱۴۰۰ نهایی خواهد شد. با تکمیل این فرایند، شرکت سینا دارو علاوه بر به‌روزرسانی تولید و کنترل، رشد قابل ملاحظه‌ای در زمینه تولید انواع دارو را پشت سر خواهد گذاشت.

وی به موقعیت شرکت سینا دارو در صنعت دارویی کشور اشاره کرد و گفت: سینا دارو در صنعت دارویی کشور در میان ۱۰ شرکت برتر دارویی قرار دارد. به عنوان مثال، بیش از ۸۰ درصد سهم بازار انواع قطره‌های چشمی و اسپری‌های دهانی و بینی کشور در انحصار شرکت سینا دارو قرار دارد. در حال حاضر شرکت سینا دارو انحصار تولید و عرضه ۲۶ قلم دارویی را در اختیار دارد.

دکتر واصفی در خصوص محصولات تولیدی این شرکت گفت: اعتماد فوق‌العاده به محصولات شرکت سینا دارو در جوامع پزشکی مربوطه، سرمایه ارزشمندی است که با اثربخشی بالای داروهای شرکت، موجبات وفاداری بیماران را نیز فراهم کرده است. این شرکت با تکمیل فرایند توسعه، هم‌چنان به عنوان اصلی‌ترین تولیدکننده انواع قطره‌های چشمی، گوشه‌ای، بینی، قطره چشمی یک بار مصرف، انواع اسپری دهانی و بینی، انواع پمادهای چشمی و جلدی کشور باقی خواهد ماند.

مدیرعامل شرکت سینا دارو هم‌چنین به اهمیت صادرات در بازار دارویی کشور اشاره کرد و گفت: حضور در بازارهای بین‌المللی فرصت رشد و توسعه صنعت دارویی کشور را فراهم می‌کند و توجه به این مهم ضروری است. هر چند عراق و افغانستان دو مقصد اصلی صادرات شرکت سینا دارو به شمار می‌روند،



سومین موتور نیروگاه ۲۵ مگاواتی تنکابن مورد بهره‌برداری قرار گرفت



تنکابن از جمله نیروگاه‌های شرکت نیرو پارسه به شمار می‌رود که قابلیت تولید هم‌زمان برق و حرارت را دارد.

ذکر این نکته لازم است که شرکت تولید و توسعه ایستگاهی نیرو پارسه به عنوان یکی از شرکت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، در تابستان ۱۳۹۰ در راستای سیاست‌های کلان دولت به منظور توسعه تولید برق در کشور با استفاده از نیروگاه‌های مقیاس کوچک و با هدف حضور قدرتمند در این حوزه تاسیس شد. این شرکت در حال حاضر زنجیره خدمات تخصصی راه‌اندازی و بهره‌برداری نیروگاه‌های مقیاس کوچک از جمله مشاوره، طراحی فنی و مهندسی، تامین تجهیزات، نصب و اجرا، راه‌اندازی و بهره‌برداری و خدمات پس از فروش موتور ژنراتورهای گازسوز هیوندای را ارائه می‌کند.

به همت مدیران و مهندسان شرکت نیرو پارسه، سومین موتور گازسوز نیروگاه ۲۵ مگاواتی نیروگاه تنکابن مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، مجیدرضا ضیایی، مدیرعامل شرکت نیرو پارسه، در تشریح جزئیات این اقدام گفت: با هدف ایجاد زیرساخت مناسب برای تولید برق مورد نیاز هم‌وطنان، انعقاد قرارداد همکاری شرکت نیرو پارسه با شرکت هیوندای کره جنوبی از سال‌ها قبل به امضا رسیده و راه‌اندازی نیروگاه تنکابن با سه موتور گازسوز ۸,۳ مگاواتی نیز در دستور کار قرار گرفت. تا پیش از اعمال تحریم‌های ظالمانه در بهار سال گذشته، با مشارکت مهندسان شرکت کره‌ای دو دستگاه موتور گازسوز تولید برق این نیروگاه مورد بهره‌برداری قرار گرفت، ولی با توجه به این‌که با اعمال تحریم‌ها کارشناسان شرکت هیوندای کشور را ترک کرده بودند، امکان راه‌اندازی دستگاه سوم فراهم نشده بود.

مهندس ضیایی با اشاره به اهمیت راه‌اندازی این دستگاه در تامین برق مورد نیاز شبکه مصرف گفت: به‌رغم خروج مهندسان شرکت طرف قرارداد، راه‌اندازی موتور سوم با تکیه بر توانمندی مهندسان شرکت در دستور کار قرار گرفت و خوش‌یختانه این دستگاه از اوایل تابستان امسال به صورت آزمایشی بهره‌برداری شد. پس از انجام تست‌های نهایی این دستگاه هم‌زمان با هفته دولت به صورت رسمی مورد بهره‌برداری قرار گرفت و نیروگاه ۲۵ مگاواتی تنکابن شرکت نیرو پارسه در حال حاضر با تمام ظرفیت مشغول به کار است.

به گفته وی، راه‌اندازی این دستگاه به دست کارشناسان شرکت نیرو پارسه علاوه بر این‌که صرفه‌جویی ارزی قابل ملاحظه‌ای برای شرکت به همراه داشته است، موجب گردیده سطح دانش فنی موجود در شرکت به مقدار چشم‌گیری افزایش یابد.

مدیرعامل شرکت نیرو پارسه در خصوص این نیروگاه گفت: نیروگاه ۲۵ مگاواتی

انتخاب خوارزمی



برگزاری دوره آموزش مبارزه با پول‌شویی و تامین مالی تروریسم در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

دوره آموزش ضمن خدمت مبارزه با پول‌شویی و تامین مالی تروریسم در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، این دوره در راستای اجرای مفاد قانون مبارزه با پول‌شویی و دستورالعمل‌های مرتبط سازمان بورس و اوراق بهادار با هدف آگاهی از روش‌های مقابله با پول‌شویی و تامین مالی تروریسم برای کارکنان گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی (شرکت اصلی و شرکت‌های فرعی) برگزار شد.

در این دوره فشرده که با تدریس استاد دکتر روح‌الله نجفی (مدیر مبارزه با پول‌شویی سازمان بورس و اوراق بهادار) برگزار شد، روش‌های مقابله با پول‌شویی و تامین مالی تروریسم مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

با توجه به این‌که پول‌شویی به عنوان اقدامی مجرمانه، آثار سوء متعددی بر اقتصاد کلان کشور، خصوصاً شرکت‌ها، به همراه دارد و آن‌ها را در معرض ریسک‌های عملیاتی، قانونی، تطبیق و شهرت قرار می‌دهد، بنابراین آگاهی کارکنان شرکت‌ها از روش‌های مقابله با پول‌شویی، زمینه بروز این پدیده را در این شرکت‌ها کاهش می‌دهد.

این دوره آموزشی با حضور مدیران و کارشناسان مالی شرکت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در محل ساختمان این شرکت برگزار شد.

برگزاری مراسم گرامیداشت بیست و دومین سالگرد تاسیس شرکت سرمایه گذاری خوارزمی



تیر ماه سال جاری، گروه سرمایه گذاری خوارزمی به مناسبت بیست و دومین سالگرد تاسیس خود، مراسم گرامیداشتی برگزار کرد.

مدیرعامل شرکت سرمایه گذاری خوارزمی در این مراسم گفت: حمایت‌ها و همراهی‌های سهامداران و ذینفعان در کنار تلاش شبانه‌روزی همکاران، این شرکت را در مسیر رشد و بالندگی قرار داده است. به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه گذاری خوارزمی، دکتر سیدرضا موسوی که به مناسبت بیست و دومین سالگرد تاسیس این شرکت، در نشست کوتاهی با کارکنان شرکت سخن می‌گفت، افزود: گروه سرمایه گذاری خوارزمی مجموعه‌ای پویا و فعال در عرصه‌های تولید و بازار سرمایه است که با بهره‌مندی از مدیران و کارشناسان تحصیل کرده و زبده توانسته در دوره‌های مختلف با اتخاذ تصمیم‌ها و شیوه‌های کارآمد و واقع‌بینانه در مدار پیشرفت قرار گیرد.

وی در این مراسم ضمن قدردانی از تلاش همه کارکنان شرکت سرمایه گذاری خوارزمی تاکید کرد: سرمایه انسانی شرکت سرمایه گذاری خوارزمی از امتیازات برجسته این شرکت در فضای رقابتی امروز به حساب می‌آید و نقش مهمی در کسب موفقیت‌های شرکت ایفا می‌کند.

لازم به ذکر است شرکت سرمایه گذاری خوارزمی ۷ تیرماه سال ۱۳۷۶ آغاز به کار کرد.

صنایع نوپا زیر چتر تامین مالی جمعی



است. از مهم‌ترین مزیت‌های تامین مالی جمعی می‌توان به استفاده از ظرفیت بالای بستر اینترنتی و فضای مجازی اشاره کرد. به همین دلیل کسب‌وکارهای خرد و نوپا می‌توانند با ارائه یک شرح کامل از ایده

در اوایل تیر ماه، فراخوان شرکت فرابورس برای ثبت‌نام متقاضیان عاملیت تامین مالی جمعی اعلام شد. این روش تامین مالی که تامین منابع از عموم در بستر اینترنت تعریف می‌شود، یکی از مهم‌ترین روش‌های تامین مالی برای کسب‌وکارهای نوپا در جهان به شمار می‌آید.

آرش آفاقلیزاده، مدیرعامل سیدگردان الگوریتیم، با بیان این مطلب، گفت: تامین مالی همواره یکی از چالش‌های اساسی ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه است. پیش از شکل‌گیری واسطه‌های مالی مختلف امروزی مانند بانک، بازار سرمایه و غیره مردم در محافل و جمع‌های خانوادگی خودجوش به تجمیع سرمایه‌های خرد اقدام می‌کردند و در نهایت آن را در اختیار فعالان اقتصادی قرار می‌دادند. اما امروزه با گسترش تکنولوژی و بسط قوانین این شیوه تامین مالی جمعی در بستر وسیع‌تر، ساختار کامل‌تری به خود گرفته است. تامین مالی همواره دغدغه‌ای مهم برای کسب‌وکارهای نوپا و کارآفرینان بوده

هزار میلیارد ریال اوراق منفعت «سینا دارو» مورد استقبال سرمایه‌گذاران قرار گرفت

روش‌های نوین تامین مالی از طریق بازار سرمایه در دستور کار شرکت‌های گروه خوارزمی

اجرای طرح توسعه جدید شرکت سینا دارو در دستور کار قرار گرفت که با تحقق این مهم، زمینه افزایش توان این شرکت را در تولیدات و محصولات دارویی و پزشکی فراهم می‌کند.

آثار مثبت طرح توسعه شرکت سینا دارو علاوه بر صنعت داروی کشور، اثرات مثبتی در بازار سرمایه، سهام‌داران و سایر ذی‌نفعان ایجاد خواهد کرد که همه این موارد در نهایت زمینه رونق بیش از پیش بازار سرمایه را فراهم خواهد کرد.

ذکر این نکته لازم است که طرح توسعه شرکت سینا دارو از چندی پیش در دستور کار قرار گرفت و بر اساس این طرح منافع حاصل از خط تولید اسپری استنشاقی به منظور تامین مالی بخشی از مخارج باقی‌مانده طرح انتقال و توسعه خطوط تولیدی، از سوی شرکت واسط مالی اسفند سوم به عنوان نهاد واسط، درج شد.

بر اساس این گزارش، اوراق منفعت شرکت لابراتوارهای سینا دارو در نماد «سینا ۵۲۰» با همکاری شرکت تامین سرمایه سپهر و سایر ارکان بازار بورس اواسط مرداد ماه منتشر شد. پرداخت سود این اوراق چهار ساله، هر سه ماه یک بار با نرخ سود علی‌الحساب ۱۹ درصد خواهد بود، ضمن این‌که ضمانت این اوراق بر عهده شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی (سهامی عام) است.

اوراق منفعت شرکت لابراتوارهای سینا دارو با نماد «سینا ۵۲۰» که در فهرست نرخ‌های بازار اوراق بدهی بورس اوراق بهادار تهران قرار گرفته بود، مورد استقبال سرمایه‌گذاران بازار سرمایه قرار گرفت.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، با توجه به مزیت‌های استفاده از فرصت‌های بازار سرمایه در تامین مالی شرکت‌ها که چندی پیش از سوی وزیر محترم امور اقتصادی و دارایی نیز توصیه شده بود، این مهم از سوی شرکت سینا دارو با محوریت شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در دستور کار قرار گرفت و تامین مالی طرح توسعه این شرکت از طریق ابزار نوین بازار سرمایه انجام شد.

بر این اساس و پس از اخذ مصوبه‌های لازم از سازمان بورس اوراق بهادار تهران، اوراق منفعت شرکت لابراتوارهای سینا دارو به مبلغ یک هزار میلیارد ریال منتشر شد که مورد استقبال فعالان بازار سرمایه قرار گرفت. ذکر این نکته لازم است که بودجه مورد نیاز طرح توسعه شرکت سینا دارو دو هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال برآورده شده که یک هزار میلیارد ریال این پروژه از طریق بازار سرمایه و عرضه اوراق منفعت این شرکت تامین شده است.

با توجه به برنامه‌های کلان دولت مبنی بر خودکفایی در صنعت دارویی، به همت مدیران شرکت سینا دارو



ایران، طرح‌های تامین مالی آن‌ها نیز باید مورد توجه باشد. در حال حاضر در دستورالعملی که سازمان بورس و اوراق بهادار در سال ۹۷ تصویب کرد، تامین مالی مبتنی بر سهام (مشارکت) قابلیت اجرا دارد. با توجه به نقش سایر قالب‌ها در جهان، ایجاد بستر قانونی آن‌ها در داخل نیز پیشنهاد می‌شود. ارکان محوری این نوع تامین مالی عبارت هستند از عامل، سکو یا همان پلتفرم، متقاضی و ناظر فنی-مالی. عامل می‌تواند یک نهاد مالی باشد، یا در غیر این صورت باید با یک نهاد مالی تحت نظارت سازمان قرارداد منعقد کند.

مدیرعامل سیدگردان الگوریتم در پاسخ به این‌که تامین مالی جمعی در ایران با چه ریسک‌ها و چالش‌هایی مواجه است، افزود: یکی از اصلی‌ترین ریسک‌های این حوزه این است که پروژه‌های که تعریف شده و مبالغ مورد نیاز هم برای آن تامین شده، در مرحله اجرا دچار چالش شود و به سرانجام نرسد. در مجموع تامین مالی جمعی در کنار تمام مزایایی که دارد، به دلیل نوپا بودن در اجرا، قانون‌گذاری و شرایط اقتصادی ایران ممکن است در معرض ریسک‌هایی باشد که فعالان حوزه با شناخت و مدیریت ریسک می‌توانند حداکثر استفاده ممکن را از این شیوه تامین مالی ببرند.

محصول خود در پلتفرم‌های مشخص، به تامین مالی جمعی اقدام کنند. مدیرعامل سیدگردان الگوریتم در خصوص روش‌های مختلف تامین مالی جمعی گفت: تامین مالی جمعی (Crowdfunding) در دنیا در چهار قالب اصلی امور خیرخواهانه، پاداش، قرض (وام) و مشارکت (سهام)، شناخته می‌شود. تامین مالی مبتنی بر امور خیریه اغلب به پروژه‌های بشردوستانه و خیریه مربوط می‌شود که در فرهنگ ایرانی، گل‌ریزان، نمونه‌های آشنا در این نوع تامین مالی است. در تامین مالی مبتنی بر پاداش، افراد پس از معرفی کسب‌وکار خود در قبال پولی که دریافت می‌کنند، هدایایی برای مشارکت‌کنندگان در نظر می‌گیرند. در تامین مالی مبتنی بر سهام، افراد در یک کسب‌وکار سرمایه‌گذاری می‌کنند و مشارکت‌کننده در منافع طرح شریک است.

در تامین مالی مبتنی بر بدهی، سرمایه‌گذار به عنوان وام‌دهنده پول خود را در اختیار متقاضی قرار می‌دهد. وام‌گیرنده اصل پول به همراه سود آن را در سررسیدهایی مشخص به وام‌دهنده بازمی‌گرداند. در این مدل وام‌دهنده در واقع انبوهی از مردم هستند. در تامین مالی مبتنی بر مشارکت و وام، اعتبارسنجی طرح و متقاضیان، انجام کار را پیچیده‌تر می‌کند. با توجه به سرعت رشد شرکت‌های نوپا در سال‌های اخیر در



گزارشی از لایحه تجارت
که در مجلس مورد بررسی
نمایندگان قرار گرفته است

اصلاح قانون تجارت روی موج حاشیه‌ها

اقتصادی
غزال بابایی
گزارشگر

تجارتی حاکم است. بنابراین قانون تجارت مهم‌ترین قانون در زمینه امور تجاری و امور مربوط به بازرگانان است. بخشی از آن چه نمایندگان مجلس شورای اسلامی تاکنون به تصویب رساندند، حفظ اطلاعات مطرح شده طرفین قرارداد در مذاکرات است، حتی اگر این قرارداد باطل یا به حالت تعلیق دربیاید. در صورت افشای اطلاعات مذکور یا استفاده از آن‌ها برای مقاصد شخصی، متخلف مسئول جبران خسارت وارد شده است. تعهد به عدم افشای اطلاعات مذکور، در صورت انعقاد قرارداد تا پایان آن و در صورت عدم انعقاد قرارداد دو سال از تاریخ مذاکرات است، مگر این‌که به موجب توافق طرفین مدت دیگری مشخص شده باشد.

از سوی دیگر، نمایندگان مجلس مطرح کردند در صورت انعقاد قرارداد، تکلیف حفظ اسرار تجاری طرفین و عدم استفاده از آن محدود به مدت‌های مذکور نیست. نمایندگان مجلس همچنین ضمن تصحیح ماده ۱۶ و ۱۷ لایحه تجارت، اعطای نمایندگی در صورت داشتن تعارض منافع را ممنوع کردند. در ماده ۱۶ آمده است به منظور عقد قرارداد مذاکراتی باید انجام شود که در طول این مذاکرات طرفین باید اطلاعات غیرمحرمانه خود را در اختیار شرکت مقابل قرار دهند و اگر از این اطلاعات به نحو غیرمترافی استفاده شد، یا مورد سوءاستفاده قرار داد، یا به طور یک‌جانبه قرارداد را لغو کرد، باید خسارت‌های ناشی از اقدامات به‌وجودآمده را به طرف مقابل پرداخت کند.

در ماده ۱۷ این لایحه نیز مطرح شده است که در تمامی قراردادهایی که موضوع آن اعطای نمایندگی است، نماینده نمی‌تواند خود را در وضعیتی قرار دهد که با اعطاکنده نمایندگی دارای تعارض منافع شود، مگر آن‌که این امر را قبلاً به اعطاکنده نمایندگی اطلاع داده باشد. موارد اعلام‌شده بخشی از اطلاعات لایحه قانون تجارت است.

لایحه تجارت در مجلس شورای اسلامی در حالی بررسی می‌شود که برخی کارشناسان اقتصادی و فعالان حوزه اقتصاد انتقادات زیادی به آن دارند. لایحه تجارت اکنون در دستور کار نمایندگان قرار دارد و در هفته ابتدایی شهریور برخی مصوبات آن به تصویب رسیده است. آن‌طور که از لایحه تجارت برداشت می‌شود، این است که مجلس به قراردادهای تجاری ورود کرده و قسمت اول از چهار قسمت لایحه اصلی را که دارای ۱۲۶۱ ماده است، مورد بررسی قرار داده است. اگر نمایندگان مجلس شورای اسلامی این قانون را تصویب کنند، جایگزین مواد ۳۵ تا ۴۱۱ قانون فعلی تجارت خواهد شد.

کلیات این لایحه اوایل سال گذشته به تصویب نمایندگان مجلس رسید و کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس مسئول بررسی آن شد که تاکنون قسمت اول را بررسی کرده است. به منظور بررسی بیشتر درباره باید و نبایدهای تصویب لایحه تجارت در مجلس و نقش نهاد قانون‌گذار در رونق عرصه تجارت این لایحه را مورد مطالعه قرار دادیم و از کارشناسان و فعالان اقتصادی در این خصوص سوال کردیم که نظر آن‌ها را در ادامه می‌خوانید.

قانون تجارت چیست؟

در قوانین و مستندات مربوط به تجارت مشاهده می‌شود که قانون اولیه و اصلی تجارت در سال ۱۳۰۳ به تصویب رسیده که در سال ۱۳۱۱ با یک قانون دیگر جایگزین می‌شود. قانون تجارت، قواعد و مقررات در زمینه حقوق تجارت است. حقوق تجارت مجموعه قواعدی است که بر روابط بازرگانان و اعمال

قانون ۹۰ ساله به‌روزی می‌شود

حمیدرضا فولادگر، رئیس کمیسیون ویژه اصل ۴۴ قانون اساسی به خبرنگار ما در مورد بررسی لایحه تجارت توضیح داد: لایحه تجارت مربوط به این مجلس نیست و مربوط به دولت اصلاحات می‌شود که در آن زمان به مجلس ارائه شده بود.

وی به پرسش خبرنگار ما مبنی بر این که چرا لایحه تجارت تاکنون به طول انجامیده و تصویب آن در این مجلس اعلام وصول شده است، پاسخ داد: این موضوع را باید از مجلس‌های گذشته سوال کنید، اما قطعاً قانون ۹۰ ساله تجارت نیازمند به‌روز شدن و تغییرات است که با توجه به شرایط اقتصادی کشور این الزام دیده شد که مورد بررسی قرار بگیرد. این لایحه بعد از بررسی‌های فراوان به صورت اصل ۸۵ قانون اساسی در کمیسیون تخصصی مجلس بررسی و تصویب و برای تایید به شورای نگهبان ارسال شده بود، اما شورای نگهبان ایراد گرفته است که اصلاح قانون تجارت به صورت اصل ۸۵ امکان‌پذیر نیست.

این نماینده مجلس با بیان این که قانون تجارت ایران مهم‌ترین مجموعه مدون قوانین مربوط به امور بازرگانی در ایران است که اساس حقوق تجارت ایران را تشکیل می‌دهد، ادامه داد: قانون تجارت در سال ۱۳۱۱ در ۶۰۰ ماده از سوی مجلس شورای ملی تصویب شد.

به گفته وی، قانون تجارت بر مبنای قانون تجارت فرانسه در همان سال معروف به کد ناپلئونی ترجمه و تهیه شده و تقریباً همه حقوق‌دانان معتقدند ابهامات و نواقص زیادی در این قانون وجود دارد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت: با توجه به شرایط خاص کشور، بهترین زمان برای تغییر قوانین مربوط به تجارت است، تا زمانی که اقتصاد وضعیت بهتری پیدا می‌کند، قراردادهایی بر اساس پیشرفت صنعتی و پایه‌ای کشور منعقد شود.

قانون خاک‌خورده و حواشی تصویب ماده ۵

دولت‌های مختلف پس از سال‌ها فعالیت متوجه نواقصی که در قانون تجارت وجود داشت، شدند و لوایح مختلفی را برای اصلاح آن روانه مجلس کردند، اما تا امروز که این گزارش را می‌خوانید، این قانون به طور کامل به تصویب مجلس نرسیده است. منتقدان مطرح می‌کنند چرا قانونی که تا الان در پوشه بایگانی لوایح مجلس خاک می‌خورد، اکنون با سرعت بسیار زیادی در حال تصویب است.

نمایندگان مجلس شورای اسلامی، چندی پیش جزئیات ماده ۵ لایحه تجارت را تصویب کردند. بر اساس متن ماده ۵ لایحه تجارت انعقاد قرارداد، ابراز اراده یا هر عمل دیگر مرتبط با قرارداد و اثبات آن‌ها نیازمند هیچ تشریفات خاصی نیست. این امور به هر وسیله از جمله شهادت شهود قابل اثبات است. طبق این ماده، نظارت حاکمیت بر قراردادهای اعم از تجاری و غیرتجاری حذف و دیگر نظارت دولت بر معاملات معنا ندارد. این موضوع خود مقدمه‌ای برای فرار مالیاتی مؤدیان مالیاتی می‌شود، زیرا اداره دارایی و سازمان مالیاتی بر اساس املاک ثبت‌شده افراد اقدام به اخذ مالیات می‌کنند و لازم‌الاجرا شدن چنین قانونی سازمان مالیاتی را با مشکل مواجه می‌سازد.

اعتراض اتاق بازرگانی

اما صحبت‌های فولادگر، نماینده مجلس، به خوبی و خوشی

تمام نمی‌شود و وقتی برخی از نمایندگان مجلس در این باره اظهار نظر می‌کنند، منتقدان اصلی که تجار و اعضای اتاق بازرگانی هستند، اظهاراتی را مطرح می‌کنند که اقدام مجلس را به چالش می‌کشند.

یکی از موضوعاتی که فعالان اقتصادی مطرح می‌کنند، این است که پایه اصلی قوانین در هر کشوری مربوط به قانون تجارت است و تجار و بازرگانان اصلی‌ترین افراد هستند که برای تصویب قانون حداقل باید نظرشان پرسیده شود. هر چند که برخی نمایندگان مجلس معتقدند در جلساتی که در مرکز پژوهش‌های مجلس برگزار شده، نمایندگان پارلمان خصوصی حضور داشتند، اما نامه دهم شهریور غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی، به علی لاریجانی، رئیس مجلس شورای اسلامی، این موضوع را روشن می‌کند که از بخش خصوصی نظرخواهی نشده است.

در این نامه آمده است: «قانون تجارت یکی از قوانین مادر کشور می‌باشد و لازم است که با دقت دو چندان بررسی و تصویب شود. درحالی که متأسفانه درخصوص قراردادهای تجاری که یکی از مهم‌ترین بخش‌های این قانون است، نظر اتاق ایران که بر اساس قانون تشکیل اتاق ایران مشاور سه قوه می‌باشد، اخذ نشده است و این موارد بدون دعوت از صاحب‌نظران اقتصادی در کمیسیون مربوطه تدوین و تصویب شده است و لازم است نظرات فعالان اقتصادی در این خصوص ملحوظ شود.»

البته این لایحه در مجلس نیز مخالفان زیادی دارد و معتقدند کارشناسان اقتصادی روی این مسائل باید نظرانشان را اعلام کنند.

مجلس اجازه نظرخواهی اتاق بازرگانی را بدهد

محمد لاهوتی، رئیس کنفدراسیون صادرات ایران، در این باره به «وچارزم» گفت: اعتراض به بررسی لایحه تجارت در مجلس از سوی تجار این شائبه را به وجود آورده که فعالان اقتصادی مانع به‌روزرسانی قوانین هستند. درحالی که صحبت بازرگانان این است که چرا از اتاق بازرگانی کشور که به طور مستقیم با مشکلات، موانع و راه‌های برون‌رفت از آن درگیر است، نظرخواهی نمی‌کنند. اعضای اتاق بازرگانی از به‌روز شدن لایحه تجارت در کشور استقبال می‌کنند و این امر تا حدی به حذف قوانین زاید و متعدد کمک می‌کند، اما متأسفانه نمایندگان مجلس ماده‌های این قانون را به سرعت تصویب می‌کنند درحالی که نظر فعالان اقتصادی می‌تواند کمک زیادی به روشن‌گری قوانین و ماده‌ها کند.

لاهوری به پرسش خبرنگار ما مبنی بر این که رئیس مجلس معتقد است نماینده اتاق بازرگانی در جلسات حضور داشته، اما شما بیان می‌کنید که از شما نظرخواهی نشده است، پاسخ داد: نماینده اتاق بازرگانی در جلسات حضور داشته، اما قانونی که در صحن در حال بررسی است، با مواردی که اتاق مطرح کرده، بسیار تفاوت دارد. از سوی دیگر، قوانین و بندهای لایحه‌ها با سرعت در حال تصویب است، درحالی که این موضوعات نیازمند کارشناسی و اخذ و تأمین نظرات بخش خصوصی بوده که تا امروز به آن توجه نشده است.

رئیس کنفدراسیون صادرات با بیان این که ذی‌نفعان اصلی قوانین، فعالان اقتصادی هستند و درخواست شنیده شدن صدای ما بی‌منطق نیست، گفت: با توجه به این که اصلاح این قانون از سال ۸۴ به تعویق افتاده است، مجلس محترم شورای اسلامی اقدامی برای بیان نظرات اتاق بازرگانی در جریان بررسی و تصویب لایحه قانون تجارت انجام دهد.

اعتراض به بررسی لایحه تجارت در مجلس از سوی تجار این شائبه را به وجود آورده که فعالان اقتصادی مانع به‌روزرسانی قوانین هستند. درحالی که صحبت بازرگانان این است که چرا از اتاق بازرگانی کشور که به طور مستقیم با مشکلات، موانع و راه‌های برون‌رفت از آن درگیر است، نظرخواهی نمی‌کنند

رشد صعودی یک شاخص اقتصادی

روند شاخص تورم تولیدکننده
در سال‌های اخیر بررسی می‌شود

اقتصاد ایران
المیرا اکرمی
گزارشگر

رفته، به این معناست که شاخص قیمت تولیدکننده رشد داشته و همین باعث می‌شود شاخص قیمت مصرف‌کننده هم بالا برود.

به گفته بغزیان اگر شاخص قیمت تولیدکننده تغییر نکرده ولی شاخص قیمت مصرف‌کننده بالا رفته، به این معناست که سوءاستفاده‌ای در قیمت‌گذاری می‌شود، یا اگر شاخص قیمت تولیدکننده رشد آن‌چنانی نداشته ولی شاخص قیمت مصرف‌کننده افزایش داشته، یعنی طمع فروشنده‌ها زیاد شده است.

این کارشناس با تاکید بر این‌که شاخص تورم تولیدکننده قابل کنترل است، عنوان می‌کند که اگر دولت قیمت تمام‌شده محصولات را کاهش دهد، ارز لازم را به واردات قطعات و مواد اولیه اختصاص دهد و قیمت کالاها را کنترل کند تا تولید برای تولیدکننده گران تمام نشود، مسلماً هزینه تولید هم کاهش می‌یابد. در واقع دولت باید این موارد را کنترل کند تا قیمت تولیدکننده افزایش نیابد و از آن طرف مصرف‌کننده هم مجبور به پرداخت این افزایش قیمت نشود.

تولید از صرفه اقتصادی خارج شده است

وی در مورد افزایش شاخص تورم تولیدکننده در سال‌های اخیر و تاثیر آن بر تولید و مصرف می‌گوید: به طور مسلم افزایش شاخص قیمت تولیدکننده، هزینه تولید را بالا برده است و بنابراین تولید به‌صرفه نیست و برای جبران این به‌صرفه نبودن باید قیمت کالاها افزایش پیدا کند. بنابراین تاثیر افزایش این شاخص حتماً روی شاخص قیمت مصرف‌کننده خواهد بود. بالا رفتن شاخص قیمت تولیدکننده موجب کاهش میزان خرید می‌شود، زیرا قدرت خرید نمی‌تواند خود را بالا بکشد و بنابراین به تولیدکننده رکود وارد می‌شود. به عبارت دیگر، تولیدکننده مجبور می‌شود میزان تولید را کاهش دهد، یا بعد از این‌که محصولاتش را می‌فروشد، اقدام به تولید کند.

آن‌طور که بغزیان می‌گوید، افزایش شاخص قیمت تولیدکننده به رکود ناشی از افزایش هزینه منجر می‌شود و این به معنای بی‌کاری بیشتر در آن بخش یا کاهش میزان تولید یا بی‌کار ماندن ظرفیت تولید است.

شاخص بهای تولیدکننده یا شاخص PPI مانند شاخص بهای مصرف‌کننده از جمله شاخص‌های قیمتی است که در بررسی روند سطح قیمت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. شاخص قیمت تولیدکننده یکی از معیارهایی است که به منظور سنجش عملکرد اقتصادی، از سطح عمومی قیمت‌ها محاسبه و منتشر می‌شود. از این رو شاخص مذکور تاثیر قابل توجهی بر تصمیم‌گیری صاحبان صنایع، سرمایه‌گذاران و حتی سیاستمداران خواهد داشت. این شاخص، قیمت کالاها در کارخانه و مبدأ تولید را در نظر می‌گیرد.

در ادبیات اقتصادی از این شاخص به عنوان یک شاخص پیش‌نگر یاد می‌شود. به این معنی که با بررسی این شاخص می‌توان از سطح تغییر قیمت‌ها در بازار کالا و خدمات مصرفی یا تورم اطلاع کسب کرد. به بیان دیگر، هر افزایش یا کاهش قیمت در شاخص بهای تولیدکننده با یک وقفه زمانی در شاخص بهای مصرف‌کننده نیز مشاهده می‌شود. از این رو از تغییرات شاخص بهای تولیدکننده به عنوان پیش‌گویی برای تورم یاد می‌شود. علاوه بر این، شاخص بهای تولیدکننده روند تغییرات قیمت‌ها را از دیدگاه تولیدکننده و خریدار در بخش‌های مختلف اقتصادی نشان می‌دهد.

در کشور ما در سال‌های اخیر روند شاخص تورم تولیدکننده یا شاخص قیمت تولیدکننده افزایشی و رو به بالا بوده است. موضوعی که به اعتقاد کارشناسان موجب رشد هزینه‌های تولید شده و رکود، بی‌کاری و خالی ماندن ظرفیت‌ها را در بخش تولید تشدید کرده است. هم‌چنین رشد این شاخص بر بخش مصرف هم تاثیرات منفی داشته است.

شاخص تورم تولیدکننده قابل کنترل است

در همین رابطه آلبرت بغزیان، کارشناس و تحلیل‌گر اقتصادی، در گفت‌وگو با خبرنگار ما با این توضیح که شاخص تورم تولیدکننده شامل تغییرات قیمت مواد اولیه و آن‌چه در تولید استفاده می‌شود هست، می‌گوید: بنابراین اگر هزینه تولید بالا رفته، شاخص قیمت تولیدکننده هم تغییر کرده است. مسلماً زمانی که تولیدکننده می‌گوید قیمت تمام‌شده‌اش بالا

الگوهای بین‌المللی برای کنترل تورم تولیدکننده

این کارشناس با اشاره به اقدامات سایر کشورها برای جلوگیری از بالا رفتن شاخص تورم تولیدکننده می‌گوید: در سایر کشورها برای کاهش هزینه مواد اولیه که کاهش شاخص قیمت تولیدکننده را سبب می‌شود، یا با استفاده از تکنولوژی هزینه تولید این مواد را کاهش می‌دهند، یا تعرفه واردات مواد اولیه و مواد واسطه‌ای را کاهش می‌دهند و به این صورت موجب می‌شوند شاخص قیمت تولیدکننده پرش پیدا نکند. در عین حال، واردات مواد اولیه و واسطه‌ای هم ممنوع نمی‌شود.

به گفته بغزیان تمام این موارد در کشور ما برعکس است؛ به این معنا که مواد اولیه وارد کشور نمی‌شود، تکنولوژی موجود در واحدهای تولیدی قدیمی است و تولید انبوه وجود ندارد، بنابراین تولید به صرفه نیست. این در حالی است که تمام این موارد روی قیمت تولیدکننده تأثیر می‌گذارد.

آن گونه که وی تأکید می‌کند، در سایر کشورها از آنجا که شاخص قیمت تولیدکننده بالا نمی‌رود، دلیلی برای افزایش قیمت مصرف‌کننده وجود ندارد، زیرا این موضوع موجب رکود می‌شود. هیچ تولیدکننده عاقلی هم کالایی را که ممکن است فردا برای آن رقیبی پیدا شود، یا تکنولوژی بهتری برای تولید آن به وجود بیاید، تولید و انبار نمی‌کند. زیرا هزینه مالی این موضوع بالاست، یعنی پولی که تولیدکننده برای تولید از بانک می‌گیرد، باید زودتر اصل و سود آن را بپردازد و خوش حساب باشد. در عین حال باید تاریخ مصرف محصولاتش هم نگذرد.

به گفته بغزیان در کشور ما این روند برعکس است، یعنی بعضا تولید انجام می‌شود، اما لزوما محصولات عرضه نمی‌شود. مشاهده می‌کنیم که اصلا برای برخی تولیدکنندگان مهم نیست که تاریخ مصرف محصولاتشان هم بگذرد و اصلا مردم محصولاتشان را بخرند یا نخرند. در مجموع در کشور ما بسیاری از رفتارها متضاد با آن چیزی است که در یک اقتصاد سالم باید انجام شود.

تأثیر موج تورم بر رشد قیمت تولیدکننده

در همین رابطه کامران ندری، کارشناس و تحلیل‌گر اقتصادی، در گفت‌وگو با خبرنگار ما می‌گوید: موج تورمی که در سال گذشته و امسال ایجاد شد، رشد شاخص تورم تولیدکننده را از میانگین خود بالاتر برد. کما این که رشد شاخص‌های قیمت تولیدکننده و قیمت مصرف‌کننده در سال ۹۶ از میانگین خودش پایین‌تر بود. اما در مجموع در کشور ما متوسط نرخ رشد شاخص قیمت تولیدکننده و شاخص قیمت مصرف‌کننده به نسبت سایر کشورها بالاتر است که دلیل آن هم مشکلات ساختاری موجود در اقتصاد است.

به گفته ندری در رأس این مشکلات، رشد بالای نقدینگی در اقتصاد است که باعث ایجاد تورم می‌شود. تورمی که

تمام کالاها و خدمات چه از نوع مصرفی و چه از نوع کالاهای مورد استفاده تولیدکنندگان را در بر می‌گیرد. اما گاهی اوقات شاخص قیمت تولیدکننده جلوتر از شاخص قیمت مصرف‌کننده رشد پیدا می‌کند و این به آن معناست که هزینه‌های تولید در حال افزایش است. زمانی هم که هزینه‌های تولید افزایش پیدا می‌کند، به دنبال آن شاخص قیمت مصرف‌کننده یعنی کالاهای نهایی که در اختیار مصرف‌کننده‌ها قرار می‌گیرد، رشد می‌یابد.

آن‌طور که این کارشناس می‌گوید، گاهی اوقات می‌توان با واردات کالاها و خدمات مصرفی از خارج، قیمت کالاهای مصرفی را کنترل کرد. یعنی در مواقعی که کالا و خدمات مصرفی مورد نیاز خانوار از خارج وارد می‌شود، ممکن است رشد قیمت تولیدکننده را داشته باشیم، اما قیمت مصرف‌کننده به آن نسبت افزایش پیدا نکند. عکس آن هم ممکن است اتفاق بیفتد، یعنی عوامل تولید به مقدار فراوان از خارج وارد شود، اما کالاهای مصرفی وارد نشود و برای این کالاها ممنوعیت وارداتی گذاشته شود. در این‌جا ممکن است به خاطر این که کالاهای مصرفی مشمول تعرفه‌های گمرکی بالا می‌شوند، یا این که واردات آن‌ها ممنوع است، قیمت آن‌ها سریع‌تر رشد کند و رشد قیمت تولیدکننده کمتر باشد، که البته این‌ها را باید مورد به مورد و سال به سال تحلیل کرد. این استاد دانشگاه معتقد است روند کلی شاخص تورم تولیدکننده در سال‌های اخیر افزایشی است و این روند کلی به رشد بالای نقدینگی به عنوان یک عامل بنیادی در بعضی از سال‌ها برمی‌گردد. در عین حال سایر شوک‌ها و عوامل هم بر آن تأثیر داشته است.

افزایش قیمت عوامل تولید

ندری در خصوص تأثیر افزایش شاخص قیمت تولیدکننده بر تولید و مصرف می‌گوید: این موضوع بر افزایش قیمت عوامل تولید تأثیر گذاشته است. زمانی که این آیتم بالا می‌رود، نشان‌دهنده آن است که هزینه‌های تولید زیاد شده و وقتی هزینه تولید افزایش می‌یابد و برای کالاهای تولیدشده تقاضایی وجود نداشته باشد، باعث می‌شود شاخص قیمت مصرف‌کننده هم افزایش بیابد.

آن‌گونه که این کارشناس می‌گوید، عوامل اقتصادی متعددی ممکن است رابطه بین دو شاخص تورم تولیدکننده و تورم مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار دهد. یکی از این عوامل کسش‌پذیری تقاضای کالاهای مصرفی نهایی نسبت به قیمت است.

به گفته ندری روند کلی این است که در سال‌های اخیر شاخص قیمت تولیدکننده و شاخص قیمت مصرف‌کننده صعودی بوده است، منتها ارتباط بین این دو به عوامل متعددی بستگی پیدا می‌کند. در واقع لزوما به همان نسبت که شاخص قیمت تولیدکننده افزایش پیدا می‌کند، شاخص قیمت مصرف‌کننده افزایش پیدا نمی‌کند.

موج تورمی که در سال گذشته و امسال ایجاد شد، رشد شاخص تورم تولیدکننده را از میانگین خود بالاتر برد. کما این که رشد شاخص‌های قیمت تولیدکننده و قیمت مصرف‌کننده در سال ۹۶ از میانگین خودش پایین‌تر بود. اما در مجموع در کشور ما متوسط نرخ رشد شاخص قیمت تولیدکننده و شاخص قیمت مصرف‌کننده به نسبت سایر کشورها بالاتر است که دلیل آن هم مشکلات ساختاری موجود در اقتصاد است

نیم‌نگاهی به راه‌کارهای دولت‌های موفق برای کاهش نرخ بی‌کاری

مسیر سوم

طور قابل پیش‌بینی کم است، اما برای برخی کشورهای دیگر مانند فرانسه، برزیل و ایتالیا رو به افزایش است. در زیر این آمار را مشاهده می‌کنید:

- ایالات متحده: ۳٫۸ درصد
- چین: ۳٫۶۷ درصد
- ژاپن: ۲٫۳ درصد
- آلمان: ۳٫۱ درصد
- فرانسه: ۸٫۸ درصد
- انگلستان: ۳٫۸ درصد
- هند: ۳٫۵۳ درصد
- برزیل: ۱۲٫۷ درصد
- ایتالیا: ۱۰٫۷ درصد
- کانادا: ۵٫۴ درصد

واگرایی با قدرت اقتصادی

البته ذکر این نکته لازم است که داشتن نرخ بی‌کاری پایین به معنای قوی بودن کشور از نظر اقتصادی نیست. به عنوان مثال، میانمار در سال ۲۰۱۸ تنها ۱٫۵۶ درصد بی‌کاری داشت، اما طبق گزارش بانک جهانی تولید ناخالص داخلی آن (سرانه تولید ناخالص داخلی) ۱٫۳۲۶ دلار بود. کشور نیجر در سال ۲۰۱۸ ۰٫۵ درصد بی‌کاری داشت، اما سرانه تولید ناخالص داخلی سرانه ۳۶۲ دلار آن را جزو فقیرترین کشور در فهرست کرد. کامبوج ۹۹٫۹ درصد از نیروی کار خود را در سال ۲۰۱۸ به کار گرفت. تولید ناخالص داخلی سرانه آن در آن سال ۱٫۵۱۲ دلار، کمتر از چهار دلار در روز بود. این کشورها ارقام بی‌کاری کمی در بخش عمده کشور داشتند، زیرا اقتصاد آن‌ها به شدت به کشاورزی معیشتی وابسته است که نیاز به کارگران فصلی دارد. به یاد داشته باشید که افراد کم‌کار هم‌چنان در ارقام اشتغال شمارش شده‌اند. حتی تایلند با داشتن سرانه تولید ناخالص داخلی نسبتاً خوب ۲۲۷۳ دلار، بیش از ۳۰ درصد نیروی کار خود را در کشاورزی به کار می‌گیرد.

بی‌کاری موازی با اقتصاد غنی

البته می‌توان بی‌کاری کم و اقتصاد ثروتمندی داشت. این ترکیب در قطر دیده می‌شود. بر اساس اعلام بانک جهانی، سرانه تولید ناخالص داخلی در قطر در سال ۲۰۱۸ میزان ۶۹۰۲۶ دلار بوده است. این ثروت به جایگاه برجسته آن‌ها در این نمودار کمک می‌کند، زیرا نرخ بی‌کاری یک کشور فقط در افراد فعال به دنبال کار است. اگر فرزند ۲۳ ساله والدین ثروتمند هستید، ممکن است تمایل بیشتری به خرج کردن از درآمد آن‌ها داشته باشید، درحالی‌که هم‌چنان بی‌کار محسوب شوید. اقتصاد قطر از نفت و گاز طبیعی بهره می‌گیرد، اما اقدامات پایداری نیز برای متنوع‌سازی در خدمات مالی، تولید، ساخت‌وساز و رسانه‌های خبری انجام داده است.

افزایش نرخ بی‌کاری نوعی وضعیت اقتصادی است که همه دولت‌ها می‌توانند به فراخور سیاست‌ها و شرایط اقتصادی خود با آن مواجه شوند. دولت‌ها در سراسر دنیا در تلاش‌اند تا این مسئله را برطرف کنند، زیرا بی‌کاری منبع بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی دیگر است.

کمترین و بیشترین نرخ بی‌کاری کشورهای مختلف

نرخ بی‌کاری از نسبت جمعیت بی‌کار به جمعیت فعال به دست می‌آید و در بسیاری از کشورها این نرخ به سمت بی‌کاری سنگینی می‌کند. جالب است بدانید در سال ۲۰۱۸، قطر با ۰٫۱ درصد کمترین و لسوتو با ۲۷٫۲۵ درصد بیشترین نرخ بی‌کاری را داشته‌اند. طبق آماری که در ژوئیه ۲۰۱۹ از سوی سایت Investopedia در مورد نرخ بی‌کاری منتشر شده است، قطر با ۰٫۱ درصد کمترین نرخ بی‌کاری و لسوتو و فلسطین با ۲۷ و ۳۱ درصد بیشترین نرخ بی‌کاری را در میان کشورهای مختلف دنیا دارند. اما کشورهای بزرگ اقتصادی دنیا چه وضعیتی دارند؟ درصد نرخ بی‌کاری برای بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان به

داشتن نرخ بی‌کاری پایین به معنای قوی بودن کشور از نظر اقتصادی نیست. به عنوان مثال، میانمار در سال ۲۰۱۸ تنها ۱٫۵۶ درصد بی‌کاری داشت، اما طبق گزارش بانک جهانی تولید ناخالص داخلی آن (سرانه تولید ناخالص داخلی) ۱٫۳۲۶ دلار بود



راهکار آمریکا برای کاهش نرخ بیکاری

نرخ بیکاری آمریکا نیز در ژوئیه ۲۰۱۹، بدون تغییر ارقام دو ماه گذشته به ۳٫۸ درصد و پایین ترین میزان خود در ۵۰ سال گذشته رسید. در واقع تعداد افراد بی کار کاهش یافت و به شش میلیون و افراد دارای کار با افزایش ۵۹۰ هزار نفری به ۱۵۷٫۹ میلیون نفر رسید. نرخ مشارکت نیروی کار نیز تا ۶۳٫۲ درصد به بالاترین میزان از ماه فوریه رسید. مشاوران اقتصادی دولت آمریکا قانون مالیاتی جدید و سیاست‌های اقتصادی کاخ سفید تحت نظر ترامپ را از عوامل بهبود و رشد ادامه دار اقتصاد آمریکا می‌دانند. علاوه بر این، تجارت و گسترش کسب و کار شرکت‌های آمریکایی توانسته میزان مشاغل را چند برابر کند. این فرصت‌های شغلی جدید به کمک دولت آمده و موجب شده نرخ بیکاری را به کم‌ترین میزان برساند.

به طور کلی کشورها دو راه کار اصلی برای کاهش بیکاری در پیش می‌گیرند:

- سیاست‌های طرف تقاضا برای کاهش بیکاری ناشی از کمبود تقاضا (بی‌کاری ناشی از رکود اقتصادی)
 - سیاست‌های طرف عرضه برای کاهش بیکاری ساختاری (نرخ طبیعی بیکاری)
- فهرست کلی سیاست‌های کاهش بیکاری در این کشورها به این صورت است:
- سیاست‌های پولی - کاهش نرخ بهره برای افزایش تقاضای کلی
 - سیاست مالی - کاهش مالیات برای تقویت تقاضای کلی
 - آموزش و یادگیری برای کمک به کاهش بیکاری ساختاری
 - یارانه‌های جغرافیایی برای تشویق شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در مناطق تحت تاثیر
 - کمترین دستمزد حداقلی برای کاهش بیکاری با دستمزد واقعی
 - بازارهای کار انعطاف پذیرتر برای آسان تر شدن استخدام و اخراج کارمندان

برنامه‌های اروپا برای کاهش بیکاری

افزایش بیکاری در اروپا را می‌توان کاملا به سیاست‌های کشور و در حال توسعه بودن یا پیشرفته بودن آن‌ها ربط داد. طبیعتا در کشورهایی مانند یونان که بیشتر درگیر بحران‌های اقتصادی هستند، این نرخ بیشتر از کشورهای اسکانديناوی است که در رفاه به سر می‌برند. اما کدام یک از اقدامات سیاسی این کشورها موثرتر عمل کرده است و چه مواعی برای اجرای آن در دیگر کشورها وجود دارد؟

نرخ بیکاری متوسط جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله اروپا حدود ۲۳ درصد است، تقریبا دو برابر نرخ بیکاری در بزرگسالان با سن ۲۵ تا ۵۴ سال. وقتی به نرخ بیکاری جوانان (و نه بی‌کاری کلی) هر کدام از کشورهای قاره سبز نگاه می‌کنیم، ابتدا گروهی را با نرخ بیکاری زیر ۲۰ درصد می‌بینیم که شامل کشورهای اروپای مرکزی و برخی از کشورهای اسکاندیناوی است. سپس فرانسه، سوئد، انگلیس و برخی از کشورهای شرقی در گروه دوم با نرخ بین ۲۰ تا ۳۰ درصد قرار دارند. سرانجام گروهی که بدترین عملکرد را داشته، شامل ایرلند، برخی از کشورهای بالکان و کشورهای حاشیه مدیترانه هستند که به شدت تحت تاثیر بحران قرار گرفته‌اند. از این میان یونان و اسپانیا با نرخ بیکاری جوانان ۵۰ درصد بیشترین آمار را دارند. موفقیت نسبی کشورها در گروه اول را می‌توان ناشی از اتکا به استفاده کارآمد از سیستمی اصطلاحا با عنوان «سیستم دوگانه» (آموزش شغلی همراه با آموزش رسمی حرفه‌ای) و «تقویت

پیش از کارآموزی» یا سیستم چرخشی «مسیر سوم» با هدف ترک تحصیل بالقوه مدرسه با شایستگی‌های محدود دانست. در چنین برنامه‌هایی افرادی که آمادگی کار دارند، بدون ارائه مدرک به مسیر کارآموزی گام برمی‌دارند. عوامل دیگری که به این کشورها کمک کرده است، شامل کوچک کردن اندازه گروه‌های کاری (در آلمان)، تعداد زیاد کار پارت تایم و داوطلبانه (در سوئیس و هلند) و اجماع زیاد بین سیاست‌گذاران و شرکای اجتماعی در خصوص مبارزه با بی‌کاران جوانان (در اتریش و هلند) از این دست سیاست‌هاست. انگلیس نیز که از نبود سیستم آموزش فنی حرفه‌ای و پیشرفته و از سوی دیگر عدم امکان بازنشستگی زودرس به دلیل کسری صندوق بازنشستگی و برچیدن صندوق مشاغل آینده رنج می‌برد، با معرفی برنامه کار از سال ۲۰۱۱ به کمک کاهش نیروی بی‌کار آمده و برای اشتغال پایدار تلاش می‌کند. هم‌چنین برنامه‌هایی برای کارآموزی و آماده کردن نیروی جوان برای ورود به بازار دارد تا هم‌زمان با کاهش بیکاری، سطح رکود اقتصادی را نیز رونق دهد.

برنامه‌های کاهش بیکاری آفریقای جنوبی

بررسی سه ماهه اخیر نیروی کار در آفریقا بار دیگر نشان می‌دهد که آمار کاهش وجود دارد؛ بی‌کاری در آفریقای جنوبی برای سه ماهه دوم متوالی در ۲۶٫۷ درصد باقی مانده است، و سرسختانه از برخورداری از بودجه خودداری می‌کند. اما چگونه این امر در طولانی مدت شدنی است؟ با تغییرات در رهبری سیاسی و بهبود چشم‌گیر نگرش‌ها، آفریقای جنوبی اکنون یک فرصت واقعی برای پیش‌روی معنی‌دار در کاهش نرخ بیکاری دارد. در حقیقت، برنامه ملی توسعه ملی (NDP)، که قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ به نرخ بی‌کاری جاه‌طلبانه شش درصد برسد، از سوی دولت جدید دوباره مورد استفاده قرار گرفته است. هر چند از همه مهم‌تر هدف کاهش نرخ بیکاری نیست، بلکه اقدامات لازم برای انجام این کار است. ابتکارات جدید مشترک دولت و حمایت از برنامه‌هایی مانند سرویس اشتغال جوانان (YES) با هدف ترغیب شرکت‌ها به تعهد کارآموزی دانشجویان برای متقاضیان شغل اول وقت قابل ستایش است. در واقع این تلاش‌ها نمایان‌گر اولین همکاری مهم دولت و تجارت در همکاری‌های اخیر هستند. با این حال تنها این برنامه‌ها کافی نیستند و برای پیشرفت چشم‌گیر در اشتغال‌زایی، اقدامات ساختاری و سیاسی لازم است.

ژاپن و آمار خوب در اشتغال زنان

ژاپن که یکی از بزرگ‌ترین اقتصادهای دنیا را دارد، چندی پیش شمار زنان شاغل خود را به بیش از ۳۰ میلیون نفر و نرخ بیکاری آن‌ها را به دو درصد رساند. البته به نظر می‌رسد نگرانی دولت مردان ژاپنی بیشتر جایگزینی نیروی کار جوان به جای شاغلان سال‌خورده در آینده‌ای نزدیک باشد و احتمالا میزان مهاجرت برای کار طی سال‌های آینده به این کشور افزایش یابد. چراکه با توجه به روند سالمندی سریع جمعیت در این کشور، نیاز به نیروی کار در این کشور جدی‌تر شده است و کمبود نیروی کار ماهر و جوان در حال تبدیل شدن به یک بحران در این کشور است. نخست‌وزیر این کشور حرکت‌های جدیدی برای بازسازی ساختار اقتصاد انجام داد. واضح است که او روی تلاش‌های دولت خود برای گسترش تقاضای داخلی متمرکز شده است. شرکت‌های ژاپنی کار نیروهای فعلی خود را تضمین می‌کنند و ساعات کار را نیز بر اساس بهرهوری آن‌ها کاهش می‌دهند.

با تغییرات در رهبری سیاسی و بهبود چشم‌گیر نگرش‌ها، آفریقای جنوبی اکنون یک فرصت واقعی برای پیش‌روی معنی‌دار در کاهش نرخ بیکاری دارد. در حقیقت، برنامه ملی توسعه ملی (NDP)، که قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ به نرخ بی‌کاری جاه‌طلبانه شش درصد برسد، از سوی دولت جدید دوباره مورد استفاده قرار گرفته است

منابع:

- * investopedia.com/articles/personal-finance/062315/unemployment-rates-country.asp
- * tradingeconomics.com/united-states/unemployment-rate
- * economicshelp.org/blog/3881/economics/policies-for-reducing-unemployment/
- * weforum.org/agenda/201502/can-europe-reduce-youth-unemployment/
- * dailymaverick.co.za/article/201805-06-reducing-unemployment-in-south-africa-what-lessons-can-we-learn-from-ireland/
- * joc.com/tackling-unemployment-japan_19861202.html



گزارش و خارزم از دلایل افت قیمت طلا و پیش بینی کارشناسان از آینده این بازار

دوراهی بورس و طلا

طلا تا حد زیادی تخلیه و قیمت‌ها واقعی شده است. برای به دست آوردن قیمت سکه هم نرخ دلار و اونس جهانی به همراه هزینه ضرب محاسبه می‌شود. آن طور که کارشناسان بیان می‌کنند، هنوز سکه برای ارزان تر شدن جا دارد و یک فاصله کوچک با قیمت‌های واقعی مشاهده می‌شود. به منظور محاسبه قیمت طلا در یک کشور از کارشناسان و فعالان صنفی زیادی در این زمینه سوال کردیم که نتیجه تحلیل آن‌ها در ادامه آمده است.

عدم اطمینان به بازار یکی از عواملی است که به طور معمول افزایش قیمت طلا را به دنبال دارد. این عدم اطمینان از اخباری مبنی بر جنگ، تحریم و نابه‌سامانی وضعیت اقتصادی حاصل می‌شود، که در طول دو سال گذشته از این دست اخبار کم نداشتیم. سیاست‌های پولی یکی از عوامل تاثیرگذار بر قیمت طلاست. این سیاست به دو بخش داخلی و خارجی تقسیم می‌شود که یکی مربوط به نرخ ارز و دیگری مربوط به نقدینگی موجود در جامعه است که هر دو این موارد نیز در کشور مشاهده شد؛ هم افزایش نرخ ارز و هم رشد فزاینده نقدینگی. عامل دیگر افزایش نرخ مربوط به تورم است که این مورد هم در اقتصاد ایران به وجود آمده است. این در حالی است که در دولت یازدهم تورم تکریمی شد، اما در دولت دوازدهم علی‌طینیا که به مرد ضد تورم معروف شده بود، کنار گذاشته شد و دوباره تورم به بالای ۳۵ درصد رسید. عامل دیگر تاثیرگذار بر قیمت طلا داده‌های اقتصادی است.

بازار طلا و سکه یکی از بازارهایی است که مردم در دوران نوسانات قیمتی و تورم به منظور سرمایه‌گذاری وارد آن می‌شوند، اما آن طور که کارشناسان مطرح می‌کنند، ورود بی‌رویه به هر بازاری باعث ایجاد حباب در آن می‌شود. به بیان بهتر، ورود سرمایه به بازارهای غیرمولد باعث افزایش تقاضا و کاهش عرضه می‌شود که در این صورت قیمت‌ها به طور غیرواقعی رشد خواهد داشت.

قیمت طلا و سکه در سال گذشته افزایش بی‌رویه‌ای داشت، تا جایی که سکه از مرز پنج میلیون و هر گرم طلای خام ۱۸ عیار از ۴۵۰ هزار تومان گذشت. سال گذشته علاوه بر طلا و سکه قیمت مسکن، خودرو و شاخص بازار سرمایه با رشد زیادی همراه بود، اما بهترین بازاری که در این دوره توانست سود زیادی نصیبش شود، بازار بورس بود.

چگونه طلا و سکه ارزان شد؟

از ابتدای سال جاری قیمت طلا و سکه با کاهش زیادی همراه شد، به طوری که به طور متوسط قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی نسبت به سال گذشته یک میلیون تومان کاهش قیمت داشت. هم‌چنین قیمت هر گرم طلای خام ۱۸ عیار به زیر ۴۰۰ هزار تومان رسید. برای به دست آوردن نرخ طلا قیمت اونس جهانی و نرخ دلار باید مورد محاسبه قرار بگیرد. در شرایط فعلی محاسبه این دو نرخ نشان می‌دهد حباب بازار

گزارش‌های مربوط به اشتغال، میزان تولیدات، داده‌های گسترده‌تر مثل تولید ناخالص ملی، رشد اقتصادی، میزان حقوق و دستمزد و غیره از جمله داده‌های اقتصادی هستند که در سطح جهانی و داخلی بر قیمت طلا تأثیر می‌گذارند. عرضه و تقاضا مورد دیگری است که در قیمت تأثیرگذار است. زمانی که عرضه کافی برای تقاضا وجود داشته باشد، در صورت ثابت بودن سایر آیت‌ها تغییری در نرخ ایجاد نمی‌شود، اما اگر عرضه اندکی کاهش یابد، قیمت به طور عجیبی زیاد می‌شود که تجربه این مورد را هم در اقتصاد ایران داشتیم. باید توجه داشت که قیمت طلا از سوی دو عامل عرضه و عوامل اقتصاد کلان تعیین می‌شود. قیمت طلا و عرضه آن ارتباطی معکوس دارند و در مورد عوامل و فاکتورهای اقتصاد کلان نیز ارزش دلار ایالات متحده نیز ارتباط معکوسی با طلا داشته، درحالی‌که تورم و طلا با یکدیگر به صورت مستقیم مرتبط‌اند.

تأثیر بازار طلا بر سایر بازارها

کارشناسان بین‌المللی معتقدند هیچ ارتباط مهم آماری بین بازدهی طلا و تغییرات در متغیرهای اقتصاد کلان، از قبیل تولید ناخالص ملی، تورم و نرخ بهره‌ها، وجود ندارد، اما متغیرهای اقتصاد کلان اثر خیلی قوی‌تری روی کالاهای اساسی دیگر مثل آلومینیوم، نفت و روی، نسبت به اثرشان روی طلا دارند. بازدهی بازار طلا ارتباط کمی با شاخص بازار سرمایه نسبت به سایر بازارها دارد.

سودجویی از نوسان قیمت

ابراهیم محمدولی، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران، اشاره می‌کند که بازار طلا و سکه به دلیل تقاضای زیادی که در سال گذشته داشت، رشد قیمت زیادی را تجربه کرد و سکه از مرز پنج میلیون تومان گذشت.

وی با اشاره به این‌که کاهش نرخ دلار از عوامل اصلی کاهش قیمت طلاست، افزود: قیمت طلا و سکه ارتباط مستقیمی با نرخ دلار دارند و زمانی که نرخ ارز کاهش می‌یابد، به تبع آن قیمت سکه و طلا نیز روند نزولی را طی می‌کند. نرخ دلار در حال کاهش است و نرخ طلا و سکه نیز دوباره کاهش خواهد بود، ضمن این‌که حباب قیمتی این کالا در بازار در حال تخلیه است و انتظار بیشتری نسبت به کاهش قیمت در صورت ثبات شرایط سیاسی داریم.

این مقام صنفی تأکید کرد: با افزایش نرخ ارز مردم به سراغ طلاهای دست‌دوم رفتند که البته مشکلاتی برایشان ایجاد شد. البته پی‌گیری‌هایی انجام دادیم که ممنوعیت فروش طلاهای دست‌دوم در قانون نظام صنفی اضافه شود و با متخلفان این حوزه برخورد قضایی صورت گیرد.

محمدولی با تأکید بر این‌که قیمت طلا و سکه با افزایش قیمت برخی سودجویان وارد این بازار شدند و زیان‌هایی را به مردم تحمیل کردند، گفت: برخی افراد در زمان افزایش قیمت با ارائه کالاهای نامرغوب به نام طلای با کیفیت و عیار ۱۸ پرداختند و سود زیادی به جیب زدند.

به گفته وی، در همان زمان چندین بار به مردم هشدار دادیم که از خرید طلای دست‌دوم اجتناب کنند و از اعضای صنف که دارای جواز کسب هستند، کالاهای مورد نیازشان را تهیه کنند، اما متأسفانه شکایات مردم به پلیس فتا و گزارش‌هایی که در این زمینه به ما شده، نشان می‌دهد میزان مال‌باختگان

بسیار زیاد است و برخی هم هنوز به دلیل این‌که اقدام به فروش طلای خریداری‌شده نکرده‌اند، شناسایی نشده‌اند.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران معاملات طلای دست‌دوم را دارای مشکلات زیادی دانست و گفت: اکثر طلاهای دست‌دوم عرضه‌شده در بازار با مشکلات عیاری و فنی همراه است و غالب مردم در موقع فروش با معضلاتی مواجه می‌شوند. ضمن این‌که باید توجه داشت که برخی از این طلاها مشکلات پوستی دارند و در صورت بروز هرگونه بیماری و شکایت اتحادیه امکان پی‌گیری ندارد.

محمدولی به افزایش قیمت طلا در مناسبت‌های مختلف اشاره کرد و گفت: با توجه به این‌که در نیمه اول سال شرایط برای برگزاری انواع مناسبت‌ها بهتر است، مردم ترجیح می‌دهند مناسبت‌ها و جشن‌های خود را در نیمه اول سال برگزار کنند که این باعث افزایش تقاضا می‌شود، اما این افزایش تقاضا در نیمه اول سال یا کاهش تقاضا در نیمه دوم سال منجر به تغییر قیمت طلا نمی‌شود، بلکه بر روی حباب آن تأثیر می‌گذارد که قیمت‌های فعلی نشان‌دهنده به صفر رسیدن این حباب قیمتی است.

دلایل جذابیت بازار طلا

دکتر مهدی صادقی شاهدانی، رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه امام صادق (ع)، به ارتباط بازارهای مالی با یکدیگر پرداخت و به «وخارزم» گفت: در شرایط عادی وقتی یک بازار با تغییر همراه می‌شود، حتماً بر بازارهای دیگر تأثیر می‌گذارد.

وی با بیان مثالی در این زمینه افزود: اگر در یک ثبات اقتصادی بازار سرمایه یک‌باره کاهش شاخص را تجربه کند، حتماً بازارهای دیگر مانند طلا، سکه و ارز از خروج این سرمایه‌ها منتفع می‌شوند، اما اتفاقی که در کشور ما افتاده، کمی با اصول اولیه اقتصاد متفاوت است و با وجود اعمال محدودیت و تحریم علیه ایران بازار سرمایه این کشور تنها بازاری بود که توانست خود را سبزپوش حفظ کند. اما همه پول‌هایی که در شبکه بانکی به عنوان سپرده قرار داشت، خارج و به بازارهای طلا، سکه، ارز، مسکن، خودرو و اقلام وارداتی رفت که نتیجه آن افزایش سطح عمومی قیمت‌ها و ایجاد تورم بود.

این اقتصاددان نامی کشور با بیان این‌که برخی معتقدند از اولین نشانه‌های تضعیف هر اقتصادی، رشد قیمت طلا در آن کشور است، تأکید کرد: طلا به دلیل تعیین قیمت آن در جهان یک کالای بین‌المللی محسوب می‌شود و تقریباً همه جهان این موضوع را قبول کردند که تعیین نرخ طلا در کشور خودشان از محاسبه نرخ دلار در کشورشان و اونس جهانی به دست می‌آید. بنابراین طلا دارای ارزش استاندارد پذیرفته‌شده‌ای است که موضوع ریسک سیستمیک را ندارد.

صادقی شاهدانی با بیان این‌که بروز بحران یا رکود در چرخه‌های تجاری منجر به تنزل ارزش پول رایج و بازار سهام می‌شود، گفت: در این شرایط طلا هم‌چنان جذابیت سرمایه‌گذاری خود را حفظ می‌کند. هر بازاری که نقدشوندگی بالاتری داشته باشد، جذابیت سرمایه‌گذاری در آن افزایش می‌یابد. طلا یکی از بازارهایی است که هم جذابیت لازم برای سرمایه‌گذاری را دارد و هم از نقدشوندگی بالایی برخوردار است. ضمن این‌که هر کسی با هر سرمایه‌ای می‌تواند وارد این بازار شود، که بازارهای دیگر از این قابلیت محروم هستند.

قیمت طلا و سکه ارتباط مستقیمی با نرخ دلار دارند و زمانی که نرخ ارز کاهش می‌یابد، به تبع آن قیمت سکه و طلا نیز روند نزولی را طی می‌کند. نرخ دلار در حال کاهش است و نرخ طلا و سکه نیز دوباره کاهش خواهد بود، ضمن این‌که حباب قیمتی این کالا در بازار در حال تخلیه است و انتظار بیشتری نسبت به کاهش قیمت در صورت ثبات شرایط سیاسی داریم

بازار مسکن؛ از حباب قیمت‌ها تا رکود معاملات



کارشناسان معتقدند این کاهش حجم معاملات و رکودی که بر بازار مسکن حاکم شده، تا پایان امسال هم تداوم پیدا می‌کند. هم‌چنین کارشناسان بر این باورند که احتمال توقف رشد قیمت مسکن در بازار وجود دارد، زیرا به دلیل راکد شدن معاملات پس از مدتی صاحبان ملک و زمین به این نتیجه خواهند رسید که باید با قیمت‌های پایین‌تری املاک خود را بفروشند و در این مدت خریداران هم از خرید مسکن خودداری خواهند کرد.

چند ماهی می‌شود که قیمت مسکن دست‌خوش افزایش شده است. از سال گذشته و به دنبال افزایش قیمت دلار و رشد نرخ تورم، قیمت مسکن هم افزایش یافت. این افزایش قیمت در اواخر سال گذشته و امسال نمود بیشتری داشت. اما اواخر بهار امسال بخش مسکن وارد دوره رکود شد و خرید و فروش مسکن به طرز چشم‌گیری کاهش یافت. در تابستان ۹۸ هم این رویه کاهش معاملات مسکن ادامه داشت. گزارش‌های منتشرشده از سوی بانک مرکزی هم موید این موضوع است. طبق گزارش بانک مرکزی تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در تیر ماه امسال به ۴٫۸ هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۶۴٫۶ درصد کاهش را نشان می‌دهد. هم‌چنین تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در مرداد ماه امسال به ۱۲ هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱۱٫۲ درصد و ۳۳٫۲ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

تاثیر افزایش نرخ ارز بر قیمت خانه

در رابطه با وضعیت پیش‌آمده در بازار مهدی سلطان‌محمدی، کارشناس بازار مسکن، در گفت‌وگو با خبرنگار ما می‌گوید: اتفاقاتی که در بازار مسکن افتاده، چه افزایش قیمت مسکن که در دو سال گذشته رخ داده و چه رکودی که از تیر ماه امسال اندک اندک در بازار مسکن ظاهر شده، هر دو قابل پیش‌بینی بود. البته شاید زمان این اتفاق‌ها را به طور دقیق نمی‌شد پیش‌بینی کرد، ولی این‌ها چرخه‌هایی است که مشابه آن را قبلاً در بازار مسکن ایران شاهد بوده‌ایم. زیرا بازار مسکن معمولاً چرخه‌های پنج تا شش ساله را به طور نسبتاً منظمی تکرار می‌کند.

به گفته سلطان‌محمدی بیشترین فاکتوری که بر افزایش شدید قیمت مسکن در ماه‌های اخیر تاثیر گذاشته، افزایش شدید نرخ ارز در یکی دو سال گذشته بوده است. رشد شدید نرخ تورم هم که متاثر از افزایش نرخ ارز و افزایش شدید نقدینگی بود، عامل دیگر تاثیرگذار بر گرانی مسکن است. هم‌چنین نرخ بهره بانکی، محدودیت‌های به‌وجودآمده در بازار ارز و مشکلات به‌وجودآمده در بازار بورس موجب شد که بخش زیادی از سرمایه‌ها به سمت بازار مسکن بیايد و افزایش قیمت به شکل شدیدتری در این بازار رخ داد.

این کارشناس در مورد سیاست‌های دولت برای رونق بازار مسکن اظهار می‌دارد: در کوتاه‌مدت دولت کار زیادی برای رونق و رکود بازار مسکن نمی‌تواند انجام دهد. تاثیراتی که دولت می‌تواند بر بازار مسکن بگذارد، به صورت سیاست‌گذاری‌هایی است که معمولاً در دوره طولانی‌تری جواب می‌دهد. البته

سیاست‌های پولی و مالی می‌تواند تاثیرات کوتاه‌مدتی داشته باشد، ولی با توجه به این‌که نقش دولت در عرضه مسکن نقش بسیار محدودی است، بنابراین چندان نمی‌تواند اثر بگذارد. به گفته سلطان‌محمدی زمانی که افزایش قیمت مسکن رخ می‌دهد، دولت اعلام می‌کند که با این وضعیت موافق نیست و خواهان کاهش قیمت‌هاست، اما ابزار زیادی برای این کار در اختیار ندارد. از سوی دیگر، زمانی که بازار وارد رکود می‌شود، دولت می‌گوید که می‌خواهیم بازار را رونق بدهیم و به حرکت بیندازیم، که باز هم خیلی تاثیرگذار نیست. بنابراین در کوتاه‌مدت یا میان‌مدت، نقش دولت در بازار بسیار محدود است.

آن‌طور که این کارشناس می‌گوید، نقش اصلی دولت از چند جهت مهم است. اولین نقش دولت این است که بتواند تورم و رشد نقدینگی را کنترل کند و اگر این‌ها مهار شود، افزایش قیمت مسکن تا حدود زیادی کنترل می‌شود. اما نقش دولت در رونق بازار مسکن بستگی به سیاست‌گذاری‌های آن دارد. اگر دولت بتواند عرضه زمین را در جاهایی که طبق طرح آمایش، پتانسیل عرضه بیشتری دارند، افزایش دهد و اگر این سیاست بیشتر در شهرهای پیرامونی و اقماری اجرا شود و در این مناطق سیستم حمل‌ونقل ریلی مناسب، دسترسی‌های بهتر و زیرساخت‌های مناسب مهیا شود، قیمت مسکن در شهرهای بزرگ تا حدودی تحت تاثیر قرار می‌گیرد.

کاهش معاملات در تابستان

سلطان‌محمدی در خصوص وضعیت معاملات مسکن در

علت بروز تورم در بخش مسکن، کنترل نشدن تقاضاهای سرمایه‌ای و سوداگرانه در این بخش است. در واقع از آن‌جا که دولت این تقاضاها را کنترل نمی‌کند، این‌ها وارد بازار مسکن می‌شوند و در این بازار با خرید و فروش‌های کاذبی که صورت می‌گیرد، رونق کاذب ایجاد می‌شود

تابستان امسال اظهار می‌دارد: در تابستان ۹۸ حجم معاملات مسکن به طرز محسوسی کاهش پیدا کرد و این ناشی از آن است که بازار در حال طی کردن دوره چرخش و انتزاع است. این در حالی است که جامعه به نحوی نگران بود که قیمت‌ها نمی‌تواند به این صورت ادامه پیدا کند و میزان استطاعت خانوار برای خرید خانه متناسب با رشد قیمت‌ها نبود. در همین ارتباط آرامشی که در بازار ارز به وجود آمد، منجر به آن شد که به تدریج خریداران به این نتیجه برسند که با این قیمت‌های نسبتاً هیجانی و شدید وارد بازار نشوند و بنابراین حجم معاملات مسکن کاهش چشم‌گیری پیدا کرد.

توقف رشد قیمت مسکن

پیش‌بینی وی از وضعیت بازار مسکن تا پایان امسال این است که اگر همه عوامل تاثیرگذار در بازار به همین ترتیب عمل کند، قیمت مسکن دیگر رشد شدید قبلی را نخواهد داشت، یا رشد قیمت متوقف خواهد شد و حتی ممکن است اندکی کاهش پیدا کند. هم‌چنین خرید و فروش مسکن در شش ماه پیش رو کاهش خواهد داشت، زیرا قیمت‌ها در بازار مسکن چسبندگی بالایی دارد و زمانی که بازار به سمت منفی می‌رود، صاحبان واحدهای مسکونی و زمین آماده نیستند به سرعت قیمت‌ها را کاهش دهند.

سلطان محمدی معتقد است که باید چند ماه بگذرد و صاحبان واحدهای مسکونی و زمین ببینند که خریداری وجود ندارد و به تدریج متقاعد شوند که با قیمت‌های پایین‌تری املاک خود را بفروشند. قاعدتاً در این فاصله خریداران هم از خرید مسکن خودداری می‌کنند و به این ترتیب حجم معاملات کاهش می‌یابد.

خروج تقاضاهای مصرفی از گردونه بازار

در همین رابطه افشین پروین‌پور، کارشناس بازار مسکن، اشاره به این‌که تورم و جهش قیمت مسکن از سال گذشته رخ داد و افزایش قیمتی هم در اوایل امسال اتفاق افتاد، به خبرنگار ما می‌گوید: همه این‌ها در مجموع موجب شد قیمت

مسکن به حد اشباع برسد و به یک بیشینه‌ای برسد و به این ترتیب، بسیاری از تقاضاهای مصرفی از گردونه بازار خارج شدند، زیرا دیگر به واسطه افزایش قیمت، توان حضور در بازار را نداشتند. آن‌طور که وی می‌گوید، طبیعتاً زمانی که تقاضایی وجود نداشته باشد، اصولاً معامله‌ای صورت نمی‌گیرد، یعنی بخش مربوط در رکود می‌رود و خرید و فروشی انجام نمی‌شود. در واقع زمانی که قیمت از حد طبیعی و استاندارد خود بالاتر می‌رود، تقاضا کم می‌شود، که در بخش مسکن چنین اتفاقی رخ داده است.

پروین‌پور معتقد است علت بروز تورم در بخش مسکن، کنترل نشدن تقاضاهای سرمایه‌ای و سوداگرانه در این بخش است. در واقع از آن‌جا که دولت این تقاضاها را کنترل نمی‌کند، این‌ها وارد بازار مسکن می‌شوند و در این بازار با خرید و فروش‌های کاذبی که صورت می‌گیرد، رونق کاذب ایجاد می‌شود. این تقاضاها از این جهت کاذب هستند که به قصد مصرف، معامله‌ای صورت نمی‌گیرد، بلکه در جهت کسب سود، معامله انجام می‌شود. این موضوع باعث شد از سال گذشته رونق غیرطبیعی در بخش مسکن ایجاد شود و قیمت‌ها بالا رود. بنابراین دولت باید تقاضاهای سرمایه‌ای و سوداگرانه را کنترل کند که این تقاضاها وارد بخش مسکن نشود.

شکست بازار در بخش مسکن

این کارشناس در مورد وضعیت خرید و فروش مسکن در تابستان امسال هم می‌گوید: به پدیده‌ای که هم‌اکنون در بخش مسکن اتفاق افتاده، شکست بازار می‌گویند؛ شکست بازار به این معنا که تقاضا در بخش مسکن داریم، عرضه هم وجود دارد، ولی به دلیل این‌که قیمت‌ها خیلی از حد طبیعی خود بالاتر رفته، معامله‌ای صورت نمی‌گیرد.

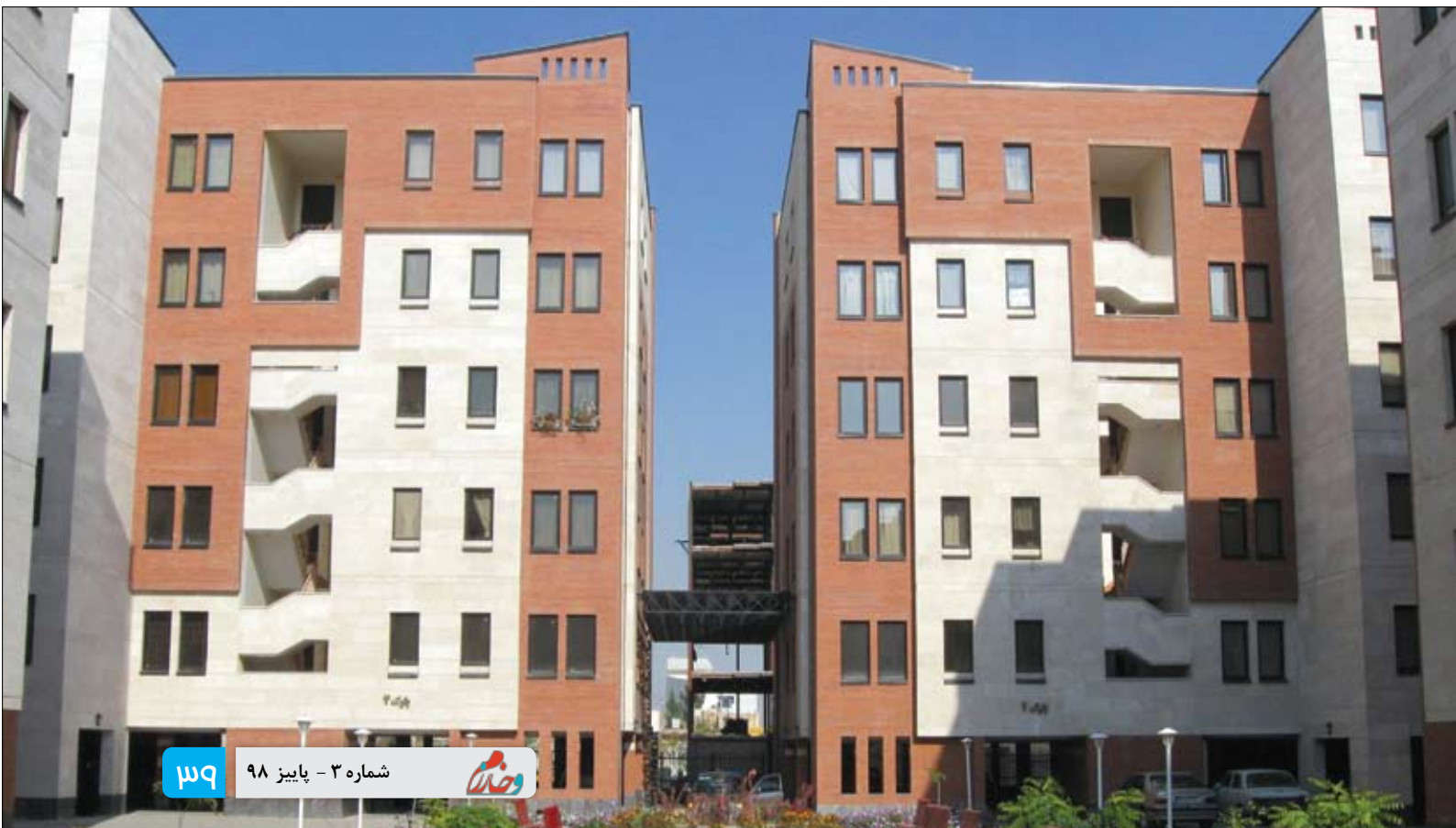
به اعتقاد پروین‌پور هر وقت چنین پدیده‌ای در اقتصاد اتفاق می‌افتد، جای دخالت دولت است و دولت باید با استفاده از ابزارهای مالیاتی دخالت کند و این حباب قیمت را در بخش مسکن از بین ببرد. زمانی که حباب قیمت از بین برود،

قیمت‌ها به شدت کاهش پیدا می‌کند و به سمت طبیعی و منطقی شدن می‌رود. به گفته وی زمانی که این اتفاق رخ بدهد، بسیاری از تقاضاهای مصرفی که به دلیل قیمت‌های حباب‌وار از گردونه بازار خارج شده بودند، دوباره به بازار برمی‌گردند و این چرخه راه می‌افتد.

تداوم رکود

در بازار مسکن

این کارشناس در خصوص پیش‌بینی بازار مسکن تا پایان امسال می‌گوید: تا پایان سال ۹۸ رکود در بازار مسکن ادامه خواهد داشت، مگر این‌که اتفاق خاصی بیفتد. زیرا در کشور ما تا حد بسیار زیادی مسائل اقتصادی تحت تاثیر مسائل سیاسی است. بنابراین ممکن است یک اتفاق غیرقابل پیش‌بینی رخ دهد که شرایط را تغییر دهد، ولی اگر غیر از این باشد، وضعیت به همین منوال ادامه پیدا می‌کند.





بنگاه‌داری بانک‌ها و اصلاح ساختار این نهاد پولی

ورود و خروج پر حاشیه

بانک‌ها یک شبه ایجاد نشده است که یک شبه هم برطرف شود. اصلاح نظام بانکی یک برنامه بلندمدت است و حل مشکلات بانک‌ها باید با تدبیر انجام شود.

دسته‌بندی بنگاه‌داری بانک‌ها

آن‌طور که رئیس کل بانک مرکزی می‌گوید، اصلاح نظام بانکی در دستور کار بانک مرکزی قرار دارد. کارشناسان حوزه پول و بانک معتقدند اصلاح نظام بانکی و خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری نتیجه اقدامات بانک مرکزی و معاون نظارت است که وضعیت بهتری نسبت به قبل دارد، اما هنوز نیازمند زیرساخت‌هایی است که شاید اقتصاد ایران با آن فاصله داشته باشد.

بنگاه‌داری بانک‌ها به چند دسته تقسیم می‌شود که در ابتدا می‌توان اشاره کرد به بنگاه‌هایی که فعالیت بانکی دارند، مانند شعب یا بانک‌های مستقل بانکی در خارج کشور وابسته به بانک. در بخش دوم صرافی‌ها، بیمه‌های کارگزاری و شرکت‌های فناوری هستند که جزو بنگاه‌های ابزاری هستند و به نوعی به فعالیت اصلی بانک کمک می‌کنند و می‌توانند در افزایش سهم بازار و خلق ثروت موثر باشند. در بخش بعدی دسته‌بندی می‌توان به بنگاه‌هایی اشاره کرد که دارایی آن‌ها به نوعی قهری نامیده می‌شود. این دارایی به دلایل مختلف از جمله ضرورت وصول مطالبات از دولت یا مصالح ملی و در برخی موارد تکلیفی به بانک‌ها واگذار شده‌اند. همچنین بنگاه‌های انتفاعی که بانک‌ها به قصد سودآوری خریده یا تاسیس کرده‌اند، از دیگر موارد بنگاه‌داری بانک محسوب می‌شود.

حتما شما هم لاقل یک بار خبر مصادره خانه، ملک یا وثیقه‌ای را که به منظور ضمانت یک تسهیلات داده شده، شنیده‌اید؛ اموال و املاک تملیکی که به دلیل عدم توانایی بازپرداخت مشتریان بانک در تملک بانک‌ها قرار گرفته‌اند. در

همه چیز با یک پست متعلق به عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی، در یک شبکه اجتماعی فضای مجازی شروع شد. او ۲۵ مرداد ماه در پست اینستاگرامی خود نوشت: همان‌گونه که فعالان اقتصادی و مردم آگاهی دارند، بازار ارز پس از یک دوره سخت، که بیشتر از ناحیه فشارهای خارجی و تحریم همه‌جانبه و انتظارات منفی ناشی از آن بود، در دوره اخیر تدریجا به سمت پایداری و پیش‌بینی‌پذیری حرکت می‌کند. همان‌گونه که پیش‌تر نیز گفته‌ام، تلاش بانک مرکزی در مدیریت بازار و سامان‌دهی به آن بوده است. در این میان طرح مباحثی مانند تامین مالی دولت یا کمک به بانک‌ها از طریق تحولات نرخ ارز، نه تنها بر اساس آمار بی‌اساس است، بلکه جفای بزرگی بر حق بانک مرکزی است.

وی با بیان این‌که کارشناسان می‌دانند کنترل نوسانات نرخ ارز فرایند پیچیده‌ای است و با ابزارهای در اختیار بانک مرکزی انجام می‌گیرد، گفت: در این راستا، بنده هم‌چنان بر عهد و برنامه یک سال پیش خود مبنی بر صیانت از ذخایر بانک مرکزی پابرجا هستم و به صورت فزاینده به تقویت آن اهتمام جدی دارم. بخش بااهمیت دیگری از اقدامات در دست بانک مرکزی آن است که دوره تخطی برخی از بانک‌ها از مقررات ابلاغی و برخی نسبت‌ها، به‌ویژه درصدهای سهام‌داری، اجرای حاکمیت شرکتی، اعطای وام‌های خاص خصوصا به اشخاص و شرکت‌های مرتبط و غیره به سر آمده است.

البته نباید فراموش کرد که همتی در همایش بانک‌داری اسلامی که در ۹ شهریور ماه برگزار شد، اصلاح نظام بانکی را یک برنامه بلند خواند و تصریح کرد: مشکلات و ناترازی

بانک‌داری

محمدحسین علی‌اکبری

نظاره‌شکر

بین این دارایی‌ها نیز انواع طرح‌های نیمه‌تمام، کارخانه‌های فعال و نیمه‌فعال و ورشکسته وجود دارد که نام این موارد به نام بنگاه‌داری بانک‌ها تمام می‌شود.

حد مجاز چقدر است؟

طبق قانون بانک‌ها این اختیار را دارند که بخشی از سرمایه خود را به بنگاه‌داری اختصاص دهند. این مجوز را قانون‌گذار و مقام ناظر به بانک‌ها داده است. اما بررسی‌ها در طول سال‌های گذشته نشان داده بانک‌ها علاوه بر این که حد مجاز بنگاه‌داری را رد کردند، اموال مازادی در اختیار دارند که قانون‌گذار و نهاد ناظر یعنی بانک مرکزی دستور دادند به بخش خصوصی واگذار شوند.

در سال ۹۴ بانک‌ها و موسسات اعتباری موظف شدند طی مدت سه سال از تاریخ ابلاغ حداقل هر سال ۳۳ درصد از مازاد دارایی خود را تا رسیدن به حد مقرر ۷۵ درصد واگذار کنند. این قانون بعد از چکش‌کاری‌های فراوان در سال ۹۶ به بانک‌ها ابلاغ شد. اما بخش‌نامه‌ها و ابلاغ قوانین نشان می‌دهد راه‌کارهای قانونی فعلی از اثربخشی و کارآمدی لازم برای خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری برخوردار نیست. بخشی از این ناکارآمدی به تعارض انگیزه‌ها در نهادهای سیاسی و اقتصادی کشور برمی‌گردد و برخی نیز به تفاوت‌های اساسی بین انگیزه‌های سهام‌داران عمده در بانک‌های خصوصی، خصوصی‌شده و دولتی مربوط است. واقعیت این است که سرنوشت بانک‌های خصوصی به بنگاه‌داری و اجرای پروژه‌های بزرگ و میل به گسترش آن گره خورده است، درحالی‌که در بانک‌های خصوصی‌شده و دولتی تسهیلات تکلیفی، بنگاه‌داری دولت و انتظار از این بانک‌ها، معضل مطالبات سنگین از دولت و عدم تعیین تکلیف قطعی آن در بودجه اساس دغدغه‌ها و پایه حکمرانی را شکل داده است.

فروش اموال مازاد بانک‌ها طی مدت سه سال کمی کوتاه است و مشکلاتی را به وجود می‌آورد. یکی از این مشکلات عرضه تمامی دارایی‌ها و فزونی آن بر تقاضا در بازار منجر بر کاهش قیمت است و اگر بانک‌ها بخواهند به این کاهش قیمت رضایت دهند، باید زبان آن را تحمل کنند. در مورد بعدی می‌توان به دلایل مختلف قیمت برخی از دارایی‌های بانک‌ها که واقعی نیست، اشاره کرد. در این شرایط انتظار برای رسیدن به قیمت واقعی از موانع فروش است. هم‌چنین برخی از دارایی بانک‌ها از درجه نقدینگی بسیار پایینی برخوردار هستند. هر چند اقدام بانک‌ها در بخش بنگاه‌داری درست نبوده، اما در شرایط فعلی متقاضیان خرید می‌توانند شرایط خود را برای خرید به بانک‌ها تحمیل کنند و کارکنان تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر بانک‌ها در آینده در معرض بازخواست واحدهای نظارتی قرار خواهند گرفت. از سوی دیگر، بانک‌ها با مشکل وثیقه یا ضمانت درگیر هستند. به این دلیل که اکثر این دارایی‌ها با شرایط قسطی و وثایق نه‌چندان قوی واگذار خواهند شد، بانک‌ها چندین سال با مشکل وصول اقساط یا خطر بازپس‌گیری دارایی مواجه خواهند بود.

پیشنهاد برای خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری

دکتر حیدر مستخدمین حسینی، کارشناس پول و بانک، درباره خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری به «وخارزم» گفت: خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری باید با خروج بنگاه‌ها از بانک‌داری همراه شود، در غیر این صورت، اتفاق خاصی نخواهد افتاد. یک ضرب‌المثل هست با این مضمون که هر کاری چاره‌ای دارد، جز مرگ. خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری نیز راه‌کارهایی دارد که

به آن اشاره‌هایی شده است. مستخدمین حسینی با بیان راه‌کاری در این زمینه تأکید کرد: برای خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری ابتدا باید تقویت سرمایه بانک‌های کشور اتفاق بیفتد تا قدرت تسهیلات‌دهی آن‌ها کاهش نیابد. بانک‌ها به نوعی به بنگاه‌داری و سرمایه داشتن عادت کرده‌اند و یک شبه این مشکلات حل نمی‌شود.

این کارشناس پولی و بانکی به اصلاح ساختار نظام بانکی اشاره و تأکید کرد: اصلاح نظام بانکی با هدف تقویت بانک‌ها پیشنهاد شده تا مسیر سودآوری آن‌ها پاک‌سازی شود و بتوانند از طریق عملیات اصلی حاصل از واسطه‌جو و عقود و کارمزدها کسب سود کنند.

بانک‌ها به جایگاه اصلی‌شان برگردند

دکتر حسین سلاجورزی، نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران، در مورد شرکت‌داری بانک‌ها به «وخارزم» گفت: درست است که اصلاح نظام بانکی در دستور کار بانک مرکزی قرار گرفته، اما باین‌حال شاهد شرکت‌داری بانک‌ها هستیم که در این زمینه ابتدا بانک‌ها باید شرکت‌های خود را به بخش خصوصی واگذار کنند و بعد به سراغ اصلاح بخش‌های دیگر رفت. وی با تأکید بر این که ۹۰ درصد تامین مالی واحدهای تولیدی کشور از سوی بانک‌ها انجام می‌شود، افزود: اقتصاد ایران بانک‌محور است و تامین مالی اکثر پروژه‌ها از سوی بانک تامین می‌شود. از این رو بانک‌ها به منظور تامین مالی پروژه‌ها اقدام به شرکت‌داری می‌کنند که برخی از آن‌ها به این بهانه از میزان مجاز عبور می‌کنند و در برخی موارد باعث برهم زدن تعادل اقتصادی می‌شوند.

سلاجورزی به وظیفه بانک‌ها اشاره کرد و گفت: بانک‌ها واسطه متقاضیان پول و سپرده‌گذاران هستند. همیشه نرخ سود سپرده پایین‌تر از نرخ سود تسهیلات تعیین می‌شود تا رقم باقی‌مانده در این میان هزینه‌های بانک را پوشش دهند. به عنوان مثال، اکنون نرخ سود سپرده ۱۵ درصد و نرخ سود تسهیلات ۱۸ درصد است، که این سه درصد به منظور تامین هزینه‌های بانک است، اما برخی بانک‌ها به جای نقش واسطه‌گری بین سپرده‌گذاران و متقاضیان تسهیلات اقدام به شرکت‌داری می‌کنند که این موضوع به ضرر اقتصاد کشور تمام می‌شود. البته شرکت‌داری برای بانک‌ها منع نشده و تا یک حدی مجاز به این کار هستند، اما برخی بانک‌ها از این سقف مجاز فراتر می‌روند، که باعث آسیب به اقتصاد می‌شوند.

به دنبال بنگاه‌داری نیستیم

حجت‌الله مهدیان، مدیرعامل بانک توسعه تعاون، درباره بنگاه‌داری بانک‌ها به «وخارزم» توضیح داد: بنده در مورد بانکی می‌توانم اظهار نظر کنم که مدیرعامل آن هستم و به قطع می‌توانم تأکید کنم که بانک توسعه تعاون به هیچ‌وجه به دنبال بنگاه‌داری نیست. بانک توسعه تعاون تنها یک شرکت مازاد دارد که تا پایان سال این شرکت واگذار خواهد شد و شرکت‌های دیگر از سوی بانک مرکزی تأیید شده تا در اختیار بانک توسعه تعاون باقی بمانند.

مهدیان با بیان این که دولت از این بانک نوپای دولتی توقع سود و سهام ندارد، گفت: دولت از ما توقع سود زیاد ندارد و همواره تأکید دارد که این بانک زیان نداشته باشد. در همین راستا و به منظور افزایش قدرت تسهیلات‌دهی با افزایش سرمایه این بانک موافقت شد و سرمایه ما به هزار میلیارد تومان رسید تا بتوانیم خدمات بهتری به بخش خصوصی و تعاونی ارائه کنیم.

در سال ۹۴ بانک‌ها و موسسات اعتباری موظف شدند طی مدت سه سال از تاریخ ابلاغ حداقل هر سال ۳۳ درصد از مازاد دارایی خود را تا رسیدن به حد مقرر ۷۵ درصد واگذار کنند. این قانون بعد از چکش‌کاری‌های فراوان در سال ۹۶ به بانک‌ها ابلاغ شد. اما بخش‌نامه‌ها و ابلاغ قوانین نشان می‌دهد راه‌کارهای قانونی فعلی از اثربخشی و کارآمدی لازم برای خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری برخوردار نیست



نگاهی به تاثیر کاهش تنش‌های منطقه بر بازار سرمایه

چشم‌انداز روشن بورس

غزال بابایی
کزارشگر

که مذاکرات شش قدرت جهانی به نتیجه نزدیک می‌شود، هم قیمت ارز کاهش می‌یافت و هم بورس افزایش داشت و زمانی که برجام امضا شد، همه این موارد محسوس بود. در این میان تابستان گذشته فصل پرافت‌وخیزی برای بازار سرمایه بود. برخی کارشناسان این افت‌وخیز را دوره اصلاح می‌نامند. به این دلیل که چندی پیش اخباری درباره آزادسازی نرخ فروش فرآورده‌های نفتی اعلام شد که می‌تواند انگیزه سهام‌داران برای ورود به بازار سرمایه را دوچندان کند. از سوی دیگر، باید توجه داشت که افزایش نرخ ارز منجر به رشد دارایی شرکت‌ها و صعودی شدن شاخص شد، اما هنوز این نرخ به طور کامل در بازار تاثیر نگذاشته است و هنوز فرصت رشد وجود دارد. از سوی دیگر، برخی کارشناسان مطرح می‌کنند بازار سرمایه با مشکل نقدینگی مواجه است که عامل اصلی نوسان شاخص محسوب می‌شود. هم‌چنین باید توجه داشت که سال مالی اکثر شرکت‌های کارگزاری پایان شهریور است که در این دوره معمولاً برخی شرکت‌های کارگزاری با گروهی از مشتری‌های خود تسویه می‌کنند.

نقدینگی سرگردان

نقدینگی کشور حدود ۲ هزار میلیارد تومان است. این حجم از نقدینگی برای یک جامعه هم یک فرصت است و هم یک تهدید. فرصت از این جهت که با این پول می‌توان تولید کشور را رونق داد و تهدید از این منظر که اگر این نقدینگی مدیریت نشود، همه بازارها را بر هم می‌زند و موجب تورم شدیدی در کشور خواهد شد.

تقریباً همه بازارها در سال گذشته نوسان و کاهش تقاضا را تجربه کردند، اما بازار سرمایه نوسان خود را به سمت مثبت شدن تغییر داد و تا مدت زیادی سبزپوش شد. شاخص بورس به دلیل افزایش نرخ ارز که منجر به افزایش دارایی شرکت‌ها شد، با رشد فزاینده‌ای همراه بود که امکان ورود سرمایه‌داران جدید را به این بازار فراهم کرد.

آخرین ماه تابستان بازار سرمایه دست‌خوش تغییراتی بود که برخی کارشناسان دلیل اصلی نوسان و کاهش شاخص را ورود افراد غیرمتخصص به این بازار بر اساس شنیده‌ها و شرایط سیاسی کشور مطرح می‌کنند. هرچند تنش‌های سیاسی هم در این زمینه بی‌تاثیر نیست و اولین ثمر تصمیمات سیاسی که منجر به بهبود اقتصاد شود، در تابلوی اقتصادی یک کشور یعنی بازار سرمایه خود را نمایان می‌کند.

سوددهی در اوج تحریم‌ها

در تابستان امسال کشور ایران کم از سوی ایالات متحده آمریکا تهدید و تحریم نشد، اما با این حال بازار سرمایه توانست خود را به عنوان بازاری سودده نگه دارد. هر کسی که وارد بازار طلا، سکه، ارز، مسکن و خودرو شده بود، با تخلیه حساب قیمت نتوانست ارزش پول خود را حفظ کند، اما کسانی که وارد بازار سرمایه شده بودند، نه تنها ارزش پولشان حفظ شده، بلکه به میزان دارایی آن‌ها نیز افزوده شده است. زمانی که ایران در جریان مذاکرات هسته‌ای قرار داشت، زمانی

تاثیر مثبت در فضای منفی

کیوان شیخی، کارشناس بازار سرمایه، در این باره به خبرنگار ما می‌گوید: بورس یک بازار تاثیرپذیر است، اما فیلترهای زیادی دارد تا تاثیرات آن حس شود. توقیف نفتکش ایرانی از سوی نیروی دریایی انگلیس یک خبر بد محسوب می‌شود و همچنین توقیف نفتکش انگلیسی از سوی نیروی دریایی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی این خبر را به اقتصاد ایران داد که ممکن است درگیری‌هایی در منطقه خلیج فارس صورت بگیرد. همچنین سرنگون کردن پهپاد پیشرفته آمریکایی از سوی موشک‌های سپاه پاسداران و همچنین حمله آمریکا به سه سایت نظامی ایران خبری است که باید تاثیر منفی زیادی روی اقتصاد ایران بگذارد. اما بازار سرمایه نسبت به این عوامل واکنش عکس نشان داد و با انتشار این اخبار همچنان روند صعودی خود را حفظ کرد. به گفته وی، برخی اخبار منفی ممکن است روی بازار سرمایه تاثیر مثبت بگذارد.

شیخی با بیان این که ورود پول از سوی سرمایه‌داران حقیقی در طول یک سال گذشته افزایش چشم‌گیری داشته است، گفت: اغلب تاثیرات مثبت و منفی که در بازار اتفاق می‌افتد، ناشی از رفتارهای هیجانی افراد حقیقی در بازار سرمایه است. اما آمارها نشان می‌دهد در طول یک سال گذشته با ورود سرمایه‌گذاران جدید این بازار به سمت و سوی هیجانی حرکت نکرده و همچنان سوددهی خود را حفظ می‌کند.

این کارشناس بازار سرمایه از سودآورترین بخش‌های بازار سرمایه نام برد و تاکید کرد: اکنون صنایع پتروشیمی به دلیل تحریم فروش نفت و تمرکز بر ارزآوری صادرات غیرنفتی بیشترین سود را نصیب سهام‌دارانشان می‌کنند. همچنین بخش‌های عمرانی نیز به دلیل خروج شرکت‌های خارجی و توجه بیشتر به شرکت‌های داخلی سود زیادی را به سهام‌دارانشان تقدیم می‌کنند.

وی معتقد است: صنایع ارزآور و صادراتی بازار سرمایه چشم‌انداز روشنی دارند و ارزنده هستند.

شیخی چشم‌انداز بازار سرمایه را مثبت دانست و گفت: بازار سرمایه هم مانند بازارهای دیگر در نوسان است و کاهش آن به معنای خروج نقدینگی و سرمایه‌داران نیست. البته برخی کاهش‌ها ناشی از عدم ورود سرمایه جدید به بازار است که با اعمال تحریم‌ها علیه ایران این ذهنیت را به وجود می‌آورد که کالای این شرکت‌ها سخت‌تر به فروش می‌رسد، اما با همه این تفاسیر آینده بازار سرمایه خوش است و هر کسی که وارد این بازار شود، نه تنها ضرر نمی‌کند، بلکه سود زیادی نصیبش خواهد شد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به این که بازار سهام در حال حاضر تحت تاثیر یک اقتصاد تورمی در حال حرکت است، گفت: تورمی که ناشی از افزایش نرخ برابری دلار به ریال به وجود آمده، سبب شده بهای اجناس با رشد قابل توجهی مواجه شوند. در این میان بازار سرمایه اثرپذیری مستقیمی از رشد تورم دارد، به طوری که قیمت سهام معامله‌شده در بورس با توجه به افزایش تورم با صعود همراه خواهد شد.

وی با بیان این که قیمت‌گذاری‌های دستوری در بورس کالا و تعیین نرخ محصولات با دلار ۴۲۰۰ تومانی باعث بی‌اعتمادی سهام‌داران در بازار سرمایه می‌شود، افزود: هر زمزمه‌ای مبنی بر آزادسازی نرخ، رشدی در صنایع مرتبط ایجاد می‌کند.

این موضوع در هفته‌های گذشته با اخبار منتشرشده مبنی بر آزادسازی نرخ پالایشی‌ها یا دیگر صنایع، رشد قابل توجه و ایجاد تقاضای بالا در این گروه‌ها را به دنبال داشت، به طوری که در این راستا واکنش شدید و افزایش قیمت مناسبی را در نمادهای مرتبط با این موضوع شاهد بودیم. وزارت صنعت، معدن و تجارت باید ابهامات موجود در قیمت‌گذاری را بر طرف کند تا سرمایه‌گذاران با شفافیت بیشتری اقدام به خرید و فروش کنند.

امید به صعود دوباره

سیدحمید میرمعینی، کارشناس بازار سرمایه، به «وچارزم» می‌گوید: مدتی است اصلاح نسبی قیمت سهام در فلزات، پتروشیمی‌ها و صنایع پالایشی اتفاق می‌افتد که منجر به افزایش تقاضا در این بخش خواهد شد. آمارها نشان می‌دهد اخبار سیاسی منفی نتوانسته تاثیر منفی بر تابلوی اقتصادی کشور بگذارد و این گروه کالایی به سودآورترین گروه کالایی بازار سرمایه تبدیل شده است.

میرمعینی به پرسش خبرنگار ما مبنی بر این که دلیل افت و خیز بورس در تابستان چه بود، پاسخ داد: در مرداد ماه شاخص بورس رشد عجیبی داشت که مسئله قیمت‌گذاری محصولات پایه در بورس کالا و ابهامات مرتبط در مورد سهام کالایی وابسته نیز در تشدید این روند موثر بوده است. اما مسئله مهم‌تر این است که مرز مقاومت دولت در برابر بازار و فرایندهای آزاد قیمت‌یابی کجاست. تجربه سیاست‌های گذشته نشان می‌دهد سرکوب‌های قیمتی چندان پایدار نیست و با عبور از مقاومت موقت سیاست‌گذار، می‌توان به آینده سهام در میان‌مدت امیدوار بود.

این کارشناس بازار سرمایه از افزایش نرخ ارز به دلیل دستوری بودن آن طی چند سال متوالی اشاره کرد و گفت: زمانی که قیمت یک کالا در صورت وجود تورم در یک جامعه ثابت می‌ماند، در نهایت موجب افزایش یک‌باره قیمت می‌شود که در سال ۹۱ یک بار و در سال ۹۷ بار دیگر آن را تجربه کردیم. در سال ۹۱ گروه‌های صادرکننده در مرحله اول رشد و رونق بازار قرار گرفتند، سپس ارزش سهام در دیگر گروه‌ها متناسب با کاهش ارزش ریال تعدیل شد. در این زمان صادرکنندگان مستقیماً از افزایش نرخ ارز سود بردند که پس از این گروه کالایی گروه‌هایی که دارایی ارزی داشتند، با رشد سرمایه مواجه شدند. این اتفاق در سال ۹۷ هم افتاد و ابتدا شرکت‌های صادراتی و بعد شرکت‌هایی که دارایی ارزی داشتند، از این شرایط سود بردند. گروه‌های صادراتی و ارزمحور شامل فلزی، معدنی و پتروپالایشی‌ها هستند که در گروه‌های دارایی ارزی بخش بانک و بیمه اضافه می‌شوند.

میرمعینی با اشاره به این که نقش عوامل سیاسی را نباید نادیده گرفت، گفت: شرایط سیاسی تاثیر مستقیمی بر روند بازار سرمایه خواهد داشت. تجربه نشان داده با اعمال محدودیت در اقتصاد ایران شرکت‌ها و صنایعی که از لحاظ بنیادی با شرایط مطلوبی همراه هستند، یا به معدن و چاه نفت دسترسی دارند، وضعیت مناسب‌تری خواهند داشت. هرچند در این میان تحریم‌ها به عنوان عاملی منفی بر رشد صنایع عنوان می‌شود، اما برخورداری از شرایط بنیادی مناسب، تاثیر منفی ایجادشده از این ناحیه را مرتفع خواهد کرد.

مدتی است اصلاح نسبی قیمت سهام در فلزات، پتروشیمی‌ها و صنایع پالایشی اتفاق می‌افتد که منجر به افزایش تقاضا در این بخش خواهد شد. آمارها نشان می‌دهد اخبار سیاسی منفی نتوانسته تاثیر منفی بر تابلوی اقتصادی کشور بگذارد و این گروه کالایی به سودآورترین گروه کالایی بازار سرمایه تبدیل شده است



گزارش و خارزم از فرصت‌های سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای منطقه

سوریه و عراق، تشنه سرمایه‌گذاری

منطقه را مطرح می‌کنند و عراق به عنوان نزدیک‌ترین بازار به ایران از ظرفیت‌های اقتصادی فراوانی برخوردار است. حضور نظامی ایران در کشورهای سوریه و عراق به درخواست دولت‌های قانونی این کشورها به منظور دفاع از حرم اهل بیت باعث شده پای تجار ایرانی هم به بازار این کشورها با پایان یافتن جنگ باز شود.

بازار سوریه و عراق برای کشورهای خارجی و منطقه دارای اهمیت زیادی است و ایران نیز در میان این کشورها قصد دارد سهمی در این بازارها داشته باشد. چندی پیش یک هیئت بلندپایه در سطح ریاست جمهوری به عراق سفر می‌کند تا فصل جدیدی در روابط سیاسی و اقتصادی میان دو کشور ایجاد شود. از سوی دیگر، یک تیم بلندپایه در سطح معاون اول رئیس‌جمهور به سوریه رفت تا اوضاع سیاسی و اقتصادی آن بازار را برای حضور ایران بررسی کنند.

آن‌طور که از شواهد پیداست، کشورهای چین، روسیه، ترکیه و ژاپن در بخش‌های مختلف قصد حضور در بازارهای سوریه و عراق را دارند، اما به دلیل حضور مدافعان حرم ایران در این کشور، مسئولان سوری تمایل بیشتری به برقراری روابط اقتصادی با تجار ایرانی دارند. از این رو اتاق بازرگانی ایران به منظور توسعه روابط دو کشور یک ساختمان در دمشق خریداری کرد تا تجار ایرانی برای برقراری ارتباط راحت‌تر باشند.

روابط ایران و سوریه بسیار گرم است، اما روابط اقتصادی دو کشور چنگی به دل نمی‌زند، درحالی‌که سوریه با فروپاشی

برخی کشورها دارای موقعیتی استراتژیک هستند که ایران، عراق و سوریه از جمله این کشورها محسوب می‌شوند. تحریم‌های آمریکا علیه ایران از زمان خروج این کشور از برجام، از میزان سرمایه‌گذاری خارجی در ایران کاسته است، اما شرایطی فراهم شده تا سرمایه‌داران به منظور کسب سود بیشتر، روانه بازارهای عراق و سوریه شوند.

عراق و سوریه که تا چندی پیش از حضور داعشی‌ها رنج می‌بردند، با مقاومت مردم این کشور و هم‌چنین حضور مدافعان حرم اهل بیت از کشورهای مختلف از شر این مزاحم جهانی خلاص شده و قصد دارند دوباره اقتصادشان را احیا کنند. هر دو دولت قدم‌هایی را برای بازسازی پس از جنگ شروع کرده‌اند. بررسی‌های آماری نشان می‌دهد برای بازسازی دو کشور عراق و سوریه به حدود ۵۰۰ میلیارد دلار، ۱۰۰ میلیارد دلار برای عراق و ۳۸۸ تا ۴۰۰ میلیارد دلار برای بازسازی سوریه، سرمایه‌گذاری نیاز است. مسلم است این رقم بسیار چشم‌گیری است که با خود حجم قابل‌توجهی از بازار کالایی از سیمان و گچ و در و پنجره گرفته تا ماشین‌آلات بسیار پیچیده و غیره را در این کشورها ایجاد خواهد کرد. باین‌حال بررسی‌های آماری نشان می‌دهد سهم ایران از نیاز فعلی بازار کالایی سوریه حدود سه درصد و در عراق نیز با شرایط بهتری حدود ۱۳ درصد است.

مدتی است کارشناسان با توجه به تحریم‌های اتفاق‌افتاده از سوی ایالات متحده آمریکا بحث سرمایه‌گذاری در کشورهای



داعش، اکنون وارد دوره بازسازی شده و می‌تواند فرصت چندین میلیارد دلاری برای اقتصاد ایران به عنوان مهم‌ترین شریک سیاسی‌اش ایجاد کند. بسیاری از کارشناسان معتقدند سوریه هم مانند عراق می‌تواند برای ایران یک شریک تجاری بزرگ باشد و درآمد ارزی کشور را تامین کند، که این کار مستلزم برنامه‌ریزی دقیق برای رفع نیاز این بازار خواهد بود.

اقدامات بخش خصوصی برای بازار سوریه

کیوان کاشفی، رئیس کمیته مشترک ایران و سوریه، در گفت‌وگویی که با خبرنگار ما داشت، به برنامه‌های اتاق بازرگانی و تجار برای حضور در بازار این کشور اشاره کرد و گفت: برای حضور ایران در سوریه جلسات منظمی با مقامات بازرگانی و دولتی داشتیم که یکی از مشکلات تاخیر در اجرای پروژه‌ها نقل و انتقال پول است، که ظاهراً قرار است با سازوکاری جدید تجارت با این کشور را آغاز کنیم.

وی به تاسیس بانک مشترک ایران و سوریه به منظور نقل و انتقالات پولی اشاره کرد و افزود: اکنون نقل و انتقالات پولی در صرافی‌ها انجام می‌شود که به‌زودی همه این معاملات در بانک مشترک ایران و سوریه ثبت خواهد شد.

کاشفی به سفر مقامات ایرانی به سوریه اشاره کرد و گفت: در سال گذشته معاون اول رئیس‌جمهور به همراه چند تن از مقامات سیاسی و اقتصادی کشور به سوریه سفر کردند تا درباره تجارت دو کشور به نتیجه برسند. در این جلسه پیشنهادهای بین روسای کل بانک مرکزی دو کشور مطرح شد که در نهایت تشکیل بانک مشترک ایران و سوریه محصل مذاکرات بود.

رئیس کمیته مشترک ایران و سوریه تاکید کرد: نیاز اصلی بازار سوریه را فعالیت‌های عمرانی و نیروگاهی تشکیل می‌دهد و با توجه به توان شرکت‌های ایرانی در زمینه ساختمان‌سازی، حفاری، احداث تونل و جاده‌سازی، این شرکت‌ها می‌توانند نقش موثری در این زمینه ایفا کنند. در صورت اجرای پروژه‌های ایران در کشور سوریه، وضعیت اشتغال داخلی بسیار متفاوت می‌شود و بهبود می‌یابد.

به گفته وی، بازار سوریه با عراق کمی تفاوت دارد و آن‌ها در حوزه نساجی، کشاورزی و صنعتی توان بالایی دارند. جالب است که قبل از وقوع جنگ سهم سوریه نسبت به ایران در بازار عراق بیشتر بود که به دلیل حضور داعشی‌ها و برپا شدن آتش جنگ در این کشور تولید از دست رفت و تا احیای آن کشورهای مختلف حاضر به همکاری با این کشور هستند.

از سوی دیگر، برخی کارشناسان هم مطرح می‌کنند ترکیه، اردن، عراق و لبنان کشورهای هم‌مرز سوریه هستند، اما نکته بسیار مورد توجه این است که برخی کشورها تحت نفوذ کشورهای دیگرند؛ به عنوان مثال، کشور اردن تحت نفوذ عربستان است و زمانی که ارتباط اردن با سوریه خوب می‌شود، بازار این کشور را محصولات عربستانی تشکیل می‌دهد. لبنان هم به عنوان یک هاب برای شرکت‌های اروپایی شناخته شده و آن‌ها به نام لبنان، محصولات خودشان را روانه سوریه می‌کنند.

عراق، شریک استراتژیک ایران

آمارها نشان می‌دهد برای بازسازی عراق حدود ۱۰۰ میلیارد دلار هزینه نیاز است. نیاز اصلی عراق در بخش‌های کود، مواد شیمیایی و پالایشگاه‌ها، پروژه‌های حمل‌ونقل مانند فرودگاه،

مترو، راه‌آهن، تونل‌ها، پل‌ها و بنادر، ساختمان‌سازی، کشاورزی، توریستی و تفریحی است. آمارهای سال گذشته نشان می‌دهد ایران سومین کشور صادرکننده به عراق است و ترکیه و چین در رتبه‌های اول و دوم قرار دارند. در شرایط کنونی عراق انتظار می‌رود بخش خصوصی موقعیت‌های سودآوری پیش رو داشته باشد. به طور ویژه در بخش‌هایی که نیازهای فوری و اضطراری به بازسازی آن‌ها وجود دارد، مانند بانک‌ها، معادن، انرژی‌های تجدیدپذیر، ارتباطات، دفن یا بازیافت زباله، تجارت الکترونیک، آب، بهداشت و همچنین بخش گردشگری انتظار می‌رود سود بسیار خوبی در سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها وجود داشته باشد. علاوه بر بحث سرمایه‌گذاری، فرصت‌های بکر دیگری در عراق وجود دارد که شرکت‌های بزرگ می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. به طور مثال صنایع عراق نیاز شدیدی به ارتقای فناوری و بهبود خطوط تولید دارد که انجام این کار از عهده شرکت‌های تولیدکننده ماشین‌آلات برقی و مکانیکی ساخته است. از سوی دیگر، بسیاری از ماشین‌آلات تولید در صنایع عراق فرسوده است، بسیاری از آن‌ها به دلیل جنگ آسیب دیده و تعداد زیادی نیز به دلیل تحریم‌ها در دوران گذشته، در اشکال ابتدایی باقی مانده و ارتقا نیافته است. عراق برای تحقق رشد اقتصادی سالانه شش درصد در هشت سال پیش رو حساب ویژه‌ای روی صنایع وابسته به نفت و گاز و همچنین صنعت گردشگری باز کرده است. عراق قصد دارد با تمرکز بر تکمیل زنجیره ارزش در صنایع نفت و گاز و همچنین صنایع پایین‌دستی به اهداف ترسیم‌شده دست یابد.

سیدحمید حسینی، دبیر کل اتاق مشترک ایران و عراق، درباره حضور در بازار عراق به «وخارزم» توضیح داد: ایران تحت تحریم‌های آمریکا قرار دارد، اما بازار عراق به روی ایرانی‌ها باز است و می‌توانیم از این فرصت بهره لازم را ببریم. حسینی با بیان این‌که شرکت‌های ایرانی از توانمندی‌های زیادی برخوردار هستند، افزود: هم‌اکنون عراق بزرگ‌ترین بازار کالاهای ایرانی است و سالانه میلیاردها دلار کالا و خدمات از ایران خریداری می‌کند.

دبیر کل اتاق مشترک ایران و عراق با اشاره به این‌که عراق فرصت‌های سرمایه‌گذاری زیادی دارد، گفت: اکنون کشور عراق با در نظر گرفتن نیاز خود از سرمایه‌گذاران حمایت ویژه‌ای می‌کند و کشورهای مختلف برای حضور در این بازار اعلام آمادگی کرده‌اند. ایران نیز در میان این کشورها قرار دارد و احتمالاً چند پروژه در بخش‌هایی که دارای تخصص هستیم، مانند پتروشیمی و صنعت ساختمان، از سوی متخصصان ایرانی اجرا شود.

به گفته این عضو اتاق بازرگانی، یکی از نیازهای کشور عراق اجرای پروژه‌های معدنی است که ایران به عنوان یک کشور صاحب فناوری در این حوزه شناخته شده است که می‌تواند ارزش افزوده زیادی برای فعالان ایرانی این صنعت داشته باشد. حسینی به تحریم آمریکا علیه ایران اشاره کرد و گفت: برخی تولیدکنندگان ایرانی که مواد اولیه خود را سخت به دست می‌آورند، می‌توانند با انتقال مرحله اول تولیدشان به این کشور مواد اولیه را تهیه و زنجیره ابتدایی تولید را انجام دهند و بعد کالا را برای تکمیل به ایران منتقل کنند. البته این کار مستلزم برنامه‌ریزی دقیق است تا وقتی دوباره برجامی اتفاق بیفتد، شرکت‌های خارجی جای شرکت‌های داخلی را نگیرند.

اکنون کشور عراق با در نظر گرفتن نیاز خود از سرمایه‌گذاران حمایت ویژه‌ای می‌کند و کشورهای مختلف برای حضور در این بازار اعلام آمادگی کرده‌اند. ایران نیز در میان این کشورها قرار دارد و احتمالاً چند پروژه در بخش‌هایی که دارای تخصص هستیم، مانند پتروشیمی و صنعت ساختمان، از سوی متخصصان ایرانی اجرا شود



اقتصاد جهانی
تسیم بنایی
گزارشگر

وقتی بازار سهام آمریکا برای همه دنیا اهمیت پیدا می کند

صدور موج نا آرامی از وال استریت به جهان

باشد و زیاد سود کند، ارزش سهامش هم بالا می رود. حتی اگر تحلیل گران پیش بینی کنند یک شرکت در آینده وضعیت خوب و عملکرد مثبتی خواهد داشت، روی ارزش سهام آن شرکت تاثیر می گذارد و به عبارتی ارزش سهام آن شرکت را بالا می برد. اما مسئله سهام یک شرکت فقط به خود شرکت مربوط نمی شود، بلکه به حال و هوای کلی اقتصاد هم ربط دارد. در واقع هر گاه حال اقتصاد خوب باشد و به عبارتی فضای اقتصادی مطلوب باشد، می توان انتظار داشت سهام یک شرکت هم وضعیت خوبی داشته باشد. بهر حال این فضای کلی اقتصاد است که روی حال و هوای یک شرکت تاثیر می گذارد و آن را سودده یا زیان ده می کند. اگر حال اقتصاد خوب باشد، اغلب اوقات حال شرکتها هم خوب می شود و در نتیجه ارزش سهام آنها بالا می رود.

چرا شرکتها سهام می فروشند؟

شرکتها هر چند وقت یک بار سهام خود را می فروشند. اما دلیل این کار چیست؟ چرا آنها سهام خود را می فروشند؟ اقتصاددانها یک دلیل مهم برای این کار می آورند؛ آنها سهام می فروشند تا بزرگتر شوند. در واقع فروش سهام یکی از روشهایی است که یک شرکت می تواند به کمک آن رشد کند. افراد وقتی به تازگی می خواهند کسب و کاری راه بیندازند، باید از بانکها وام بگیرند. اما وقتی کسب و کارشان جان گرفت، می توانند برای رشد کردن سهام آن شرکت را به صورت اوراق به مشتریانی عرضه کنند تا افراد به نوعی در شرکت آنها سرمایه گذاری کنند. در واقع در ابتدای کار، شرکتها با وام پیشرفت می کنند، اما بعد از گذشت مدتی، فروش اوراق به وسیله ای برای سرمایه گذاری افراد بیرونی در یک شرکت تبدیل می شود و شرکت از این مسیر می تواند

در آمریکا منطقه ای وجود دارد که قلب اقتصاد جهان را در اختیار دارد، خیابانی که مهم ترین تاجران در آن قدم می زنند و بزرگ ترین کسب و کارها در آن مشغول به کار هستند؛ وال استریت. نام خیابان وال استریت برای آنها که با دنیای اقتصاد سروکار دارند، کاملا آشناست. آنها می دانند که اگر روزگار این خیابان پر رونق باشد، حال اقتصاد جهان هم احتمالاً خوب خواهد بود. اما اگر وضعیت در این خیابان متلاطم باشد، حتماً حال اقتصاد جهان هم بد می شود. دلیلش هم این است که آمریکا بزرگ ترین و مهم ترین اقتصاد جهان است؛ اقتصادی که تکلیف بقیه اقتصادها را مشخص می کند. به همین خاطر است که اگر وضعیت بازار سهام در این کشور نوسان داشته باشد، اقتصاد جهان هم دست خوش نا آرامی خواهد شد. اما بازار سهام به چه معناست و چرا اکنون در آمریکا متلاطم شده است؟

برخی به آن بورس می گویند و برخی هم به جای این اصطلاح به آن می گویند بازار سهام. از نامش پیداست یعنی بازاری برای سهام شرکتها و کالاهای مختلف. بازار سهام در واقع جایی است که افراد می توانند در آن سهام هر کسب و کاری را به صورت روزانه خرید و فروش کنند و به عبارتی، می توانند معامله و تجارت کنند. بر اساس گزارش «وولزرم» از سایت استاکمارکت، سهام به افراد اجازه می دهد سهمی در شرکت های مختلف داشته باشند و متناسب با سهم خود از سود و زیان آن شرکت بهره ببرند یا ضرر ببینند. ارزش هر سهام هم به درآمدها و عایدی آن شرکت بستگی دارد. در واقع کاملاً واضح است که اگر شرکتی درآمد خوبی داشته

نگاهی به بازار سهام در آمریکا نشان می دهد وضعیت بازار سهام چندان خوب نیست. سهام بسیاری از شرکتها با کاهش ارزش مواجه شده. این فقط به این معنا نیست که این شرکتها عملکرد خوبی نداشته اند، واقعیت این است که حال اقتصاد آمریکا چندان خوب نیست

توسعه پیدا کند. به‌رحال شرکت‌ها برای هر مرحله از پیشرفت خود به پول و سرمایه نیاز دارند و باید این پول و سرمایه را از جایی تامین کنند. بهترین جایی که می‌توانند از طریق آن سرمایه مورد نیاز خود را تامین کنند، فروش اوراق است که این کار را به صورت سهام انجام می‌دهند. در این شرایط البته دیگر یک شخص به‌تنهایی مالک شرکت نیست، بلکه افراد مختلفی سهام‌دار شرکت هستند. آن‌ها هم می‌توانند هر موقع که بخواهند، سهام بیشتری بخرند، یا حتی سهام خود را هر موقع که خواستند، بفروشند. به همین دلیل است که سهام‌داری می‌تواند به رشد و توسعه شرکت‌ها بیش از هر چیزی کمک کند و درنهایت روی رشد آن‌ها بیشترین تاثیر را خواهد داشت.

چرا سهام بخریم؟

واضح است که شرکت‌ها به سرمایه‌های افراد نیاز دارند و آن را در قالب سهام خریداری می‌کنند. اما چرا سایر افراد باید در سهام سرمایه‌گذاری کنند؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در بازار سهام یکی از سالم‌ترین و بهترین شیوه‌های سرمایه‌گذاری است. در واقع افراد از این طریق می‌توانند بسیاری از مسائل اقتصادی مثل تورم را دور بزنند. در حالت عادی در یک اقتصاد سالم، این سهام است که باید مورد لطف سرمایه‌گذاری قرار بگیرد. هر کسی با سرمایه‌گذاری درست در بهترین سهام می‌تواند مسیر را برای پیشرفت و توسعه اقتصادی خودش باز کند و به نوعی به سود دست پیدا کند. نکته مهم دیگر در مورد سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌ها این است که برخلاف هر کالای سرمایه‌ای و شبه‌سرمایه‌ای دیگری، سهام را می‌توان هر موقعی خرید و هر موقعی فروخت. در واقع خرید و فروش سهام شرکت‌ها دردسر ندارد. کافی است فرد سرمایه‌گذاری اراده کند سهام یک شرکت را بخرد یا بفروشد، به‌راحتی می‌تواند کارش را انجام بدهد. اما اگر در کالاهای دیگری سرمایه‌گذاری شود، خرید و فروش آن به این راحتی نخواهد بود. نکته مهم این است که با سرمایه‌گذاری در سهام، افراد به مرور پول به دست می‌آورند. در واقع فرد می‌تواند سهام را خریداری و آن را نگهداری کند و به مرور بر ارزش سهامش افزوده می‌شود. بسیاری از بزرگ‌ترین و موفق‌ترین سرمایه‌گذاران با سرمایه‌گذاری روی درست‌ترین سهام و خرید بهترین سهام موفق شده‌اند به ثروت کلان دست پیدا کنند.

چرا سهام آمریکا سقوط می‌کند؟

سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌ها می‌تواند منافع زیادی را به دنبال داشته باشد، اما گاهی هم با ضرر همراه است. برای مثال این روزها حال بازار سهام در آمریکا چندان خوب نیست. اما چرا این‌طور است و چه باید کرد؟ نگاهی به بازار سهام در آمریکا نشان می‌دهد وضعیت بازار سهام چندان خوب نیست. سهام بسیاری از شرکت‌ها با کاهش ارزش مواجه شده. این فقط به این معنا نیست که این شرکت‌ها عملکرد خوبی نداشته‌اند، واقعیت این است که حال اقتصاد آمریکا چندان خوب نیست. البته این فقط بازار سهام نیست که از بدحالی اقتصاد آمریکا خبر می‌دهد. در دنیای اقتصاد نموداری وجود دارد که می‌توان به آن نمودار بازگشت سرمایه یا همان نمودار سود گفت. افراد وقتی در جایی

سرمایه‌گذاری می‌کنند، به صورت طبیعی در انتظار این هستند که سرمایه‌شان به حداکثر سود ممکن در درازمدت یا کوتاه‌مدت به آن‌ها بازگردد. اما همیشه این اتفاق نمی‌افتد. یعنی افراد همیشه سود نمی‌کنند. گاهی هم ضرر می‌کنند. وقتی این ضررها زیاد از حد انتظار باشد، به این نشانه است که اقتصاد دچار مشکل شده است. نمودار بازگشت سرمایه یا نمودار سود در آمریکا نشان می‌دهد حال اقتصاد تا همین چند وقت پیش خوب بوده و نمودار وضعیت نرمال داشته است. اما وقتی این نمودار معکوس شود، به این معناست که حال اقتصاد بد شده و حالا این نمودار به گفته کارشناسان معکوس شده است. به همین دلیل است که سرمایه‌گذاران نگران شده‌اند. آن‌ها می‌دانند که سود کردن در بازار سهام فعلی با مشکل مواجه شده و درنتیجه به دنبال دلایل یا ریشه‌های این ماجرا هستند. اما چرا این نمودار معکوس شده است؟

از جنگ تجاری تا سقوط بازار سهام

همه می‌دانند که دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا، با چینی‌ها وارد جنگ تجاری شده است. مشکل هم به کسری تجاری مربوط می‌شود. اما این به چه معناست؟ بر اساس گزارش تحلیلی ووکس، همه کشورها با هم صادرات و واردات انجام می‌دهند. اما گاهی صادرات از یک کشور نسبت به واردات از آن کشور کمتر می‌شود. در واقع گاهی محصولات بیشتری از یک کشور روانه کشور مقابل می‌شود. در این شرایط وضعیتی پدید می‌آید که به آن کسری تجاری می‌گویند. کشوری که واردات بیشتری از کشور مقابل داشته، دچار کسری تجاری می‌شود. حالا آمریکا هم در مقابل چین دچار همین وضعیت شده، یعنی چینی‌ها کالای بیشتری روانه آمریکا کرده‌اند، درحالی‌که کالاهای کمتری از آمریکا به چین رفته است. به همین دلیل است که آمریکا دچار کسری تجاری شده و ترامپ وعده داده این کسری تجاری را جبران کند. او انگشت اتهام را به سوی چین دراز کرده و تلاش دارد با تعرفه‌های سنگین مانع ورود کالاهای چینی به آمریکا شود. او حتی به شرکت‌های آمریکایی گفته چین را ترک کنند و به آمریکا بیایند و به عبارتی تولیدات خود را به خاک آمریکا بیاورند. همه این‌ها باعث شده بین چین و آمریکا نوعی جنگ تجاری بزرگ به راه بیفتد. ترامپ به اصطلاح خودش تلاش دارد با این جنگ تجاری، آمریکا را از شر چندین سال کسری تجاری در مقابل چین نجات بدهد، اما درنهایت باعث شده آتش به جان بازار سهام و سرمایه در آمریکا بیفتد. در واقع آن‌چه مسئول تمام اتفاقات بد در آمریکاست، همین جنگ تجاری است. ترامپ آتشی را به راه انداخته که دودش پیش از همه به چشم خود آمریکایی‌ها رفته است. حالا هم سرمایه‌گذاران و هم تحلیل‌گران اقتصادی می‌گویند ترامپ باید کوتاه بیاید و در مذاکره با چینی‌ها به نتیجه برسد تا این مشکلات برطرف شود. اما آیا ترامپ بالاخره کوتاه خواهد آمد؟ فعلا که کارهای او بازار سهام را متلاطم کرده و این تلاطم و آشوب باعث شده کل اقتصاد جهان دست‌خوش ناآرامی شود. جرقه همه این ناآرامی‌های اقتصادی را جنگ تجاری زده؛ جنگی که ترامپ راه انداخته و همه او را بابت آن سرزنش می‌کنند. حالا باید دید در مذاکرات با چشم‌بادامی‌ها به کجا خواهد رسید.

چینی‌ها کالای بیشتری روانه آمریکا کرده‌اند، درحالی‌که کالاهای کمتری از آمریکا به چین رفته است. به همین دلیل است که آمریکا دچار کسری تجاری شده و ترامپ وعده داده این کسری تجاری را جبران کند. او انگشت اتهام را به سوی چین دراز کرده و تلاش دارد با تعرفه‌های سنگین مانع ورود کالاهای چینی به آمریکا شود. او حتی به شرکت‌های آمریکایی گفته چین را ترک کنند و به آمریکا بیایند و به عبارتی تولیدات خود را به خاک آمریکا بیاورند



نگاهی به دلایل و راه کارهای مواجهه با بزرگ ترین بحران های اقتصادی دنیا

سونامی مالی

بهره کوتاه مدت بالا رفت، وام و پس انداز با وام های مسکن بلندمدت منجر به گسترش نرخ منفی وام شد. صنعت وام و پس انداز تحت تاثیر رکودی قرار گرفت که نرخ بهره بانک هایی را که قادر به پرداخت سپرده های خود بودند، محدود کرد. برای کنترل هزینه های بهره تحت کنترل این وام ها، از بودجه پس انداز برای پوشش هزینه های خریداران منزل استفاده کردند و درآمد بهره را با وام های نرخ ثابت ۱۰ تا ۲۰ ساله از طریق آن چه آن را «عدم تطابق بلوغ» می نامند، به دست آوردند. محدودیت نرخ بهره وام و پس انداز به نرخ پایین تر از ارزش بازار رسید. سپس در اوایل دهه ۸۰ برای محدود کردن نرخ رکود اقتصادی، نرخ بهره افزایش یافت و صنعت وام و پس انداز با شکست مواجه شد.

اقدامات دولت: قانون اصلاحات موسسات مالی، بازیابی و اجرای قانون موسسات مالی (۱۹۸۹) که دو اژانس نظارتی جدید ایجاد کرده است، صندوق بیمه جدید برای تعرفه ها و یک شرکت معتمد برای راهیابی از موسسات مخرب که تنظیم بازار را بر عهده داشتند. به علاوه، در حمایت از وام مسکن برای خانواده های نیازمند، مسئولیت بیشتری به موسسات داده شد.

نکته اخلاقی: هنگامی که دولت محدودیت های غیرممکن در زمینه توانایی پول در آوردن بانک را کنار بگذارد، بانک راه حلی پیدا می کند تا خط کاری خود را ادامه دهد. هنگامی که بانک مرکزی این کشور تغییراتی را ایجاد کرد، کل سیستم به تعادل رسید.

بحران اقتصادی بریتانیا (در سال ۲۰۰۷)

یکی از بحران هایی که در پی بحران اقتصادی آمریکا به وجود

بحران های اقتصادی جهان غالباً از لحاظ مالی حتی تا سال ها پس از بحران نیز می توانند تاثیرات گسترده ای روی کشورها داشته باشند. با تبدیل شدن دنیا به یک اقتصاد جهانی، کشورها به این نتیجه می رسند که بحران اقتصادی در یک کشور دیگر در نهایت می تواند به کشور خود آن ها بازگردد. دوره های زمانی زیادی وجود دارد که پیشینه بزرگ ترین بحران های مالی و تاثیر آن ها بر رشد و ثبات اقتصادی کشورها را نشان می دهد، به طوری که زنجیره وار کشورهای مختلفی درگیر بحران های مختلف مالی و اقتصادی شده اند.

بسیاری از افراد هنوز فروپاشی بازار مسکن ایالات متحده در سال ۲۰۰۶ و بحران مالی ناشی از آن را که باعث مشکلاتی در ایالات متحده و سراسر جهان شد، به یاد می آورند. متأسفانه بحران های اقتصادی در تاریخ بسیار متداول هستند و اغلب باعث سونامی اقتصادی در اقتصادهای تحت تاثیر می شوند. در زیر می توانید شرح مختصری از چند بحران ویرانگر مالی در دوران مدرن را بخوانید.

بحران وام و پس انداز ایالات متحده آمریکا (۱۹۸۶-۱۹۸۹) هزینه های که روی دست دولت ماند: ۱۶۰٫۱ میلیارد دلار (+ ۱۲۴ میلیارد دلار هزینه مالیات دهندگان)

علت: طبق گفته کارشناسان سیاسی، علت این بحران سیاست های قدیمی و ناسازگاری بود که پشت پرده در جریان بود.

شرح: دولت از وام و پس انداز که به طور سنتی از سوی سپرده های کوتاه مدت تامین می شد، برای تامین اعتبار وام های بلندمدت و با نرخ ثابت استفاده کرد. هر زمان نرخ

آمد، بحران بریتانیا بود.

علل: مارتین آپتون، کارشناس خدمات مالی، در این مورد می‌گوید: هنگامی که برای وام‌دهندگان آمریکایی مشکل به وجود آمد، موسسات مالی در سراسر دنیا نسبت به دادن وام به یکدیگر احتیاط کردند. از این گذشته، هیچ‌کس مطمئن نبود که در نتیجه مواجهه با بحران زیرساخت آمریکا چه مقدار از پولش از دست خواهد رفت. در نتیجه نقدینگی در سرتاسر جهان کاهش یافت، درحالی‌که نرخ بهره بالا رفت. به این ترتیب، بحران مالی جهانی (۲۰۰۹-۲۰۰۷) آغاز شد که شروع آن از بازار املاک، وام‌های رهنی پریسک، وام‌دهی نامتناسب با رتبه اعتباری افراد، مقررات‌زدایی و غیره بود. این رکود اقتصادی شوک شدیدی را به خانوارهای انگلیسی وارد کرد و موجب شد به هر خانوار بیش از ۲۵۰۰ پوند زیان و ضرر وارد شود. رکودهای اقتصادی متوالی موجب بی‌کار شدن بیش از یک میلیون نفر در بریتانیا شده است. این رکود که تا سال ۲۰۰۹ در کشورهای دیگر نیز تاثیر گذاشت، از سوی بسیاری از اقتصاددانان به عنوان بدترین بحران مالی از زمان رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ شناخته می‌شود.

اما برخلاف ایالات متحده، بانک مرکزی انگلیس برای بازپرداخت نقدینگی، میلیاردها دلار را به بازارها سرازیر نکرد. بیشتر بانک‌ها روی پای خود باقی ماندند. نکته اخلاقی: نکته اخلاقی این ماجرا نیز این بود که بازپرداخت بدهی به عنوان دارایی‌های غیرانتفاعی جمعی تنها در شرایطی کار می‌کند که اقتصاد با آرامش پیش می‌رود، بنابراین کل کسب‌وکار خود را نباید به امید این روش ایجاد کرد و امید به نگاه‌داشتن آن در چنین اقتصادی داشت.

بحران‌های مالی آسیا (۱۹۹۷)

بحران‌های مالی آسیا از تایلند شروع شد. چهار کشور قدرتمند اتحادیه آسیای شرقی یا آسه‌آن به دلیل عدم توان بازپرداخت بدهی‌های خود به آمریکا، دچار بحران مالی شدند و طی آن نسبت بدهی به تولید ناخالص داخلی این کشورها به بیش از ۱۸۰ درصد رسید، و در نهایت این کشورها مجبور به دریافت کمک ۴۰ میلیارد دلاری از صندوق بین‌المللی پول شدند.

این بحران در سال ۱۹۹۷ در تایلند آغاز شد و به سرعت در بقیه کشورهای آسیای شرقی و شرکای تجاری آن گسترش یافت. جریان سرمایه سوداگرانه از کشورهای توسعه‌یافته به اقتصادهای آسیای شرقی تایلند، اندونزی، مالزی، سنگاپور، هنگ کنگ و کره جنوبی (که در آن زمان به عنوان «ببرهای آسیا» شناخته می‌شد) بحرانی را ایجاد کرده بود که منجر به افزایش بیش از حد اعتبار و انباشت بدهی بیش از حد در اقتصاد این کشورها شد. در ژوئن ۱۹۹۷، دولت تایلند مجبور شد نرخ ارز ثابت خود را در برابر دلار آمریکایی کنار بگذارد؛ نرخی که به مدت طولانی آن را حفظ کرده بود و این امر به دلیل فقدان منابع ارزی بود. این امر باعث ایجاد موجی از وحشت در بازارهای مالی آسیا شد و به سرعت منجر به خروج گسترده میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری خارجی از این منطقه

شد. با گسترش این موضوع در بازارها، وحشت سرمایه‌گذاران از ورشکستگی‌های احتمالی دولت‌های آسیای شرقی بیشتر شد و ترس از سقوط مالی در سراسر جهان گسترش یافت. سال‌ها طول کشید تا همه چیز به حالت عادی برگردد. صندوق بین‌المللی پول مجبور شد برای ایجاد وام‌های نجات‌دهنده برای اقتصادهایی که متضرر شده‌اند، قدم بردارد تا به این کشورها کمک کند بیش از این دچار زیان نشوند.

بحران حباب دات‌کام‌ها (۲۰۰۰-۱۹۹۵)

یکی دیگر از بحران‌های اقتصادی مهم، ارزش‌گذاری شرکت‌های فناوری بیش از ارزش ذاتی آن‌ها بود. علت: در اواسط دهه ۱۹۹۰ نوع جدیدی از مشاغل پدید آمد؛ شرکت‌های دات‌کام. یعنی شرکت‌هایی که صرفاً مبتنی بر وب یا سرویس‌دهی به اینترنت، کاربران و فناوری آن است. وقتی ارزش سهام اوقافی شرکت‌های دات‌کام سر به آسمان گذاشت، سرمایه‌داران پریسک برای تامین اعتبار راه‌اندازی اینترنت به طور گسترده‌ای به استفاده از آن روی آوردند. اما فقدان یک برنامه تجاری مناسب هم مانع از این نشد که سرمایه‌گذاران دست از سرمایه در این حوزه بردارند. سرمایه‌گذاران و مدیران استارت‌آپ‌ها فرض بر این داشته‌اند که وقتی یک شرکت کامپیوتری یا دات‌کام توجه مردم را داشته باشد، این پول در آینده به صورت ارگانیک به شرکت برمی‌گردد. در واقع، بسیاری از سرمایه‌گذاران پول نقد خود را در استارت‌آپ‌هایی سرمایه‌گذاری کردند که بازدهی کافی نداشت. به عبارت ساده‌تر، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران احساس می‌کردند به یک بازار گسترده و سودده دست یافته‌اند، درحالی‌که این توهمی بیش نبود.

به این صورت، دلالت به بازار هجوم آوردند و بازاری پر از استارت‌آپ‌های بسیار گران‌قیمت ایجاد کردند. هزینه‌های زیاد و کمپین‌های تبلیغاتی نجومی دنبال شد. تجارت روزانه راهی نسبتاً متداول برای کسب درآمد سریع شد. در سال ۲۰۰۰، NASDAQ روند نزولی را آغاز کرد و منجر شد به آن‌چه به عنوان حباب دات‌کام معروف است. بسیاری از شرکت‌ها مانند pets.com و webvan به طور کامل ورشکست شدند و بعضی از آن‌ها مثل سیسکو با کاهش ۸۶ درصدی ارزش سهام خود روبه‌رو شدند، اما توانستند از این بحران عبور کنند و برخی مثل ebay.com با موفقیت از بحران حباب دات‌کام گذر کردند و گروهی از این شرکت‌ها مثل amazon.com با وجود کاهش ارزش سهام خود از ۱۰۷ دلار به ۷ دلار توانستند ارزش هر سهم را به ۷۰۰ دلار برسانند. گوگل هم از جمله شرکت‌هایی بود که توانست با موفقیت از این بحران عبور کند و به یکی قدرتمندترین شرکت‌های فناوری و اینترنت در دنیا تبدیل شود.

منابع:

- businesspundit.com/10-of-the-worlds-most-dramatic-financial-crises-and-their-lessons/
- britannica.com/list/5-of-the-worlds-most-devastating-financial-crises

بحران‌های مالی آسیا از تایلند شروع شد. چهار کشور قدرتمند اتحادیه آسیای شرقی یا آسه‌آن به دلیل عدم توان بازپرداخت بدهی‌های خود به آمریکا، دچار بحران مالی شدند و طی آن نسبت بدهی به تولید ناخالص داخلی این کشورها به بیش از ۱۸۰ درصد رسید، و در نهایت این کشورها مجبور به دریافت کمک ۴۰ میلیارد دلاری از صندوق بین‌المللی پول شدند



نگاهی به اهداف و نقش بنیاد دفاع از دموکراسی علیه کشورهای هدف

آموزگاری تحریم‌ها

در قدرت آمریکا است که عبارت‌اند از: مرکز قدرت نظامی و سیاسی، مرکز قدرت اقتصادی و مالی و مرکز FDD در زمینه نوآوری در سایبر و فناوری.

این بنیاد مدت‌هاست مسائل ایران را کنکاش می‌کند و آشکارا مخالف برنامه جامع اقدام مشترک (JCPOA) و توافق هسته‌ای بین ایران و کشورهای گروه ۵ + ۱ است. چیزهای زیادی در مورد مدیرعامل FDD، مارک دوبوویتز، منتشر شده، به طوری که گفته می‌شود «بنیاد دفاع از دموکراسی» از درخواست‌های اخیر وی برای «اقتدارگرایی فراگیر» در خاورمیانه بوده است و بسیاری از تحریم‌هایی که علیه ایران به اجرا درمی‌آید، به نوعی سیاست‌ها و مشاوره‌های این بنیاد به وزارت خزانه‌داری و کاخ سفید بوده است، به نوعی که دوبوویتز از جانب واشنگتن پست آموزگار تحریم‌ها نامیده شد! در این میان نقش موسسه صهیونیستی دفاع از دموکراسی‌ها تعیین‌کننده است. منتقدان اغلب سیاست‌های بنیاد دفاع از دموکراسی را در راستای منافع اسرائیل توصیف می‌کنند. اگرچه آن‌ها می‌گویند هیچ دستورالعمل مشخصی از اسرائیل دریافت نمی‌کنند، اما مشخص است که مواضع این بنیاد مبتنی بر سیاست‌های حزب راست لیکود و بنیامین نتانیا هو است. حتی یک تحلیل‌گر حوزه ایران می‌گفت باید نام آن‌ها را «بنیاد دفاع از لیکود» نام‌گذاری کرد.

تمرکز و دخالت آشکارا در مسائل ایران

باین حال این بنیاد که مدعی است برای تامین بودجه از هیچ دولت خارجی یا حامی مالی خارج از آمریکا کمک دریافت نمی‌کند، ماموریت اصلی خود را تحقیق و ارائه خدمات تحقیقی در زمینه امنیت آمریکا و مسائل خارجی این کشور

بنیاد دفاع از دموکراسی (Foundation for Defense of Democracies) با علامت اختصاری FDD یک اتاق فکر و اندیشکده سیاسی محافظه‌کارانه مستقر در واشنگتن دی‌سی است که تمرکز فعالیت‌های آن بر امنیت ملی و سیاست خارجی است. این بنیاد نقش مهمی در شکل‌گیری سیاست خارجی واشنگتن در قبال ایران دارد و در واقع بیشتر اقدامات خصمانه آمریکا علیه ایران بر مبنای نقشه‌های این اتاق فکر است که به نوعی بازوی عملیاتی و اجرایی آمریکا محسوب می‌شود. در ادامه در مورد این بنیاد و نقش آن علیه کشورهای هدف بیشتر خواهیم دانست.

اقدامات محافظه‌کارانه بنیاد FDD

بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها (FDD) یک سازمان محافظه‌کارانه است که پس از حملات تروریستی یازدهم سپتامبر در واشنگتن تاسیس شد. این بنیاد دارای مشاوران، کارشناسان و محققان با پیشینه‌های مختلف، از جمله دولت، اطلاعات، ارتش، بخش خصوصی، دانشگاهی و روزنامه‌نگاری است که مهارت و تخصص‌های زیادی در زبان‌های خارجی، حقوق، مالی، فناوری و... دارند. این بنیاد به طور منظم تحقیق و تحلیل‌های متن‌باز را در اختیار سیاست‌گذاران و رسانه‌ها قرار می‌دهد. FDD از زمان تاسیس، تخصص و مشاوره‌های خود را با دولت‌های بوش، اوباما، ترامپ و دفاتر کنگره به صورت دو جانبه به اشتراک گذاشته است. FDD علاوه بر متخصصان داخلی خود، مشاوران مختلفی دارد که به صورت افتخاری با آن‌ها همکاری می‌کند. FDD دارای سه مرکز

چیزهای زیادی در مورد مدیرعامل FDD، مارک دوبوویتز، منتشر شده، به طوری که گفته می‌شود «بنیاد دفاع از دموکراسی» از درخواست‌های اخیر وی برای «اقتدارگرایی فراگیر» در خاورمیانه بوده است و بسیاری از تحریم‌هایی که علیه ایران به اجرا درمی‌آید، به نوعی سیاست‌ها و مشاوره‌های این بنیاد به وزارت خزانه‌داری و کاخ سفید بوده است، به نوعی که دوبوویتز از جانب واشنگتن پست آموزگار تحریم‌ها نامیده شد!

تعریف کرده است. با این حال این بنیاد با دارا بودن اعضای که به طور اختصاصی حول مسائل ایران کاوش می‌کنند، آشکارا در پی دخالت و تحریم علیه سیاست‌های کشور است. به طوری که چندی پیش ایران این بنیاد را تحریم کرد. دوم شهریور ماه وزارت امور خارجه با صدور اطلاعیه‌ای، بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها و مدیر آن را در فهرست تحریمی جمهوری اسلامی ایران قرار داد. وزارت امور خارجه مدعی است این بنیاد آگاهانه و عمدانه از طریق اقداماتی از قبیل تولید و انتشار دروغ، تشویق، مشورت، لابی‌گری و کارزار تبلیغاتی منفی به نحوی موثر در طراحی، اعمال و تشدید اثرات تروریسم اقتصادی علیه کشورمان مشارکت داشته و دارند و به شکلی جدی و فعال در جهت آسیب وارد کردن به امنیت و منافع حیاتی مردم ایران تلاش کرده و می‌کنند، سپس این بنیاد و مارک دوبویتز، مدیر آن، را در فهرست تحریمی موضوع قانون مذکور قرار داد.

افزایش فشار اقتصادی علیه ایران

در پی آن، جان بولتون، مشاور امنیت ملی آمریکا در توییتی مدعی شد: «تهدید ایران علیه یک بنیاد آمریکایی و مدیرعاملش از عرف خارج است. بنیاد دفاع از دموکراسی کار محشری را در افشای فساد و فعالیت‌های خصمانه ایرانیان انجام داده است و بعید می‌دانم که این اقدام بی‌اعتبار جلوی آن‌ها را بگیرد. ایران مسئول تمام اقداماتی که به بنیاد دفاع از دموکراسی یا هر شهروند آمریکایی لطمه بزند، خواهد بود.» با این حال این بنیاد راه‌کارهای زیادی برای مهار و هجوم به اقتصاد ایران در نظر گرفته است. این نهاد خواهان تحریم نهادهای مختلف ایران از جمله بخش انرژی، بانک مرکزی و سوئیفت بوده است. مارک دوبویتز، مدیر بنیاد دفاع از دموکراسی در بخش ایران ۱۲ مورد توصیه به دستگاه وزارت خارجه آمریکا کرد و نوشت: دولت ترامپ برای اجرای موفق کمپین فشار حداکثری علیه مقامات باید دسترسی همه بانک‌های ایرانی را با سیستم بانکی جهان که شامل دسترسی به سوئیفت است و به‌ویژه معاملات یورو، واحد پول اروپا، قطع کند. مدیر این بنیاد فشار اقتصادی به ایران را به عنوان یک استراتژی دائمی حفظ کرده است و به نظر می‌رسد این روند را فعلا علیه کشورمان اجرا کنند.

ایران نیز این بنیاد را هیچ‌گاه یک اندیشکده تلقی نکرده، بلکه آن را سازمانی می‌داند که در پوشش اندیشکده به صورت دائمی در حال طراحی و تشویق تروریسم اقتصادی و اعمال خصمانه علیه ایران است. اکنون با توجه به پیروزی بنیاد دفاع از دموکراسی در نابودی برجام، این بنیاد به دنبال دستیابی به هدف بزرگ‌تری است. باربارا اسلاوین، از تحلیل‌گران شورای آتلانتیک، در این باره می‌گوید: «بنیاد دفاع از دموکراسی درصدد حداکثرسازی فشار علیه دولت و

مردم ایران است و یکی از مهم‌ترین حربه‌ها، فشار تشدید تحریم‌هاست.» این بنیاد علاوه بر این که درصدد است جنگ اقتصادی در ایران راه بیندازد، علیه کشورهای اروپایی، کره شمالی، سوریه، ترکیه و چین و چند کشور دیگر نیز قصد پیاده‌سازی همین هدف را دارد.

برنامه‌های مداخله‌گر بنیاد دفاع از دموکراسی در کشورهای دیگر

جان هانا، مشاور ارشد بنیاد دفاع از دموکراسی، در مورد نقش این بنیاد در دخالت در سیاست‌های کشورهای دیگر می‌گوید: ایالات متحده حتی پیش از دولت ترامپ از زمان اوپاما هم مدت‌هاست تلاش کرده روسیه را به استفاده از اهرم‌های نفوذی‌اش در قبال رژیم اسد در سوریه و نیروهای نظامی برای یافتن یک راه‌حل صلح‌آمیز در سوریه متقاعد کند. اما روسیه که قواعد خاص خود را دارد، چندین سال است که از ایفای این نقش سر باز می‌زند، یا آمریکا آن را عدم داشتن نفوذ و قدرت لازم در این زمینه می‌داند.

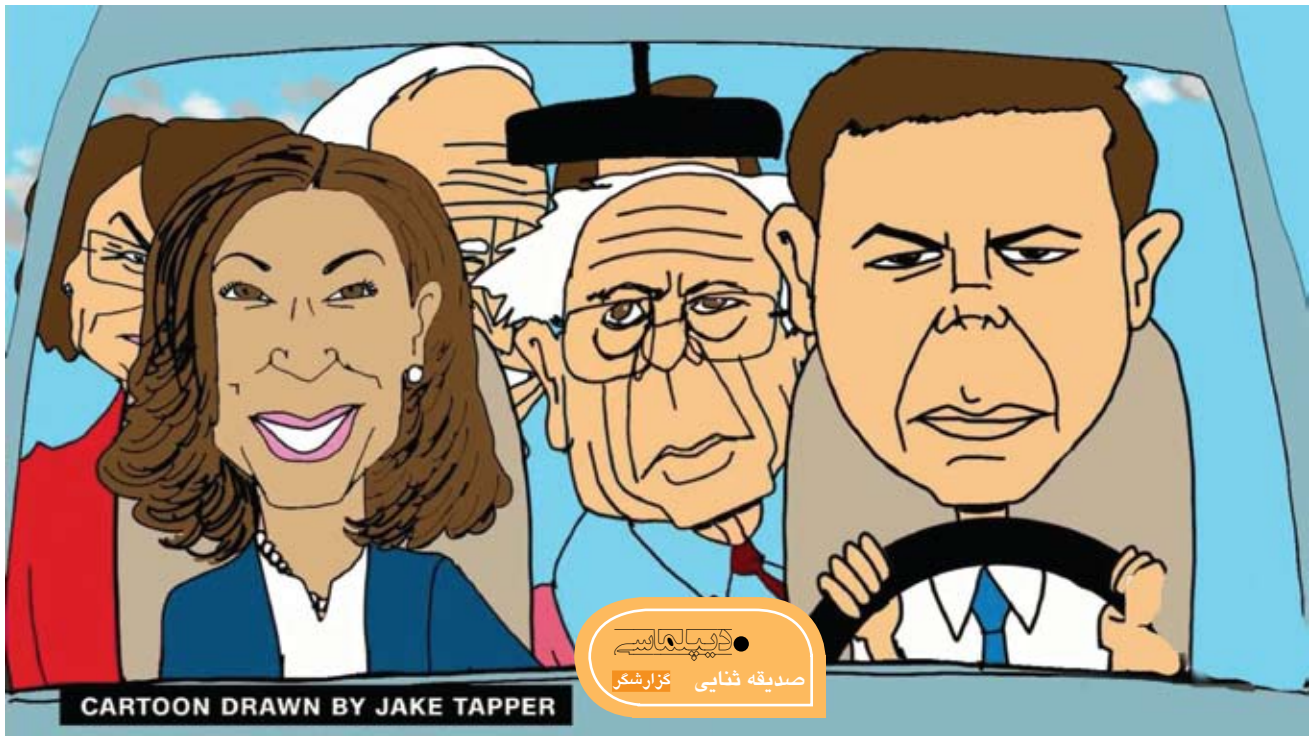
با این حال خشونت‌ها در منطقه سوریه ادامه دارد و حضور ایران تنش‌ها را پررنگ‌تر کرده است. به همین دلیل این بنیاد تحریم‌های اقتصادی علیه ایران را نوعی تنبیه در این زمینه و جلوگیری از کمک به سوریه می‌داند. هانا در این مورد می‌گوید: ایران سالانه سرمایه زیادی چون میلیاردها دلار را صرف تلاش برای حفظ رژیم سوریه می‌کند؛ چه در زمینه نظامی و چه کمک نقدی. با افزایش فشار مادی ایالات متحده به ایران و کاهش بهای نفت ایران، آمریکا امیدوار است دست ایران را از این زمینه‌ها کوتاه کند و فشار بیشتری از نظر اقتصادی به کشورهایی مانند ایران و سوریه برای قطع حمایت آن‌ها از هم آورد.

بعید به نظر می‌رسد که این بنیاد در نهایت بتواند به انجام چنین امری نایل شود، زیرا مشاوران این بنیاد در استدلال‌های خود کاملا صریح نبوده‌اند. با این حال دست از تلاش خود برنمی‌دارند و اخیرا در مورد کشورهای سوریه، عراق، لبنان و یمن توافق‌نامه‌هایی را در خصوص کمیته بانکی سنا در تاریخ پنجم اوت امضا کردند.

منابع:

- fdd.org/about-fdd/
- slate.com/articles/news_and_politics/foreigners/201508/foundation_for_the_defense_of_democracies_inside_the_small_pro_israel_think.html?via=gdpr-consent
- lobelg.com/behind-the-foundation-for-defense-of-democracies-embrace-of-authoritarianism/

بنیاد دفاع از دموکراسی درصدد حداکثرسازی فشار علیه دولت و مردم ایران است و یکی از مهم‌ترین حربه‌ها، فشار تشدید تحریم‌هاست. این بنیاد علاوه بر این که درصدد است جنگ اقتصادی در ایران راه بیندازد، علیه کشورهای اروپایی، کره شمالی، سوریه، ترکیه و چین و چند کشور دیگر نیز قصد پیاده‌سازی همین هدف را دارد



CARTOON DRAWN BY JAKE TAPPER

مرور و خارزم بر دیدگاه نامزدهای ریاست جمهوری آمریکا در مهم ترین مسائل دوئل آمریکایی در راه است

دارد، در وعده‌های انتخاباتی این نامزدها وجود دارد. اهمیت دادن به کارگران در انتخابات ۲۰۲۰ یک تفاوت عمده با سایر دفعات دارد؛ کارگران زن. برای نخستین بار، نامزدها به فکر کارگران زن افتاده‌اند؛ امری که در گذشته زیاد مشاهده نمی‌شد. اکنون نامزدها توجه ویژه‌ای به زنان باردار و مادران شیرده دارند. البته همه نامزدها وعده اصلاحات بزرگ و اساسی به کارگرها نمی‌دهند، برخی از آن‌ها این وعده‌ها را به صورت جدی‌تری ارائه می‌کنند و علاقه‌مند هستند که تغییرات اساسی در وضعیت کارگرها ایجاد شود. مهم‌ترین نکته این است که دموکرات‌ها نسبت به جمهوری خواهان بیشتر در زمینه کارگرها وعده داده‌اند و به نظر می‌رسد تلاش دارند طبقه کارگر را به سوی خود جذب کنند. جامعه هدف آن‌ها طبقه کارگر است و به دنبال جذب آرای این طبقه هستند.

نه به تغییرات اقلیمی!

ترامپ یکی از آن افرادی است که توجهی به گرمایش جهانی و تغییرات اقلیمی ندارد. او حتی بارها گرمایش جهانی را یک دروغ بزرگ نامیده. چند سال پیش کشورها دور هم جمع شدند و در توافق پاریس همگی قول دادند برای جلوگیری از تغییرات اقلیمی اقداماتی داشته باشند. آمریکا هم یکی از آن کشورها بود. بررسی‌ها نشان می‌دهد سهم آمریکا و چین در تولید کربن بیش از سایر کشورهاست. در واقع تولید کربن این کشورها از همه نقاط دنیا بیشتر است. اما ترامپ وقتی به قدرت رسید، اعلام کرد می‌خواهد از این توافق بیرون بیاید. در نهایت در یک برنامه خبری اعلام کرد آمریکا از این توافق بیرون خواهد آمد، چراکه نفعی برای شهروندانش در این توافق نمی‌بیند. اما در شرایطی که ترامپ به عنوان نامزد حزب جمهوری خواه خودش را بی تفاوت به

تنها دو حزب مقابل هم می‌ایستند؛ جمهوری خواهان و دموکرات‌ها. آخرین بار این دو حزب در سال ۲۰۱۶ مقابل هم قرار گرفتند؛ هیلاری کلینتون نامزد حزب دموکرات و دونالد ترامپ نامزد حزب جمهوری خواه بود. حاصل این رویایی هم به قدرت رسیدن ترامپ بود. حالا دوباره انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در راه است؛ سال ۲۰۲۰ سالی مهم برای آمریکایی‌ها به شمار می‌آید. آن‌ها قرار است دوباره کسی را انتخاب کنند که اجازه ورود به کاخ سفید را پیدا می‌کند. اما آیا باز هم ترامپ را انتخاب خواهند کرد؟ این‌ها تا حدود زیادی به برنامه‌ها و سیاست‌های نامزدهایی مربوط می‌شود که در این انتخابات شرکت کرده‌اند. اما این بار نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری برای رأی آوردن چه وعده‌هایی داده‌اند؟

برگ برنده‌ای به نام طبقه کارگر

همه در انتخابات ریاست جمهوری شرکت می‌کنند تا به پیروزی برسند و برگ برنده همه آن‌ها وعده‌هایی است که به مردم می‌دهند. اما در بین مردم، یک طبقه اهمیت ویژه‌ای دارد؛ طبقه کارگر. بررسی‌های «خارزم» از گزارش ووکس نشان می‌دهد این بار ظاهراً نمایندگان وعده هرچیزی را به کارگران داده‌اند. جولیان کاسترو، یکی از نامزدها، در کارولینای شمالی با کارگران مک‌دونالد هم‌صدا می‌شود. پیت باتیگیگ، دیگر نامزد این انتخابات، با رانندگان اوبر در سانفرانسیسکو همراهی می‌کند و دو چهره سرشناس دموکرات، یعنی الیزابت وارن و برنی سندرز، هم خود را به صورت کلی نماینده طبقه کارگر می‌دانند. اکثر دموکرات‌ها برای پیروزی در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا هر وعده‌ای به طبقه کارگر داده‌اند. در واقع هر آن‌چه طبقه کارگر نیاز

رأی دهندگان برای رأی دادن نکات مهم بسیاری را در نظر می‌گیرند. این‌ها تنها بخشی از مهم‌ترین مسائل است؛ مشکلات مربوط به کارگران، پدیده مهاجرت، کنترل اسلحه، نظام سلامت همگانی و تغییرات اقلیمی مسائلی هستند که نه فقط برای آمریکایی‌ها، بلکه برای سایر مردم دنیا هم می‌تواند اهمیت داشته باشد. به همین خاطر است که دیدگاه نامزدها نسبت به این مسائل اهمیت ویژه‌ای دارد

تغییرات اقلیمی نشان می‌دهد، دموکرات‌ها این مسئله را در صدر برنامه‌های خود قرار داده‌اند و به صورت ویژه به آن اشاره دارند. آن‌ها برخلاف ترامپ، وعده‌های بزرگی در زمینه تغییرات اقلیمی داده‌اند. آن‌ها به مسئله بحران تغییرات آب‌وهوایی باور دارند و تلاش می‌کنند در برنامه‌های خود به آن رسیدگی کنند. حتی جو بایدن، یکی از میانه‌روترین نامزدهای دموکرات، هم اعلام کرده سالانه بخش زیادی از سرمایه‌ها را به مسئله تغییرات اقلیمی اختصاص خواهد داد. در واقع یکی از مسائلی که محل اختلاف نامزدهای دو حزب محسوب می‌شود، همین مسئله تغییرات اقلیمی است. دموکرات‌ها آن را در اولویت‌های خود قرار داده‌اند، در حالی که برای جمهوری خواهان مسائل زیست‌محیطی هیچ‌گاه محلی از اعراب نداشته است. البته ناگفته نماند که تعداد نامزدهای دموکرات از نامزدهای جمهوری خواه بیشتر است. شاید اگر جمهوری خواهان هم به جای سه نفر، چندین نامزد معرفی کرده بودند، یک نفر بالاخره از مسائل زیست‌محیطی دفاع می‌کرد، اما به نظر می‌رسد به صورت کلی جمهوری خواهان علاقه‌ای به محیط زیست ندارند.

بسته‌های سخاوتمندانه برای سلامت

یکی از مهم‌ترین مسائلی که نمایندگان به آن توجه دارند، بحث نظام سلامت همگانی است. نظام سلامت همگانی نخستین بار در پنجم ژوئیه ۱۹۴۸ متولد شد. در آن روز پزشک‌ها، پرستارها، داروسازها، چشم‌پزشک‌ها، دندان‌پزشک‌ها و بیمارستانی‌ها همه دور هم جمع شدند. از آن به بعد این سیستم در سرتاسر جهان مطرح شد. در این نظام قرار بود هزینه‌های پزشکی و دارویی افراد به گونه‌ای باشد که همه مردم بتوانند از آن خدمات بهره بگیرند. فقیر و ثروتمند، پیر و جوان، همه باید از خدمات بهداشت و درمان منتفع شوند. این نظام از اروپا شروع شد و پیش به سایر کشورهای پیشرفته جهان رسید و در این سال‌ها با تغییرات بسیاری همراه شد تا به امروز که سناتور برنی سندرز، نامزد دموکرات در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، آن را در قالب یک بسته سخاوتمندانه و متفاوت از سایر کشورها ارائه کرده است. در واقع سندرز در این زمینه از همه پیش‌تر است. او طرحی سخاوتمندانه و جنجالی برای بهداشت و درمان معرفی کرده که کمتر نماینده‌ای می‌تواند مانند آن را معرفی کند. او نظامی را معرفی کرده که به آن نظام بهداشت و درمان واحد می‌گویند. البته برخی افراد به این نظام انتقاداتی دارند. برخی تحلیل‌گران هم می‌گویند طرح‌های سندرز ممکن است معکوس عمل کند. پرسش‌های بزرگی در زمینه بهداشت و درمان وجود دارد که متأسفانه سندرز در طرح بزرگ خود جوابی برای آن‌ها ندارد و یکی از مهم‌ترین پرسش‌ها این است که چطور می‌خواهد بودجه مورد نیاز برای این طرح را فراهم کند. در واقع او هیچ‌جا به‌درستی و با صورت دقیق اشاره نکرده که شیوه تامین مالی این طرح بزرگ برای سلامت همگانی به چه صورت خواهد بود. درحالی‌که سندرز با این طرح تلاش دارد طبقه بزرگی را به سوی خود جذب کند، سایر نامزدها به دنبال مسائل دیگری هستند.

مهاجران به جای مهاجران

یکی از مسائل مهمی که در کشورهای توسعه‌یافته بر آن تاکید می‌شود، مسئله مهاجرت است. برخی نامزدها به دنبال این هستند که آغوش کشور خود را به روی مهاجران باز

کنند، اما ترامپ در این زمینه شمشیر را از رو بسته است. بررسی‌های «وآرژم» از گزارش سی‌ان‌بی‌سی نشان می‌دهد در مجلس آمریکا چهار نماینده زن پیش‌رو وجود دارند که اصالت آمریکایی ندارند. آن‌ها متعلق به حزب دموکرات هستند. این مسئله به‌سادگی نشان می‌دهد که دموکرات‌ها نه‌تنها به دنبال استقبال از مهاجرت هستند، بلکه برخی از آن‌ها خودشان هم مهاجر هستند. حتی رئیس‌جمهوری پیشین آمریکا از حزب دموکرات‌ها، باراک اوباما بود که اصالت آمریکایی نداشت و اجدادش در کنیا متولد شده بودند. به این ترتیب، دموکرات‌ها تلاش می‌کنند قوانینی برای بهبود حال مهاجران ارائه بدهند. اما درحالی‌که دموکرات‌ها چنین تلاشی دارند، جمهوری خواهان آن‌طور که باید، از این پدیده استقبال نمی‌کنند. در این بین ترامپ استراتژی دیگری دارد، او به صورت کلی مهاجران را طرد می‌کند. در واقع او وقتی به ریاست‌جمهوری رسید، اعلام کرد مهاجران از برخی کشورهای مسلمان‌نشین اجازه ورود به آمریکا را ندارند. او از این استراتژی خود در سال ۲۰۱۶ نتیجه خوبی گرفت. ظاهراً آن رأی‌دهندگان هم نمی‌خواهند روی خوش به مهاجران نشان دهند. به همین خاطر است که به ترامپ رأی داده‌اند؛ کسی که به صورت رسمی مهاجران را مهاجم می‌داند و پدیده مهاجرت را نوعی تهاجم می‌داند. او حتی وعده دیوار کشیدن میان آمریکا و مکزیک را داد تا مهاجران نتوانند از مرز این کشور به خاک آمریکا قدم بگذارند. حالا او که از این استراتژی‌ها نتیجه خوبی دیده، در تازه‌ترین اقدام خود قوانینی را تصویب کرده که کاملاً ضد مهاجرت محسوب می‌شود. دولت آمریکا به ریاست ترامپ اعلام کرده کسانی که بیش از یک سال در آمریکا بمانند و نتوانند به صورت مالی خودکفا شوند، باید از خاک این کشور بروند. در واقع کسانی که بعد از گذشت یک سال هم چنان کمک‌های دولتی را دریافت می‌کنند، دیگر نمی‌توانند اقامت دائم در این کشور را دریافت کنند. این قانون در نزدیکی انتخابات ریاست‌جمهوری به‌خوبی نشان می‌دهد که ترامپ نمی‌خواهد روی خوش به پدیده مهاجرت نشان بدهد. او در برنامه‌های خود بارها به مهاجران تاخته و اقدام آن‌ها را تهاجم به خاک آمریکا دانسته است. به این ترتیب، ترامپ در زمینه مهاجرت متفاوت‌ترین سیاست و طرح‌ها را در پیش گرفته و به نظر می‌رسد از این طریق می‌تواند به پیروزی برسد. حال باید دید این بار در این انتخابات چه اتفاقی می‌افتد و کار مهاجران به کجا خواهد رسید.

کنترل اسلحه

همین چند وقت پیش بود که در آمریکا شخصی در یک جشنواره سیر با اسلحه به جان مردم افتاد و عده زیادی را کشت. مسئله کنترل اسلحه یکی از مهم‌ترین مسائل در انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکاست. در واقع یکی از مسائلی که رأی‌دهندگان به آن توجه ویژه دارند، دیدگاه نامزدهای انتخابات به مسئله کنترل اسلحه است. برخی با آزاد بودن اسلحه موافق و برخی هم مخالفاند. هر کدام هم دلایل خودشان را دارند. ترامپ از کسانی است که سعی دارد مقابل کنترل اسلحه بایستد. در واقع او با ممنوع شدن سلاح موافق نیست. به همین خاطر است که در کشتار اخیر با اسلحه هم تلاش می‌کرد بگوید مشکل از مهاجران است و این افراد مهاجر بوده‌اند که از اسلحه سوءاستفاده کرده‌اند. در واقع او صورت مسئله را پاک می‌کند. اما در مقابل، دموکرات‌ها می‌گویند ترامپ و امثال او صرفاً به دلیل منافع اقتصادی

نمی‌خواهند قانونی برای کنترل اسلحه را به تصویب برسانند. به این ترتیب، فعالان سیاسی تلاش می‌کنند افراد را نسبت به این قضیه آگاه کنند. اما نکته جالب این است که برخی از نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری در برابر این مسئله اعلام موضع نمی‌کنند. در واقع آن‌ها هم به نوعی طرفدار این هستند که اسلحه در آمریکا آزاد باشد، اما نمی‌خواهند این باور خود را به صورت علنی اعلام کنند، چراکه تصور می‌کنند این اطلاع‌رسانی می‌تواند به ضررشان تمام شود. در نتیجه چیزی نمی‌گویند. اما افرادی مانند ترامپ به‌راحتی اعلام می‌کنند که قانونی برای کنترل اسلحه وضع نخواهند کرد، چراکه اساساً اسلحه را مشکل اصلی نمی‌دانند.

رأی‌دهندگان برای رأی دادن مسائل مهم بسیاری را در نظر می‌گیرند. این‌ها تنها بخشی از مهم‌ترین مسائل است: مسائل مربوط به کارگران، پدیده مهاجرت، کنترل اسلحه، نظام سلامت همگانی و تغییرات اقلیمی مسائلی هستند که نه‌فقط برای آمریکایی‌ها، بلکه برای سایر مردم دنیا هم می‌تواند اهمیت داشته باشد. به همین خاطر است که دیدگاه نامزدها نسبت به این مسائل اهمیت ویژه‌ای دارد.



مروری بر بالا و پایین نفت در تابستانی که گذشت

وقتی بشکتهای نفت سرریز می شوند

آن را دوباره بالا ببرند. اما حالا مدتی است که شرایط تغییر کرده و به نظر می‌رسد اوپک دیگر آن بازیگر اصلی در بازار نفت نیست. برخی هم می‌گویند اوپک دیگر مرده است. اما به نظر نمی‌رسد اوپک خودش چنین باوری داشته باشد. آن‌ها حتی تصمیم‌های مهمی می‌گیرند که هنوز هم روی قیمت نفت تاثیر می‌گذارد، حتی اگر این تاثیر به صورت لحظه‌ای و کوتاه‌مدت باشد. تابستان سال ۲۰۱۴، تابستانی شوم برای نفت بود. قیمت این کالا در آن زمان ناگهان سقوط کرد. در آن زمان نفت بالای ۱۰۰ دلار در ازای هر بشکه در بازارهای جهانی معامله می‌شد. چنین قیمت سرسام‌آوری برای نفت تا آن زمان بسیار کم‌سابقه بود. اما ناگهان همه چیز تغییر کرد. قیمت نفت یک‌باره در سرایشی قرار گرفت و ماجرا به یک غول بی‌شاخ‌و‌دم مربوط می‌شد؛ نفت شیل. اما نفت شیل چیست و چطور توانست قیمت نفت را پایین بیاورد؟

از انقلاب شیل تا سقوط اوپک

نفت شیل یک نفت پرهزینه است که در آمریکا تولید می‌شود. در واقع این نفت به جای این‌که از دل زمین نرم بیرون بیاید، از دل صخره‌های سخت دریاها بیرون کشیده می‌شود. به خاطر همین است که هزینه تولید آن بسیار بالاست. اما وقتی قیمت نفت در بازارهای جهان به بالای ۱۰۰ دلار در ازای هر بشکه رسید، تولید نفت شیل هم اقتصادی شد. در واقع نفت شیل با قیمت ۶۰ دلار هم مقرون‌به‌صرفه است. به

به آن طلای سیاه می‌گویند، جنجالی‌ترین کالایی که در دنیا وجود دارد؛ نفت. یک روز قیمتش به آسمان می‌رود و روز دیگر به کالایی بی‌ارزش تبدیل می‌شود. این روزها که جهان متلاطم است، ارزش نفت هم مثل هر چیز دیگری متلاطم است. از یک طرف سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) تلاش می‌کند قیمت آن را به ثبات برساند و از طرف دیگر کشورهای بزرگ تولیدکننده نفت غیراوپکی مثل روسیه و آمریکا به دنبال راهی برای افزایش تولیدات نفتی خود و کسب سود بیشتر هستند. دنیای طلای سیاه مثل همیشه دنیایی پر از نوسان و جنجال است. اما در چند مدت اخیر چه بر سر نفت و قیمت آن در بازارهای جهانی آمده است. مروری بر ارزش این کالا در تابستان برای آن‌ها که اهل کسب‌وکار هستند، خالی از لطف نیست.

تکاپوهای اوپک

بزرگ‌ترین و مهم‌ترین کشورهای صادرکننده نفت خام برای خود سازمانی تشکیل داده‌اند که نقشی اساسی در بازار نفت ایفا می‌کند؛ اوپک. بررسی‌های «وخارزم» از گزارش بلومبرگ نشان می‌دهد این سازمان در گذشته نقشی تعیین‌کننده در قیمت نفت داشت. در واقع هر بار قیمت نفت پایین می‌آمد، اوپکی‌ها با کاهش تولید و عرضه نفت تلاش می‌کردند ارزش

نسیم بنایی
گزارشگر

این ترتیب وقتی قیمت نفت بالا رفت، آمریکایی‌ها شروع به تولید نفت کردند. آن‌ها نفت شیل را از دل صخره‌ها بیرون می‌کشیدند و روانه بازار می‌کردند و به همین دلیل ناگهان بازار با نفت اشباع شد. طبق یک اصل ساده اقتصادی، وقتی عرضه یک کالا از تقاضای آن پیشی بگیرد، قیمت آن کاهش پیدا می‌کند. این اتفاقی بود که در آن زمان در مورد نفت رخ داد و آن را به خاک سیاه نشاناد. حالا وقت آن رسیده بود که اوپک به میدان بیاید. اما اوپکی‌ها نتوانستند به توافق برسند. به این ترتیب برخی از تحلیل‌گران ادعا می‌کردند که اوپک برای همیشه مرده است. اما این رویه به همین شکل باقی نماند. بالاخره اوپکی‌ها به همراه برخی از غیراوپکی‌ها که به آن اوپک پلاس می‌گویند، برای مثال با روسیه به این توافق رسیدند که تولید نفت خود را کاهش دهند تا از این طریق بتوانند قیمت نفت را به تعادل برسانند. در واقع قیمت نفت به زیر ۳۰ دلار در ازای هر بشکه سقوط کرده بود، در نتیجه اوپکی‌ها مجبور بودند در این زمینه به توافق برسند. البته این عربستان و روسیه بودند که با هم چنین توافقی کردند. حالا مدتی است که از توافق اوپکی‌ها و هم‌چنین روسیه می‌گذرد. آن‌ها تلاش دارند قیمت نفت را به ثبات برسانند. بررسی‌ها نشان می‌دهد این توافق تا حدی موفق بوده، اما در همه زمینه‌ها نتوانسته اوپکی‌ها را به خواست خود نزدیک کند. در واقع شاید اوپک نمرده باشد، اما می‌توان ادعا کرد که قدرت آن در بازار نفت کم‌رنگ شده است. آن‌ها می‌خواهند بازار عرضه و تقاضا را تا حدودی به تعادل برسانند. در این زمینه تا حدودی موفق بوده‌اند. آن‌ها در تابستان هم نشستی داشتند که در آن با اوپک پلاس تصمیم گرفتند تولید نفت خود را کاهش دهند. اما قصد آن‌ها این است که به قیمت ۸۰ دلار در ازای هر بشکه برسند و هنوز به چنین رقمی نرسیده‌اند. ضمن این‌که اگر به ۸۰ دلار در ازای هر بشکه برسند، تولید نفت شیل باز هم اقتصادی خواهد بود. به این ترتیب شاهد سیکلی معیوب هستیم، هر چقدر اوپکی‌ها تلاش کنند، باز هم نفت شیل به میدان می‌آید و همه چیز را خراب می‌کند. به نظر می‌رسد این چرخه برای همیشه بر بازار نفت حاکم خواهد شد، مگر زمانی که نفت شیل تمام شود.

روی خط تولید

برخی کشورها نسبت به سایر کشورهای جهان بیشتر برای تولید نفت تلاش می‌کنند. روسیه و هند دو کشوری هستند که تلاش دارند بخش انرژی خود را فعال کنند. آن‌ها با سرعت در حال تولید نفت و انرژی هستند. حالا روسیه اعلام کرده که صادرات نفت، گاز و زغال‌سنگ خود را به هند افزایش داده است. در واقع این دو کشور قرار است همکاری‌هایی در حوزه انرژی با یکدیگر داشته باشند و این تازه نقطه آغاز ماجراست. وزیر نفت و انرژی هند هم اعلام کرده که همکاری‌ها روسیه و هند در این زمینه به‌تازگی شروع شده است. آن‌ها برنامه‌ای پنج‌ساله را در نظر گرفته‌اند که این تابستان آغاز شده است. هدف هندی‌ها این است که این کشور عرضه‌کنندگان خود را تغییر دهد. در واقع هندی‌ها برای تامین نفت و انرژی مورد نیاز خود وابسته به کشورهای خاورمیانه بودند. اما حالا تلاش دارند در این زمینه تنوع‌بخشی داشته باشند و از سایر تولیدکنندگان در جهان هم کالاها و انرژی مورد نیاز خود را تامین کنند. البته

این جریان هم به‌سادگی قابل درک است. هند ۸۰ درصد از انرژی مصرفی خود را از سایر کشورها تامین می‌کند. در واقع این کشور کاملا در این زمینه وابسته به سایر کشورهاست. برای این‌که در این زمینه با مشکلی مواجه نشود، باید حتما به عرضه‌کنندگان خود تنوع بدهد تا اگر هر کدام از آن‌ها با مشکلاتی مثل تحریم مواجه شوند، این انرژی از نقطه‌ای دیگر تامین شود. حالا این کشور به سمت روسیه مایل شده و سعی دارد در برنامه‌هایی، انرژی مورد نیاز خود را از روسیه تامین کند. البته ناگفته نماند که تا پیش از این قرارداد، روسیه حتی دهمین عرضه‌کننده نفت و انرژی هند هم نبود. در واقع هند تمامی نیازهای خود را از کشورهای خاورمیانه تامین می‌کرد، اما این روزها خاورمیانه حالی آشفته دارد و ممکن است کشورهای تولیدکننده نفت در این منطقه نتوانند مانند گذشته نیازهای هند را برطرف کنند. به همین دلیل است که هند باید به کشور دیگری روی بیاورد. البته هند بخشی از نیاز خود را هم از آمریکا برآورده می‌کند، اما به صورت کلی این کشورهای خاورمیانه بوده‌اند که همیشه در تامین انرژی و نفت مورد نیاز هند حرف اول را زده‌اند.

از قیمت نفت چه خبر؟

اما همه اتفاقاتی که در چند مدت اخیر در بازار جهانی نفت افتاده، چه تاثیری روی نفت داشته است؟ بررسی‌ها از گزارش اوپل‌پرایس نشان می‌دهد قیمت نفت به دلایل مختلف، حدود ۴.۳ درصد رشد مثبت داشته است. اما این به معنای بهبود وضعیت کلی نفت نیست. در واقع این کالا با اندکی افزایش ارزش مواجه شده است، اما آینده‌اش الزاما درخشان نخواهد بود. یکی از دلایلی که باعث شده قیمت نفت افزایش پیدا کند، بهبود وضعیت چین است. چین دومین اقتصاد بزرگ جهان است. اما به این دلیل نیست که وضعیت اقتصادش روی بازار نفت تاثیر می‌گذارد. چین در حقیقت یکی از مهم‌ترین مصرف‌کنندگان نفت در جهان است. این کشور در حالی نفت مصرف می‌کند که نمی‌تواند نفت چندان تولید کند. در واقع چینی‌ها برای تامین نفت مورد نیاز خود به سایر کشورها وابسته هستند. این در حالی است که آمریکا به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد جهان، بخش عمده نفت مورد نیازش را در خاک خودش تولید می‌کند. اما وقتی حال چین به لحاظ اقتصادی خوب نباشد، طبیعی است که تقاضا برای نفت هم کاهش خواهد یافت. این کاهش تقاضا به معنای کاهش قیمت نفت خواهد بود. همیشه طبق اصل ساده اقتصاد، وقتی تقاضا برای یک کالا پایین می‌آید، قیمت آن هم کاهش پیدا می‌کند. اما حالا به نظر می‌رسد که مطابق با داده‌های موجود، وضعیت اقتصادی چین خوب است. این یعنی تقاضا برای نفت از جانب این کشور در جریان است و در نتیجه قیمت نفت هم افزایش خواهد یافت. به‌رحال تا زمانی که تقاضای کافی برای نفت وجود داشته باشد، می‌توان امید داشت که قیمت آن هم افزایش پیدا کند. اما به محض این‌که عرضه از تقاضا پیشی بگیرد، قیمت این کالا هم کاهش پیدا می‌کند. فعلا قیمت نفت در محدوده ۵۵ تا ۶۰ دلار در ازای هر بشکه است. این یعنی تولید نفت تا حدودی برای آمریکا مقرون‌به‌صرفه است. اما در عین حال به نظر می‌رسد استراتژی اوپکی‌ها اندکی موثر بوده و شرایط را برای این کالا بهتر کرده است.

روسیه و هند دو کشوری هستند که تلاش دارند بخش انرژی خود را فعال کنند. آن‌ها با سرعت در حال تولید نفت و انرژی هستند. حالا روسیه اعلام کرده که صادرات نفت، گاز و زغال‌سنگ خود را به هند افزایش داده است. در واقع این دو کشور قرار است همکاری‌هایی در حوزه انرژی با یکدیگر داشته باشند و این تازه نقطه آغاز ماجراست

گزارش و خارزم از عرضه برق نیروگاهها در بورس انرژی حالا بورس برق میزند

با قیمت بالاتر و تضمینی خریداری می‌شود، اما نیروگاهها مایلند در یک بازار آزاد به رقابت بپردازند.

عرضه برق در بورس مزیت دارد؟

حضور مصرف‌کنندگان در بازار برق بورس انرژی بدون مزیت نیست و از جمله مزایای آن معافیت مالیاتی عرضه‌کنندگان برق، ترک تشریفات برگزاری مناقصه و مزایده خرید کالای برق از سوی مصرف‌کنندگان برق، انعطاف‌پذیری در شرایط قرارداد و مقدار برق تحویلی، افزایش شفافیت در مورد شرایط و قیمت‌های کشف‌شده، امکان انعقاد قراردادهای با دوره تحویل کوتاه‌مدت‌تر نسبت به قراردادهای دوجانبه خارج از بورس، وجود شبکه بازاریابی متشکل و حرفه‌ای شرکت‌های کارگزاری و حضور ۷۰ شرکت کارگزاری در حوزه معاملات بورس انرژی ایران است.

ورود به بازار برق در بورس انرژی آن‌طور که تصور می‌شود، سخت نیست و هر کسی با داشتن یک کد بورسی می‌تواند انرژی برق را خریداری کند. مزیت اصلی این‌جاست که قیمت برقی که در بورس انرژی دریافت می‌شود، نسبت به دریافت برق از نیروگاهها برای کارگاه‌های صنعتی ارزان‌تر است، که این موضوع منجر به کاهش هزینه‌های تولید است. معاملات برق در بورس انرژی به دو صورت سلف موازی یا فیزیکی انجام می‌شود. از زمانی که برق وارد بورس انرژی شده، بالغ بر ۵۸ میلیارد کیلو وات ساعت برق معامله شده که دارای ارزش ۲۰۱ هزار میلیارد تومانی است. سهم معاملات برق میان دیگر کالاهای عرضه‌شده در این بورس بیش از ۱۰ درصد مجموع معاملات را شامل می‌شود.

سازوکار قیمت‌گذاری برق در بورس

آن‌طور که شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار می‌گوید، قیمت برق در بورس انرژی کشف می‌شود، اما این قیمت مبنایی برای معامله بین مصرف‌کنندگان عمده است، نه مردم که در واقع مصرف‌کنندگان خرد محسوب می‌شوند.

تابستان امسال بود که سازوکار عرضه برق نیروگاهها در بورس انرژی اعلام شد. خبری که از سوی رضا اردکانیان، وزیر نیرو، رسانه‌ای شد و او در این باره توضیحاتی داد و آینده خوبی را برای صنعت برق پیش‌بینی کرد. برای بررسی چند و چون این موضوع، ابتدا به معرفی صنعت برق می‌پردازیم و بعد در گفت‌وگو با کارشناسان، وضعیت عرضه برق نیروگاهها در بورس انرژی را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

برق، کالایی استراتژیک

برق یک کالای استراتژیک و صنعتی محسوب می‌شود و اکثر کشورهای پیشرفته در تولید این کالا تلاش زیادی دارند و نیروگاه‌های زیادی را تاسیس می‌کنند. به عنوان مثال، یکی از موارد پیشرفت کشور ژاپن برق است و برخی کارشناسان معتقدند اگر دو ساعت در کل کشور ژاپن برق نباشد، برخی کشورها از نظر فناوری به این کشور خواهند رسید. در همین یک جمله اهمیت برق مشخص است. اما در مورد ایران باید گفت که در ابتدای جاده توسعه فناوری قرار دارد، اما اقداماتی که در این زمینه انجام شده، نشان می‌دهد آینده خوبی در انتظار اقتصاد ایران است.

برق قابل ذخیره سازی نیست، به همین دلیل کشورهایی که صادرکننده برق هستند، در ردیف کشورهای موفق قرار دارند. به این دلیل که توانستند برق مورد نیاز خود را تامین و مازاد آن را به کشورهای دیگر صادر کنند که البته این کار نیازمند زیرساخت‌هایی در بخش‌های مختلف است. از آنجایی که برق امکان ذخیره شدن در طول زمان را ندارد و با کالای فیزیکی از این حیث تفاوت دارد، خرید برق از این بازار نیاز به تجربه و دانش بالاتری نسبت به سایر کالاها در این بازار دارد.

از سوی دیگر، باید توجه داشت که بازار برق ایران هنوز رقابتی نیست و با قیمت پارانهای به مصرف‌کنندگان می‌رسد. به همین دلیل تولیدکنندگان انگیزه کافی برای تاسیس نیروگاه و تولید آن را ندارند. ناگفته نماند که برق تولیدشده از سوی نیروگاهها

پژوهشی

محمدحسین علی‌اکبری

گزارشگر

ورود به بازار برق در بورس انرژی آن‌طور که تصور می‌شود، سخت نیست و هر کسی با داشتن یک کد بورسی می‌تواند انرژی برق را خریداری کند. مزیت اصلی این‌جاست که قیمت برقی که در بورس انرژی دریافت می‌شود، نسبت به دریافت برق از نیروگاهها برای کارگاه‌های صنعتی ارزان‌تر است، که این موضوع منجر به کاهش هزینه‌های تولید می‌شود.



محمدی در تشریح کارکردهای بورس انرژی در راستای فرهنگ‌سازی برای استفاده از برق در زمان‌های کم‌مصرف گفت: شرکت‌های برق منطقه‌ای سیگنال‌هایی را به مردم در خصوص زمان‌های کم‌بار مصرف و زمان‌هایی که قیمت برق ارزان است، اعلام می‌کنند، چراکه این شرکت‌ها برق را با قیمت‌های متفاوت در زمان‌های مختلف خریداری می‌کنند.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار در پاسخ به سوالی در راستای نقش دولت در قیمت‌گذاری برق گفت: دولت قرار نیست تمام قیمت‌گذاری را بر عهده داشته باشد، بلکه نرخ مشخصی را تعیین کرده که بر اساس آن قیمت نوسان پیدا می‌کند، درست مثل دامنه نوسان که هم‌اکنون در بورس وجود دارد.

محمدی خاطر نشان کرد: بر این اساس نوسان قیمت برق برای مصرف‌کنندگان عمده در محدوده‌ای که دولت اعلام می‌کند، آزاد است. در این میان مصوبات دولت هم به قوت خود باقی است. به عنوان مثال، اگر قرار باشد کشاورزان برق ارزان دریافت کنند، هیچ‌گونه خللی در آن ایجاد نمی‌شود.

جزئیات عرضه برق در بورس

علی حسینی، مدیرعامل بورس انرژی، در گفت‌وگویی که با «وخارزم» داشت، به مزایای عرضه برق در بورس انرژی اشاره کرد و گفت: از ابتدای شهریور ماه جاری با تعیین نرخ ترانزیت معاملات برق صنعتی، امکان عرضه برق در بورس انرژی فراهم شد و مصرف‌کنندگان بزرگ صنعتی که بیشتر از پنج مگاوات نیاز دارند، برق مورد نیاز خود را دریافت کردند و این امکان برای همه متقاضیان برق صنعتی فراهم است.

این مقام مسئول با بیان این‌که عرضه‌کنندگان برق ۱۰ درصد معافیت معاملات را دریافت خواهند کرد، گفت: از مزایای عرضه برق در بورس انرژی این است که هم مصرف‌کنندگان برق را با نرخ کمتری دریافت می‌کنند و هم عرضه‌کنندگان (نیروگاه‌ها) ۱۰ درصد از معافیت مالیاتی را شامل می‌شوند. هم‌چنین تفاوت قیمت ۱۰ تا ۱۵ هزار تومانی برای مصرف‌کنندگان در معاملات بورس انرژی باعث شده این بازار جذابیت خاص خود را داشته باشد.

حسینی با اشاره به این‌که برای عرضه برق در بورس انرژی ابتدا باید مدارک لازم در این بورس تسلیم شود تا سازوکار آن مورد تایید قرار بگیرد، تاکید کرد: همه نیروگاه‌های خصوصی و دولتی که در بورس انرژی پذیرفته شدند، می‌توانند برق تولیدی خود را از طریق این بورس به متقاضیان عرضه کنند. مدیرعامل بورس انرژی با بیان این‌که بورس یکی از بهترین و شفاف‌ترین مکانیسم‌های قیمت‌گذاری محصولات است، افزود: در حال حاضر تعدادی از شرکت‌ها موفق به اخذ کد معاملاتی و خرید و فروش شده‌اند. در حال حاضر سایتی با آدرس www.irenex.ir برای معاملات بورس انرژی در نظر گرفته شده که از همین طریق امکان دسترسی به اطلاعات و مصوبات آن فراهم است.

وی با تاکید بر این‌که نیروگاه‌ها به عنوان فروشنده و شرکت‌های توزیع نیروی برق به عنوان خریدار محسوب می‌شوند، افزود: هدف اصلی راه‌اندازی بورس انرژی شفاف‌سازی قیمت برق

بود. ضمناً این مسئله در راستای خصوصی‌سازی نیروگاه‌ها نیز صورت گرفته است.

مدیرعامل بورس انرژی با اشاره به این‌که نرخی که مصرف‌کننده‌های خرد برای برق مصرفی خود باید بپردازند، همان قیمتی است که وزارت نیرو سالانه تعیین می‌کند، گفت: قیمتی هم که در معاملات برق در بورس انرژی کشف می‌شود، ارتباطی به مصرف‌کنندگان خرد نخواهد داشت، چراکه معاملات برق در بورس انرژی بین دولت و مصرف‌کنندگان عمده به عنوان مثال کارخانه‌ها انجام می‌شود. راه‌اندازی بورس انرژی تأثیراتی بر مصرف‌کنندگان خرد و مردم دارد. بورس انرژی با تخصیص بهینه منابع به مصرف‌کنندگان عمده در سطح کلان از نوسانات قیمتی می‌کاهد. هم‌چنین باید توجه داشت به دلیل نوسان قیمت‌ها در زمان‌های مختلف روز زمان بهینه برای مصرف برق مشخص شده و این می‌تواند رفتار مصرف‌کننده را هم بهینه سازد. بر این اساس با توجه این‌که زمان‌های پیک مصرف مشخص می‌شود و این موضوع به مصرف‌کنندگان خرد هم اطلاع‌رسانی می‌شود، مردم می‌توانند رفتار مصرفی خود را بر اساس این زمان‌ها شکل بدهند.

هفت سال منتظر عرضه برق در بورس بودیم

مصطفی رجبی مشهدی، سخن‌گوی صنعت برق، درباره عرضه برق در بورس به «وخارزم» گفت: از هفت سال پیش سازوکار عرضه برق در بورس فراهم بود و چندی پیش دستورالعمل و مقررات ترانزیت انرژی در شبکه برق کشور از سوی وزیر نیرو ابلاغ شد.

وی به نرخ ۱۵ تومانی ترانزیت هر کیلو وات ساعت برق اشاره کرد و افزود: دولت به دنبال این بود که در بورس انرژی اقدام به قیمت‌گذاری نکند و بر اساس قانون سازوکاری طراحی شد تا دولت نقشی در قیمت‌گذاری نداشته باشد. در همین راستا برای قیمت‌گذاری کالای برق سازوکار جدیدی تعیین و قیمت ترانزیت برق از نیروگاه‌ها به خریداران تقریباً ۱۵ تومان به ازای هر کیلووات ساعت مشخص شد.

رجبی مشهدی به دستورالعمل اجرایی عرضه برق در بورس اشاره کرد و گفت: دستورالعمل جدیدی که ابلاغ شده، شامل تمامی مصرف‌کنندگان برق اعم از مشترکین قدرت قراردادی بیشتر و کمتر از پنج مگاوات و مشترکین صنعتی و غیرصنعتی است.

عضو هیئت مدیره شرکت توانیر به جزئیات سازوکار جدید برای عرضه برق به مصرف‌کنندگان بزرگ در بورس انرژی اشاره کرد و افزود: شیوه انجام کار به این صورت است که نیروگاه‌های بخش خصوصی می‌توانند برق خود را در بورس عرضه و مصرف‌کنندگان برق نیز به عنوان خریدار برق مورد نیاز خود را تهیه کنند.

وی با بیان این‌که دولت در تجارت برق نقش خود را کاهش داده، تصریح کرد: دولت قصد دارد نقش خود را در تجارت برق کاهش دهد تا فضا برای حضور بخش خصوصی افزایش یابد. عرضه برق در بورس انرژی این سازوکار را فراهم کرده تا بخش خصوصی نقش بیشتری در عرضه برق ایفا کند. در سازوکار بورس کشف قیمت بر اساس مکانیسم بازار و به صورت شفاف‌تر اتفاق می‌افتد.

از مزایای عرضه برق در بورس انرژی این است که هم مصرف‌کنندگان برق را با نرخ کمتری دریافت می‌کنند و هم عرضه‌کنندگان (نیروگاه‌ها) ۱۰ درصد از معافیت مالیاتی را شامل می‌شوند. هم‌چنین تفاوت قیمت ۱۰ تا ۱۵ هزار تومانی برای مصرف‌کنندگان در معاملات بورس انرژی باعث شده این بازار جذابیت خاص خود را داشته باشد



وضعیت سهام شرکت‌های انرژی در بورس انرژی چگونه است؟

ستاره‌های بورس انرژی جهان

سرمایه‌گذاری و خرید سهام قدری دشوار است. نگاهی به این شرکت‌ها و وضعیت آن‌ها در بازار سهام می‌تواند در این زمینه کمک کند.

کونوکوفیلیپس

کسانی که به دنیای نفت و گاز علاقه دارند، حتماً با کونوکوفیلیپس آشنا هستند؛ شرکت آمریکایی چندملیتی که در حوزه انرژی فعالیت دارد. دفتر مرکزی آن هم در هیوستون تگزاس است. عمده فعالیت‌های این شرکت مربوط به اکتشاف و تولید نفت می‌شود. نام کونوکوفیلیپس همیشه در فهرست ۱۰ شرکت اول در فهرست فورچون ۵۰۰ قرار داشته است. اما وضعیت سهام این شرکت چگونه است؟ این شرکت در بازار سهام انرژی با عنوان کاپ یا COP شناخته می‌شود. سهام این شرکت اخیراً پنج درصد افزایش ارزش داشته و به نظر می‌رسد یکی از بهترین شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در بورس انرژی است. عملکرد این شرکت به گونه‌ای بوده که نشان می‌دهد برای سرمایه‌گذاری مطلوب است. دارایی‌های این شرکت نیز افزایش ارزش را نشان می‌دهد، در نتیجه وضعیت این شرکت برای آینده هم به نظر خوب می‌آید. این شرکت اعلام کرده که تولیداتش در حال افزایش است. تحلیل‌گران بر این باورند که کونوکوفیلیپس نسبت به سایر شرکت‌ها از مزیت‌های رقابتی بسیار خوبی برخوردار است. این شرکت از گردش آزاد سرمایه هم سود می‌برد. همه این موارد آینده این شرکت را تضمین می‌کند. حتی اگر قیمت نفت به ۴۰ دلار در ازای هر بشکه برسد، باز هم برای این شرکت سودآور است. همین امر به‌سادگی نشان می‌دهد که سهام این شرکت ارزش سرمایه‌گذاری دارد. گلدمن‌ساکس هم سهام این شرکت و همچنین سهام شرکت شورون را جزو سهام پرسود برآورد کرده است. دست‌کم تا پایان امسال وضعیت سهام این شرکت مطلوب برآورد شده است.

یک تکان کوچک می‌تواند زلزله‌ای در بازار نفت به راه بیندازد و حالا یک شوک بزرگ به بازار نفت وارد شده که می‌تواند سهام شرکت‌های نفتی را از این‌رو به آن‌رو کند. چند وقت پیش بود که حمله موشکی به آرامکوی سعودی صورت گرفت. آرامکو در حقیقت بزرگ‌ترین شرکت نفت در عربستان سعودی است و به نوعی کارخانه تولید ثروت برای عربستان به شمار می‌آید. اما حالا با حمله موشکی، حدود پنج میلیون و ۷۰۰ هزار بشکه نفت از تولید روزانه سعودی‌ها کاسته خواهد شد. این میزان در حقیقت برابر با نیمی از تولید نفت عربستان است، چراکه این کشور حدود ۱۰ میلیون بشکه نفت در روز تولید می‌کند. این پنج میلیون و ۷۰۰ هزار بشکه نفت سعودی، هم‌چنین برابر با پنج درصد از کل عرضه نفت جهان است. این یعنی عرضه نفت در جهان هم دچار مشکل شده است. به این ترتیب، قیمت نفت ناگهان در مسیر صعود قرار گرفت. حمله به آرامکوی سعودی قیمت نفت را در برخی از شرکت‌های تولیدکننده نفت آمریکایی حدود ۱۵ درصد افزایش داد. حالا این شرکت‌های نفت با بیشترین افزایش ارزش خود در ۳۰ سال گذشته مواجه شدند. البته وزیر نفت عربستان سعودی خیلی زود اعلام کرد تولید نفت عربستان سعودی تا پایان ماه سپتامبر دوباره به حالت عادی خود بازمی‌گردد. به این ترتیب، وضعیت قیمت نفت دوباره به حالت پیشین خود بازخواهد گشت. همین گفته‌ها باعث شد قیمت نفت دوباره در مسیر نزولی قرار بگیرد. اما این اتفاقات توجه سرمایه‌گذاران را به بخش مهمی برای سرمایه‌گذاری جلب کرده؛ سهام انرژی. یکی از پرسودترین بازارهای سهام، بورس انرژی است. اما اکنون این بازار چه وضعیتی دارد؟ در واقع کدام‌یک از سهام انرژی بیشترین سود را دارند و در نتیجه ارزش سرمایه‌گذاری دارند؟ به گزارش کیپ‌لینگر، در شرایطی که بازار نوسان زیادی دارد و قیمت نفت مدام بالا و پایین می‌شود، پیدا کردن شرکتی مناسب برای

پارسلو انرژی

انقلاب شیل برای خیلی از شرکت‌های نفت و انرژی آمریکایی خوب تمام شد. یکی از آن شرکت‌ها پارسلو انرژی است. این شرکت آمریکایی در سال ۲۰۰۸ تاسیس شده و به صورت متمرکز روی تولید نفت کار می‌کند. این شرکت نفت خلیج پرمین در آمریکا را برداشت می‌کند. در واقع می‌توان گفت پارسلو یکی از شرکت‌هایی است که بهترین موقعیت را دارد. این شرکت در واقع در یکی از غنی‌ترین خلیج‌های نفتی بنا شده و به همین خاطر نفت زیادی برای تولید دارد و این یعنی آینده خوبی برای تولید نفت دارد. بررسی‌ها هم‌چنین نشان می‌دهد تولید نفت این شرکت اخیراً افزایش قابل توجهی یافته است. بر اساس آخرین گزارش از وضعیت این شرکت، تولید نفت آن در آخرین دوره سه ماهه، ۱۰ درصد افزایش یافته است. وضعیت چاه‌های نفتی که این شرکت روی آن‌ها کار می‌کند نیز نسبت به سال ۲۰۱۸ بهبود پیدا کرده و این یعنی تولید نفت این شرکت در سال ۲۰۱۹ بهتر و بیشتر خواهد بود. همه این مسائل روی ارزش سهام این شرکت در بورس انرژی تأثیر می‌گذارد. سهام این شرکت یکی از کم‌خطرترین‌ها در بازار سهام انرژی به شمار می‌آید. تحلیل‌گران می‌گویند حتی اگر قیمت نفت به حدود ۵۱ دلار در ازای هر بشکه نیز برسد، باز هم سهام این شرکت ارزش خرید دارد. به‌هرحال فعلاً این شرکت وضعیت خوبی دارد.

ماراتن پترولیوم

افزایش قیمت نفت بیشترین تأثیر را روی شرکت‌های نفت آمریکایی می‌گذارد. یکی دیگر از این شرکت‌ها، ماراتن پترولیوم است. این شرکت تمرکز اصلی خود را روی بخش پایین‌دستی صنعت نفت قرار داده و عملیات پالایش و هم‌چنین صنایع پتروشیمی را انجام می‌دهد. ریشه‌های تاسیس این شرکت به سال ۱۹۸۲ بازمی‌گردد. سهام این شرکت در بازار سهام نیویورک یا همان بورس معروف نیویورک معامله می‌شود و در حال حاضر یکی از پرسودترین سهام در بورس انرژی به شمار می‌آید. امسال نیز یکی از بهترین سال‌ها برای شرکت ماراتن پترولیوم بوده و به نظر می‌رسد آینده خوبی در انتظار این شرکت است. ناگفته نماند که این شرکت تنوع زیادی به فعالیت‌های خود بخشیده و در مدل‌های مختلف کسب‌وکاری فعالیت کرده است. این شرکت در حوزه محصولات پتروشیمی هم فعالیت دارد و بنزین و گازوییل هم تولید و روانه بازار می‌کند. همه این‌ها روی ارزش سهام آن تأثیر مثبت داشته و باعث شده وضعیت خوبی در بازار سهام داشته باشد. بسیاری از تحلیل‌گران می‌گویند این شرکت به‌زودی مسیر جدیدی را آغاز می‌کند و می‌تواند به ارزش‌های بیشتری دست پیدا کند. تنوع‌بخشی به محصولات تولیدی یکی از دلایل پیشرفت این شرکت است.

دیاموندبک انرژی

اکثر شرکت‌هایی که در بورس انرژی فعال هستند و ارزش سهام آن‌ها بالاست، تنها در یک حوزه فعالیت نمی‌کنند، بلکه سعی می‌کنند به تولیدات خود تنوع ببخشند. دیاموندبک انرژی یکی از شرکت‌های فعال در حوزه انرژی است که توانسته از طریق تنوع‌بخشی به محصولات خود در بازار سهام انرژی حرفی برای گفتن داشته باشد. این شرکت در تگزاس فعالیت می‌کند و ذخایر نفتی عظیمی در اختیار دارد. به این ترتیب این شرکت هم برای آینده‌اش نفت زیادی دارد که می‌تواند تولید کند و به کمک آن به ثروت زیادی دست پیدا کند. محصولات تولیدی این شرکت فقط نفت نیست، بلکه گاز و حتی ال‌ان‌جی یا گاز طبیعی مایع نیز است. البته این شرکت تاریخ چندان قدیمی‌ای ندارد. دیاموندبک انرژی در سال ۲۰۰۷ تاسیس شده و در این مدت توانسته نفت زیادی تولید و روانه بازار کند و به همین دلیل وارد بازار سهام انرژی هم بشود. این شرکت به صورت تخصصی روی اکتشاف و تولید نفت و گاز فعالیت دارد و در مناطقی کار می‌کند که بیشترین میزان ذخایر نفت را دارند. به همین دلیل است که این شرکت در بازار سهام انرژی هم توانسته جایی برای خود باز کند و سهام در این بازار معامله می‌کند.

از نفت و گاز تا انرژی خورشیدی

شرکت‌های مختلف در نقاط مختلف دنیا می‌توانند با تولید نفت و گاز جایی برای خود در بازار سهام انرژی باز کنند؛ از شرکت‌های برزیلی گرفته تا شرکت‌های چینی. اما این فقط شرکت‌های تولیدکننده نفت و گاز نیستند که در بازار سهام انرژی حرفی برای گفتن دارند. برخی از شرکت‌ها در حوزه انرژی‌های خورشیدی فعالیت دارند. این شرکت‌ها هم توانسته‌اند جایی برای خود در بازار سهام انرژی باز کنند و حالا جزو باارزش‌ترین سهام در بازار سهام انرژی هستند. در واقع بورس انرژی فقط مختص انرژی‌هایی مثل نفت و گاز نیست، بلکه انرژی‌هایی مثل انرژی خورشیدی را هم در بر می‌گیرد. در واقع این روزها که مسئله محیط زیست، گرمایش جهانی و آلودگی هوا بیش از هر زمانی مطرح است، انرژی خورشید و انرژی‌های پاک اهمیت بسیار بیشتری نسبت به گذشته دارند. به همین خاطر است که سهام شرکت‌های فعال در تولید انرژی پاک مثل انرژی خورشیدی هم در بورس انرژی، ارزش زیادی دارند. برای مثال، شرکت فرست سولار یکی از مهم‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه انرژی خورشیدی در جهان است. ارزش این شرکت در بازار بیش از پنج میلیارد و ۱۰ میلیون دلار است. فرست سولار یکی از فعال‌ترین شرکت‌ها در بورس انرژی است. به این ترتیب، این فقط شرکت‌های فعال در حوزه انرژی‌هایی مثل نفت و گاز نیستند که حرفی برای گفتن دارند. سایر شرکت‌ها از جمله شرکت‌های فعال در حوزه انرژی‌های پاک نیز در بورس انرژی حضور فعال دارند و اتفاقاً سهام آن‌ها ارزش زیادی در بازار سهام دارد.

اکثر شرکت‌هایی که در بورس انرژی فعال هستند و ارزش سهام آن‌ها بالاست، تنها در یک حوزه فعالیت نمی‌کنند، بلکه سعی می‌کنند به تولیدات خود تنوع ببخشند. دیاموندبک انرژی یکی از شرکت‌های فعال در حوزه انرژی است که توانسته از طریق تنوع‌بخشی به محصولات خود در بازار سهام انرژی حرفی برای گفتن داشته باشد

گزارش و خارزم از دلایل ثبات نسبی بازار ارز

عرض اندام ارز

را تا حدی تسهیل کرد و در کاهش نرخ نهایی این کالا تاثیر گذاشت. همچنین راهاندازی بازار متشکل ارزی یکی دیگر از مواردی بود که تا حدی به کاهش تنش در بازار ارز کمک کرد.

چند سال است که راهاندازی بازار متشکل ارزی مطرح شده، اما در سال جاری شورای پول و اعتبار مصوب کرد برای راهاندازی این بازار هیئت مدیره جداگانه‌ای مشخص شود تا کار خود را آغاز کند و اجرای آن جدی‌تر شد. از سال گذشته تاکنون بازار ارز نوسان زیادی را تجربه کرد و به قیمت‌هایی رسید که غیرواقعی و حبابی بود، اما در دوره ریاست ولی‌الله سیف بخشی از منابع ارزی به منظور برقراری تعادل در بازار هدر رفت و به دلیل تشنه بودن بازار هر چه ارز از سوی بانک مرکزی تزریق می‌شد، تقاضا آن را می‌بلعید. به منظور سامان‌دهی بازار ارز بازار متشکل ارزی پیشنهاد شد و عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی، اعلام کرد: در خیابان و کوچه و پس‌کوچه‌ها نمی‌توان این بازار را شکل داد و نباید بازار غیرمتشکل داشته باشیم.

رئیس کل بانک مرکزی توضیح داد بازاری که تشکیل خواهد شد، فرصتی می‌شود برای کسانی که اسکناس ارز و سپس حواله خود را از طریق صرافی‌ها به بازار عرضه کنند و به پلتفرمی تبدیل خواهد شد که بازار ارز متشکل شود. این بازار، بازاری است که با اهداف از پیش تعیین‌شده دولت‌ها از جمله کوتاه کردن دست دلالان بازار ارز و همچنین شفافیت معاملات راهاندازی می‌شود. مدل کلی بازار به نحوی طراحی

بازار ارز یکی از بازارهای تاثیرگذار در اقتصاد ایران است که با کمترین نوسان، بیشترین تاثیر را بر قیمت کالاها و وضعیت اقتصادی کشور دارد. زمانی که بازار ارز با افزایش قیمت همراه می‌شود، به معنای کاهش ارزش پول ملی است که در این شرایط، کالا ارزش بیشتری نسبت به پول پیدا می‌کند و قیمت کالاها یک‌باره افزایش می‌یابد. از سوی دیگر، با افزایش نرخ ارز هزینه واردات و تهیه مواد اولیه با رشد همراه می‌شود که در قیمت نهایی کالا تاثیر می‌گذارد. بازار ارز اکنون روزهای آرامی را طی می‌کند که کارشناسان معتقدند بانک مرکزی در این زمینه نقش موثری دارد. افزایش نرخ ارز باعث شد افراد زیادی وارد این بازار شوند و اکنون این کاهش قیمت در بازار ارز رخ داده است. خریدارانی که به منظور سرمایه‌گذاری وارد شده بودند، فروشنده شدند، که به کاهش قیمت بیشتر این کالا در کشور منجر شد.

کاهش صادرات

نرخ ارز در حالی کاهش یافته که صادرات نفت و کالاهای دیگر کاهش چشم‌گیری داشته، اما بانک مرکزی توانسته در این بازار احاطه کافی داشته باشد. این در حالی است که آمارهای رسمی حکایت از آن دارد که بازگشت ارز صادرات به اقتصاد ایران و تامین نیازهای این حوزه افزایش یافته است. بانک مرکزی با ایجاد سامانه نیما بازگشت ارز به کشور

اقتصاد ایران

محمدحسین علی‌اکبری

گزارشگر



Vahid Sarabi

شده که در فاز اول، معاملات نقدی ارز راهاندازی و سایر روش‌های معاملات ارزی در مراحل بعد گسترش می‌یابد. یکی از مهم‌ترین اهداف راهاندازی بازار متشکل ارزی تبدیل شدن آن به مرجعی برای کشف نرخ و نرخ‌گذاری است، به گونه‌ای که بانک مرکزی مرجع تعیین نرخ ارز در کشور شود.

بانک مرکزی در کنترل نرخ ارز موفق بود

دکتر محمدرضا جهان بیگلری، کارشناس ارز، از مدیریت بانک مرکزی در بازار ارز سخن گفت و به «وخارزم» توضیح داد: مدیریت بانک مرکزی در حوزه بازار ارز موفق بوده و اصل موفقیت این نهاد پولی و مالی این‌جاست که ارزی در بازار به منظور تعادل تزیق نشده است.

وی با بیان این‌که ورود بانک مرکزی به حوزه صرافی‌ها نقش اساسی در تعادل نرخ ارز داشته است، گفت: بانک مرکزی با نظارت بر فعالیت صرافی‌ها توانست نرخ ارز را به واقعیت نزدیک کند.

این کارشناس به پرسش خبرنگار ما مبنی بر این‌که آیا وضعیت فعلی ارز، به رونق بازار سرمایه یا بازارهای دیگر منجر می‌شود، پاسخ داد: نه‌تنها در اقتصاد ایران، بلکه در همه اقتصادهای جهان، زمانی که ثبات در یک بازار مهم مانند ارز وجود داشته باشد، باعث پیشرفت خواهد شد.

به گفته وی، نوسان در هر بازاری سم برای آن اقتصاد است، چه این نوسان افزایشی باشد و چه کاهش. خواسته بخش خصوصی هم این است که اگر قرار است دلار با هر نرخی عرضه شود، نرخ آن نوسان زیادی نداشته باشد و در یک پایه قیمتی قرار بگیرد.

بیگلری در مورد بازار متشکل و غیرمتشکل ارزی توضیح داد: اغلب کشورهای با تجارت بالا از این بازار استفاده می‌کنند تا مشخص شود چه میزان ارز برای انجام کارهای خود در اختیار دارند و راهاندازی این بازار دور از شرایط فعلی اقتصاد ایران نیست. زمانی که نرخ ارز افزایش یافت، برخی صرافی‌هایی که مجوز فعالیت نداشتند، به گرانی‌ها دامن زدند و باعث افزایش نرخ بیشتر دلار در بازار شدند.

دلار را یک کالا ببینیم

عباس آرگون، کارشناس اقتصادی و عضو اتاق بازرگانی ایران، به «وخارزم» گفت: برخی کارشناسان عنوان می‌کنند که تحریم‌ها باعث شد نرخ ارز افزایش یابد، اما باید توجه داشت که نرخ دلار از سال ۹۱ تا ۹۷ ثابت بود و زمانی که نرخ یک کالای مهمی مانند ارز در طول چند سال به صورت دستوری ثابت می‌ماند، منتظر یک بهانه یا جرقه است که فنر خود را آزاد کند.

وی با بیان این‌که نرخ ارز یک کالا است و سالانه باید به میزان تورم افزایش نرخ داشته باشد، افزود: وقتی قیمت‌ها دستوری پایین نگه داشته شود، فنر آن بالاخره آزاد خواهد شد، که با آزاد شدن فنر قیمتی حباب در آن بازار اتفاق می‌افتد. فعالان اقتصادی از کاهش نرخ ارز خرسند هستند، اما آن‌چه بیشتر آن‌ها را خوشحال می‌کند، ثبات نرخ ارز در یک سال است که بتوانند برنامه‌ریزی دقیقی برای تولید، واردات و صادرات کالاهای خود داشته باشند.

وی به دلایل کاهش نرخ دلار در بازار اشاره کرد و افزود: بازگشت ارز حاصل از صادرات کمک کرده نیازهای داخلی کشور تامین شود، ضمن این‌که فاصله‌ای که بین ارز نیمایی و بازار آزاد وجود داشت، به دلیل نرخ خوراک پتروشیمی‌ها اصلاح شد که این امر کمک کرد این دو نرخ در دو بازار مذکور به هم برسند. بنابراین از یک سو کاهش نرخ ارز در بازار آزاد و از سوی دیگر، افزایش نرخ ارز در سامانه نیما باعث شده این دو نرخ به هم نزدیک و به نوعی واردکنندگان مجاب شوند که تفاوتی میان نرخ نیما با ارز صادراتی وجود ندارد، بنابراین آن‌ها بیش از گذشته، نیازهای خود را از طریق صادرکنندگان تامین می‌کنند.

کاهش نرخ ارز منطقی است

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران با بیان این‌که تقاضا برای ارز کاهش یافته و این امید وجود دارد که حتی به کانال زیر ۱۰ هزار تومان بیاید، گفت: اکنون شرایط اقتصادی ایران به مذاکراتی که بین ایران و آمریکا مطرح می‌شود، بستگی دارد. تجربه نشان داده هر بار که به مذاکرات نزدیک می‌شویم، بازار واکنش مثبتی نشان می‌دهد. البته برای برون‌رفت از این بحران نیز باید اقداماتی انجام دهیم و آن هم پیمان پولی دو یا چند جانبه بین کشورهای است که با آن‌ها مرادوات و تجارت زیادی داریم.

آرگون به پرسش خبرنگار ما مبنی بر این‌که آیا دلار در کانال ۱۱ هزار تومان باقی می‌ماند یا خیر، پاسخ داد: همان‌طور که اشاره کردم، موضوعات بیرونی می‌تواند تاثیر در افزایش یا کاهش نرخ ارز داشته باشد اگر تحریم‌ها تعلیق یا آمریکا به میز مذاکره برگردد، کمک‌کننده در کاهش نرخ ارز است. اگر در شرایط کنونی بماند، در کانال ۱۰ تا ۱۱ هزار تومانی است، ولی اگر موضوعات دیگر باشد، اتفاقات دیگری رخ خواهد داد و بازار بر اساس آن فاکتورها پیش خواهد رفت. تجربه‌های قبلی نشان داده وقتی مردم و سرمایه‌داران به آینده اقتصادی بی‌اعتماد شوند، همه بازارها برهم می‌ریزد و سود اصلی را دلالاتی می‌برند که نام و نشانی از آن‌ها نیست. در شرایط کنونی، بانک مرکزی شرایطی بهتر از گذشته برای مدیریت شناور ارز دارد و با ابزارهایی که در اختیار گرفته، بازار را کنترل می‌کند؛ پس روند چند روز گذشته بازار ارز منطقی است.

این کارشناس اقتصادی به حوادث غیرمترقبه امسال اشاره کرد و گفت: سیل ابتدای سال هزینه زیادی را روی دست دولت گذاشت که نیازمند منابع ارزی است. دولت با برداشت از صندوق توسعه ملی با مجوز مقام معظم رهبری توانست بخشی از هزینه‌ها و تسهیلات مربوط به این زمینه را پرداخت کند، اما برداشت از صندوق تبعات خاص خود را دارد که یکی از آن‌ها کاهش میزان ارزی است که در اختیار داریم. این در حالی است که صندوق توسعه ملی به منظور توسعه بخش خصوصی تاسیس شده و ۳۰ درصد منابع حاصل از فروش نفت در این صندوق قرار می‌گیرد تا تولیدکنندگان و بخش خصوصی هم سهمی از نفت و تولید کشور داشته باشند. اما هر برداشتی که از این صندوق اتفاق می‌افتد، از سهم بخش خصوصی کاسته می‌شود، که در این صورت شرایط برای تسهیلات ارزی سخت خواهد شد.

وقتی قیمت ارز دستوری پایین نگه داشته شود، فنر آن بالاخره آزاد خواهد شد، که با آزاد شدن فنر قیمتی، حباب در آن بازار اتفاق می‌افتد. فعالان اقتصادی از کاهش نرخ ارز خرسند هستند، اما آن‌چه بیشتر آن‌ها را خوشحال می‌کند، ثبات نرخ ارز در یک سال است که بتوانند برنامه‌ریزی دقیقی برای تولید، واردات و صادرات کالاهای خود داشته باشند

مروری بر انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سبگردانی

کار را ضامن نقدشوندگی صندوق انجام می‌دهد و شما هر زمان که تصمیم به نقد کردن دارایی خود بگیرید، ضامن نقدشوندگی صندوق این وظیفه را به عهده می‌گیرد. این صندوق‌ها انواع مختلفی دارند که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

۱-۱ - صندوق‌های درآمد ثابت

با توجه به توسعه ابزارهای مالی در ایران شاهد انتشار اوراق مشارکت و گواهی‌های سپرده بانک‌ها و شرکت‌های مختلف خصوصی و دولتی هستیم. برای این که این اوراق جذابیت لازم را نزد سرمایه‌گذاران داشته باشند، عموماً نرخ سودی بالاتر از سپرده‌های بانکی دارند و از طرفی تضمین شده هستند و این موضوع باعث می‌شود بسیاری از سرمایه‌گذاران به این اوراق جذب شوند. صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت نیز بخش قابل توجهی از سرمایه‌های خود را در این اوراق سرمایه‌گذاری می‌کنند تا از این دریچه بتوانند بازدهی بالاتری نسبت به سپرده‌های بانکی ایجاد کنند. صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت حداقل بازده

در سال‌های گذشته افراد برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه باید شخصاً نسبت به خرید و فروش سهام اقدام می‌کردند، اما طی گذر زمان نهادها و ابزارهایی شکل گرفته است که به افراد غیرحرفه‌ای برای سرمایه‌گذاری غیرمستقیم در بازار سرمایه کمک می‌کند. در ادامه مروری بر بخشی از آن‌ها خواهیم داشت.

۱ - صندوق‌های سرمایه‌گذاری

صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک یکی از مهم‌ترین سازوکارهای سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی هستند که شرایط بازار را از نظر ریسک و بازده برای سرمایه‌گذاران مختلف، به‌ویژه برای سرمایه‌گذاران مبتدی، مساعدتر می‌کنند. گفتنی است در کشورهای پیشرفته معمولاً افراد اوراق بهادار را مستقیماً معامله نمی‌کنند و در عوض پول‌های خود را در صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک سرمایه‌گذاری می‌کنند. ایده اصلی این صندوق‌ها یک کاسه کردن پول‌های افراد مختلف و سرمایه‌گذاری آن‌ها از سوی یک گروه از مدیران حرفه‌ای سرمایه‌گذاری که تسلط، دانش و تجربه بسیاری در این زمینه دارند، به نمایندگی از سرمایه‌گذاران است.

از مزایای سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- مدیریت حرفه‌ای دارایی‌ها: نخستین مزیت صندوق سرمایه‌گذاری، مدیریت حرفه‌ای پول شماست. سرمایه‌گذاران به این دلیل در صندوق سرمایه‌گذاری می‌کنند که معمولاً زمان و یا تخصص کافی را برای سرمایه‌گذاری به صورت انفرادی ندارند.
- کاهش ریسک سرمایه‌گذاری‌ها: بر اساس قوانین سازمان بورس، صندوق‌های سرمایه‌گذاری ملزم به تشکیل سبدی متنوع از دارایی‌های نقدی و اوراق بهادار هستند. بخشی از این دارایی‌ها شامل دارایی‌های با درآمد ثابت همچون سپرده‌های بانکی و اوراق مشارکت می‌شود که ریسک سرمایه‌گذاری را به شکل قابل توجهی کاهش می‌دهد. تشکیل سبدی از دارایی‌ها که اصطلاحاً متنوع‌سازی دارایی‌ها نام دارد، باعث کاهش ریسک سرمایه‌گذاری می‌شود.
- نظارت و شفافیت اطلاعاتی: صندوق‌های سرمایه‌گذاری در بازه‌های زمانی مشخصی از سوی سه نهاد سازمان بورس و اوراق بهادار، متولی و حسابرس بازرسی شده و تمامی فعالیت‌های آنان به صورت شفاف اطلاع‌رسانی می‌شود. متولی صندوق نیز به صورت مستمر بر عملکرد صندوق نظارت دارد.
- نقدشوندگی بالا: سرمایه‌گذاری در صندوق این امکان را به شما می‌دهد که خیلی زود پول خود را نقد کنید. شما برای فروش واحدهای سرمایه‌گذاری خود با هیچ مشکلی مواجه نمی‌شوید. این

در کشورهای صنعتی معمولاً افراد اوراق بهادار را مستقیماً معامله نمی‌کنند و در عوض پول‌های خود را در صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک سرمایه‌گذاری می‌کنند. ایده اصلی این صندوق‌ها یک کاسه کردن پول‌های افراد مختلف و سرمایه‌گذاری آن‌ها از سوی یک گروه از مدیران حرفه‌ای سرمایه‌گذاری که تسلط، دانش و تجربه بسیاری در این زمینه دارند، به نمایندگی از سرمایه‌گذاران است



مورد انتظار را نصیب سرمایه‌گذاران خود می‌کنند و افرادی که واحدهای این صندوق‌ها را خریداری می‌کنند، در واقع سرمایه‌گذارانی کم‌ریسک هستند و انتظار دارند سودی معقول با حداقل ریسک ممکن را به دست آورند. به همین علت مدیران این صندوق‌های سرمایه‌گذاری منابع مالی حاصل از فروش واحدهای این صندوق‌ها را عمدتاً به خرید اوراق بهادار بدون ریسک یا کم‌ریسک مثل اوراق مشارکت، اوراق اجاره و اوراق خزانه و... اختصاص می‌دهند تا بتوانند سود مورد نظر را برای سرمایه‌گذاران محقق کنند.

این نوع صندوق‌ها حداقل بین ۷۵ درصد تا ۹۵ درصد از دارایی‌های خود را در اوراق مشارکت، سپرده بانکی، گواهی سپرده بانکی و سایر اوراق بهادار با درآمد ثابت سرمایه‌گذاری می‌کنند. باقی‌مانده دارایی‌های صندوق نیز به اختیار مدیر صندوق حداقل پنج درصد و حداکثر تا سقف ۲۵ درصد در سهام و سایر فرصت‌های موجود در بازار سرمایه‌گذاری می‌شود. یک صندوق سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت مناسب برای افرادی است که ریسک‌پذیری پایینی دارند، چراکه بیشتر سرمایه آن در دارایی‌های با درآمد ثابت سرمایه‌گذاری شده است. نقدشوندگی آن‌ها نیز بالا است. یعنی شما به راحتی می‌توانید واحدهای صندوق خود را به پول نقد تبدیل کنید. همچنین بیشتر این صندوق‌ها یک رکن به نام ضامن نقدشوندگی دارند که معمولاً یک نهاد مالی معتبر است. این ضامن باعث آسودگی خاطر بیشتری برای سرمایه‌گذاران می‌شود. در نهایت این که این صندوق‌ها معمولاً بازدهی بیشتری نسبت به بانک دارند. پس برای افراد کم‌ریسک که پول خود را در بانک نگهداری می‌کنند، یک گزینه جذاب برای سرمایه‌گذاری با ریسک پایین به شمار می‌روند.

۱-۲- صندوق‌های سرمایه‌گذاری در سهام

این نوع از صندوق‌ها حداقل ۷۰ درصد از دارایی‌های خود را در سهام سرمایه‌گذاری می‌کنند. ۳۰ درصد باقی‌مانده نیز به اختیار مدیر صندوق در سهام، اوراق مشارکت، سپرده بانکی یا سایر اوراق بهادار با درآمد ثابت سرمایه‌گذاری می‌شود. این کار باعث

می‌شود ریسک این نوع صندوق‌ها نسبت به صندوق‌های با درآمد ثابت بیشتر شود. به دلیل این که بخش زیادی از دارایی‌های این نوع صندوق در بورس سرمایه‌گذاری می‌شود، در نتیجه این نوع از صندوق‌ها حداقل سود تضمین‌شده ندارند. این صندوق‌ها بیشتر مناسب افرادی هستند که قصد سرمایه‌گذاری در بورس را دارند، اما فرصت یا اطلاعات کافی برای این کار را ندارند. با سرمایه‌گذاری در این نوع صندوق‌ها سرمایه شما از سوی یک تیم تحلیلی با مدیریت حرفه‌ای و آشنا به مسائل مالی و سرمایه‌گذاری، در بورس سرمایه‌گذاری می‌شود. به همین دلیل ریسک بیشتری نیز دارند. اما از طرف دیگر، این قابلیت را دارند که نسبت به صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت، بازدهی بیشتری را نصیب سرمایه‌گذاران کنند. مثلاً در مواقعی که وضعیت بورس مناسب است، میزان بازدهی و سودآوری این صندوق‌ها نسبت به صندوق‌های با درآمد ثابت قابل مقایسه نیست. بسیاری از این صندوق‌ها نیز ضامن نقدشوندگی دارند. ویژگی دیگر این صندوق‌ها قابلیت سرمایه‌گذاری با سرمایه‌های کوچک است و نیاز به مبالغ بالا برای سرمایه‌گذاری نیست.

۱-۳- صندوق سرمایه‌گذاری مختلط

این نوع از صندوق‌ها حداقل ۴۰ درصد و حداکثر ۶۰ درصد از دارایی خود را در سهام سرمایه‌گذاری می‌کنند. حداقل ۴۰ درصد و حداکثر ۶۰ درصد از دارایی صندوق نیز می‌تواند در اوراق با درآمد ثابت مثل اوراق مشارکت و سپرده‌های بانکی سرمایه‌گذاری شود. به صورت کلی می‌توان گفت این نوع از صندوق‌های سرمایه‌گذاری از منظر سطح ریسک بین دو نوع صندوق با درآمد ثابت و صندوق سرمایه‌گذاری در سهام قرار می‌گیرند. سرمایه‌گذاری در این نوع از صندوق‌ها به افراد با سطح ریسک متوسط توصیه می‌شود. چون بیش از نیمی از دارایی‌های آن در سهام سرمایه‌گذاری می‌شود. همچنین برای تعدیل این ریسک حداقل ۴۰ درصد از دارایی‌های صندوق در اوراقی که درآمد ثابتی دارند، سرمایه‌گذاری می‌شود. این صندوق‌ها نیز پتانسیل بازدهی بیشتر نسبت به صندوق‌های درآمد ثابت را دارند. ولی به دلیل سرمایه‌گذاری بخشی از دارایی‌ها در سهام، حداقل سود تضمین‌شده ندارند. بسیاری از این صندوق‌ها نیز ضامن نقدشوندگی دارند.

۱-۴- صندوق‌های طلا

صندوق سرمایه‌گذاری طلا (Gold Funds) نوعی از صندوق‌های کالایی قابل معامله در بورس هستند که سرمایه‌های جمع‌آوری‌شده از مشتریان را به جای خرید سهام، حداقل ۷۰ درصد در گواهی سپرده سکه طلا و اوراق مبتنی بر سکه طلا سرمایه‌گذاری می‌کنند. مدیران این صندوق‌ها با پشتوانه پولی که در اختیارشان قرار می‌گیرد، می‌کوشند بازدهی مناسبی را از سرمایه‌گذاری در بازار سکه و طلا کسب کنند. افرادی هم که در صندوق‌های مذکور سرمایه‌گذاری می‌کنند، به دنبال این هستند که از طریق مدیریت حرفه‌ای صندوق، بازدهی بهتری از بازار پرتلاطم سکه طلا به دست آورند و کمتر با مشکلات خرید و فروش فیزیکی این فلز گران‌بها سروکار داشته باشند. صندوق‌های طلا ابزار نسبتاً جدیدی هستند که این امکان را به سرمایه‌گذار می‌دهند بدون خرید فیزیکی سکه در این فلز گران‌بها سرمایه‌گذاری کنند.

بر اساس قوانین سازمان بورس، صندوق‌های سرمایه‌گذاری ملزم به تشکیل سبدی متنوع از دارایی‌های نقدی و اوراق بهادار هستند. بخشی از این دارایی‌ها شامل دارایی‌های با درآمد ثابت همچون سپرده‌های بانکی و اوراق مشارکت می‌شود که ریسک سرمایه‌گذاری را به شکل قابل توجهی کاهش می‌دهد



در سبذگردانی اختصاصی ارزیابی دقیق‌تر از ریسک‌پذیری مشتریان انجام می‌شود و سبدهای سرمایه‌گذاری بر مبنای ریسک‌پذیری سرمایه‌گذار تشکیل می‌شود. هم‌چنین بر خلاف صندوق‌های سرمایه‌گذاری که سرمایه‌گذار در جزئیات سرمایه‌گذاری دخالتی ندارد، در سبذگردانی اختصاصی می‌توان سبذ سهام را تا حدود زیادی بر اساس استراتژی‌های سرمایه‌گذاری هر فرد شخصی‌سازی کرد

تا پیش از تاسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری مبتنی بر طلا و گواهی‌های سکه طلا، نگاه‌داری سکه فیزیکی در منازل از سوی سرمایه‌گذارانی که نگران ریسک کاهش ارزش پول در بانک‌ها بودند، می‌توانست قابل توجیه باشد، اما همیشه ریسک‌های زیادی برای این سرمایه‌گذاری وجود داشت؛ مثلاً ریسک نگاه‌داری از این دارایی یا ریسک جابه‌جایی سکه‌های طلا می‌توانست به سرمایه‌گذار آسیب بزند یا باعث نگرانی وی شود، اما با شکل‌گیری صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلا، ریسک نگاه‌داری و جابه‌جایی سکه از بین رفت و ثانیاً این امکان به سرمایه‌گذار داده شد تا با مبالغ کوچک‌تر نیز در سکه طلا سرمایه‌گذاری کند، ثالثاً با دارا بودن این دارایی از منافع افزایش ارزش سکه فیزیکی نیز بهره‌مند شود و هر زمان نیاز به وجه نقد داشت، می‌تواند با ابطال واحدهای صندوق مذکور که به ارزش روز سکه قیمت‌گذاری شده‌اند، سرمایه نقد مورد نیاز را دریافت کند. از دیگر مزایای این صندوق‌ها امکان نقد کردن بخش‌های کوچکی از دارایی است، زیرا گاهی از اوقات شما می‌خواهید مبلغی کمتر از ارزش یک سکه را نقد کنید که این امکان در فروش سکه فیزیکی به‌آسانی فراهم نیست و هزینه‌های معامله را برای شما افزایش می‌دهد، که در نتیجه آن از سود شما کاسته می‌شود. طبیعتاً دادن تضمین و تعهد در سودآوری در بازار سرمایه با توجه به ماهیتی که دارد، امکان‌پذیر نیست و سرمایه‌گذاران باید به نوع سرمایه‌گذاری و دارایی‌هایی که خریداری می‌کنند، توجه کنند. همان‌طور که گفته شد، عمده سرمایه‌گذاری این صندوق‌ها در سکه طلاست.

۲- فعالیت سبذگردانی اختصاصی

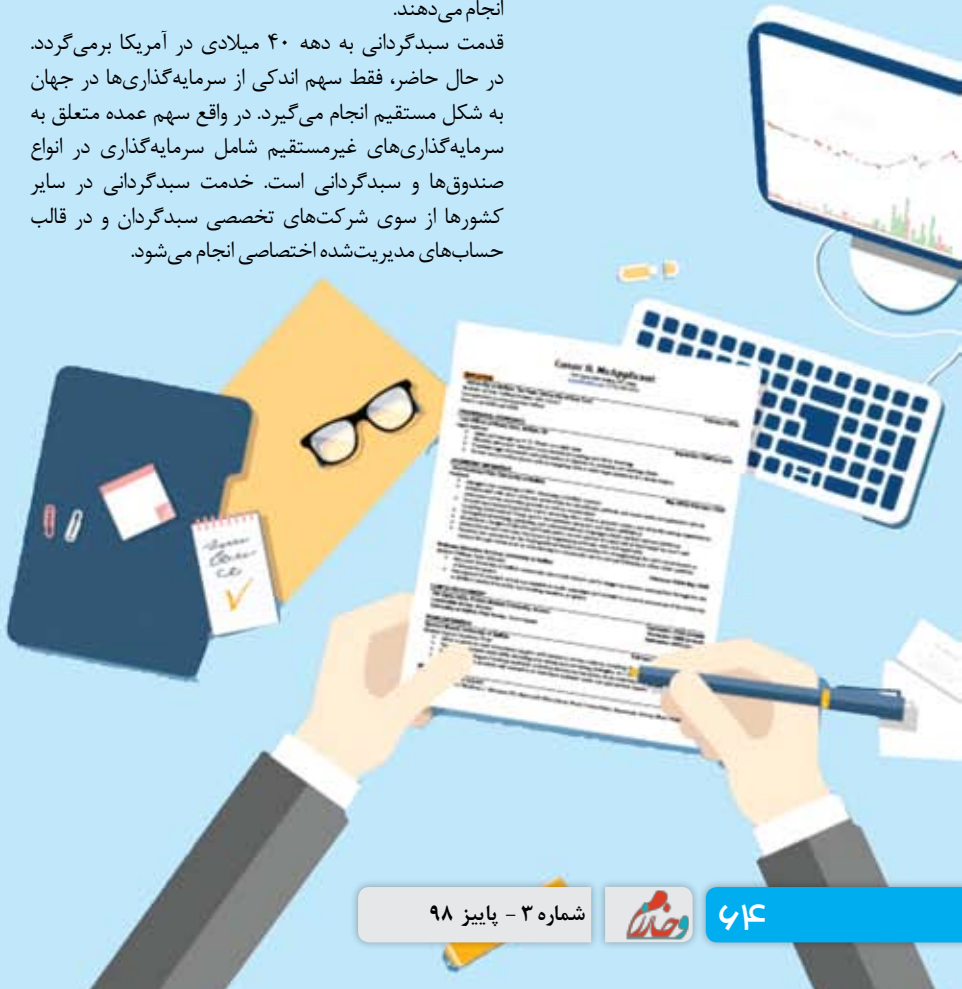
یکی دیگر از روش‌های سرمایه‌گذاری غیرمستقیم در بورس کمک گرفتن از شرکت‌هایی است که فعالیت سبذگردانی را انجام می‌دهند. قدمت سبذگردانی به دهه ۴۰ میلادی در آمریکا برمی‌گردد. در حال حاضر، فقط سهم اندکی از سرمایه‌گذاری‌ها در جهان به شکل مستقیم انجام می‌گیرد. در واقع سهم عمده متعلق به سرمایه‌گذاری‌های غیرمستقیم شامل سرمایه‌گذاری در انواع صندوق‌ها و سبذگردانی است. خدمت سبذگردانی در سایر کشورها از سوی شرکت‌های تخصصی سبذگردان و در قالب حساب‌های مدیریت‌شده اختصاصی انجام می‌شود.

«سبذگردانی»، همان‌طور که از نامش پیداست، چیدمان صحیح دارایی‌ها در قالب یک سبذ مشخص است که میزان هر یک از دارایی‌ها و زمان خرید و فروش آن‌ها به‌دقت تعیین و پایش می‌شود. به بیان ساده، «سبذگردانی» فرایندی است که طی آن فرد خبره در امر سرمایه‌گذاری بر اساس خصوصیات، سطح ریسک‌پذیری و سرمایه هر سرمایه‌گذار، سبذی از سهام را مناسب او تشکیل می‌دهد و به صورت مستمر بر آن نظارت و اعمال مدیریت می‌کند.

در ایران فعالیت سبذگردانی به صورت قانونی از سال ۱۳۸۴ شروع شد. سبذگردان طبق تعریف ارائه‌شده در قانون بازار اوراق بهادار مصوب سال ۱۳۸۴ مجلس شورای اسلامی، شخصی حقوقی است که در قالب قراردادی مشخص به منظور کسب انتفاع به خرید و فروش اوراق بهادار برای سرمایه‌گذار می‌پردازد. در ایران با تصویب شورای بورس سبذگردانی سهام ابتدا در بازار بورس اوراق بهادار در دستور کار شرکت‌های کارگزاری قرار گرفت، اما طی سالیان گذشته با ایجاد شرکت‌های سبذگردان این وظیفه بر عهده شرکت‌های سبذگردان است و دیگر کارگزاری‌ها مجوز فعالیت سبذگردانی را ندارند. تشکیل سبذ اختصاصی از مهم‌ترین فعالیت‌های شرکت‌های سبذگردان است. در واقع شرکت‌های سبذگردان اقدام به سبذگردانی سبدهای اختصاصی مشتریان خود می‌کنند.

شاید مهم‌ترین تفاوت سبذگردانی با سایر روش‌های غیرمستقیم که در بالا مورد بحث قرار گرفت، در این موضوع باشد که در سبذگردانی اختصاصی ارزیابی دقیق‌تر از ریسک‌پذیری مشتریان انجام می‌شود و سبدهای سرمایه‌گذاری بر مبنای ریسک‌پذیری سرمایه‌گذار تشکیل می‌شود. هم‌چنین بر خلاف صندوق‌های سرمایه‌گذاری که سرمایه‌گذار در جزئیات سرمایه‌گذاری دخالتی ندارد، در سبذگردانی اختصاصی می‌توان سبذ سهام را تا حدود زیادی بر اساس استراتژی‌های سرمایه‌گذاری هر فرد شخصی‌سازی کرد. به طور مثال، شاید فردی علاقه‌مندی به سرمایه‌گذاری در یک صنعت یا سهام خاص را نداشته باشد و می‌تواند در روز تشکیل سبذ اختصاصی این موضوع را به شرکت سبذگردان اعلام کند و سبذگردان استراتژی سرمایه‌گذاری را بر مبنای آن تنظیم می‌کند، اما در صندوق‌های سرمایه‌گذاری این موضوع قابلیت اجرا ندارد و مدیر سرمایه‌گذاری صندوق در مورد پول حاصل از مجموع واحدها که متشکل از پول افراد مختلف است، تصمیم‌گیری می‌کند. البته باید به این نکته اشاره کرد که معمولاً برای تشکیل سبذ اختصاصی به سرمایه بیشتری نسبت به خرید واحدهای صندوق‌های سرمایه‌گذاری نیاز است. به طور خلاصه، از مزایای سبذگردانی و تشکیل سبذ اختصاصی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تعیین استراتژی سرمایه‌گذاری بر اساس درجه ریسک‌پذیری سرمایه‌گذار
- شخصی‌سازی سبذ سرمایه‌گذاری افراد
- خرید و فروش از سوی افراد متخصص و باتجربه با تحلیل‌های همه‌جانبه علمی و خبری
- شفافیت و نظارت کامل، به دلیل نظارت ارکان قانونی
- تنوع‌بخشی در سبذ سرمایه‌ها و بنابراین کاهش ریسک سرمایه
- محرمانه بودن اطلاعات مشتری نزد سبذگردان





شرکت سیدگردان الگوریتم به عنوان عضوی از خانواده بزرگ گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در حوزه مدیریت دارایی‌ها فعالیت می‌کند. مدیریت دارایی، تخصیص منابع مشتری به انواع متنوع دارایی‌ها بر اساس شرایط و نیازهای مشتری با هدف کسب بازدهی بالاتر با ریسک کمتر تعریف می‌شود.

محصولات شرکت سیدگردان الگوریتم برای علاقمندان به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه:

صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی که در سهام شرکت‌های بورسی سرمایه‌گذاری می‌کند و مناسب کسانی است که قصد دارند سرمایه‌گذاری در بورس را با مدیریت افراد متخصص تجربه کنند.

صندوق با درآمد ثابت دارا که مشابه سرمایه‌گذاری در سپرده بانکی، اما با سود بالاتر می‌باشد و به کسانی که می‌خواهند سرمایه‌گذاری با ریسک بسیار کم انجام دهند توصیه می‌گردد.



صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی

نوع صندوق:	سهامی	تاریخ آغاز فعالیت:	۱۳۹۰/۰۵/۲۴
مدیر صندوق:	شرکت سیدگردان الگوریتم	خالص ارزش دارایی‌ها (میلیارد ریال):	۴۴۷,۳۴۷
ضامن نقدشوندگی:	شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان	بازدهی یک سال اخیر تا مرداد ۹۸:	۱۰۴٪
وبسایت صندوق:	www.kharazmifund.com	میزان سرمایه‌گذاری:	حداقل ۱ واحد

نمودار روند سودآوری ماهانه صندوق خوارزمی



صندوق سرمایه‌گذاری دارا الگوریتم

نماد صندوق:	دارا	تاریخ آغاز فعالیت:	مهرماه ۱۳۹۸
نوع صندوق:	درآمد ثابت	میزان سرمایه‌گذاری:	عدم محدودیت سرمایه‌گذاری
مدیر صندوق:	شرکت سیدگردان الگوریتم	وبسایت صندوق:	www.darafund.ir
بازارگردان:	شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان		

مزیت‌های صندوق دارا الگوریتم

افزایش یا کاهش سرمایه‌گذاری در هر زمان

برآورد بازدهی سالانه حداقل ۲۲٪

پرداخت سود ماهانه

قابل معامله در بازار فرابورس

سود روز شمار بدون نرخ شکست

گفت‌وگو با دکتر بابک کاظمی، مشاور برندسازی و کسب‌وکار

برندهای بدقول رستگار نمی‌شوند!

این روزها بحران اقتصادی باعث شده بسیاری از کسب‌وکارهای ایرانی به برندسازی و استانداردسازی بیندیشند. این دو از مراحلی است که کسب‌وکارها برای پایداری در بازار رقابتی به آن‌ها نیاز دارند؛ بازاری که دیر یا زود به رونق باز خواهد گشت و کسب‌وکارهای ایرانی دوباره در شرایطی قرار می‌گیرند که مصرف‌کنندگان می‌توانند از میان آن‌ها دست به انتخاب بزنند. در ادامه برای بررسی موضوع برندسازی در زمان بحران با دکتر بابک کاظمی، مشاور برندسازی و کسب‌وکار، به گفت‌وگو نشستیم.

تعریفان از بحران در حوزه بازاریابی چیست؟

بحران به زمانی گفته می‌شود که اصول و قواعد نرمال به‌تنهایی راه‌گشا نیستند. در این شرایط اصول طبق روال و استراتژی‌هایی که تعریف کرده‌ایم، اتفاق نمی‌افتد. برای مثال، اگر استراتژی‌ها را به ترتیب عددی از یک تا چهار چیده باشید، در شرایط بحران امکان دارد بعد از عدد یک، عدد چهار را اجرا کنید. کسب‌وکارهای ایرانی سال‌هاست در چنین شرایطی فعالیت می‌کنند. بنابراین در زمان بحران استراتژی‌ها و متدولوژی‌های نرمال در فعالیتهای مرتبط با برندسازی مانند اکثر فعالیتهای حوزه کسب‌وکار جواب یک تا صد نمی‌دهند، این بدان معنا نیست که تمامی فعالیتهای باطل است، بلکه باید زیرساخت‌ها برای اجرا وجود داشته باشند و اقتضایی عمل کرد.

چنین شرایطی نمودهای بحران است و امکان دارد روش‌های غیرسیستماتیک بهتر از روش‌های سیستماتیک جواب دهند. نکته مهم دیگر این است که گاهی در زمان بحران پایبندی به اصول تبدیل به ضدارزش می‌شوند. امکان دارد در زمان بحران کسب‌وکارها برای نجات خود از هر روشی استفاده کنند، مانند زمانی که در ساختمانی آتش‌سوزی شده و افراد برای خروج امکان دارد رعایت حال همدیگر را هم نکنند و با هل دادن از در خارج شوند. حال بحران روی برندسازی که موضوعی نظری و انتزاعی است، تأثیر بیشتری می‌گذارد. تعریفی که ارائه شد، بیشتر در مورد ایران صدق می‌کند. اما عدم باور به استانداردها و استراتژی‌های نرمال در تمام دنیا در حال همه‌گیر شدن است. بنابراین کانسپت ساختار شکنی یا خارج از کادر فکر کردن از این موضوع نشئت می‌گیرد که باور به اصولی در تمامی حوزه‌ها در حال فروریختن است. به‌خصوص با ظهور شبکه‌های اجتماعی و دیجیتال مارکتینگ و رشد یک شبه کسب‌وکارها ساختارها فروریخته و طی کردن مراحل و ممارست کسب‌وکارها برای رسیدن به هدف زیرسؤال رفته است. و به این ترتیب اعتقاد به استانداردها کم شده و استاندارد نیز جانشین استانداردهای قبلی نشده و فقط یک اتفاق جایگزین شده است. امکان دارد این اتفاق شامل حال یک کسب‌وکار بشود یا نشود. برای مثال، اگر کسی گرسنه باشد، در حالت طبیعی یا خودش غذا درست می‌کند، یا از رستوران غذا سفارش می‌دهد. حال اگر این باورها از بین رفته باشد، باید فرد در خیابان به دنبال مکانی باشد که غذای نذری می‌دهند. فرد امکان دارد غذای نذری به دست

بیاورد یا نیاورد، استاندارد در این باره تعریف نشده است.

در این شرایط استراتژی‌ها را در چه بازه زمانی باید

تعریف کرد؟

اگر دوره استاندارد استراتژی پنج ساله باشد، در ایران این دوره به شش ماه تا یک سال تنزل پیدا کرده است. در واقع کسب‌وکارها دیگر نمی‌توانند بنای استراتژی را سه، چهار یا پنج ساله تعریف کنند و در این مدت سرافی از استراتژی نگیرند. باید هر سه یا شش ماه روند کار و استراتژی را بررسی و چالش‌های آن را برطرف کنند. در روش کلاسیک امکان دارد تدوین استراتژی کسب‌وکاری یک سال طول بکشد که در زمان بحران چنین روشی جواب‌گو نیست.

برندسازی نیز فرایندی زمان‌بر است و امکان دارد

سال‌ها طول بکشد. به عنوان مشاور در این زمینه

زمان را چگونه مدیریت می‌کنید؟

برای مدیریت بخش نظری، فرایند برندسازی را متناسب با سایز کسب‌وکار، شناخت بازار حوزه فعالیت، پشتوانه مالی، زمانی که



کسب‌وکار برای موفقیت خود در نظر گرفته، شیوه فعالیت رقبا، ایده جدید یا کارکردی و... طراحی می‌کنیم تا فرایند کاربردی شود. در واقع با چپش چنین فرایندی برندسازی را از یک روند آکادمیک به سمت کاربردی بودن سوق می‌دهیم؛ روندی که کسب‌وکار با طی آن در بازار حضور پیدا کند.

در این میان امکان دارد کسب‌وکاری قصد ارائه یک محصول جدید را به بازار داشته باشد؛ محصولی که شاید قبل از آن محصول دیگری هم‌راستا با آن به بازار ارائه شده و نیاز مصرف‌کنندگان را برطرف کرده است. برای ورود چنین محصول تازه‌ای به بازار ابتدا رقباي مشابه هم مورد بررسی قرار می‌گیرند و اگر چنین رقبایی وجود نداشته باشند، رقبای جایگزین را مورد بررسی قرار می‌دهیم و فضای کسب‌وکارها را به‌دقت تحلیل می‌کنیم. پس از طی این مرحله نحوه ورود محصول جدید را به بازار و این‌که قرار است چه باورهایی را تغییر و چه بخشی را هدف قرار دهد، پیش‌بینی می‌کنیم.

آیا برندسازی در زمان بحران با زمان غیربحران

فرق می‌کند؟

بله، قطعاً فرق می‌کند. مهم‌ترین فاکتوری که باعث تفکیک می‌شود، دوره بازدهی است. کسب‌وکارهایی که در زمان بحران وارد بازار می‌شوند، نیاز دارند نتیجه کارشان را در بازه زمانی کوتاه‌تری ببینند. چون بحران به عنوان یک عامل شکست مانع ورود کسب‌وکار می‌شود. از طرفی، در زمان بحران، به‌خصوص در بحران‌های اقتصادی، مصرف‌کنندگان به سمت کالاهای ضروری که نتیجه عینی تری دارند، حرکت می‌کنند. بنابراین بهتر است در زمان بحران کمتر به سراغ ایده‌های کسب‌وکارهای غیرضروری رفت و اگر کسب‌وکارهایی قصد نزدیکی به چنین ایده‌هایی دارند، بهتر است زمان زیادی صرف آن‌ها نکنند. کسب‌وکارها باید به سراغ ایده‌هایی بروند که امید برای به نتیجه رسیدن آن‌ها داشته باشند. برای مثال، اگر ایده را در زمان بحران تونلی در نظر بگیرید، باید به سراغ ایده‌ای بروید که برای رسیدن به آن نوری را در انتها ببینید. نمی‌توان در تونل تاریک سال‌ها به امید رسیدن به نور حرکت کرد. در زمان بحران کسب‌وکارها تمایل دارند زودتر بازخورد دریافت کنند. اگر چنین اتفاقی رخ ندهد، تصمیم به تغییر مسیر می‌گیرند.

کسب‌وکارها در چنین شرایطی سعی می‌کنند به سوالات کلیدی تری پاسخ دهند. البته با بررسی ایده و شرایط بازار و روندی که قبلاً اشاره شد، به‌هیچ‌وجه نمی‌توان به کسب‌وکاری پیشنهاد ورود یا عدم ورود به بازار را داد. برای مثال، اگر به خاطر داشته باشید، محصول واکمن در دهه ۶۰ یعنی طی سال‌های جنگ وارد ایران شد، اما به‌سرعت جای خود را پیدا کرد. بنابراین درست نیست بگوییم هیچ ایده جدیدی در زمان بحران جواب نمی‌دهد. احتمال موفقیت ایده جدید در زمان بحران کمتر است و باید با دقت بیشتری مورد بررسی قرار بگیرد. در چنین شرایطی کسب‌وکارها نباید صرفاً بر اساس ایده و علاقه‌مندی تصمیم بگیرند.

اکثر کسب‌وکارهای ایرانی مراحل برندسازی را طی

نکرده‌اند. آیا طی این مراحل در زمان بحران به رشد

آن‌ها کمک می‌کند؟

برندسازی یک فرایند کوتاه‌مدت نیست. برای مثال، اگر فردی چاق تصمیم به گرفتن رژیم بگیرد و به پزشک مراجعه کند، به احتمال زیاد پزشک رژیم غذایی سختی را به این فرد پیشنهاد خواهد داد. اگر فرد قبول نکند، مطمئناً برای زنده ماندن حداقل سعی می‌کند کمتر غذاهای مضر مصرف کند. بنابراین به برندسازی نیز می‌توان چنین نگاهی کرد. اگر کسب‌وکاری بخواهد در اوج بحران اقتصادی مسیر ایده‌آل برندسازی را

طی کند، مطمئناً رفتار منطقی نیست. اما اگر بگویید چون برندسازی زمان‌بر است، پس باید در زمان بحران آن را متوقف کرد، این هم منطقی نیست. کسب‌وکارها می‌توانند روند ایده‌آل برندسازی را طی نکنند، اما حداقل یک رفتار استاندارد داشته باشند. برند یعنی یک تمایز مستمر. این‌که برندی در زمان بحران رفتار مستمر در برخورد با مشتری داشته باشد، کافی است. در این شرایط کسب‌وکارها می‌توانند اولویت خود را تغییر دهند، اما ارزش‌های خود را نباید دست‌کاری کنند. البته در برندسازی و بازاریابی هیچ فاکتور قطعی وجود ندارد، اما به احتمال زیاد بتوان ارزش‌ها را در شرایط بحران بدون تغییر نگه داشت. اگر برندی ادعای راست‌گویی می‌کند و جزو ارزش‌های خود چنین صفتی را در نظر گرفته، دلیل نمی‌شود چون بحران است، دروغ بگوید. برندها در انتخاب ارزش‌ها باید دقت کنند و مجبور نباشند آن‌ها را زیر پا بگذارند.

در حال حاضر در ایران کسب‌وکاری که ویژگی‌های

کامل برند را داشته باشد، وجود دارد؟

برای پاسخ به این سوال بهتر است درباره ویژگی اصلی برند صحبت کنیم. ویژگی اصلی برند متمایز و مستمر بودن است. اگر چنین ویژگی‌ای را خط‌کش در نظر بگیریم، پاسخ به سوال مثبت است. در ایران برندهای متمایز و مستمر وجود دارند. چنین برندهایی در حوزه لبنیات، نوشیدنی، اپراتور و... فعالیت می‌کنند. حال سوال مهم این است که آیا چنین برندهایی در بهترین حالت عمل می‌کنند؟ نه، هیچ‌کدام از برندهای ایرانی بهترین عملکرد را ندارند. مشکلات اقتصادی، اجتماعی و... برخی از کسب‌وکارها را از برند شدن دور می‌کند. البته در این میان برخی دیگر نیز به دلیل بی‌دقتی، بی‌حوصلگی و نداشتن بودجه کافی از مسیر برند شدن دور شده‌اند. در بازار ایران آن‌قدر تقاضا به نسبت عرضه بالاست که برندهای ایرانی نیاز به استانداردسازی در خودشان نمی‌بینند. تا زمانی که مصرف‌کنندگان گزینه دیگری نداشته باشند، محصولات کسب‌وکارهای ایرانی را می‌خرند. در این حالت کسب‌وکارها نیز متناسب با بازار هزینه می‌کنند و در کنار قولشان به سودشان هم فکر می‌کنند. مصرف‌کنندگان باید دقت کنند که اگر کسب‌وکاری قول کیفیت نداده، نباید از آن انتظار کیفیت داشته باشند.

کسب‌وکارها در چه مرحله‌ای از رشد باید وارد

فرایند برندسازی شوند؟

امکان دارد قاعده‌سازی یک برند بین‌المللی و بزرگ ۷۰۰ صفحه باشد. چنین برندی بالغ شده و موقعیت‌های مختلفی را در نظر گرفته و در حال بررسی گزینه‌های جدیدتر است. حال به نسبت بالغ شدن برند مسائل جدیدی به این اصول اضافه می‌شود. هر برندی در هر مرحله‌ای از رشد نیاز به اصول و قواعد برندسازی دارد. امکان دارد برندی در ابتدای وجود دو پاراگراف قاعده برای خود تعریف کند که به مرور و با رشد به هزار صفحه اصول و قواعد برسد.

آیا مراحل برندسازی در حوزه سرمایه‌گذاری و

شرکت‌های سرمایه‌گذاری با مابقی حوزه‌های بازار

متفاوت است؟

برندسازی به این دلیل که ایده و پیام کسب‌وکار به مخاطبان منتقل شود، انجام می‌شود. برای مثال، فرض کنید ایده کسب‌وکاری جلب اعتماد یا توسعه کسب‌وکار است. این ایده باید در اسم، شعار، رفتار مدیران، لوکیشن دفتر و... کسب‌وکار آورده شود. برای مثال، داشتن کارت ویزیت زیبا به عنوان یک عنصر کوچک برند در موفقیت جلسات کسب‌وکار تاثیر کوچکی دارد، اما همین کارت ویزیت کوچک تبدیل به ابزاری برای حضور در جلسات کسب‌وکار شده است. در نظر داشته باشید

در زمان بحران، به‌خصوص در بحران‌های اقتصادی، مصرف‌کنندگان به سمت کالاهای ضروری که نتیجه عینی تری دارند، حرکت می‌کنند. بنابراین بهتر است در زمان بحران کمتر به سراغ ایده‌های کسب‌وکارهای غیر ضروری رفت و اگر کسب‌وکارهایی قصد نزدیکی به چنین ایده‌هایی دارند، بهتر است زمان زیادی صرف آن‌ها نکنند. کسب‌وکارها باید به سراغ ایده‌هایی بروند که امیدی برای به نتیجه رسیدن آن‌ها داشته باشند

ایرانی به محض این که مطلع می‌شوند مصرف‌کنندگان چاره‌ای جز انتخاب آن‌ها ندارند، شروع به بدقولی و بدحسابی می‌کنند. برندهای بین‌المللی و بزرگ حتی اگر ضرر هم کنند، باز بدقولی نمی‌کنند، چون به‌خوبی می‌دانند که سال آینده سود خواهند کرد.

البته از سه، چهار سال گذشته برخی از برندهای ایرانی نیز به این نتیجه رسیده‌اند که بدون استانداردسازی ره به جایی نخواهند برد و در پی استانداردسازی و تصویرسازی مناسب هستند. چنین برندهایی اگر دوباره در معرض رقابت با برندهای خارجی قرار بگیرند، به‌راحتی از بین نمی‌روند. اگر کسب‌وکاری برندسازی نکند، به مرور در برابر بازارهای بزرگ از بین خواهد رفت. در حال حاضر هم برندهای کوچک در بازار ایران در برابر برندهای بزرگ توان رقابت ندارند. برندها باید مزیت رقابتی داشته باشند. اگر برندی مزیت رقابتی ندارد، نباید رقابت کند، چون شکست می‌خورد.

● کدام بخش از بازار ایران بیشتر به سراغ برندسازی آمده‌اند؟

همان بخشی که در بیشتر کشورها بر برندسازی متمرکز شده‌اند. کسب‌وکارهای فعال در حوزه FMCG چون اثرات برندسازی را سریع‌تر لمس می‌کنند، بیشتر بر برندسازی متمرکز هستند. کسب‌وکارهای حوزه خدماتی و ارائه سرویس در بخش‌های خاص بازار اثرات برندسازی را کندتر مشاهده می‌کنند. چنین اتفاقی باعث شده نام شرکت‌های سرمایه‌گذاری و تحلیل بازار خارجی را بیشتر از شرکت‌های داخلی بشنویید. چون برخی از شرکت‌های سرمایه‌گذاری در ایران حس می‌کنند این حوزه از بازار نیاز به برندسازی ندارند. شرکت‌های سرمایه‌گذاری اگر بخواهند وارد بازارهای جهانی شوند، باید برندسازی کنند.

● پیشنهادتان برای کسب‌وکارها چیست؟

از کاری که عرف کسب‌وکارهای آن حوزه است، غافل نشوند. اما مزیت رقابتی را نیز که آن‌ها را در بازار متمایز می‌کند، فراموش نکنند. چون کسب‌وکارها بدون مزیت رقابتی بازار را واگذار خواهند کرد. اگر کسب‌وکاری نتواند به مخاطبی بگوید که چرا باید کالای مورد نظر را انتخاب کند، راهی جز از بین رفتن ندارد.

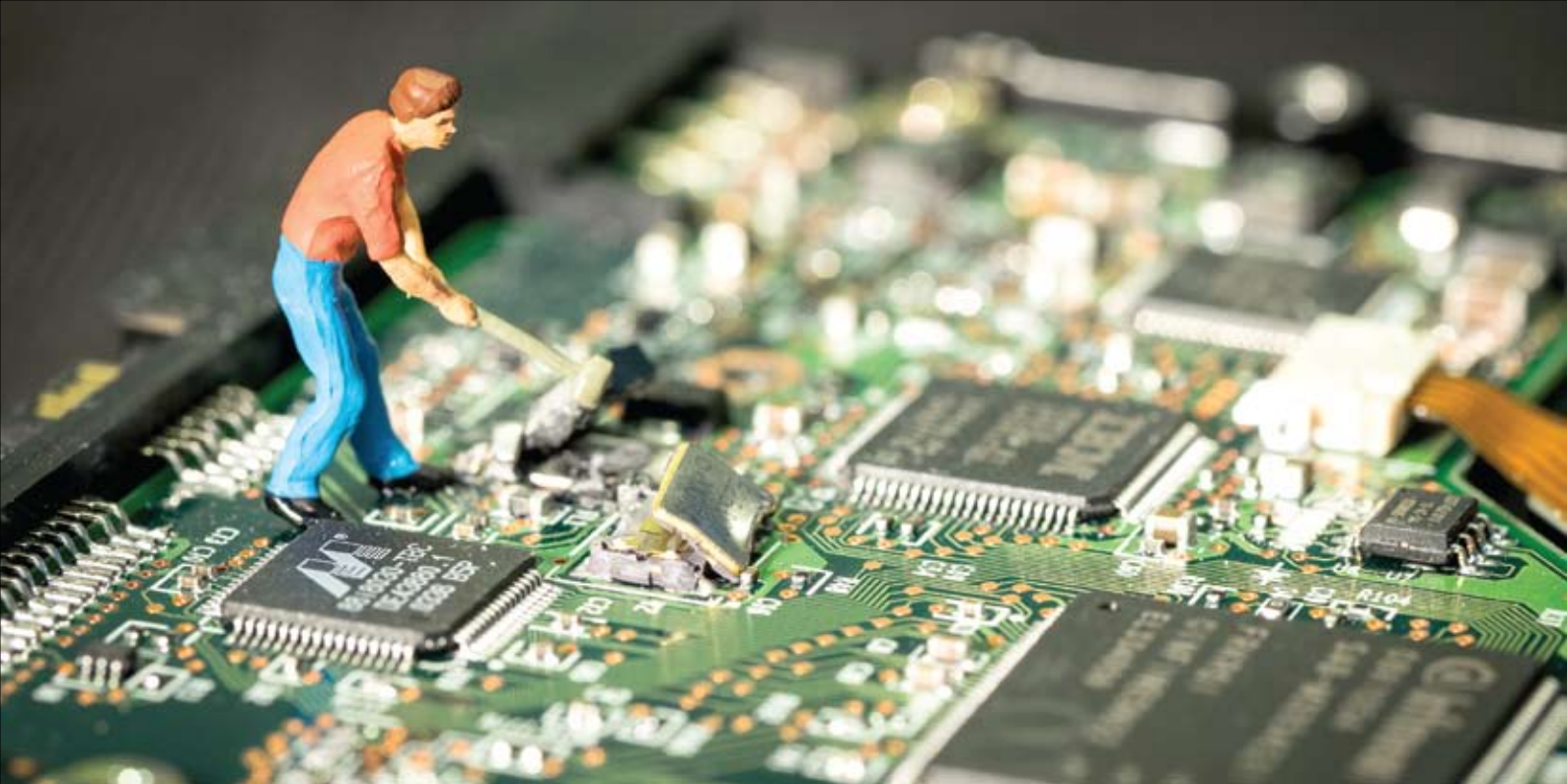
که شاید کسب‌وکار بدون داشتن کارت ویزیت هم به موفقیت برسد، اما اگر کارت ویزیت مناسب داشته باشد، موفقیت بهتری خواهد داشت. البته بسیاری از شرکت‌ها در ایران معتقدند نیاز به برندسازی ندارند و بر اساس روابط کارها جلو می‌روند و مهم این است که افراد به شرکت اعتماد کنند. این حرف درست است، اما برای اعتمادسازی افراد نیاز دارند که اسم یا لوگو و... از شرکت را به یاد داشته باشند. برندسازی برای شرکتی که ماهیت سرمایه‌ای دارد و مبتنی بر ظواهر و رسانه‌ها نیست، مهم است. برای مثال، برای شکل‌گیری یک مهمانی بزرگ، مکان خوب، غذا و... بسیار مهم است، اما در این میان کسانی که در مهمانی پذیرایی می‌کنند نیز اهمیت دارند. هر چند مهم‌ترین موضوع نیستند.

● بسیاری از کارشناسان معتقدند بازار رقابتی باز خواهد گشت و کسب‌وکارهایی که برندسازی نکرده‌اند، از بازار حذف می‌شوند. نظرتان در این باره چیست؟

نزدیک به سه سال پیش که شرایط برای حضور برندهای خارجی مهیا شد، بسیاری از برندهای ایرانی به دلیل عدم توانایی در رقابت بازار را از دست دادند. برندهای ایرانی شانس آوردند که بازه زمانی حضور برندهای خارجی در بازار کوتاه بود. این اتفاق باعث زنده ماندن برندهای ایرانی شد. اگر دوباره بازار رقابتی باز گردد، بسیاری از برندهای ایرانی از گردونه خارج می‌شوند. برندهای ایرانی تصویر یک‌دستی را از خود نساخته و فقط کالا فروخته‌اند. برای مثال، کمتر پیش می‌آید دو مخاطب برای دفاع از دو برند ایرانی با یکدیگر بحث کنند؛ اتفاقی که برای برندهای خارجی بارها رخ داده و مخاطبان بدون دریافت ریالی تبدیل به مبلغان برند شده‌اند. بسیاری از برندهای ایرانی به دلیل این که مخاطبی دغدغه آن‌ها را ندارد، به مرور از یادها رفته و از بین می‌روند. برند باید دوست‌داشتنی و در دسترس و استاندارد باشد. بخش کوچکی از برند مال صاحب برند است، بخش بزرگ‌تر متعلق به مصرف‌کنندگان و خریداران است. برندهای بدقول و غیرمتعهد در ذهن مخاطبان نمی‌مانند. برخی از برندهای

نزدیک به سه سال پیش که شرایط برای حضور برندهای خارجی مهیا شد، بسیاری از برندهای ایرانی به دلیل عدم توانایی در رقابت بازار را از دست دادند. برندهای ایرانی شانس آوردند که بازه زمانی حضور برندهای خارجی در بازار کوتاه بود. این اتفاق باعث زنده ماندن برندهای ایرانی شد. اگر دوباره بازار رقابتی باز گردد، بسیاری از برندهای ایرانی از گردونه خارج می‌شوند





چطور دنیا با شیوع قطعات کامپیوتری به همه جا، همه چیز تغییر می کند

همه جا باتر اشه های کامپیوتری

برگرفته از سرمقاله هفته نامه اقتصادی اکونومیست

روز ۲۹ اوت وقتی توفان دوریان با تمام قوا به سواحل شرقی آمریکا هجوم می آورد، الون ماسک، رئیس شرکت تسلا که خودروهای برقی تولید می کند، اعلام کرد برخی از مشتریان در مسیر توفان قرار دارند. او گفت این مشتریان می توانند خودروی خود را ارتقا ببخشند تا با یک شارژر باتری بتوانند مسافت بیشتری را طی کنند و از این طریق شاید بتوانند از توفان جان سالم به در ببرند. در واقع این خودروها به اینترنت وصل هستند و شرکت می تواند از راه دور آن ها را کنترل کند. تولیدات آقای ماسک مانند هر وسیله نقلیه مدرن دیگری از قطعات کامپیوتری متعدد تشکیل شده که همگی به اینترنت وصل می شوند. مدل های ارزان تر تسلا اغلب باتری هایی دارند که خیلی زود از کار می افتد و در نتیجه قدرت بسیار محدودی دارد. شرکت موفق شد این محدودیت ها را برطرف کند و کاری کند که رانندگان به صورت موقتی بتوانند به باتری های خود برق برسانند و در نتیجه حرکت کنند.

در دنیای مدرن چه خبر است؟

خودروهای کامپیوتری آقای ماسک تنها یکی از نمونه های جدیدی هستند که نشان می دهند در دنیای مدرن چه خبر است و چه می گذرد. این روزها هم کامپیوترها ارزان تر شده و هم اتصال به اینترنت. به همین خاطر است که تبدیل کردن آن ها به چیزهایی که قابل استفاده باشد، بسیار ساده و آسان شده است. همه این ها با هم

اینترنت اشیا را شکل داده که اغلب مردم امروزی با آن آشنا هستند. این انقلابی است که به آهستگی پیش رفته و همراه با قدرت گرفتن کامپیوترها، سرعت پیدا کرده و حالا پایش به خودروهای سواری هم باز شده است. و البته تلفن ها و تلویزیون هایی که هوشمند می شوند. حالا این تحولات در مسیر جدیدی پیش می رود. بر اساس یکی از پیش بینی هایی که صورت گرفته، تا سال ۲۰۳۵ تعداد کامپیوترهایی که به اینترنت متصل هستند، به بالای یک تریلیون می رسد. از بسته بندی مواد غذایی گرفته تا پوشاک و پل های هوایی، همه چیز روی دست اینترنت می چرخد.

در چنین دنیایی می توان بهره های زیادی برد. مشتریان از راحتی و آرامش بهره می گیرند. تولیدات و محصولات هم می توانند کارهایی را انجام دهند که محصولات دیگر بدون اینترنت نمی توانند انجام دهند. زنگ های در هوشمند آمازون یکی از همین محصولات هستند که به سنسورها و دوربین هایی مجهز هستند و به موقع زنگ می خورند. این زنگ ها شبکه ای را شکل داده اند که به افراد کمک می کند حریم خصوصی بیشتری داشته باشند. به این ترتیب، شرکت ها هم در این زمینه محصولاتی را به مشتریان خود معرفی می کنند که کاملا متفاوت از محصولات قدیمی است. آن ها زنگ هایی را به مشتری ارائه می دهند که می تواند همانند یک پلیس همه چیز را رصد کند و مانع بروز جرم و جنایت شود.

تکنولوژی در خدمت ارتقای بهره وری کسب و کار

پیشرفت های اخیر در زمینه تکنولوژی باعث شده کسب و کارها هم بتوانند بهره وری خود را بالا ببرند. آن ها داده ها و اطلاعاتی دارند که قابل تجزیه و تحلیل

● فناوری

صدیقه ثنائی

مترجم



بحث‌های بسیاری در حوزه مالکیت، داده، رقابت و امنیت خواهیم بود که همگی مربوط به زندگی مجازی است و می‌تواند به بحث‌هایی تمام‌نشدنی تبدیل شود.

بیاید مالکیت را در نظر بگیریم. همان‌طور که آقای ماسک نشان داد، اینترنت می‌تواند به شرکت‌ها این توانایی را بدهد که به دستگاه‌ها و خودروهای تولیدی خود دسترسی و اتصال اینترنتی داشته باشند. حتی وقتی آن محصول فروخته شده، باز هم شرکت می‌تواند به آن دسترسی داشته باشد. البته این جریان به شرکت این امکان را می‌دهد که محصول خود را ارتقا ببخشد و خدمات جدیدی به آن اضافه شود. در واقع شرکت می‌تواند به لطف حضور این اینترنت به نوعی خدمات جدید برای محصولات خود ارائه دهد. این به‌راحتی می‌تواند ایده قدیمی مربوط به مالکیت سنتی را زیر سوال ببرد. زمانی که مایکروسافت کتاب‌فروشی خود را تعطیل کرد، مشتریان حتی نمی‌توانستند عنوان کتاب‌هایی را که خریداری کرده بودند، در آن بخش ببینند. بسیاری از افراد برای شرکت‌هایی که دسترسی به اینترنت ندارند، کار نمی‌کنند. آن‌ها ابزاری دارند که نیاز دارد به اینترنت وصل شود.

این موارد می‌تواند قدرت مشتری را در برابر فروشنده به تعادل برساند. بسیاری از مشتریان می‌توانستند ابزاری را که خریداری می‌کنند، مطابق با سلیقه خودشان تغییر دهند، یا هر وقت دچار مشکل شد، با سلیقه خودشان آن را تعمیر کنند. اما حالا با اینترنت نمی‌توانند به‌راحتی این کار را انجام دهند. آن‌ها محدودیت‌هایی دارند که به واسطه اینترنت برایشان ایجاد شده است. نرم‌افزارها فروخته نمی‌شوند، بلکه گواهی می‌شوند. شرکت‌ها می‌توانند در برخی موارد از همین طریق اقدام کنند. آن‌ها

است. نورپردازی‌های هوشمند در ساختمان‌ها یکی دیگر از مواردی است که می‌تواند به ذخیره کردن انرژی هم کمک کند. ماشین‌آلات کامپیوتری شده می‌توانند هر چیزی را پیش‌بینی و مطابق با آن عمل کنند. آن‌ها حتی متوجه خرابی‌ها هم می‌شوند و در نتیجه می‌توانند برای تعمیرات هشدار بدهند و از این طریق پایداری این ابزار هم بالا می‌رود. برای مثال گاوها را به گونه‌ای به ابزار اینترنتی وصل می‌کنند که کاملاً به‌موقع تغذیه شوند و عادات غذایی مشخصی داشته باشند و بتوانند بر اساس آن شیر بدهند. به این ترتیب، آن‌ها شیر بیشتری تولید می‌کنند و در مقابل به داروهای کمتری هم نیاز دارند، چراکه تحت مراقبت‌های هوشمند و اینترنتی هستند و کمتر بیمار می‌شوند. شاید چنین دستاوردی به صورت فردی اگر بررسی شود، خیلی کم و ناچیز به نظر بیاید، اما اگر آن را در مقیاسی کلان و به صورت گسترده در نظر بگیریم، متوجه خواهیم شد که می‌تواند اقتصاد کلان را تغییر دهد. این موارد در واقع پتانسیل این را دارند که رشد اقتصادی را بالا ببرند.

اما اینترنت اشیا در درازمدت، در زمینه کاری می‌تواند بسیار موثر باشد و خودش را نشان دهد. البته پیشرفت اینترنت هم در این زمینه می‌تواند بسیار موثر باشد. این قضیه به مدل‌های کسب‌وکار هم مربوط می‌شود. هر مدلی که غالب شود، اینترنت هم نسبت به آن غالب می‌شود و فوایدی خواهد داشت. این جریان می‌تواند انحصار را هم به دنبال داشته باشد. همین امر باعث شده منتقدان هم نسبت به آن نقدهایی داشته باشند. آن‌ها به این جریان تداوم سرمایه‌داری می‌گویند. شرکت‌ها بیش از هر زمانی به شرکت‌های فناوری تبدیل می‌شوند. اینترنت به جزء لاینفک آن‌ها تبدیل می‌شود. در این شرایط شاهد

بر اساس یکی از پیش‌بینی‌هایی که صورت گرفته، تا سال ۲۰۳۵ تعداد کامپیوترهایی که به اینترنت متصل هستند، به بالای یک تریلیون می‌رسد. از بسته‌بندی مواد غذایی گرفته تا پوشاک و پل‌های هوایی، همه چیز روی دست اینترنت می‌چرخد



در دنیای زندگی می‌کنیم که تراشه‌ها و قطعات کامپیوتری بر آن سلطه پیدا کرده‌اند. شاید بتوان در برخی موارد به آن خوش‌بین بود، اما در برخی از دیگر موارد به نظر می‌رسد که شرایط تا حدودی سخت و بحرانی است. این ما هستیم که باید تلاش کنیم بهره‌وری خود را از اینترنت به حداکثر و صدمات و آسیب‌ها را هم به حداقل برسانیم



اشیا امکان‌پذیر است. کالاهای هوشمند می‌توانند هر چیزی را دنبال کنند. آن‌ها حتی وارد دنیای پزشکی می‌شوند. داده‌هایی در زمینه سلامت ما انسان‌ها را جمع‌آوری می‌کنند. برای مثال می‌دانند ما چند گام در یک روز زده‌ایم و ضربان قلب ما چقدر بوده است. این‌ها اطلاعاتی است که به واسطه اتصال گوشی همراه هوشمند ما در اختیار دیگران قرار می‌گیرد. البته هر کدام از این داده‌هایی که جمع‌آوری می‌شوند، هدفی را دنبال می‌کنند، اما در عین حال می‌توانند فضا را برای سوءاستفاده هم فراهم کنند.

و در نهایت رقابت را داریم. پدیده‌ای بسیار ارزشمند در دنیای امروز که با اتصال به اینترنت می‌تواند سروشکلی تازه به خود بگیرد. این‌ها می‌تواند دینامیک بازار را هم تعیین کند. در این موارد ترس‌هایی که مشتریان دارند، می‌تواند تا حدود زیادی هم درست باشد.

به‌هرحال باید عواقب این ماجراها را در نظر داشت. ما در دنیای زندگی می‌کنیم که تراشه‌ها و قطعات کامپیوتری بر آن سلطه پیدا کرده‌اند. شاید بتوان در برخی موارد به آن خوش‌بین بود، اما در برخی از دیگر موارد به نظر

می‌رسد که شرایط تا حدودی سخت و بحرانی است. این ما هستیم که باید تلاش کنیم بهره‌وری خود را از اینترنت به

حداکثر و صدمات و آسیب‌ها را هم به حداقل برسانیم. در واقع ما هستیم که باید مانع قربانی شدن خودمان شویم.

می‌توانند مشتریان خود را دنبال کنند و کاری کنند که محصولاتشان را مطابق میل خودشان تغییر ندهند. در واقع آن‌ها به سلطه‌ای نسبی در این زمینه دست پیدا می‌کنند.

مدل‌های کسب‌وکار مجازی حالا وارد دنیای فیزیکی و واقعی شده است. شرکت‌های فناوری می‌توانند همه‌چیز را خرد کنند و با سرعت پیش بروند. هرچند هنوز هم محدودیت‌هایی در برخی زمینه‌ها وجود دارد. اما به صورت کلی شرایط تغییر کرده است. اپل به عنوان شرکت تولیدکننده تلفن‌های همراه تنها برای مدت پنج سال برای کالاها آپدیت می‌گذارد. به این ترتیب، یک تلفن همراه بعد از پنج سال دیگر به هیچ دردی نمی‌خورد و این اتفاق فقط به لطف اتصال به اینترنت رخ داده است. یعنی اگر این کالا به اینترنت وصل نمی‌شد، چنین مشکلی هم نداشت، اما حالا که به اینترنت وصل می‌شود، دیگر شرایطش تغییر کرده است. البته برخی از دیگر کالاها مثل ماشین ظرف‌شویی می‌توانند طول عمر بیشتری در این زمینه داشته باشند، اما همین ماشین‌آلات هم اغلب بیش از یک دهه عمر نمی‌کنند. شرکت‌ها باید یاد بگیرند طوری با این ابزار طی کنند که تا این اندازه برای مشتریان محدود نشود.

خدمات رایگان

داده‌ها یکی دیگر از بخش‌های بحث‌برانگیز هستند. در برخی از موارد اینترنت می‌تواند مهیاکننده خدمات رایگان برای یک کالا باشد. یکی از کالاهای ارزشمندی که به صورت رایگان تبادل می‌شود، داده است. داده‌ها با رضایت یا بدون رضایت افراد در اختیار دیگران قرار می‌گیرد. این اتفاقی است که تنها در دنیای اینترنت



نگاهی به بایدها و نبایدهای هدف‌گذاری فروش در سازمان‌های تجاری سودآوری به شرط هدفمندی

دست نیافتن به آن، صرفاً جنبه نمادین پیدا خواهد کرد. این‌که در چنین شرایط اقتصادی که بسیاری از تهدیدات محیطی فعالیت کسب‌وکارها را تحت‌الشعاع قرار داده، چگونه باید به هدف‌گذاری درستی برای فروش سازمان دست یافت، بهانه‌ای شد تا در این مطلب به برخی از بایدها و نبایدهای هدف‌گذاری فروش در سازمان‌های تجاری بپردازیم.

تحلیل و بررسی

قبل از مشخص کردن اهداف فروش سازمان، نیاز به تحلیل و بررسی شرایط محیطی و داخلی سازمان وجود دارد؛ به این معنا که در تحلیل محیطی باید این موضوع مشخص شود که فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی سازمان چه مواردی هستند و وزن هر یک از این تهدیدها و فرصت‌های تجاری نسبت به یکدیگر تا چه اندازه بر روی فعالیت‌های سازمان تأثیر می‌گذارد. از طرفی، در تحلیل داخلی سازمان نیز باید نقاط قوت و ضعف و وزن هر یک از این موارد نسبت به یکدیگر مشخص شود تا از این طریق به تحلیل مناسبی از وضعیت حال حاضر سازمان دست یافت. هم‌چنین در تحلیل محیطی این موضوع باید مشخص شود که کدام‌یک از متغیرها اعم از جمعیت، طبقه اجتماعی، تعداد رقبا و... بر روی فروش سازمان تأثیر می‌گذارد. به عنوان نمونه، در صورتی که کسب‌وکاری محصولاتی برای مصرف‌کنندگان نهایی تولید می‌کند، هنگام

در نگاه کلی سهام‌داران به دنبال کسب سود مورد نظر خود نسبت به سرمایه‌گذاری انجام‌شده هستند؛ به این معنا که با خرید سهام شرکت‌های بورسی، در سودآوری این شرکت‌های تجاری سهام‌داران شریک می‌شوند. به همین دلیل سهام شرکت‌های بورسی برای سهام‌دارانی از جذابیت بالایی برخوردار است که سودآوری مناسبی را برای آن‌ها به همراه داشته باشد. با توجه به این‌که سودآوری بیشتر در سازمان‌های تجاری با افزایش فروش محقق خواهد شد، سهام‌داران شرکت‌های تجاری تمایل دارند اهداف فروش بیشتری را برای سازمان‌های تجاری مطالبه کنند و این موضوع منجر به این خواهد شد که فعالیت‌های تجاری این سازمان‌های تجاری تحت‌الشعاع قرار گیرد، اما در شرایط فعلی اقتصاد که بسیاری از شاخص‌های اقتصادی با تغییرات جدی همراه شده و تحلیل محیطی کسب‌وکارها در بسیاری از صنایع نشان می‌دهد تهدیدات جدی سازمان‌های تجاری را دنبال می‌کند و بسیاری از این کسب‌وکارهای ایرانی با کاهش فروش قابل توجهی همراه شده‌اند، امکان افزایش فروش اگر نگوئیم غیرممکن است، می‌توان ادعا کرد که بسیار سخت است و به‌ندرت محقق می‌شود. این در حالی است که با این شرایط نیز یکی از مطالبات جدی سهام‌داران افزایش فروش این سازمان‌های تجاری است که این موضوع نشان می‌دهد هدف‌گذاری انجام‌شده برای سازمان‌ها بدون تحلیل و بررسی‌های لازم مشخص شده است و به دلیل

تجارت

امیر کاکایی

کارشناس ارشد کسب و کار

ریز کردن اهداف

یکی از مشکلات بسیار شایع در هدف‌گذاری فروش این موضوع است که اهداف کلی تعیین می‌شوند، اما جزئیات این اهداف مورد بررسی قرار نمی‌گیرد. به عنوان نمونه، سازمان فقط به این جمع‌بندی می‌رسد که سالانه ۱۰ میلیارد تومان فروش داشته باشد. این در حالی است که باید مشخص شود این ۱۰ میلیارد به صورت ماهانه چگونه تقسیم شود و سپس هر یک از متغیرها با احتساب فروش ۱۰ میلیارد تومانی دست‌خوش چه تغییراتی قرار خواهند گرفت. به بیان دیگر، برای تحقق هدف فروش ۱۰ میلیارد تومانی باید چه تعداد مشتری، با چه عمق فروشی، چه مقدار سطح پوششی و... تعیین شود. از طرفی، تمامی این متغیرها نیز باید روند قابل پیش‌بینی داشته باشند؛ به این معنا که تعداد مشتری اگر در حال حاضر ۱۰۰۰ است و فروش سازمان نیز ۹ میلیارد تومان است، برای تحقق فروش ۱۰ میلیارد تومانی باید تعداد مشتریان به عنوان نمونه ۳۰۰ مشتری افزایش داشته باشد. حال این افزایش تعداد مشتری طی ماه‌های آینده با چه روندی باید انجام شود؟ به عنوان مثال، در هر ماه ۳۰ مشتری اضافه شود تا طی ۱۰ ماه بتوان به این تعداد مشتری دست پیدا کرد. در خصوص سایر متغیرها نیز باید این جزئیات مشخص شود. به عنوان نمونه، اگر سطح پوشش فروش در حال حاضر ۵۰ درصد است، برای افزایش یک میلیاردی فروش باید تا چه اندازه سطح پوشش فروش افزایش داشته باشد.

ویژگی اهداف فروش

پس از تعیین اهداف فروش باید این موضوع توسط چک لیستی مورد ارزیابی قرار گیرد. اولین ویژگی که باید اهداف فروش داشته باشند، این موضوع است که واضح و عینی باشند، که این موضوع منجر به این شود که قابلیت اندازه‌گیری داشته باشند. تا هنگامی که قابلیت اندازه‌گیری نداشته باشند، امکان هدف‌گذاری وجود ندارد. ویژگی بعدی که بسیاری از اهداف در سازمان‌های تجاری ایرانی ندارند، این موضوع است که اهداف قابلیت تحقق ندارند. به عنوان نمونه، در نمونه‌ای که پیش‌تر مطرح شد و فروش میانگین سازمان ۹ میلیارد تومان است، مدیران ارشد و سهام‌داران تصمیم می‌گیرند فروش سازمان را در شرایط اقتصادی حال حاضر به ۱۸ میلیارد تومان برسانند. این موضوع شاید در مواردی نادر محقق شود، اما در بیشتر مواقع غیرقابل دسترس است.

در پایان این موضوع بسیار حائز اهمیت است که در بسیاری از مواقع افزایش فروش باید با افزایش سرمایه‌گذاری انجام شود، که این موضوع نیازمند تخصیص بودجه‌ای مناسب در این راستاست. به عنوان نمونه، در مثال قبلی در صورت افزایش فروش یک میلیاردی، نیاز به افزایش ۳۰۰ مشتری وجود دارد که این افزایش تعداد مشتری از توان تیم فعلی فروش برنمی‌آید و نیاز به توسعه تیم فروش وجود دارد. در صورت توسعه تیم فروش و سرمایه‌گذاری در این حوزه، هزینه‌های سازمان افزایش پیدا می‌کند. به همین دلیل نیاز است که در صورت افزایش اهداف فروش، این موضوع مورد بررسی قرار گیرد که نقطه سربه‌سر فروش محصولات چه مقدار است و در صورت سرمایه‌گذاری و افزایش هزینه تا چه اندازه باید فروش افزایش داشته باشد تا سازمان با افزایش سودآوری همراه شود.

تدوین اهداف فروش برای یک استان از کشور این موضوع حائز اهمیت است که در استانی که جمعیت بیشتری وجود دارد، فروش سازمان نیز به احتمال زیاد افزایش پیدا می‌کند، یا در استانی که رقبای محلی قوی حضور دارند، سازمان با کاهش فروش همراه خواهد شد. به صورت کلی، تعیین این متغیرهای تاثیرگذار بر فروش سازمان بسیار حائز اهمیت است و باید وزن هر یک از این متغیرهای موجود و تاثیر آن‌ها نسبت به یکدیگر مشخص شود. به عنوان نمونه، باید مشخص شود متغیر جمعیت تاثیر بیشتری بر روی فروش سازمان در مثال قبلی می‌گذارد، یا حضور رقبای محلی. این موضوع از طریق تخصیص وزن به هر یک از موارد مشخص خواهد شد. در کنار این موضوع متغیرهای داخل سازمان نیز بسیار حائز اهمیت است. به عنوان نمونه، تعداد مشتری، عمق فروش، سطح پوشش فروش، رضایت مشتریان و... از جمله متغیرهای داخل سازمانی هستند که بر فروش سازمان تاثیر می‌گذارند و باید در این مرحله نیز وزن و تاثیر هر یک از این موارد نسبت به یکدیگر سنجیده شود. به عنوان نمونه، در صورتی که عمق فروش افزایش پیدا کند، اما سطح پوشش کاهش پیدا کند، امکان افزایش فروش ممکن است ایجاد نشود. به صورت واضح‌تر اگر این موضوع بخواهد بیان شود، به این معناست که کسب‌وکاری که ۱۰۰۰ مشتری دارد، اگر به ۵۰۰ مشتری یک گروه محصول فروخته شود، سطح پوشش فروش ۵۰ درصد خواهد شد. حال اگر به همین ۵۰۰ مشتری محصولات دیگری نیز فروخته شود، عمق فروش افزایش پیدا خواهد کرد.

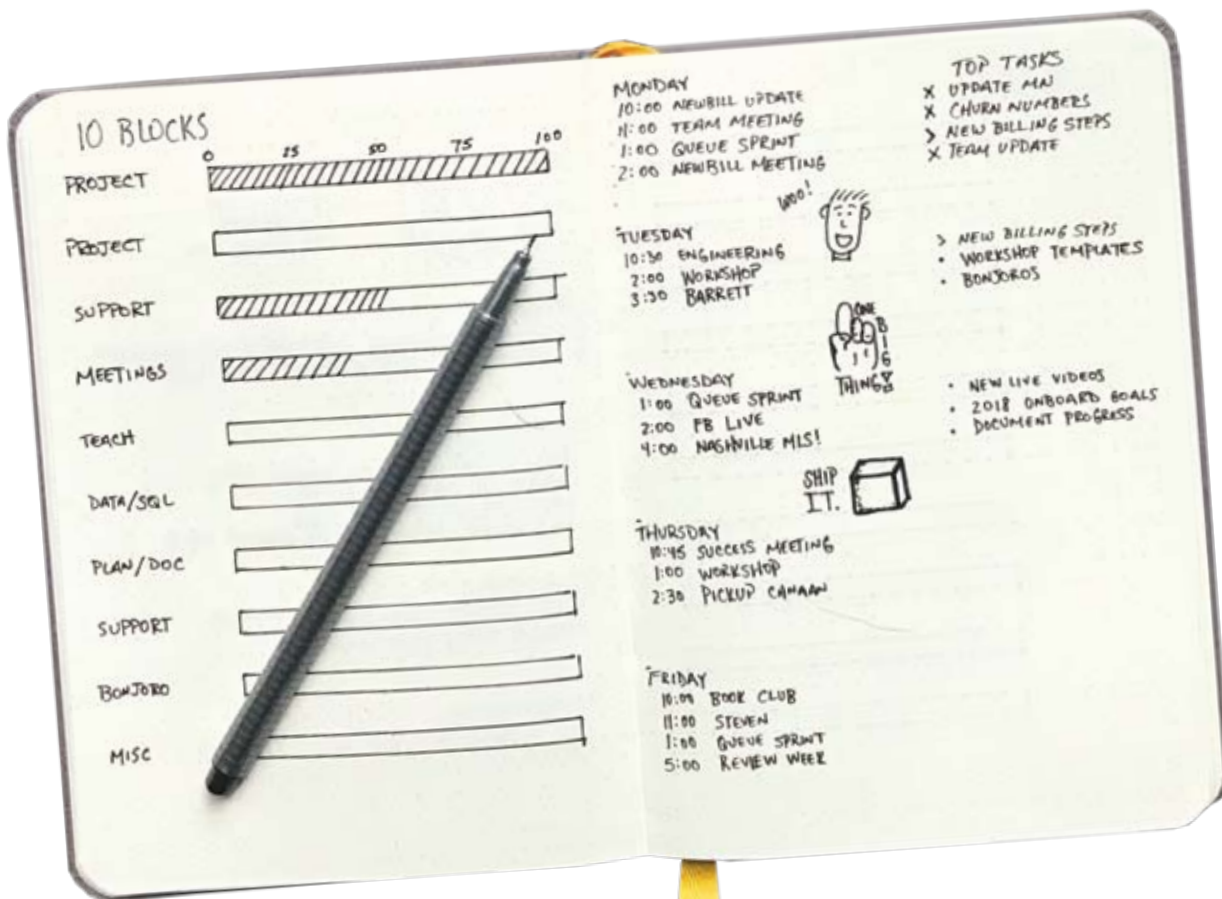
میانگین روند فروش

فروش هر سازمانی روند مشخصی را طی می‌کند که مقایسه این روند فروش نه تنها باید با ماه گذشته، بلکه باید با ماه مشابه سال گذشته نیز مقایسه شود تا از این طریق بتوان به تحلیل درستی از فروش گروه محصولات دست پیدا کرد. به عنوان نمونه، فروش مهر ماه سال ۱۳۹۸ باید با فروش شهریور ماه سال ۱۳۹۸ و همچنین با فروش مهر ماه سال ۱۳۹۷ مقایسه شود. این مقایسه می‌تواند نشان دهد روند فروش سازمان در چه کانالی نوسان می‌کند و خروج از این کانال نیازمند صرف چه سرمایه‌گذاری و هزینه‌های مختلف است.

فرمول هدف‌گذاری فروش

پس از تحلیل و بررسی شرایط داخلی و بیرونی و همچنین مشخص کردن روند فروش سازمان، می‌توان به فرمولی سفارشی‌سازی شده برای هدف‌گذاری فروش در سازمان تجاری دست پیدا کرد. به این معنا که در این فرمول تمامی متغیرها نسبت به یکدیگر دارای وزن هستند و تاثیر آن‌ها در یک نگاه کلی سنجیده شده است. به عنوان نمونه، هنگامی که می‌خواهید اهداف فروش استانی مشخص شود، تاثیر متغیر جمعیت، رقبا، تعداد مشتریان، عمق فروش و... سنجیده شده است و با توجه به روند فروش این منطقه، اهداف فروش مشخص شده است. به بیان دیگر، در این مثال ممکن است متغیر جمعیت از صد درصد، ۳۰ درصد بر روی افزایش فروش تاثیر بگذارد و با این تفاسیر تفاوت زیادی در شهرهای مختلف که جمعیت مختلفی دارند، دیده می‌شود.

پس از تحلیل و بررسی شرایط داخلی و بیرونی و همچنین مشخص کردن روند فروش سازمان، می‌توان به فرمولی سفارشی‌سازی شده برای هدف‌گذاری فروش در سازمان تجاری دست پیدا کرد. به این معنا که در این فرمول تمامی متغیرها نسبت به یکدیگر دارای وزن هستند و تاثیر آن‌ها در یک نگاه کلی سنجیده شده است



همه چیز درباره بولت ژورنال

زندگی بهتر با مدیریت زمان

امکان می‌دهد همه چیز را با چند کلمه کوتاه خلاصه کنید، سازمان‌دهی کنید. بولت ژورنال یک سازمان‌دهنده، برنامه‌ریز و تقویم شخصی همه و همه تنها در یک دفتر است. بولت ژورنال تکنیکی از روش‌های برنامه‌ریزی فعالیت‌های روزانه است. شما برای انجام موفق و صحیح فعالیت‌های روزانه، هفتگی و ماهانه بهتر است تصویرسازی کنید.

فرقی نمی‌کند از چه دفتری برای این کار استفاده کنید (بیشتر دفترهای نقطه‌دار را برای این کار انتخاب می‌کنند)، تا زمانی که به ایده‌آل‌ها و چهارچوب اصلی خود بیبوندید، می‌توانید در این دفتر برنامه‌های خود را یادداشت کنید. این که آیا حاشیه صفحات را به زیبایی تزیین کنید یا طرح بکشید، بستگی به خودتان و روحیاتتان دارد. تا زمانی که بتوانید روزهای خود را به طور موثرتر سازمان‌دهی کنید، پس یک بولت خوب خواهید داشت. داشتن چنین دفتری خوب به نظر می‌رسد؟ پس شما هم می‌توانید دست به کار شوید و بولت ژورنال بسازید. در این ابزار چون همه اقدامات برای برنامه‌ریزی، به صورت مصور و با ابزارهای ساده و ارزان انجام می‌شود، محبوبیت زیادی دارد. برای بولت ژورنال باید کمی دست به قلم شوید و با خودکار و مداد و خط‌کش و الگو آشتی کنید. البته برای مردمان عصر دیجیتال این ابزارهای قرن بیستمی (!) کمی غریب به نظر می‌رسد. اما با این حال، بولت ژورنال هم‌چنان با روش‌های سنتی همراه است و همین می‌تواند نوعی مدیتیشن برای ذهن و دست‌ها نیز به شمار آید.

روش ساخت بولت ژورنال

برای تهیه بولت ژورنال به اقلامی احتیاج دارید که از جمله آن

مدیریت زمان می‌تواند یکی از پیچیده‌ترین امور زندگی شخصی و حرفه‌ای هر فردی باشد. امروزه با کمک ابزارهای مختلف مانند بولت ژورنال امکان داشتن یک برنامه زمانی موثر برای نگه داشتن شما در مسیر درست میسر شده است.

برای این که بتوانید سیستمی برای مدیریت وظایف، رویدادها، یادداشت‌ها و تقویم بسازید، باید یک بولت ژورنال ایجاد کنید. طبق ادعای افراد زیادی که از این ابزار استفاده کرده‌اند، استفاده از بولت ژورنال کار آن‌ها را به طور قابل ملاحظه آسان‌تر و سریع‌تر کرده است. برای مدیریت بهینه زمان، بولت ژورنال به ما کمک می‌کند همواره عناوین مهم و زیرعنوان‌های ارزشمند کارها را در هفته، ماه و سال فهرست کنیم و با دنیای شکل‌ها و رنگ‌ها و علایم، درستی، حذف و هدایت آن‌ها را پی‌گیری کنیم.

بولت ژورنال چیست؟

یک بولت ژورنال به شما امکان می‌دهد وظایف، رویدادها و یادداشت‌های خود را ضبط، پی‌گیری و سازمان‌دهی کنید. مهم نیست کجا یا چه زمانی باید به آن‌ها موردی اضافه کنید. هر زمان می‌توانید چیزهای جدیدتری به آن اضافه کنید. در واقع بولت ژورنال ابزاری است که شما را در طراحی و مدیریت فهرست کارهایی که باید بکنید (TO-DO LIST) یاری می‌کند. هدف این است که همه این موارد را در یک ژورنال کوچک که می‌توانید با خود حمل کنید، ذخیره کرده و وظایف خود با استفاده از یک تقویم و استفاده از زبانی که به شما



کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- دفتر
- خودکار
- خط‌کش

• مدادها و راپیدهای رنگی به صورت دلخواه

در بولت ژورنال می‌توانید برای ضبط و ثبت سریع یادداشت‌ها و پی‌گیری امور خود در روزهایی خاص جدول بکشید و مانند یک تقویم از آن استفاده کرده و سعی کنید از زبان شخصی خود استفاده کنید. به عنوان مثال، فرض کنید شما فهرستی از کارها و رویدادها را برای یک روز در دست انجام دارید. معمولا

آن‌ها را به صورت زیر می‌نویسید:

- ۳۰ دقیقه یوگا صبحگاهی انجام بدهم.
 - بچه‌ها را به مدرسه برسانم.
 - برای خودم، مادر و پدر خرید روزانه کنم.
 - به پدر و مادر سر بزنم.
 - آشپزخانه، حمام و اتاق نشیمن را تمیز کنم.
 - طرح‌هایی را برای پروژه هنری بعدی برنامه‌ریزی کنم.
 - بچه‌ها را از مدرسه به خانه ببرم.
- این موارد خوب است، اما بهتر است فرم یادداشت‌برداری شما همان زبانی باشد که هنگام برنامه‌ریزی از آن استفاده می‌کنید. و این شامل حذف هرگونه اطلاعات غیرضروری است. بنابراین می‌توان فهرست بالا را تبدیل به موارد زیر کرد:

• یوگای صبحگاهی

• بچه‌ها به مدرسه

• خرید (من، والدین)

• دیدن والدین

• تمیز کردن حمام و...

• طرح‌های هنری

• آوردن بچه‌ها از مدرسه

این تقریبا دو برابر فضای ثبت‌شده برای رویدادها، کارها و یادداشت‌های مهم را نسبت به آن چه ابتدا نوشته بودید، برای شما ذخیره می‌کند. این امر می‌تواند با استفاده از تکنیک‌هایی مانند خلاصه‌نویسی برای ضبط و خواندن سریع‌تر یادداشت‌های شما نیز انجام شود. این دفتر برای خود شماست و تا زمانی که تنها خودتان آن را درک کنید، کافی است. حتی شده حروف اختصاری و رمزی برای خود بنویسید!

شماره‌گذاری و نظم‌بخشی به صفحات

سعی کنید علاوه بر شماره‌گذاری صفحات، یک صفحه ایندکس و صفحه عناوین نیز برای بولت خود بگذارید. فهرست، تقویم یک ساله، تقویم هر ماه، هدف‌های هر ماه، اتفاقات روزانه و... از بخش‌های مهم بولت ژورنال هستند. بنابراین لازم است صفحاتی را اختصاص به فهرست سالانه، ماهانه و روزانه دهید. به‌طوری‌که ابتدا کارهای مهمی را که باید در سال جاری و آینده انجام دهید، بنویسید. سپس آن را خردتر کنید و فهرست مهم‌ترین کارهایی را که باید طی هر ماه بنویسید، یادداشت کنید. در ۳۰ صفحه پس از آن، کارهای مهم هر ۳۰ روز را مشخص کنید. وقتی با موفقیت انجام شد، در صفحه اصلی تیک بزنید، یا به دنبال روش اصلاحی باشید. بولت ژورنال را به صورت شش ماه یک بار، بررسی و ارزش‌یابی کیفی کنید. ببینید چند درصد کارها سر وقت و با هزینه مقرون‌به‌صرفه انجام شده و چه دستاوردهایی برای شما به ارمغان آورده است.

به طور کلی افراد از بولت ژورنال‌ها استفاده‌های متفاوتی می‌کنند و هر فرد بنا به اهداف خود (زندگی شخصی، امور روزمره، خانه‌داری تا مشاغل دیگر و پرورش خلاقیت و...) از آن استفاده می‌کند. مکتوب کردن ایده‌ها می‌تواند امکان تحقق‌پذیری آن را افزایش دهد و به مدیریت زمان بهتر شما و تنظیم استراتژی‌های عملیاتی فردی - شرکتی بیشتر کمک کند.

منبع: process.st/bullet-journal

استفاده از طرح‌ها و اشکال جذاب

صفحاتی که شماره‌گذاری می‌شوند، هیچ‌گاه گم نمی‌شوند و با استفاده از نقاط و خط و اشکال می‌توانید سر و سامانی به نوع نوشتار آن‌ها دهید. می‌توانید از اینستاگرام یا سایت‌هایی چون پینترست در این خصوص ایده بگیرید. در بولت ژورنال هر چقدر از رنگ‌ها و شکل‌هایی که برای شما خاطره‌ساز است و رمانتیک، استفاده کنید، جذابیت کار افزایش پیدا می‌کند و علاقه بیشتری به دنبال کردن رویه‌ها و فرایندها و نقشه راهی که برای خود ترسیم کرده‌اید، خواهید داشت. باز هم تاکید می‌کنیم که انجام این موارد اضافی، اختیاری است و ممکن است زمان زیادی از شما بگیرد. تنها نکته اصلی این است که دفتری داشته باشید که سبک و مرتب باشد و به راحتی برای نوشتن تا شود. علاوه بر نوشتن امور روزمره کاری و شغلی، بولت ژورنال خود را تبدیل به دفترچه انرژی مثبت‌ها کنید؛ چیزهایی که شما را خوشحال می‌کند و شاد زیستن را با آن می‌توانید تمرین کنید.

استانداردهایی خاص تعیین کنید

شما می‌توانید به تناسب خلاقیت و نوآوری شخصی خود استانداردهایی برای این کار استفاده کنید. برای مثال وظایف مهم را با ستاره مشخص کنید، یا کارهای انجام‌شده را تیک بزنید و از ضربدر برای کنسل کردن کارها در بولت ژورنال بهره ببرید. معمولا از مربع توپر برای مشخص کردن مهم‌ترین کار در یک هفته استفاده می‌کنند. از علامت دو تیک برای مشخص کردن کارهایی که انجام شده و چک شده است، استفاده می‌کنند. دایره مختص کارهایی است که باید در آینده انجام شود و علامت تعجب به بررسی بیشتر کاری که در آینده باید انجام شود، اختصاص دارد.

زبان شخصی و ساده بولت ژورنالی

در نوع نگارش خود در بولت ژورنال باید نکاتی را مدنظر داشته باشید. برای مثال، سعی کنید نوع نوشتار شما:

- مختصر باشد.
- خاص باشد.
- همه چیز را در چند کلمه ساده و به طور خلاصه و تیتروار شرح دهید.
- از استفاده زبان شخصی و خاص خود نهراسید.

یک بولت ژورنال به شما امکان می‌دهد وظایف، رویدادها و یادداشت‌های خود را ضبط، پی‌گیری و سازمان‌دهی کنید. مهم نیست کجا یا چه زمانی باید به آن‌ها موردی اضافه کنید. هر زمان می‌توانید چیزهای جدیدتری به آن اضافه کنید. در واقع بولت ژورنال ابزاری است که شما را در طراحی و مدیریت فهرست کارهایی که باید بکنید (TO-DO LIST) یاری می‌کند



نگاهی به یکی از مفاهیم مهم مدیریتی؛ جانشین‌پروری و قواعد آن در سازمان

نیمکت ذخیره‌مدیریت را با بازیکنان تازه نفس پر کنید

استفاده از فرصت‌های بالقوه

به جای این‌که به فکر استخدام مدیر از خارج سازمان خود باشید، نگاهی به نیروهای کنونی کنید که چم و خم کار را بلدند و خود می‌توانند به عنوان جانشینی برای مدیر کنونی انتخاب شوند. کارمندان با استعداد زیادی در سازمان شما وجود دارند که تعهد و پیشرفت زیادی در کارشان دارند و خواهان ماندگاری در سازمان هستند. این کارمندان را به عنوان فرصتی بالقوه برای تربیت و پرورش ببینید و به آن‌ها بازخورد عملکردشان را بدهید. اگر آن‌ها اعتقاد به رشد و پیشرفت در سازمان نداشته باشند، آن را ترک می‌کنند، پس افرادی را که علاقه به کار و پیشرفت دارند و می‌خواهند فرصت رشد داشته باشند، پیدا کنید. کارمندان را به این امر آگاه کنید که حضورشان ارزشمند است و سازمان می‌خواهد برای پیشرفت آن‌ها سرمایه‌گذاری کند. مسلماً اگر آن‌ها بدانند که در طولانی‌مدت در سازمان سمت می‌گیرند، با جدیت و تلاش بیشتری در انجام وظیفه خود همت می‌ورزند. این کار به مدیران نیز کمک می‌کند با این دیدگاه فهم مناسب‌تری از شکاف مهارتی و کیفیت مدیریت در کارکنان خود داشته باشند، و به این ترتیب قادر خواهند بود تمرکز خود را هنگام استخدام برای پست‌های آتی افزایش دهند، فرایند جذب و استخدام را کوتاه‌تر کنند و میزان دقت منابع تامین نیرو را افزایش دهند.

مزیت‌های جانشین‌پروری

گاهی اوقات فردی بدون اطلاع و آمادگی قبلی سازمان را ترک می‌کند و پستش خالی می‌ماند. در چنین شرایطی دست

یکی از متداول‌ترین سوالاتی که در خصوص توسعه مدیریت از مدیران می‌شنوید، این است که چرا احساس می‌کنیم جانشین‌پروری اتلاف وقت است؟ اما حقیقت این است که این روند برای سازمان‌هایی مناسب است که مدیران ارشد و میانی آن‌ها در آستانه بازنشستگی‌اند و نیاز به نیروهای جوان برای پیشبرد اهداف آتی شرکت دارند. پس زمان و هزینه و انرژی گذاشتن روی برنامه‌های جانشین‌پروری به هیچ‌وجه اتلاف وقت تلقی نمی‌شود و در درازمدت می‌تواند اهدافی مانند شایسته‌سالاری و پرورش مدیران مناسب را برآورده سازد. در ادامه بیشتر به ابعاد این مفهوم مدیریتی خواهیم پرداخت.

عدم وجود نیمکت ذخیره قوی، نگرانی مدیران امروزی

بسیاری از مدیرعامل‌ها و مدیرانی که این روزها با آن‌ها صحبت می‌کنیم، از عدم وجود جانشین مناسب یا نیمکت ذخیره قوی برای مدیریت در میان نیروهایشان در شرکت‌های خود نگران‌اند. آن‌ها بیشتر نگران این هستند که فاقد نامزدهای کافی «حقیقتاً آماده» برای جایگزینی ضررهای برنامه‌ریزی‌شده و غیرمترقبه نبود رهبران کلیدی باشند. در نتیجه، استمرار و عملکرد آینده کسب‌وکار بدون وجود یک جانشین مناسب در معرض خطر و ریسک قرار می‌گیرد. این در حالی است که برخی مدیران دیگر می‌گویند که شرکت‌های آن‌ها سال‌هاست برنامه‌ریزی‌های جانشین‌پروری برای مدیران کلیدی را در دست اجرا دارند، اما هنوز این کار را شروع نکرده‌اند و نمی‌دانند این کار را از داخل یا خارج سازمان شروع کنند.

سازمان نیز در حنا می ماند و شاید آمادگی جانشینی یک باره را نداشته باشد. این جاست که اهمیت برنامه های جانشین پروری دوچندان می شود. بنابراین در این راه بی کار ننشینید و به پیدا کردن افراد مستعد در سازمان اقدام کنید. مدیران منابع انسانی نقش مهمی در این قضیه دارند و می توانند در موفقیت برنامه های مدیریت جانشین پروری عامل مهمی باشند. دو مزیت اصلی دیگر این امر در شرکت های بزرگ بهبود تعهد کارمندان و بهبود فرصت های توسعه شغل است. این مسئله به معنای آن است که برنامه های مدیریت جانشینی پیچیده دو اولویت را خطاب قرار می دهند؛ حفظ کارمند و تعهد شغلی بالاتر.

جانشین پروری به مدیران این اجازه را می دهد که نظام جبران خدمات را به گونه ای طراحی کنند که از طریق آن، کارکنان انگیزه بیشتری در انجام وظیفه شان بیابند. به معنای دیگر، پیاده سازی این طرح به کارمندان این اطمینان را می دهد که آن ها در مقایسه با سایر همکارانشان و هم چنین در مقایسه با شغل های مشابه بیرون سازمان حقوق عادلانه ای دریافت می کنند. هم چنین این برنامه یکی از ابزارهای قدرتمند در نگهداشت نیروی انسانی است. اگر چه برنامه مذکور صرفه جویی در هزینه های خروج نیروی انسانی را به دنبال خواهد داشت، اما نیازمند یک سرمایه گذاری بلندمدت از سوی سازمان خواهد بود. اگر جزو شرکت هایی هستید که از تاثیر روند برنامه ریزی موفقیت آمیز خود در این زمینه راضی نیستید، مقاله زیر می تواند برای شما مفید باشد. در این جا چند ایده عملی در مورد چگونگی تاثیرگذاری بیشتر از تلاش های برنامه ریزی جانشینی سازمان شما وجود دارد.

تغییر نام برنامه جانشین پروری به توسعه جانشین پروری

برنامه ها به خودی خود نمی توانند موجب توسعه فردی شوند، تنها گسترش تجربیات را توسعه می دهند. بسیاری از شرکت ها نسبت به فرایند برنامه ریزی، تلاش و توجه بیشتری را نسبت به اجرا و توسعه انجام می دهند. برنامه های جانشین پروری دارای فهرست کارها، فرمها، چارتها، جلسات و چک لیست های زیادی است. گاهی اوقات آن ها این احساس غلط را ایجاد می کنند که فرایند برنامه ریزی به خودی خود یک هدف است و اجرای واقعی فرایند توسعه هدف نیست. برای مثال بسیاری از افراد در دام رسیدن به هدف تناسب اندام می افتند. ما ممکن است برنامه های خارق العاده ای برای کاهش وزن داشته باشیم و به برنامه هایمان که شامل اهداف روزانه دقیق برای رژیم غذایی، مصرف الکل و ورزش افتخار کنیم. اما اجرا نیمی از برنامه ریزی است. تمرکز ما باید روی کاهش وزن باشد، نه برنامه ریزی برای کاهش وزن. پس بیشتر از برنامه ریزی روی توسعه و اجرا کار کنید.

نتایج را بسنجید، نه فرایند

این تغییر تاکید به چند دلیل مهم است. اول این که مدیران در برنامه های جانشین پروری باید توجه کنند که چه چیزی اندازه گیری می شود و چه چیزی پاداش می گیرد. اگر توسعه و پرورش مدیریت برای تعیین اهداف و پی گیری پیشرفت از اولویت کافی برخوردار نباشد، انجام هرگونه برنامه ریزی موفقیت آمیز در این کار دشوار خواهد بود. دوم این که اقدام به تعامل با مدیران ارشد برای تحقق این اهداف، پشتیبانی از

برنامه ریزی های جانشین پروری و مالکیت برای توسعه رهبری را ایجاد می کند. سوم این که این نتایج به هدایت تلاش های آینده و اصلاحات میان دوره ای کمک می کند. معیارهایی که یک شرکت می تواند برای توسعه برنامه های جانشین پروری ایجاد کند، ممکن است اهدافی مانند درصد جای خالی مدیر در سطح اجرایی را شامل شود که در واقع با یک ارتقای داخلی در مقابل یک استخدام از خارج سازمان سنجیده می شود.

برنامه را ساده نگه دارید

گاهی اوقات شرکت هایی را می بینیم که در تلاش برای بهبود کیفیت ارزیابی، معیارهای ارزیابی بیش از حد پیچیده ای را به فرایند برنامه ریزی جانشین پروری اضافه می کنند. برخی از این معیارها حتی برای ارزیابی دانشمندان رفتاری هم چالش برانگیز است، چه برسد به یک مدیر میانی ساده. از آن جا که فرایند برنامه ریزی فقط یک پیش بینی برای تمرکز بر توسعه مدیر است، نیازی به کامل بودن شخص از همان ابتدا نیست. ارزیابی های پیچیده تر می تواند طی فرایند توسعه ایجاد شود و از سوی یک مربی ذی صلاح تحت نظارت قرار گیرد.

واقع بین باشید

در زیر دو نمونه کلاسیک وجود دارد که چگونه برنامه های جانشینی ممکن است فاقد واقع گرایی باشند.

رئیس بخش مهندسی یک مدیر با عملکرد بالاست که پتانسیل مدیر عملیات شدن را دارد. او همیشه در نقش مهندسی بوده است. اگر او تجربه فروش را هم داشت، برای مدیر عملیات شدن آمادگی بیشتری داشت، بنابراین در برنامه جانشین پروری او باید این مورد لحاظ شود که مدتی را به عنوان رئیس و سرپرست بخش فروش بگذارد. با این حال، این شرکت هرگز این ریسک را نخواهد داشت که فردی بدون تجربه فروش را در بالاترین رده شغل فروش قرار دهد. بنابراین برنامه توسعه چنین خواهد بود: «حرکت به سمت کار در بخش فروش» حتی اگر این اتفاق هرگز رخ ندهد.

مورد دوم مدیر ارشد مالی یک شرکت با عملکرد بالاست که تمام معیارهای ارزیابی را به عنوان یک کاندیدای بالقوه و آماده در حال حاضر برای کار به عنوان مدیرعامل داراست. به او گفته می شود کاندیدای برتر است. با این حال، مدیرعامل شرکت نمی تواند این موضوع را تحمل کند و در نتیجه، او تا زمانی که مدیرعامل حرفی برای گفتن داشته باشد، هرگز به این سمت نخواهد رسید. در حالی که برنامه های توسعه و نمودارهای جانشینی صددرصدی نیستند، اما اگر واقع بینانه نباشند، می توانند به سرخوردگی فردی که انتظار برای رسیدن به آن سمت را می کشد، منجر شوند. با کارمندان سطوح پایین تر در مورد مدیران با عملکرد بالا و انتظارات مربوط به پیشرفت های غیرواقع بینانه صحبت نکنید. فقط وعده جانشینی را بدهید، اگر احتمال واقعی رخ دادن آن وجود داشته باشد!

به نظر شما کدام یک از دو مورد بالا واقع بینانه تر است و امکان اجرایی شدن دارد؟ ما معتقدیم چند پیشنهاد فوق می تواند به تغییر تمرکز سازمان شما از برنامه ریزی پلن جانشین پروری به توسعه و اجرای آن کمک کند و با کمک آن به عمق بیشتری در قدرتمندتر کردن هر چه بیشتر نیمکت ذخیره مدیریت خود برسید.

منبع:

hbr.org/200905/change-succession-planning-to

گاهی اوقات شرکت هایی را می بینیم که در تلاش برای بهبود کیفیت ارزیابی، معیارهای ارزیابی بیش از حد پیچیده ای را به فرایند برنامه ریزی جانشین پروری اضافه می کنند. برخی از این معیارها حتی برای ارزیابی دانشمندان رفتاری هم چالش برانگیز است، چه برسد به یک مدیر میانی ساده. از آن جا که فرایند برنامه ریزی فقط یک پیش بینی برای تمرکز بر توسعه مدیریت است، نیازی به کامل بودن شخص از همان ابتدا نیست

سازمان‌های یادگیرنده چه ویژگی‌هایی دارند؟

یادگیرندگی، شرط اصلی توسعه سازمانی



سازمانی شکل گرفته است. سازمان یادگیرنده سازمانی است که در آن اعضا برای رسیدن به هدف‌ها و آما، خود را توسعه می‌دهند و با ایجاد ساختارها و استراتژی‌ها به یادگیری سازمانی کمک می‌کنند.

پرورش خلاقیت کارکنان و ایجاد فرصت

سازمان‌ها نیز به نوبه خود می‌بایست محیط لازم برای پرورش خلاقیت کارمندان را فراهم کنند و فرصت‌های لازم را در اختیار آن‌ها بگذارند. یکی از این فرصت‌ها دادن اختیار و آموزش به کارکنان است تا موجب شکوفایی سطح خلاقیت و یادگیری آنان شود. در سازمان‌های یادگیرنده به افراد احترام گذاشته، اختیار داده شده و اعتماد می‌شود. در این سازمان‌ها فضایی برای پیشرفت افراد ایجاد شده و با توجه به استعداد و توانایی‌ها برای یادگیری به آن‌ها آموزش داده می‌شود. سازمان‌های یادگیرنده هزینه زیادی برای آموزش انجام می‌دهند، چراکه باید در این سازمان‌ها همه افراد به توانایی‌های خود واقف بوده و آن‌ها را بهبود ببخشند.

امروزه اکثر سازمان‌ها پذیرفته‌اند که باید به عنوان تنها مزیت رقابتی پایدار بر کارکنان خود متکی باشند و به ارتقای دانش، مهارت و

میل به تغییر و یادگیری تبدیل به یکی از فاکتورهای رشد سازمان‌ها در محیط‌های پرتلاطم کنونی شده است. سازمان‌های امروزی برای رقابت با یکدیگر از قالب‌های ایستای خود بیرون می‌آیند و با رشد و یادگیری سعی می‌کنند در ساختار خود تغییراتی در جهت پیشرفت اعمال کنند. این به این علت است که آینده قابل پیش‌بینی نیست و تغییرات مختلفی سازمان‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد و مدیران باید سازمان خود را به سمت هر چه بیشتر یادگیرنده شدن سازمانشان حرکت دهند. مدیران نیاز دارند برای حفظ بقا، سازمان‌هایشان را با تغییرات و دگرگونی‌ها هماهنگ سازند و به یادگیری به عنوان پدیده‌ای ارزشمند بنگرند.

اهمیت یادگیری در سازمان

بسیاری از مشاوران و سازمان‌ها اهمیت یادگیری سازمانی را به رسمت شناخته‌اند و مفهوم سازمان یادگیرنده یکی از مفاهیم اصلی حرکت به چنین سمتی بوده است. سازمان‌های یادگیرنده زمانی ایده‌آل خواهند بود که برای تحقق فشارهای مختلفی که با آن روبه‌رو هستند، تحول پیدا کنند و در آن‌ها یادگیری فردی و جمعی هر دو به یک اندازه مهم باشد. سازمان‌های یادگیرنده یکی از مفاهیم جدید مدیریت هستند که می‌توانند محیط‌های کاری را به گونه‌ای فراهم کنند که برای تفکر خلاق باز باشند و راه‌حلی برای مشکلات مداوم مربوط به کار در داخل و خارج سازمان پیدا کنند. تنها کاری که سازمان باید انجام دهد، این است که بر پایه دانش توانایی تفکر انتقادی و تفکر خلاقانه، توانایی برقراری ارتباط ایده‌ها و مفاهیم و توانایی همکاری با سایر انسان‌ها در فرایند تحقیق و عمل را انجام دهد.

سازمان یادگیرنده چیست؟

سازمان یادگیرنده سازمانی است که به دنبال ایجاد آینده‌ای روشن برای خود است، با این فرض که یادگیری یک روند مداوم و خلاقانه برای اعضای آن است و در پاسخ به نیازها و خواسته‌های افراد، چه در داخل و چه در خارج از سازمان، توسعه، سازگاری و تغییر می‌یابد. آن‌چه سازمان‌های یادگیرنده انجام می‌دهند نیز در نوع خود جالب توجه است. کارمندان دیگر نباید در معادله به عنوان بازبینی منفعل باشند. آن‌ها یاد می‌گیرند با مشارکت در یک تغییر پارادایم از فلسفه سنتی اقتدارگرایی در کار به مکانی که سلسله مراتب تجزیه می‌شوند و پتانسیل‌های انسانی برپا می‌شوند، برای ابراز عقاید و به چالش کشیدن خود برای مشارکت در یک محیط کاری بهتر، ایده‌های خود را ابراز کنند. سازمان‌های یادگیرنده محیطی را پرورش می‌دهند که در آن افراد می‌توانند «نتیجه‌ای را که واقعا می‌خواهند، ایجاد کنند» و جایی را بسازند که می‌توانند در آن بیاموزند که برای بهبود شرایط کل افراد باید یاد بگیرند. بنابراین برای تبدیل شدن و حرکت به سمت سازمان‌های یادگیرنده پیش از هر چیز لازم است تغییر را بپذیریم و سازمان را با یافته‌های پژوهشی هم‌سو کنیم. سازمان یادگیرنده با تکمیل نظریه‌های مربوط به یادگیری و یادگیری

بسیاری از مشاوران سازمان‌ها اهمیت یادگیری سازمانی را به رسمت شناخته‌اند و مفهوم سازمان یادگیرنده یکی از مفاهیم اصلی حرکت به چنین سمتی بوده است. سازمان‌های یادگیرنده زمانی ایده‌آل خواهند بود که برای تحقق فشارهای مختلفی که با آن روبه‌رو هستند، تحول پیدا کنند و در آن‌ها یادگیری فردی و جمعی هر دو به یک اندازه مهم باشد



تفکر سیستمی

توانایی دیدن تصاویر و چشم‌انداز بزرگ‌تر از شرایط جاری و تمایز الگوها به جای مفهوم‌سازی تغییر به عنوان یک عامل جداکننده. تفکر سیستمی به چند اصل دیگر نیاز دارد تا در یک سازمان یادگیرنده تحقق یابد. باید یک تغییر پارادایم از عدم ارتباط تا درهم‌تنیدگی کلی و از قصور تا پذیرش مسئولیت به وجود آید و هر یک از کارمندان به این باور داشته باشند که چگونه عملکردشان می‌تواند روی سینرژی کلی گروه تاثیر بگذارد.

تسلط شخصی

این امر با «متعهد شدن به یادگیری مادام‌العمر» شروع می‌شود و سنگ بنای معنوی یک سازمان یادگیرنده است. تسلط شخصی شامل واقع‌بینانه‌تر شدن، تمرکز بر تبدیل شدن به بهترین فرد ممکن و تلاش برای احساس تعهد و هیجان در مشاغل ما برای تسهیل تحقق پتانسیل‌هاست.

مدل‌های ذهنی

مدل‌های ذهنی باید مدیریت شوند، زیرا مانع از اجرای بینش قدرتمند و شیوه‌های سازمانی جدید می‌شوند. روند با تامل بر خود و کشف ساختارهای اعتقادی و تعمیم عمیق و درک چگونگی تاثیر چشم‌گیر آن در عملکرد ما و زندگی خودمان شروع می‌شود. تا زمانی که تحقق و تمرکز روی پذیرش این مفهوم وجود نداشته باشد، تغییر واقعی هرگز نمی‌تواند رخ دهد.

ایجاد چشم‌اندازهای مشترک

چشم‌اندازها قابل دیکته کردن نیستند، زیرا آن‌ها همیشه با دید شخصی کارمندان که ممکن است با دید رهبر موافق نباشند، آغاز می‌شوند. آنچه لازم است، یک چشم‌انداز واقعی است که تعهدات را در مواقع خوب و بد استخراج کرده و قدرت پیوند یک سازمان با آن را دارد. همان‌طور که پیتر سنجه ادعا می‌کند، [ایجاد] بینش مشترک، تعهد در بلندمدت را تقویت می‌کند.

یادگیری تیمی

یادگیری تیمی از آن‌جا حائز اهمیت است که سازمان‌های مدرن بر اساس کار گروهی فعالیت می‌کنند، به این معنی که اگر اعضای تیم در کنار یکدیگر نتوانند یاد بگیرند، سازمان‌ها نیز نمی‌توانند یاد بگیرند. این فرایند توسعه توانایی برای ایجاد نتایج مطلوب است. بهتر است هدفی در ذهن داشته باشیم و برای دستیابی به آن با هم همکاری کنیم.

قابلیت‌های آنان اهتمام ورزند. بنابراین بقای سازمان‌ها در عرصه رقابت به حفظ، توسعه و بهره‌برداری از قابلیت‌های کارکنان آن منوط شده است و سازمانی که نتواند مهارت، دانش و دانایی خود را توسعه دهد و از آن در افزایش بهره‌وری استفاده کند، قادر نیست هیچ‌یک از منابع خود را به نحو مطلوب توسعه دهد. آموزش کارکنان برای درک نوع فعالیت‌ها و دادن اختیار به آن‌ها برای تصمیم‌گیری باعث می‌شود افراد سازمان نوعی حس مالکیت نسبت به سازمانی که در آن کار می‌کنند، داشته باشند. از این رو مسئولیت فرد در برابر سازمان افزایش یافته و از نظر عواطف و احساسات در وضعیتی قرار دارد که برای تأمین هدف‌ها از هیچ کوششی دریغ نمی‌کنند و با هر مشکلی مواجه می‌شوند. در سازمان‌های یادگیرنده افراد به طور مستمر قابلیت‌های خود را افزایش می‌دهند تا نتایجی را که واقعا می‌خواهند، ایجاد کنند؛ جایی که الگوهای جدید و گسترده تفکر پرورش می‌یابد و جایی که افراد به صورت مداوم یاد می‌گیرند و به یکدیگر یاد می‌دهند. چنین روندی باعث می‌شود فرهنگ بسیار قوی در سازمان حاکم و چشم‌انداز و دیدگاه مشترکی میان نیروی انسانی و سازمان فراهم آید.

شروط لازم برای شکل‌گیری سازمان یادگیرنده

اگر شما هم به عنوان یک مدیر به این فکر می‌کنید که چه خوب است که سازمان شما نیز یک سازمان یادگیرنده شود، باید گفت که این کار مقدمات و شرایطی دارد و باید نشانه‌هایی را در سازمان خود ببینید. بیش از هر چیز، اگر مدیر به لزوم تغییر در سازمان باور داشته باشد، آن‌گاه می‌تواند مدیریت تغییر سازمان خود را عهده‌دار شود. یادگیری سازمانی زمانی اتفاق می‌افتد که بتواند عقاید و دیدگاه‌های موجود را تغییر و دیدگاه جدیدی به وجود آورد. این کار به وسیله ارتباط، تعامل و مشارکت بهتر به تمام سطوح سازمانی منتقل می‌شود. مدیران برای مدیریت تغییر و برای رسیدن به این امر باید همیشه آماده پذیرش تغییرات باشند و کارمندان خود را نیز با این تغییرات همراه کنند. در چنین شرایطی می‌بایست:

- حالت مطلوب سازمانی برای مدیران شناخته شود.
- وضعیت موجود سازمان توصیف شود.
- شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب برای مدیران مشخص شده باشد.

ویژگی سازمان‌های یادگیرنده

پیتر سنجه، نویسنده و محقق برتر در زمینه سازمان‌های یادگیرنده، چند اصل و ویژگی را در این سازمان‌ها ضروری می‌داند که در ادامه به آن اشاره می‌کنیم.

اگر مدیر به لزوم تغییر در سازمان باور داشته باشد، آن‌گاه می‌تواند مدیریت تغییر سازمان خود را عهده‌دار شود. یادگیری سازمانی زمانی اتفاق می‌افتد که بتواند عقاید و دیدگاه‌های موجود را تغییر و دیدگاه جدیدی به وجود آورد. این کار به وسیله ارتباط، تعامل و مشارکت بهتر به تمام سطوح سازمانی منتقل می‌شود

منابع:

- * moyak.com/papers/learning-organization.html
- * hbr.org/199307//building-a-learning-organization
- * toolshero.com/management/five-disciplines-learning-organizations/



راه کارهایی برای ارائه نتایج مالی فعالیت‌های بازاریابی

ارزش‌گذاری ارزش‌ها

مثبت شده‌اند، تا چه اندازه میزان خریدشان افزایش یافته است. به عنوان نمونه‌ای دیگر، می‌توان میزان رضایت مشتریان را قبل و بعد از اجرای برنامه‌های وفاداری اندازه‌گیری کرد و سپس مقایسه‌ای بین میزان خرید مشتریان راضی و ناراضی انجام داد. این مقایسه می‌تواند نشان دهد مشتریان راضی تا چه اندازه در افزایش فروش سازمان تاثیرگذار بوده‌اند.

تعریف ارزش‌های تجاری در سازمان

برای هر واحد سازمانی، ارزش تعریف خاصی دارد. به عنوان نمونه، تعریف ایجاد ارزش از نظر واحد مالی با واحد بازاریابی متفاوت است، یا از نظر واحد فروش، ایجاد ارزش یعنی رشد درآمدهای سازمان، یا از نظر واحد زنجیره تامین، ارزش پیش‌بینی تقاضا تعریف می‌شود. باید ارزش‌های واحد بازاریابی نیز در داخل سازمان به‌درستی تعریف شود تا مدیران سازمان متوجه شوند فعالیت‌های واحد بازاریابی تا چه اندازه اثربخش است. درباره ارزش‌های واحد بازاریابی مهم این است که این ارزش‌ها در ابتدا با دقت و روشن تعریف شوند و سپس به واحدهای دیگر سازمان انتقال پیدا کنند.

استناد بر روندها و آمارهای جهانی

یکی از راه‌کارهای مدیران بازاریابی جهت اقناع مدیران ارشد سازمان مبنی بر تخصیص بودجه بازاریابی، استناد بر

نشان دادن تاثیرات فعالیت‌های بازاریابی بر نتایج مالی کسب‌وکارهای تجاری همواره یکی از چالش‌های جدی مدیران بازاریابی است. این موضوع تا این اندازه جدی است که طبق تحقیقات انجام‌شده از سوی مجله کسب‌وکار هاروارد از ۳۰۰ مدیر ارشد بازاریابی، این موضوع به عنوان چالش جدی برای واحد بازاریابی مطرح شده است. به بیان دیگر، مدیران بازاریابی می‌خواهند نشان دهند فعالیت‌های آن‌ها تا چه اندازه بر رشد مالی شرکت تاثیر گذاشته است و از این طریق بودجه فعالیت‌های جاری خود را از مدیران ارشد سازمان اخذ کنند و مدیران ارشد نیز به دنبال تصمیم‌گیری در خصوص بودجه بازاریابی هستند و باید بر اساس میزان نیاز سازمان بودجه بازاریابی را تخصیص دهند.

مذاکره بین مدیران بازاریابی و مدیران ارشد در برخی از سازمان‌ها با چالش‌های جدی همراه خواهد شد. چون طبق مطالعات The CMO Survey در سال ۲۰۱۹ روی مدیران بازاریابی، پیش‌بینی می‌شود که بودجه بازاریابی در سال ۲۰۲۰ در حدود ۸,۷ درصد در سازمان‌های تجاری افزایش خواهد یافت. این در حالی است که در همین سازمان‌های مورد بررسی نیز طی سال گذشته تا به حال بودجه بازاریابی با افزایش ۶,۳ درصد همراه شده است. روند رو به رشد بودجه بازاریابی طی سه سال گذشته و همچنین پیش‌بینی رشد این موضوع تا سال آینده نشان می‌دهد مدیران بازاریابی وظیفه‌ای سخت بر دوش دارند و باید بیش از گذشته در تلاش باشند تا با متقاعدسازی مدیران ارشد سازمان، بودجه مورد نیاز فعالیت‌های خود را دریافت کنند. برای متقاعدسازی نیاز به بهبود نشان دادن تاثیر فعالیت‌های بازاریابی بر نتایج مالی شرکت وجود دارد. به همین دلیل، در ادامه به برخی از روش‌های پیشنهادی برای بهتر نشان دادن نتایج اقدامات بازاریابی می‌پردازیم.

تعیین شاخص برای ارزش تجاری

مدیران بازاریابی باید دیدگاه جامع‌تری نسبت به ارزش‌های تجاری کسب‌وکارها داشته باشند؛ به این معنا که ارزش‌های ایجادشده از طریق فعالیت‌های بازاریابی را از طریق شاخص‌های موجود به صورت کمی اندازه‌گیری کنند و با ارائه این گزارش‌ها نشان دهند چه ارزش تجاری برای کسب‌وکار ایجاد کرده‌اند. به عنوان نمونه، تغییر نگرش مخاطبان نسبت به برند سازمان یک ارزش تلقی می‌شود که این موضوع را می‌توان از طریق فعالیت‌های تحقیقات بازاریابی اندازه‌گیری کرد و در یک مقایسه نشان داد که افرادی که نسبت به سازمان دچار تغییر نگرش

روندهای رو به رشد جهانی و همچنین مطالعات انجام شده در این حوزه است. با توجه به این موارد، می‌توان دلیل سرمایه‌گذاری در حوزه‌های نوین را توجیه کرد. به عنوان نمونه، طبق مطالعات The CMO Survey در سال ۲۰۱۹ بر روی مدیران بازاریابی، بودجه تجزیه و تحلیل بازاریابی طی سه سال گذشته به صورت پیوسته رو به افزایش بوده و از ۴٫۶ در سال ۲۰۱۷ به ۷٫۲ در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است و پیش‌بینی می‌شود که طی سه سال آینده ۶۱ درصد رشد داشته باشد و به ۱۱٫۶ درصد بودجه بازاریابی برسد. بر اساس همین مطالعات، مدیران بازاریابی افزایش ۲۷ درصدی استفاده از هوش مصنوعی در سال ۲۰۱۸ را خبر دادند و انتظار دارند طی سه سال آینده این موضوع تا ۶۰ درصد افزایش پیدا کند. به عنوان مثال، با اتکا به این مطالعات می‌توان سرمایه‌گذاری سازمان بر هوش مصنوعی یا فرایندهای تجزیه و تحلیل بازاریابی را به‌خوبی توجیه کرد.

تعریف عدم قطعیت‌های بازاریابی

در برخی از مواقع در واحد بازاریابی معیارهایی وجود دارند که به صورت مشخص قابل اندازه‌گیری نیستند و توجیه بودجه چنین فعالیت‌هایی برای مدیران ارشد سازمان به‌سختی صورت می‌پذیرد. وظیفه مدیران بازاریابی است که به‌درستی این معیارها و اهمیت این فعالیت‌ها را در سازمان شرح دهند و شفافیت مناسبی از چرایی عدم اندازه‌گیری درست این معیارها ارائه کنند. به عنوان نمونه، تاثیر فعالیت‌های دیجیتال مارکتینگ در کنار تبلیغات عظیم تلویزیونی شاید از جمله مواردی باشد که اندازه‌گیری مستقل آن به‌سختی صورت می‌پذیرد، یا اندازه‌گیری تاثیر برنامه‌های وفاداری در همین مثال قبلی در کنار تبلیغات تلویزیونی به‌سختی انجام می‌شود.

هماهنگی فعالیت‌های بازاریابی با استراتژی‌های کلان

در برخی از سازمان‌های تجاری نسبت به بودجه‌های بازاریابی حساسیت زیادی وجود دارد و مدیران این سازمان‌های تجاری بر این باورند که فعالیت‌های بازاریابی هزینه‌زا هستند. یکی از وظایف مدیران بازاریابی این موضوع است که نشان دهند فعالیت‌های بازاریابی انجام شده در راستای استراتژی‌های کلان سازمان بوده است و خارج از چهارچوب استراتژیک سازمان فعالیت‌هایی انجام ندادند. تحقق این موضوع می‌تواند با جزئی کردن برنامه‌های استراتژیک



سازمان انجام شود.

ایجاد تحول از طریق بازاریابی

ایجاد تحول در سازمان از طریق فعالیت‌های بازاریابی بسیار می‌تواند در تاثیر این فعالیت متمر ثمر واقع می‌شود. به بیان دیگر، سازمان باید به این جمع‌بندی برسد که فعالیت‌های بازاریابی توانسته است در داخل سازمان تحول ایجاد کند، اما ایجاد تحول در سازمان به‌سختی صورت می‌پذیرد. به همین دلیل مدیران بازاریابی در ابتدای این فرایند، در تلاش هستند تا با انجام برخی از فعالیت‌های کوتاه‌مدت تاثیرات فعالیت‌های خود را در سازمان نشان دهند. به عبارت دیگر، برخی از فعالیت‌ها در سازمان‌ها کوتاه‌مدت هستند و با اصلاح برخی از فرایندها موجب کسب نتیجه مورد نظر به صورت زودبازده می‌شوند. این اصلاحات را اگر نتوان به عنوان یک تحول عظیم در سازمان یاد کرد، اما می‌توان اظهار کرد که این اصلاحات تغییراتی را در سازمان ایجاد کرده و موجب بهبود فرایندهای سازمان شده است. از طرفی، انجام چنین فعالیت‌های کوتاه‌مدت و اثربخشی می‌تواند در افزایش انگیزه تیم بازاریابی متمر ثمر واقع شود و نشان دهد که فعالیت‌های این تیم اثربخش ظاهر شده است.

نمایش پیشرفت‌های مداوم بازاریابی

اعتبار بیشتر فعالیت‌های بازاریابی زمانی ایجاد می‌شود که بتوان نشان داد در فعالیت‌های بازاریابی پیشرفت‌های مداوم ایجاد شده است. این مهم در فعالیت‌های بلندمدت و میان‌مدت بسیار حائز اهمیت است. به عنوان نمونه در فعالیت‌های برندینگ با توجه به این که نوع این چنین فعالیت‌هایی بلندمدت است، تیم بازاریابی باید دائماً پیشرفت در این حوزه را به نمایش بگذارد. البته نشان دادن این پیشرفت نیازمند نقشه راه آن فعالیت مورد نظر است. به این صورت که اگر نقشه راه برای فعالیت‌های بازاریابی وجود داشته باشد، طبق این نقشه راه می‌توان هر مرحله از این نقشه راه را به‌خوبی به نمایش گذاشت.

جلسات یک به یک

تجربه نشان می‌دهد که جلسات ماهانه‌ای که تمامی مدیران ارشد سازمان حضور دارند، محل مناسبی برای ارائه گزارش‌های بازاریابی نیست، چون در این جلسات معمولاً انتقاد بسیار زیادی نسبت به یکدیگر مطرح می‌شود و به‌خوبی نمی‌توان تاثیر فعالیت‌های بازاریابی در نتایج مالی را نشان داد. به بیان دیگر، توصیه می‌شود قبل از برگزاری این جلسات، گزارش‌های بازاریابی برای مدیران و افراد تاثیرگذار در جلسات ماهانه ارسال و طی جلسه حضوری برای این افراد توضیح داده شود تا از این طریق اگر انتقادی نسبت به گزارش‌ها و فعالیت‌های بازاریابی وجود دارد، به صورت فردی این موارد مطرح شود و قبل از برگزاری جلسات ماهانه، موارد مورد انتقاد اصلاح شود.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که بازاریابی علم مدرن و رو به رشدی است و پذیرش تمام و کمال آن نیازمند زمان و صرف هزینه‌های بسیار زیادی است تا بتوان به عنوان فرهنگ سازمانی مورد پذیرش لایه‌های مختلف سازمان قرار گیرد، اما در صورتی که مورد پذیرش قرار گیرد، به عنوان سرمایه استراتژیک سازمان تلقی می‌شود.

در برخی از مواقع در واحد بازاریابی معیارهایی وجود دارند که به صورت مشخص قابل اندازه‌گیری نیستند و توجیه بودجه چنین فعالیت‌هایی برای مدیران ارشد سازمان به‌سختی صورت می‌پذیرد. وظیفه مدیران بازاریابی است که به‌درستی این معیارها و اهمیت این فعالیت‌ها را در سازمان شرح دهند و شفافیت مناسبی از چرایی عدم اندازه‌گیری درست این معیارها ارائه کنند

بررسی سیاست‌های
مسئولیت اجتماعی
سازمان‌های تجاری

تبلیغات باطعم مسئولیت اجتماعی

در ادبیات بازاریابی، نسل آخر برندهای تجاری به برندهایی گفته می‌شود که برای خود رویکرد اجتماعی و فرهنگی مشخصی دارند. در حقیقت این برندها در تلاش هستند با تشکیل اجتماعات برند و خلق ارزش برند در این اجتماعات، مسیر خود را ادامه دهند. رویکرد فرهنگی این برندها با ایفای نقش فعال در جریان‌های فرهنگی به یک تصویر ذهنی تبدیل می‌شود. به همین دلیل برندهایی که در سیر تکامل خود به این نقطه رسیده‌اند، در راستای مسئولیت اجتماعی و محیط زیست فعالیت‌های مرتب انجام می‌دهند. این موضوع باعث شده طی سال‌های گذشته بسیاری از کسب و کارهای ایرانی بر روی مسئولیت اجتماعی سرمایه‌گذاری جدی انجام دهند، اما با بررسی فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی این کسب و کارها، این موضوع نمایان می‌شود که بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده یا در حد جنبه تبلیغاتی آن خلاصه شده است، یا آن‌قدر نامرتب با فعالیت‌های آن کسب و کار بوده که تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر برند این کسب و کار تجاری نگذاشته است. این که کسب و کارهای ایرانی باید چه سیاستی را در قبال فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی دنبال کنند، بهانه‌ای شد تا در این مطلب به برخی از این سیاست‌های مرتبط با حوزه مسئولیت اجتماعی بپردازیم.

مسئولیت اجتماعی؛ آری!

برخی از برندهای تجاری علاوه بر شهرت و هویت بصری، برنامه استراتژیک برند همراه با تعیین جایگاه و هویت برند دارند، به این معنا که گروه مخاطب خود را به‌درستی می‌شناسند و بخشی از بازار را برای فعالیت‌های برندینگ انتخاب کرده‌اند و در تلاش هستند در این بخش از بازار برای خود جایگاه‌سازی کنند. هویت برند این کسب و کارهای تجاری نیز رفتارهای بازاریابی، تبلیغات و... را تحت تاثیر قرار می‌دهد. این برندهای تجاری برای این که مشتریان بیشتری آن‌ها را دوست داشته باشند، بر روی مسائل فرهنگی و اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند و این موضوع باعث انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی این کسب و کارهای تجاری می‌شود.

عدم ارتباط بین هویت برند و مسئولیت اجتماعی

عدم ارتباط بین هویت برند کسب و کارهای تجاری با مسئولیت اجتماعی این شرکت‌ها، یکی از مشکلات جدی این حوزه است که باعث هدر رفتن بخش عمده‌ای از بودجه بازاریابی و تبلیغات کسب و کارهای تجاری خواهد شد. به معنای دیگر، کسب و کارهای تجاری باید در تلاش باشند روی فعالیت‌هایی در حوزه مسئولیت اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند که با هویت برند آن‌ها هم‌سو باشد. این هم‌سویی در راستای توجه کسب و کارهای تجاری به دغدغه‌های فرهنگی، زیست‌محیطی و... است و باعث می‌شود تصویر ذهنی مناسبی را در ذهن مخاطبان ایجاد کند. در حقیقت کسب و کارهای تجاری با سرمایه‌گذاری در این حوزه به مخاطبان خود نشان می‌دهند که نه تنها در برابر سهام‌دارانشان مسئول هستند، بلکه در مقابل جامعه و محیط زیست در فعالیت‌های مرتبط با کسب و کارشان پاسخگو هستند. به عنوان نمونه، شرکت ایکیا که یکی از مهم‌ترین مواد اولیه آن پنبه است، با استفاده از تکنولوژی‌های مدرن در تلاش است با

مسئولیت اجتماعی؛ خیر!

شکل اولیه و ساده برندهای تجاری، عرضه محصولاتی با کیفیت به بازار است که این موضوع رفته رفته به مفهومی تبدیل می‌شود که مخاطبان را به آن‌ها وفادار می‌سازد، اما با این حال مخاطبان هیچ‌گونه هویت بصری یا تداعی مشترکی از برند این کسب و کار تجاری در ذهن خود ندارند. واقعیت موضوع این است که سرمایه‌گذاری بر روی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی برای این کسب و کارهای تجاری اولویت ندارد، چون این کسب و کارها قبل از انجام هر اقدامی در حوزه مسئولیت اجتماعی، باید بر روی برندسازی سرمایه‌گذاری جدی انجام دهند. به بیان دیگر، سرمایه‌گذاری این کسب و کارهای تجاری در حوزه مسئولیت اجتماعی صرفاً باعث هدر رفتن بودجه بازاریابی و تبلیغات مجموعه خواهد شد و تاثیر چندانی به جهت وفادارسازی مشتریان در ذهن آن‌ها نمی‌گذارد.

شده تجدید نظری در خصوص بودجه بازاریابی و تبلیغات خود داشته باشند، سرمایه‌گذاری بر روی مسئولیت اجتماعی اولویت چندم کسب‌وکارهای تجاری قرار گرفته است. این در حالی است که با اتخاذ سیاست تهاثر می‌توان به موضوع مسئولیت اجتماعی نیز رسیدگی کرد و با اتکا به ظرفیت‌های داخل سازمانی، فعالیت‌های مناسبی را در خصوص مسئولیت اجتماعی برنامه‌ریزی و اجرا کرد.

استفاده از سمن‌ها

در حال حاضر نهادهای مدنی بسیار زیادی در داخل کشور در حوزه‌های مختلف مشغول به کار هستند که صورت‌های مالی شفافی دارند و مورد اعتماد عموم جامعه هستند. این نهادهای مدنی فرصتی را پیش روی کسب‌وکارهای تجاری قرار داده‌اند تا با استفاده از آن‌ها فعالیت‌های مناسبی را در حوزه مسئولیت اجتماعی ترتیب داد. با توجه به این که سیاست تهاثر در حال حاضر یکی از موارد قابل اجرا در حوزه مسئولیت اجتماعی است، می‌توان با استفاده از سیاست تهاثر و با اتکا به ظرفیت‌های سمن‌های مختلف، فعالیت‌های مشترکی در حوزه مسئولیت اجتماعی ترتیب داد. از طرفی، یکی از مزیت‌های استفاده از سمن‌ها این موضوع است که با توجه به این که سرمایه‌گذاری مستقیم برندهای تجاری در حوزه مسئولیت اجتماعی نیاز به صرف انرژی بسیار زیادی دارد و احتمال شکست پروژه‌های این حوزه نیز بسیار زیاد است، می‌توان از تجارب سمن‌ها استفاده کرد و سرمایه‌گذاری مناسبی در این حوزه انجام داد.

تکیه بر جنبه تبلیغاتی

طی چند سال گذشته بسیاری از کسب‌وکارها در جهت دیده شدن و فعالیت‌های تبلیغاتی، اقدام به سرمایه‌گذاری در حوزه مسئولیت اجتماعی کرده‌اند. هنگامی که تنها جنبه تبلیغاتی موضوع مسئولیت اجتماعی مورد نظر باشد، در بسیاری از مواقع واکنش مخاطبان نسبت به این فعالیت‌ها مثبت نیست و حتی نسبت به برند آن کسب‌وکار انتقادات تندی را وارد می‌کنند. به همین دلیل باید قبل از اجرای پروژه‌های مسئولیت اجتماعی، برنامه‌ریزی مناسبی در حوزه‌های ارتباطاتی انجام داد، تا از این طریق بتوان به‌درستی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را به ثمر رساند. البته ذکر این نکته نیز بسیار حائز اهمیت است که مسئولیت اجتماعی هنگامی که درباره دغدغه‌های مردم باشد و صرفاً ظاهری و تبلیغاتی نباشد، می‌تواند اثربخش ظاهر شود. در پایان همواره برای مدیران ارشد سازمان‌های تجاری نرخ بازگشت سرمایه بسیار حائز اهمیت است؛ به این معنا که وقتی بر روی فعالیتی سرمایه‌گذاری می‌کنند، پس از چه بازه زمانی، چه مقدار سرمایه حاصل از این اقدام به سازمان باز خواهد گشت. اما فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی از آن دسته اقداماتی است که اگر با دید کوتاه‌مدت به آن نگاه شود، به احتمال بسیار زیاد نرخ بازگشت سرمایه آن‌ها بسیار پایین خواهد بود. به همین دلیل باید در پروژه‌های مسئولیت اجتماعی دیدگاه بلندمدت اتخاذ شود و تأثیرات این موضوع در بازه‌های زمانی مختلف بر ذهن مخاطبان مورد سنجش قرار گیرد. به بیان دیگر، یکی از اقداماتی که در این راستا می‌توان انجام داد، این موضوع است که با استفاده از ابزارهای تحقیقات بازاریابی، نگرش مخاطبان قبل و بعد از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی نسبت به برند کسب‌وکار مورد سنجش قرار گیرد تا از این طریق بتوان به ارزیابی درستی دست یافت که آیا فعالیت انجام‌شده در حوزه مسئولیت اجتماعی توانسته است تأثیرات قابل انتظار را در ذهن مخاطبان ایجاد کند، و تا چه اندازه این موضوع منجر به افزایش وفاداری مشتریان و در نهایت افزایش خرید آن‌ها شده است.



کمترین ضرر زیست‌محیطی در فرایند کاشت و برداشت، پنبه مورد نیاز خود را تامین کند، یا شرکت H & M که یکی از تولیدکنندگان پوشاک است، سرمایه‌گذاری بسیار زیادی در حوزه ایمنی محل کار کرده است.

تحقیقات و مطالعات چه می‌گویند؟

بر اساس مطالعات انجام‌شده Kone در سال ۲۰۱۷، ۸۷ درصد از مخاطبان تمایل دارند محصولاتی را خریداری کنند که تولیدکنندگان آن محصولات پاسخ مناسبی نسبت به دغدغه‌های فرهنگی و محیط زیستی آن‌ها ارائه کنند، ۷۶ درصد آن‌ها بیان کردند که در صورتی که این تولیدکنندگان حامی مسائلی باشند که برخلاف عقایدشان باشد، از خرید محصولات آن کسب‌وکار خودداری می‌کنند. با توجه به آماري که مطرح شد، بر اساس آخرین گزارش آینده‌پژوهی ایران در سال ۱۳۹۷، پیامدها و بحران آب، ریزگردها، آلودگی هوا، تخریب منابع خاک و... از جمله مهم‌ترین دغدغه مردم ایران در سال ۱۳۹۷ نسبت به مسائل زیست‌محیطی بوده است. بحران‌ها و مسائل مرتبط با موضوع آب حتی در بین تمامی مسائل اعم از سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... با بیشترین حساسیت مورد بررسی قرار گرفته شده است و مهم‌ترین دغدغه مردم ایران از نظر این گزارش تلقی می‌شود. سازمان‌های تجاری قبل از سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی باید تحلیل درستی از روندهای حائز اهمیت در داخل کشور داشته باشند تا از این طریق بتوانند بر روی موضوعاتی سرمایه‌گذاری کنند که بخش بیشتری از دغدغه ذهنی مخاطبان ایرانی را پاسخ می‌دهد.

تهاثر در شرایط تهدید

در شرایط فعلی اقتصادی که بسیاری از کسب‌وکارها با تهدیدات محیطی جدی همراه هستند و این موضوع باعث

عدم ارتباط بین هویت برند کسب‌وکارهای تجاری با مسئولیت اجتماعی این شرکت‌ها، یکی از مشکلات جدی این حوزه است که باعث هدر رفتن بخش عمده‌ای از بودجه بازاریابی و تبلیغات کسب‌وکارهای تجاری خواهد شد. به معنای دیگر، کسب‌وکارهای تجاری باید در تلاش باشند روی فعالیت‌هایی در حوزه مسئولیت اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند که با هویت برند آن‌ها هم‌سو باشد

بایدها و نبایدهای ایجاد و حفظ فرهنگ سازمانی

وقتی کارمندان هم‌زبان می‌شوند

این موضوع است که هر یک از این معیارها و ارزش‌ها باید از سوی خود کارمندان تعریف شود و سپس مقایسه‌ای بین تعاریف کارمندان و تعاریف استاندارد این ارزش‌ها و معیارها انجام شود. از طرفی، طبق مطالعات Deloitte، ۲۸ درصد از مدیران، فرهنگ سازمان خود را درک می‌کنند. این مطالعات نشان می‌دهد حتی پس از کشف معیارها و ارزش‌های مشترک نیز بیشتر مدیران نمی‌توانند آن را درک کنند. حال در نظر بگیرید که این مدیران قصد دارند این فرهنگ سازمانی را در سازمان نهادینه کنند. با توجه به این موضوع، تعریف درست فرهنگ سازمانی در این بخش بسیار حائز اهمیت است و باید گروهی که در این زمینه خبره هستند، وظیفه تعیین ارزش‌ها و معیارهای مشترک سازمان را بر عهده گیرند.

الگوبرداری کارمندان

در کسب‌وکارهای نوپا تا زمانی که اندازه سازمان افزایش نیافته است، الگوبرداری از مدیران ارشد می‌تواند فرهنگ سازمانی را شکل دهد، اما با توسعه کسب‌وکار، امکان مشاهده رفتار مدیران ارشد از سوی تمامی کارمندان سازمان مهیا نیست. این موضوع لزوم تدوین فرهنگ سازمان را بیش از پیش ایجاب می‌کند. نکته حائز اهمیت این است که پس از تدوین فرهنگ سازمانی، باید مدیران سازمان به عنوان الگوی این فرهنگ سازمانی باشند. از طرفی، در هر سازمانی کارمندان وجود دارند که خود را به عنوان سفیران سازمان جایگاه‌سازی

هر سازمان تجاری فرهنگ خاص خود را دارد؛ فرهنگی که به صورت مکتوب یا نانوشته به عنوان مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌های مشترک بر رفتار و اندیشه کارکنان یک سازمان تجاری اثر می‌گذارد و می‌توان نقطه شروعی برای حرکت و پویایی، یا مانعی در راه پیشرفت به شمار آید. تفاوت در فرهنگ سازمانی را می‌توان در میزان اعمال کنترل بر تفکر و رفتار کارمندان جست‌وجو کرد. این مسئله در ابتدای ورود کارمندان به سازمان آغاز می‌شود و اتکا به سیستم‌های تشویق و تنبیه، کارمندان را با فرهنگ سازمانی هم‌گام می‌کند.

زمانی می‌توان گفت که فرهنگ سازمانی در کسب‌وکاری ایجاد شده است که به اصطلاحات رایج در آن سازمان مراجعه شود. به عنوان نمونه، در دیزنی، به «مشتری»، «مهمان» گفته می‌شود؛ «مهمان» اصطلاحی است که در فرهنگ سازمانی دیزنی جای گرفته و کارمندان به آن باور دارند. لزوم ایجاد فرهنگی مشخص در سازمان‌های تجاری بر هیچ مدیر ارشدی پوشیده نیست و در حال حاضر در بیشتر کسب‌وکارهای تجاری بر روی این موضوع سرمایه‌گذاری‌های جدی انجام شده است. طبق مطالعات انجام‌شده از سوی گارتنر، مدیریت و بهبود فرهنگ یکی از اولویت‌های اصلی مدیران ارشد سازمان‌های تجاری است و هر شرکت به طور متوسط در هر سال برای بهبود فرهنگ ۲۲۰۰ دلار هزینه می‌کند، که بخش عمده این هزینه به مشاوران، نظرسنجی‌ها و کارگاه‌های آموزشی تخصیص داده می‌شود. با این حال تنها ۳۰ درصد از این سازمان‌های تجاری با بازدهی مناسبی حاصل از این سرمایه‌گذاری همراه خواهند شد. این‌که چگونه باید فرهنگ سازمانی را ایجاد کرد و فعالیت‌های مورد نیاز برای حفظ آن چه مواردی هستند، بهانه‌ای شد تا در این مطلب به بایدها و نبایدهای ایجاد و حفظ فرهنگ سازمانی در کسب‌وکارهای ایرانی بپردازیم.

تعیین ارزش‌های مشترک

تعیین ارزش و معیارهای مشترک در سازمان اولین گام در جهت ایجاد فرهنگ سازمانی است. به بیان دیگر، باید زبان مشترک همه کارمندان سازمان مشخص شود تا از این طریق بتوان فرهنگ سازمانی را کشف کرد. برای تعیین این موضوع نیاز به انجام نظرسنجی، مصاحبه‌های عمیق و گروه‌های کانونی در داخل سازمان وجود دارد. معمولاً پیشنهاد می‌شود برای تعیین این ارزش‌ها و معیارها در ابتدا بر روی تحقیقات کیفی سرمایه‌گذاری کرد و سپس برای تایید فعالیت‌های انجام‌شده، تحقیقات کمی نیز انجام داد. نکته حائز اهمیت



کرده‌اند. سرمایه‌گذاری بر روی این کارمندان نیز بسیار حائز اهمیت است و می‌توان با الگوبرداری از آن‌ها، فرهنگ را در داخل و بیرون سازمان اشاعه داد. به بیان دیگر، هر سازمانی نیاز دارد معیارها و ارزش‌های تعیین‌شده را به‌خوبی در داخل سازمان منتشر کند. چون بدون الگوبرداری و عدم وجود افرادی که سایر کارمندان بتوانند از آن‌ها الگوبرداری کنند، معیارها و ارزش‌های تعیین‌شده فرهنگ سازمانی فقط در حد محتوایی بر روی کاغذ باقی می‌مانند و هیچ‌گونه تاثیری بر روی فرهنگ سازمان نمی‌گذارند.

توصیه برای بهبود

گارتنر با بررسی بیش از ۷۵۰۰ کارمند و نزدیک به ۲۰۰ مدیر منابع انسانی و انجام مصاحبه عمیق با ۱۰۰ مدیر منابع انسانی توصیه می‌کند در سازمان‌های تجاری باید از سه اشتباه در خصوص موارد مرتبط با فرهنگ سازمانی خودداری کرد.

۱. برای توصیف فرهنگ سازمانی از صفت‌های ساده استفاده نشود

مدیران ارشد سازمان‌های تجاری در فرهنگ سازمانی تمایل دارند از صفت‌های بیش از حد معمول استفاده کنند. این در حالی است که این صفت‌های معمولی در واقعیت مزیت چشم‌گیری را در داخل سازمان ایجاد نمی‌کند و به جای استفاده از صفت‌های رایج مورد استفاده قرار گرفته‌شده در بیشتر کسب‌وکارهای تجاری، می‌توان با تحلیل و بررسی مناسب بر روی موارد قابل تامل فرهنگ سازمانی دست گذاشت. به عنوان نمونه، در حال حاضر بیشتر مدیران منابع انسانی تمایل دارند فرهنگ نوآوری را در داخل سازمان داشته باشند، اما واقعیت موجود این است که این صفت در بسیاری از سازمان‌ها به عنوان فرهنگ سازمانی وجود ندارد، یا در بیشتر سازمان‌های تجاری فرهنگ مشتری‌مداری، جزو ارزش‌های سازمان به شمار می‌رود، اما واقعیت این سازمان‌ها این است که حتی مدیران ارشد نیز ذره‌ای در راستای افزایش رضایت

ارزش‌هایی مانند نوآوری و مشتری‌مداری دست پیدا کند، باید در جهت عملیاتی شدن این موضوع نیز گامی بردارد و این موضوع صرفاً به تدوین و تعیین ارزش‌ها خلاصه نشود.

۲. فرهنگ سازمانی را با داده اندازه‌گیری نکنید
به صورت کلی، فرهنگ احساسی نامشهود در داخل سازمان است و نباید به صورت کمی مورد اندازه‌گیری قرار گیرد و در صورت انجام نظرسنجی درباره فرهنگ در داخل سازمان نیز باید پاسخ‌ها به صورت باز در نظر گرفته شود تا مدیران ارشد کسب‌وکار بتوانند به‌خوبی بازخورد کارمندان در خصوص فرهنگ سازمانی را دریافت کنند. در این میان، باید امکان این موضوع وجود داشته باشد که برای کارمندان شرایطی اتخاذ شود که آن‌ها بدون ترس نظرات و انتقادات خود را نسبت به فرهنگ سازمانی بیان کنند. چون مطالعات گانتنر در این زمینه نشان می‌دهد ۶۹ درصد از کارمندان به اهداف فرهنگ سازمانی تعیین‌شده از سوی مدیران ارشد سازمان اعتقادی ندارند و ۷۸ درصد این افراد حتی این فرهنگ سازمانی را درک نمی‌کنند و ۹۰ درصد آن‌ها نیز رفتاری هم‌سو با این فرهنگ سازمانی را از خود نشان نمی‌دهند. محققان این حوزه بر این باورند که مدیران ارشد باید محیطی را فراهم کنند تا کارمندان بتوانند در خصوص فرهنگ سازمانی به‌خوبی انتقادات خود را مطرح کنند.

۳. سیستم‌های پشتیبانی از تغییرات فرهنگ سازمانی را تغییر دهید

ایجاد فرهنگ سازمانی مناسب در سازمان مثبت ارزیابی می‌شود، اما این موضوع نیازمند اتکا به سیستم مناسبی در حوزه مدیریت عملکرد است. به این معنا که اگر در سیستم مدیریت عملکرد، بخش عمده‌ای از کارمندان امتیازات پایینی را دریافت کنند، در داخل سازمان محیطی ایجاد می‌شود که کارمندان برای کسب امتیاز بیشتر به جای همکاری با یکدیگر فقط رقابت می‌کنند. در چنین شرایطی فرهنگ سازمانی با مشکلات جدی همراه خواهد شد و نمی‌توان به‌خوبی معیارها و ارزش‌های مورد نظر را در سازمان اشاعه داد. بنابراین در صورت اتخاذ سیستم مدیریت عملکرد، این موضوع می‌تواند با نظر کارمندان طراحی شود تا امکان اجرایی شدن آن افزایش پیدا کند و میزان رضایت از آن نیز در حد قابل قبولی باشد.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که فرهنگ سازمانی شخصیت هر سازمان است و سرمایه‌گذاری در این حوزه طی سال‌های گذشته بسیار افزایش یافته است و بسیاری از برندهای بین‌المللی از این طریق توانسته‌اند با افزایش بهره‌وری همراه شوند، اما طراحی و پیاده‌سازی این موضوع نیازمند به‌کارگیری تیمی خبره در این زمینه است که تجربه اجرایی مناسبی در راستای تعیین ارزش‌های مشترک و حفظ آن در داخل سازمان داشته باشند. ساختن فرهنگ قوی در سازمان‌های تجاری یک شبه اتفاق نمی‌افتد، اما می‌توان اولین قدم‌های آن را با گفت‌وگوی مناسب با کارمندان و ایجاد چشم‌اندازی روشن از هدف این اقدام پیش برد. این موضوع خالی از لطف نیست که حتی تغییرات کوچک در ذهن کارمندان می‌تواند تفاوت‌های بزرگی در توسعه فرهنگ شرکت ایجاد کند.

در کسب‌وکارهای نوپا تا زمانی که اندازه سازمان افزایش نیافته است، الگوبرداری از مدیران ارشد می‌تواند فرهنگ سازمانی را شکل دهد، اما با توسعه کسب‌وکار، امکان مشاهده رفتار مدیران ارشد از سوی تمامی کارمندان سازمان مهیا نیست. این موضوع لزوم تدوین فرهنگ سازمان را بیش از پیش ایجاب می‌کند



بهترین کشورها برای کارآفرینی کدام هستند؟

در صف کارآفرینی

ندارد. در برخی از کشورها فقط کسانی می‌توانند خودشان را به عنوان کارآفرین به جامعه معرفی کنند که به لحاظ سیاسی به جایی وصل باشند. اما در برخی از دیگر مناطق نیازی نیست فرد حتی به لحاظ سیاسی موضع‌گیری و اعلام موضع کند. به‌رحال عوامل مختلفی در این زمینه دست دارند. آمریکای لاتین دومین نقطه جهان است که تعداد زیادی کارآفرین در آن وجود دارد. اما در کشورهایی از منطقه مثل مکزیک درحالی‌که کارآفرینی رواج دارد، خبری از کارهای خلاقانه و نوآورانه نیست. در واقع در کارآفرینی باید خلاقیت و نوآوری هم وجود داشته باشد. اما در این منطقه خبری از نوآوری نیست. این خودش می‌تواند یک مسئله قابل بررسی باشد. بسیاری از شرکت‌ها در مکزیک بسیار کوچک هستند و اصولاً نمی‌توانند در زمینه کارآفرینی و خلاقیت حرفی برای گفتن داشته باشند. به این ترتیب، در این مناطق کارآفرین‌ها به لحاظ بهره‌وری هم در سطح پایین‌تری قرار دارند.

دوران طفولیت کارآفرینی

آفریقای جنوبی یکی دیگر از مناطقی است که اخیراً تلاش کرده در زمینه خلق استارت‌آپ‌های نو حرفی برای گفتن داشته باشد. به گزارش ان‌بی‌سی، اکثر استارت‌آپ‌هایی هم که در این منطقه ایجاد می‌شوند، پتانسیل‌هایی برای توسعه دارند. اما این منطقه هنوز راه درازی در پیش دارد تا خودش را به عنوان یک منطقه کارآفرین دوست معرفی کند. فضا یا همان اکوسیستم کسب‌وکار در این منطقه جای پیشرفت زیادی دارد و تا زمانی‌که این فضا فراهم نشود، نمی‌توان آفریقای جنوبی را در زمینه کارآفرینی در نقطه مناسبی دید. در واقع کارآفرینی در این منطقه هنوز دوران طفولیت خود را می‌گذراند. درحالی‌که آمریکایی لاتین و آفریقا هنوز باید تلاش کنند تا در زمینه کارآفرینی به حد خوب و مطلوبی برسند، در برخی از دیگر مناطق مثل آسیا شرایط به نظر بهتر می‌آید. رشد اقتصادی در آسیا بستر حاصل‌خیزی را برای کسب‌وکارها در این منطقه فراهم کرده است. کشورها می‌توانند به‌راحتی پیشرفت کنند. وضعیت اجتماعی نیز در آسیا به گونه‌ای است که فضا را برای کارآفرینی مطلوب‌تر می‌کند. شرکت‌های آسیایی هم وضعیت بهتری دارند. آن‌ها به‌راحتی خودشان را با محیط وفق می‌دهند و مطابق با آن پیش می‌روند. البته شرایط اقتصادی کشورهای آسیایی هم با هم تفاوت دارد. برخی وضعیت

اقتصادهای مختلف در جهان وضعیت برابری ندارند. برخی حال خوشی دارند و برخی هم با فقر و فلاکت دست‌وپنجه نرم می‌کنند. شرایط کارآفرینی هم در این اقتصادها با هم فرق دارد. در برخی از کشورها می‌توان به‌راحتی کسب‌وکاری نو آفرید و آن را رشد داد، اما در برخی از دیگر کشورها شرایط بد اقتصادی مانع از رشد کارآفرین‌ها می‌شود. درحالی‌که در تعدادی از کشورها کارآفرین‌ها در قفس هستند و نمی‌توانند کاری را تولید و به جامعه عرضه کنند، در بسیاری از دیگر کشورها کارآفرین‌ها می‌توانند فضایی برای رشد و توسعه اقتصادی آن کشور هم فراهم کنند. اما کدام کشورها بهترین شرایط را برای کارآفرینی دارند؟ دانشگاه ییل در این زمینه پژوهشی انجام داده و برخی کشورها را معرفی کرده که در آن‌ها شاخص کارآفرینی وضعیت مطلوبی دارد. نگاهی به آن‌ها خالی از لطف نیست.

در اقتصاد همه چیز را می‌توان با شاخص‌های مختلف اندازه‌گیری کرد. دنیای کارآفرینی هم در اقتصاد، شاخصی مربوط به خودش دارد که نشان می‌دهد وضعیت کارآفرینی در کدام نقاط جهان مطلوب و در کدام نقاط نامطلوب است. واقعیت این است که برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار تازه مسائل مختلفی تاثیرگذار هستند. یعنی این فقط اقتصاد نیست که می‌تواند روی رشد و توسعه یک کار تازه اثر بگذارد، بلکه مسائلی مثل جامعه، سیاست و فرهنگ هم به اندازه اقتصاد بر رشد کارآفرینی تاثیر خواهند داشت. شبکه‌های جهانی طوری طراحی شده تا بتوانند فرصت‌هایی را برای کارآفرینی فراهم کنند. به‌رحال کارآفرینی در بستری اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی خلق می‌شود و خدمات خود را به جامعه عرضه می‌کند. در برخی از کشورها، کارآفرین‌ها افرادی با سواد و سطح تحصیلات بسیار بالا هستند. اما در برخی از دیگر کشورها کارآفرین الزاماً نیازی به مدرک تحصیلی و سطح بالای تحصیلات

بهتری دارند. اما به صورت کلی، محیط برای کارآفرینی در آسیا نسبت به آفریقا و آمریکای لاتین بهتر است. هر چه تقاضا در آسیا بیشتر می‌شود، این وضعیت هم مطلوب‌تر می‌شود. اما در برخی از نقاط دنیا کارآفرینی مطلوب‌ترین وضعیت را دارد و آن‌ها همان کشورهای توسعه‌یافته‌ای هستند که می‌توانند بستری مناسب برای کارآفرینی فراهم کنند.

رقابت توسعه‌یافته‌ها

کشورهای توسعه‌یافته در زمینه اقتصاد مدام با هم در رقابت هستند. کارآفرینی یکی از حوزه‌هایی است که این کشورها در آن با یکدیگر رقابت می‌کنند. اما کدام کشورها رتبه بهتری دارند؟ آلمان جزو اقتصادهای بزرگ جهان است که اخیراً با مشکلاتی مواجه شده است. این اقتصاد پیشرفته سال‌ها در زمینه شاخص کارآفرینی رتبه اول را به خود اختصاص داده بود. اما اخیراً جای خود را به ژاپن داده است. به این ترتیب، اکنون ژاپن رتبه اول را در زمینه شاخص کارآفرینی در جهان دارد. بسیاری از کشورهای شرق آسیا بعد از بحران بزرگ اقتصادی نتوانستند به‌درستی روی پای خود بایستند. اما از میان همه آن‌ها، ژاپن توانسته به حد رضایت‌بخشی در اقتصاد دست پیدا کند. و حالا این کشور در زمینه کارآفرینی در جهان حرف اول را می‌زند و رتبه اول را به خودش اختصاص داده است. در سال ۲۰۱۸ کشورهای دیگری توانسته‌اند در شاخص کارآفرینی به وضعیتی مطلوب برسند که نگاهی به آن‌ها به‌خوبی نشان می‌دهد این رقابت کلاً مختص اقتصادهای توسعه‌یافته است. ایالات متحده یکی از کشورهایی است که بهترین وضعیت را برای کارآفرین‌های خود فراهم کرده است. بعد از آن نیز بریتانیا و سوئیس وضعیت خوبی را نشان می‌دهند. این‌ها، یعنی ژاپن، آلمان، آمریکا، بریتانیا و سوئیس، جزو پنج کشوری هستند که بهترین وضعیت را برای کارآفرینی دارند. این اقتصادها توانسته‌اند تمامی منابع مورد نیاز برای کارآفرین‌ها را فراهم کنند و در عین حال از آن‌ها حمایت می‌کنند تا رشد کنند. هر چند رقابت در حقیقت میان کشورهای توسعه‌یافته است، اما برخی از کشورهای جهان در حال توسعه هم توانسته‌اند وضعیت خوبی در زمینه کارآفرینی داشته باشند. برای مثال امارات متحده عربی جزو کشورهایی است که وضعیت خوبی در زمینه کارآفرینی دارد.

از ژاپن تا کره جنوبی

ژاپن یکی از مهم‌ترین کشورهای جهان در زمینه فناوری است؛ یکی از کشورهای بسیار توسعه‌یافته که حالا در زمینه کارآفرینی

موفق شده رتبه نخست را در جهان کسب

کند. این کشور شرق آسیایی از چهار جزیره

اصلی تشکیل شده و با بیش از ۱۲۶ میلیون جمعیت

توانسته رتبه خوبی را در زمینه کارآفرینی در جهان به

دست آورد. این کشور موفق شده در زمینه کسب‌وکار نوعی

سبک غربی را به کار بگیرد که نتیجه‌بخش بوده و توانسته

وضعیت خوبی را برای اقتصاد این کشور ایجاد کند. آلمان

که رتبه دوم را در کارآفرینی در جهان دارد، توانسته با ثبات

اقتصادی فضای خوبی برای کارآفرینی فراهم کند. این کشور

پرجمعیت‌ترین کشور اروپاست و به نظر می‌رسد آینده‌ای

درخشان در زمینه کارآفرینی خواهد داشت. ایالات متحده

اقتصاد غالب جهان است و به عبارتی، در زمینه اقتصادی بر

جهان سلطه دارد. این اقتصاد در زمینه کارآفرینی رتبه سوم

را در جهان دارد. این کشور تلاش دارد با قوانین آزاد اقتصادی

به رشد کارآفرینی کمک کند و به نوعی بهترین فضا را برای

کارآفرین‌ها فراهم آورد. این کشور در زمینه کارآفرینی جزو

پیش‌گامان در جهان بوده و بیش از هر جایی شناخته شده

است. سوئیس کشوری کوچک است، اما همین کشور کوچک

به لحاظ فضای کارآفرینی به قدری موفق عمل کرده که

توانسته رتبه چهارم را در این زمینه در میان کشورهای جهان

به خودش اختصاص دهد. این کشور یکی از ثروتمندترین

کشورهای جهان به شمار می‌آید که توانسته طی قرن‌ها به

نوعی ثبات اقتصادی و سیاسی دست پیدا کند. بریتانیا هم

که این روزها درگیر برگزیت یا خروج از اتحادیه اروپاست،

پنجمین اقتصاد خوب جهان به لحاظ کارآفرینی است. این

اقتصاد توانسته شرایط بسیار مطلوبی را برای کارآفرین‌ها فراهم

کند. اما اخیراً خروج این کشور از اتحادیه اروپا نوعی ناآرامی برای

اقتصاد بریتانیا به همراه آورده که می‌تواند منجر به شکست‌های

بزرگی شود. حالا باید دید خروج این کشور از اتحادیه اروپا چه

شرایطی را برای آن ایجاد خواهد کرد. کانادا ششمین کشور

در زمینه کارآفرینی است و انتظار می‌رود در آینده شرایطش

بهتر نیز بشود. سوئد رتبه هفتم را در این زمینه در جهان به

خود اختصاص داده است. این کشور از سال‌های بسیار دور در

زمینه کارآفرینی تلاش کرده و اکنون حاصل آن را می‌بیند. و

در نهایت کره جنوبی جزو یکی از مهم‌ترین کشورهایی است که

توانسته رتبه هشتم را در زمینه کارآفرینی در جهان به خودش

اختصاص دهد. این کشور یکی از پیشرفته‌ترین اقتصادهای

جهان به شمار می‌آید و نقش بسیار مهمی در اقتصاد جهان

ایفا می‌کند. روی هم‌رفته این اقتصادها هر کدام به طریقی موفق

شده‌اند وضعیت را برای کارآفرین‌ها بهبود بخشند و در نتیجه

رتبه خوبی را در زمینه شاخص کارآفرینی کسب

کرده‌اند. به‌هرحال کارآفرینی یکی از مهم‌ترین

حوزه‌های اقتصاد است که می‌تواند به توسعه

اقتصادی یک کشور بسیار کمک کند. کافی است

اقتصادها فضای مناسب و بستر مطلوب را برای رشد و

توسعه کارآفرینی فراهم کنند.

بسیاری از کشورهای شرق آسیا بعد از بحران بزرگ اقتصادی نتوانستند به‌درستی روی پای خود بایستند. اما از میان همه آن‌ها، ژاپن توانسته به حد رضایت‌بخشی در اقتصاد دست پیدا کند. و حالا این کشور در زمینه کارآفرینی در جهان حرف اول را به خودش اختصاص داده است



نگاهی به چگونگی استفاده از کوچینگ در سازمان‌های تجاری

تغییر با استفاده از تسهیل‌گری

مختلف اعم از شنودگی فعال، پرسیدن سوالات موثر و ارائه بازخورد به افراد، آن‌ها را به آگاهی می‌رسانند و از این طریق، خود این افراد به نقشه راه تغییر برای پیشبرد اهدافشان دست پیدا می‌کنند. این که فرایند کوچینگ چگونه می‌تواند در کسب‌وکارهای تجاری باعث ایجاد تغییرات مثبت شود، بهانه‌ای شد تا در این مطلب نگاهی به چگونگی استفاده از کوچینگ در سازمان‌های تجاری داشته باشیم.

چرا کوچینگ؟

محیط سازمان‌های تجاری دائما در حال تغییر است؛ تغییراتی که فعالیت کسب‌وکارهای تجاری را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. عدم هم‌گام شدن با این تغییرات، منجر به شکست کسب‌وکارهای تجاری خواهد شد. این رویکرد منجر به این موضوع شده تا کسب‌وکارهای تجاری دائما در حال تغییر و بهبود فرایندهای داخل سازمانی باشند. اما همان‌طور که بیان شد، امر تغییر مسئله‌ای سخت و نفس‌گیر است و معمولا با مقاومت جدی از سوی افراد همراه خواهد شد. از طرفی، وجود مشاوران سازمانی که معمولا در رده‌های مدیریتی بایدها و نبایدهای سازمانی را تعیین می‌کنند نیز با مقاومت و دافعه از سوی کارمندان همراه خواهند شد. به این معنا که با توجه به پیچیدگی‌های موجود در هر سازمانی، مشاوران سازمان نمی‌توانند متمرکز واقع شوند و سیاست‌گذاری این افراد در بسیاری از مواقع با شکست مواجه خواهد شد. این در حالی است که یکی از رویکردهای نوین

تغییر برای هر انسانی سخت است؛ از کسی که سعی در تغییر شغل داشته باشد تا کسی که نیاز به کسب مهارت جدید دارد. حتی در برخی از مواقع بهبود روابط انسانی و حتی کنار گذاشتن عادت بد نیز نیازمند ایجاد تغییر است، اما با این که برای بسیاری از افراد تغییر امری ضروری است، انسان‌ها به صورت ذاتی نسبت به ایجاد تغییر موضع دارند و با مقاومت نسبت به تغییر در تلاش هستند وضعیت موجود را حفظ کنند. این در حالی است که تغییر گامی اساسی و استراتژیک در جهت تحقق پتانسیل‌های خود و رسیدن به اهدافشان، چه در زندگی کاری و چه در زندگی شخصی، به شمار می‌رود.

در حال حاضر یکی از رویکردهای نوین در حوزه تغییرات فردی و سازمانی، استفاده از کوچینگ است؛ به این معنا که افراد برای دست یافتن به تغییر نیازمند افرادی تحت عنوان مربی یا همان کوچ هستند؛ فردی که بتواند آن‌ها را پشتیبانی کند و به جای تعیین بایدها و نبایدها و نصیحت این افراد، از آن‌ها سوال کند، مشتاقانه گوش کند، دیدگاه و نگرش فردی آن‌ها را کشف کند و یک رابطه دلسوزانه با آن‌ها برقرار کند. در حقیقت وظیفه فردی که به عنوان کوچ مشغول به کار است، این است که برای ایجاد یک تغییر به افراد کمک کند و به آن‌ها فرصت یادگیری دهد. به بیان دیگر، کوچ‌ها تسهیل‌گرانی هستند که با استفاده از ابزارهای

مبارزه

آبتین ایزدی

کارشناس ارشد کسب‌وکار

در این حوزه که مجله کسب‌وکار هاروارد نیز تاکید به‌سزایی بر آن داشته است، استفاده از کوچینگ به جهت تغییرات و بهبود فرایندهای سازمان است. در حقیقت افرادی که به صورت کوچ در سازمان‌های تجاری حضور می‌یابند، به عنوان یک شنونده فعال در بین کارمندان هستند و در گروه‌های کاری مختلف، در تلاش هستند راه‌کارهای بهبود را از دل خود همین گروه‌های تیمی استخراج کنند. به بیان دیگر، در کوچینگ باید‌ها و نباید‌ها به صورت مشاوره ارائه نخواهد شد، بلکه با استفاده از متدولوژی‌های این حوزه، افراد به سمت کشف راه‌های بهبود هدایت می‌شوند و در نهایت باور افراد سازمان بر این خواهد شد که خودشان راه‌کارهای استراتژیک بهبود را کشف کرده‌اند. به همین دلیل ضمانت اجرایی آن نیز افزایش پیدا می‌کند.

آمارها چه می‌گویند؟

بر اساس مطالعات انجام‌شده مجله کسب‌وکار هاروارد، ۸۰ تا ۹۰ درصد از مشاغل مدیریتی و رهبری نیازمند توانایی کوچینگ هستند. بر اساس همین مطالعات، آموزش و کوچینگ منجر به افزایش ۸۸ درصدی بهره‌وری خواهد شد. در تیم‌های فروش دو ساعت کوچینگ در هر ماه می‌تواند حدود ۹۰ درصد تحقق اهداف فروش را میسر سازد. این در حالی است که کوچینگ ضعیف احتمال ترک کار بیش از ۶۰ درصد کارمندان را ایجاد می‌کند.

تربیت مربی در سازمان

در حال حاضر وجود مربی در لایه‌های مختلف سازمان برای ایجاد بهبود و تغییرات لازم امری ضروری است. به بیان دیگر، نمی‌توان در هر سازمان تنها فردی را به عنوان کوچ استخدام کرد و تمامی تغییرات لازم را در این فرد طلب کرد. به همین دلیل برای ایجاد تغییرات مناسب در سازمان نیاز است در لایه‌های مختلف سازمان، افراد به عنوان کوچ حضور اثربخشی داشته باشند و این مهم نیازمند آموزش کارمندان است. در حال حاضر بیشتر سازمان‌های تجاری با برگزاری کارگاه‌های کوچینگ در داخل سازمان برای مدیران و کارشناسان ارشد لایه‌های مختلف، درصد تربیت کوچ هستند تا از این طریق بتوانند در هر واحد سازمانی افرادی داشته باشند که توان مدیریت تغییر از طریق کوچینگ را داشته باشند. البته ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که کوچ‌ها تنها تغییرات لازم را با کارمندان زبردست خود انجام نمی‌دهند و در برخی از موارد نیاز است که کوچ‌ها بر روی مدیران بالادستی خود کار کنند.

با توجه به این‌که شرح تفصیلی مهارت کوچینگ از حوصله این مطلب خارج است، در ادامه به نکات حائز اهمیت جهت کوچینگ سازمانی اشاره خواهد شد. قطعاً کوچ شدن نیاز به تمرین و تکرار در محیط واقعی دارد و تنها مطالعه متدولوژی این موضوع نمی‌تواند افراد را به یک کوچ تاثیرگذار تبدیل کند.

۱. شناخت کارمندان

افرادی که به عنوان کوچ در سازمان‌های تجاری حضور دارند، قبل از شروع فرایند کوچینگ باید شناخت درستی از افرادی که قرار است مورد تغییر قرار گیرند، پیدا کنند. شناخت درست این افراد به این معناست که دقیقاً این افراد چه نقاط قوت و ضعفی دارند و چالش‌های کاری این افراد به چه صورت است. برای دست یافتن به این اطلاعات از

افراد، می‌توان از آزمون‌های روان‌شناسی و رفتارشناسی مختلفی استفاده کرد تا از این طریق بتوان رفتارهای افراد را دسته‌بندی کرد. به عنوان نمونه تست دیسک یکی از تست‌های کاربردی در این زمینه است که می‌تواند رفتار کارمندان در داخل سازمان را به‌خوبی نشان دهد.

۲. هدف‌گذاری

برای فرایند کوچینگ پس از شناخت درست افراد باید اهداف تغییر و بهبود فرایند مشخص شود؛ به این معنا که در حال حاضر وضعیت سازمان یا واحد سازمانی خاص در چه شرایطی است و قرار است از طریق تغییر طی بازه زمانی تعیین‌شده به چه هدفی دست پیدا کند. معمولاً اهداف تعیین‌شده باید از برنامه استراتژیک تدوین‌شده سازمان استخراج و برای تحقق این اهداف استراتژیک، از کوچینگ استفاده شود. به عنوان نمونه، افزایش فروش ۱۰ درصدی یکی از اهداف کلان سازمان است که تیم فروش باید در جهت تحقق این اهداف، به راه‌کارهای استراتژیکی دست پیدا کند و بازار خود را افزایش دهد. برای توسعه بازار نیاز به استفاده از راه‌حل‌های خلاقانه وجود دارد و کشف این راه‌حل‌های خلاقانه می‌تواند از طریق کوچینگ انجام شود و منجر به تغییر در داخل سازمان شود.

۳. دریافت بازخورد

تا هنگامی که بازخورد نسبت به عملکرد سازمانی ارائه نشود، بهبود حاصل نمی‌شود. در حقیقت بدون انتقاد سازنده نمی‌توان به پیشرفتی دست پیدا کرد. در فرایند کوچینگ ارائه بازخورد امری بسیار حیاتی است. به بیان دیگر، کوچ باید به کارمندان بازخورد ارائه کند و نوع بیان این بازخورد می‌تواند به صورت سازنده باشد تا از این طریق بتوان طی بازه زمانی معین‌شده، فعالیت‌های سازمانی بهبود پیدا کند.

۴. مدیریت تضاد بین فردی

معمولاً در فرایند تغییر، تضاد بین افراد گروه‌های کاری زیاد است. این تضاد ناشی از نگرش‌های این افراد نسبت به موضوع است و اختلاف نظر را ایجاد می‌کند. یکی از وظایف کوچ‌ها مدیریت این تضادهای بین فردی و بهبود روابط افراد در گروه‌های کاری است.

۵. ایجاد انگیزه در گروه

مسیر تغییرات سازمانی پرفرازونشیب است و در بعضی مواقع کارمندان را خسته و دل‌زده می‌کند. به همین دلیل نیاز است انگیزه گروه‌های کاری طی فرایند تغییر در سطح قابل قبولی نگه داشته شود و این موضوع نیز یکی از وظایف مهم کوچ‌هاست که باید در تلاش باشند انگیزه افراد را با برگزاری جشن‌های کوچک، قدردانی، انعکاس دستاوردهای اعضای تیم و... افزایش دهند.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که هر فردی توانایی کوچ شدن در داخل سازمان را ندارد. این‌که سازمان‌های تجاری با سرمایه‌گذاری در این حوزه و برگزاری کارگاه‌های کوچینگ درصدد تربیت کوچ هستند، بسیار مثبت ارزیابی می‌شود، اما قطعاً نمی‌توان از دل این کارگاه‌های کوچینگ، همه افراد را به صورت کوچ وارد لایه‌های مختلف سازمان کرد. چون بسیاری از افراد توانایی کوچ شدن را ندارند و در صورت عدم ارزیابی این افراد، سازمان در مسیر تغییر با مشکلات جدی همراه خواهد شد.

در حال حاضر وجود مربی در لایه‌های مختلف سازمان برای ایجاد بهبود و تغییرات لازم امری ضروری است. به بیان دیگر، نمی‌توان در هر سازمان تنها فردی را به عنوان کوچ استخدام کرد و تمامی تغییرات لازم را از این فرد طلب کرد. به همین دلیل برای ایجاد تغییرات مناسب در سازمان نیاز است در لایه‌های مختلف سازمان، افراد به عنوان کوچ حضور اثربخشی داشته باشند



چگونه خشم خود را کنترل کنیم؟

آرامش در حضور دیگران

• دلچسپیت

می‌کشد تا افکار خود را قبل از گفتن هر چیزی جمع‌آوری کنید، و به دیگری که در این وضعیت هستند نیز اجازه دهید همین کار را انجام دهند.

هنگامی که آرام هستید، عصبانیت خود را ابراز کنید

به محض این که فکر می‌کنید آرام هستید، ناراحتی و عصبانیت خود را به روشی منطقی به طرف مقابل نشان دهید. نگرانی‌ها و نیازهای خود را به روشنی و مستقیم، بدون آسیب رساندن به دیگران یا تلاش برای کنترل آن‌ها بیان کنید.

کمی ورزش کنید

شاید شما هم شنیده‌اید که به فردی که عصبانی می‌شود، می‌گویند بیرون رفته و راه برو. فعالیت بدنی می‌تواند به کاهش استرس که باعث عصبانیت شما می‌شود، کمک کند. اگر احساس می‌کنید عصبانیت در حال افزایش است، یک پیاده‌روی سریع یا دویدن انجام دهید، یا مدتی را صرف انجام سایر فعالیت‌های بدنی لذت‌بخش کنید تا ذهن شما آرام شود.

شمارش معکوس

اگر عصبانیت شما زیاد است، از ۱۰۰ شروع به شمردن کنید تا به ۱ برسید. هنگامی که شما این کار را انجام می‌دهید، در زمان شمردن، ضربان قلب شما کند خواهد شد و احتمالاً عصبانیت شما فروکش خواهد کرد.

نفس عمیق بکشید

سعی کنید روی تنفس خود تمرکز کنید. بر اساس اطلاعات موجود یکی از دلایلی که باعث عصبانیت در افراد می‌شود، ریتم تنفسی است. بهتر است زمانی که عصبانی هستید، نفس عمیق بکشید تا مقداری از عصبانیت شما کاسته شود. نفس

آیا وقتی کسی در ترافیک پشت سر شما بوق می‌زند، عصبانی می‌شوید؟ آیا وقتی کودک شما از گوش کردن به حرف‌هایتان امتناع می‌ورزد، کنترل رفتار خود را از دست می‌دهید؟ خشم و عصبانیت یک احساس طبیعی در بدن هر فرد سالمی است. با این حال، می‌تواند به تناسب محرک آن یا شدت‌های مختلفی ایجاد شود. در این موارد، احساسات می‌تواند مانع تصمیم‌گیری فرد، آسیب روابط و آسیب‌های فیزیکی شود. با مدیریت و کنترل عصبانیت می‌توان میزان آسیب‌های ناشی از خشم را کاهش داد.

عصبانیت یک پاسخ متداول به تجارب ناامیدکننده یا تهدیدآمیز است. هم‌چنین می‌تواند یک پاسخ ثانویه به غم، تنهایی یا ترس باشد. در برخی موارد نیز ممکن است احساسات از هیچ‌جا سرچشمه نگیرد. احساس عصبانیت اغلب و در حد شدید می‌تواند بر روابط و سلامت روان و کیفیت زندگی فرد تاثیر بگذارد. سرکوب و حفظ عصبانیت هم‌چنین می‌تواند تاثیری مخرب و ماندگار در زندگی فرد داشته باشد. طبق آخرین آمارها در سال ۲۰۱۵ حداقل ۷.۸ درصد از مردم ایالات متحده عصبانیت از نوع نامناسب، شدید و غیرقابل کنترل را تجربه کرده‌اند. این در بین مردان بالغ شایع‌تر بوده است. ابزارها و تکنیک‌ها می‌توانند به افراد کمک کنند تا با محرک‌های عصبانیت کنار بیایند و به روشی سالم‌تر به آن‌ها پاسخ دهند. اگر برای کنترل خشم آماده هستید، می‌توانید با در نظر گرفتن نکاتی مانند ذیل تا حد زیادی به خود کمک کنید.

قبل از صحبت کردن فکر کنید

در گرمای دعوا و عصبانیت لحظه‌ای به‌راحتی می‌توان چیزی را گفت که بعداً پشیمانی به بار آورد. اما تنها چند لحظه طول

عمیق در زمان عصبانیت نباید فراموش شود، زیرا یکی از راه‌های مهم برای مبارزه با خشم و عصبانیت است.

جملاتی بگویید که آرامتان کند

یک کلمه یا عبارت را پیدا کنید که به شما در آرامش و تمرکز مجدد کمک می‌کند. وقتی ناراحت و عصبانی شدید، آن کلمه را دوباره و دوباره برای خود تکرار کنید. این کلمه می‌تواند «آرام باش»، «سخت نگیر» و «درست خواهد شد» باشد.

به بدنتان کش و قوس دهید

کشش گردن و شانه نمونه‌های خوبی از حرکات بی‌تحرك مانند یوگا است که می‌تواند در کنترل بدن و مهار احساسات به شما کمک کند. هیچ تجهیزات فانتزی نیز برای این کار لازم نیست. تنها نیاز است که کش و قوسی به بدن خود دهید تا بتوانید از شر تنش‌های فیزیکی و روحی خلاص شوید.

چیزی بنویسید

سعی کنید خشم خود را روی کاغذ خالی کنید! نوشتن در زمان عصبانیت و خشم، به دست یافتن به آرامش کمک می‌کند و می‌تواند در کنترل و غلبه بر عصبانیت و خشم نیز موثر باشد. بهتر است کلماتی را که در زمان عصبانیت از آن‌ها استفاده می‌کنید، روی کاغذ بنویسید و سعی کنید در زمان خشم و عصبانیت دیگر آن کلمات را به کار نبرید. با این اوصاف هنگامی که عصبانیت شما فروکش کرد و به نوشته‌ها برگردید و آن‌ها را بخوانید، خواهید دید که تا چه اندازه مغرضانه برداشت کرده بودید و شاید از این‌که این حرف‌ها را زبانی به طرف مقابل نگفتید و او را آزار ندادید، خوشحال شوید.

چیزی بخورید

بسیاری نوشیدن یک لیوان آب خنک در هنگام عصبانیت را مانند آب روی آتش می‌دانند. بنابراین سعی کنید در هنگام عصبانیت یک لیوان آب بخورید، یا دست‌کم چیزی مانند یک شکلات بخورید. آب نوشیدن به رفع عصبانیت کمک می‌کند. به همین دلیل است که همیشه در زمان عصبانیت به افرادی که عصبانی هستند، گفته می‌شود آب بنوشند تا از شدت عصبانیت آن‌ها کم شود، زیرا نوشیدن آب باعث می‌شود به مغز اکسیژن برسد.

موسیقی گوش کنید

آهنگی را برای خود پخش کنید که می‌تواند آرامتان کند. به معجزه موسیقی ایمان داشته باشید. بگذارید موسیقی شما را از احساسات بدتان دور کند. هدفون را در گوشتان قرار دهید و به اتاقتان یا محل خلوتی مانند پارک بروید. موسیقی مورد علاقه خود را پلی کنید و سعی کنید عصبانیتتان را فراموش کنید. اگر گریه‌تان گرفت، خود را تخلیه کنید.

حرف زدن را متوقف کنید

هنگامی که دود از کله‌تان بلند می‌شود، ممکن است وسوسه شوید که اجازه دهید کلمات عصبانی از زبان شما جاری شوند، اما احتمالاً بیشتر از آن‌که این سخنان ماجرا را ختم به خیر کنند، آسیب‌زننده هستند. وانمود کنید که لب‌های شما بسته است، دقیقاً مثل کودکان این کار را انجام دهید. این لحظه بدون صحبت کردن به شما فرصت می‌دهد تا افکار خود را جمع کنید و از ادامه جر و بحث بپرهیزید. سعی کنید گذشت

کنید! گذشت به معنای فراموش کردن مسئله نیست، بلکه گذشت به معنای رها کردن خود از خشم است؛ گذشت نشانه کنترل انسان بر احساساتش است، نه نشانه ضعف.

محیط را ترک کنید

اگر عصبانیت شما از نوع شدید است، بهتر است هنگامی که عصبانی شدید، محیط را ترک کنید و روی تنفستان کار کنید. دور از دیگران بنشینید. در این زمان آرام می‌توانید وقایع را پردازش کنید و احساسات خود را با بی‌طرفی و به گونه‌ای منطقی نشان دهید. به این فکر کنید که آیا واقعا اهمیت دارد؟! قبل از این‌که بحثی را شروع کنید، به خود فکر کنید آیا موضوع مورد اختلاف واقعا ارزش دارد که شما را عصبانی کند؟ یا می‌توانید به سادگی از آن بگذرید؟ یا طور دیگری رفتار کنید. حتی ممکن است شما زمانی را که دور از دیگران هستید، بسیار مفید ببینید و آن را به برنامه روزمره خود اضافه کنید. در حقیقت زمانی را به مدیتیشن و خلوت با خود اختصاص دهید.

کاری انجام دهید

انرژی عصبانی خود را مهار کنید. بعضی‌ها کاغذ برمی‌دارند و پشت سر هم امضا می‌کنند، یک عده ظرف می‌شویند، عده‌ای دوش می‌گیرند، یکی نقاشی می‌کشد یا باغبانی می‌کند و دیگری یادداشتی برای دوستی می‌نویسد. سعی کنید کاری مفید انجام دهید تا انرژی و احساسات خود را در چیزی سالم و پربازده‌تر بریزید. به این وسیله خود را آرام کنید! روش‌هایی مانند تنفس عمیق، شست‌وشوی دست و صورت، نوشیدن آب و پیاده‌روی در کاهش خشم و عصبانیت موثر است. ریلکسیشن (آرام‌سازی) نیز یکی از روش‌های موثر برای کاهش خشم و اضطراب است.

سازش کنید

بهتر است قانع باشید و سازش کنید. بسیاری از مسائل در این دنیا تغییرناپذیرند. پس بهتر است حداقل برای این نوع مسائل هم که شده، خود را عصبانی نکرد. زیرا با عصبانیت در این مواقع نمی‌توان کاری را پیش برد. پس بهتر است به جای عصبانی شدن، وضعیت موجود را بپذیرفت و با آن سازگار شد. بیشتر ما علاقه به سازش نداریم، اما وقتی یاد بگیریم سازش بهتر از خشم طولانی‌مدت است، می‌توانیم زندگی آرام‌تری داشته باشیم.

روال روتین خود را تغییر دهید

اگر هر روز مسئله‌ای موجب عصبانیت شما می‌شود، سعی کنید آن را رفع کنید. اگر رفتن به سر کار بدون خوردن قهوه به دلیل تنگی وقت موجب کج خلقی شما می‌شود، سعی کنید این روش را تغییر دهید. صبح زودتر بیدار شوید، قهوه یا چای بخورید و برای رفتن به سرکار مسیری جدید پیدا کنید. گزینه‌هایی را در نظر بگیرید که ممکن است بیشتر طول بکشد، اما در پایان مسیر ناراحتی و عصبانیت شما کمتر می‌شود.

با یک دوست صحبت کنید

اگر حادثه‌ای شما را غمگین و عصبانی کرده، با یک دوست مورد اعتماد درد دل کنید. به خودتان کمک کنید تا با گفت‌وگو با یک دوست قابل اعتماد و پشتیبان که احتمالاً می‌تواند دیدگاه

جدیدی را ارائه دهد، آن‌چه را که اتفاق افتاده، پردازش کنید. به این صورت هم خود را خالی کرده‌اید و هم از مشورت‌های یک فرد دیگر نیز بهره‌مند شده و دنیا را از زاویه دید او نیز دیده‌اید.

بخندید

هیچ چیز مانند خندیدن نمی‌تواند آبی روی آتش باشد. عصبانیت خود را با جست‌وجوی راه‌هایی برای خندیدن، مانند بازی کردن با بچه‌ها، یا دیدن یک فیلم کمدی و استندآپ فروکش کنید. حتی می‌توانید سری به فیلم‌های قدیمی خود که از لحظات ناب با دوستانتان گرفته‌اید، بزنید تا روحیه‌تان عوض شود و خنده روی لب‌هایتان بیاید.

سعی کنید خشم خود را روی کاغذ خالی کنید! نوشتن در زمان عصبانیت و خشم، به دست یافتن به آرامش کمک می‌کند و می‌تواند در کنترل و غلبه بر عصبانیت و خشم نیز موثر باشد. بهتر است کلماتی را که در زمان عصبانیت از آن‌ها استفاده می‌کنید، روی کاغذ بنویسید و سعی کنید در زمان خشم و عصبانیت دیگر آن کلمات را به کار نبرید



ارزش تبلیغات حتی در شرایط رکود!

تورم قطع یا کاهش دستمزدها، کاهش قدرت خرید مردم و وضعیت بد اقتصادی حقایقی است که بر مشتریان در تمام بازارهای مالی اثرگذار است. به همان نسبتی که مردم بیشتر درباره بحران اقتصادی مطالعه می‌کنند، به همان نسبت نیز بر تاثیرات بحران بر زندگی خود تمرکز و توجه می‌کنند (به عبارتی اثرات منفی روانی بحران اقتصادی بر زندگی، رفتار خرید و میزان و نوع مصرف مشتریان).

روانشناسی تبلیغات

روانشناسی تبلیغات مجموعه فاکتورهایی است که جنبه‌های روان‌شناختی مصرف‌کنندگان را پیش‌بینی می‌کند.

- مکانیسم: ابتدا به طور عمده با به‌کارگیری علم روان‌کاوی افراد را از طریق تکرار یک شعار تبلیغاتی یا تصاویر شرطی می‌کنند. هدف این تکرار متقاعد کردن مصرف‌کننده به خرید است.
- متقاعدکننده: هدف تولید یک محصول بالاتر از محصول معادل رقبای آن است. برای انجام این کار، اطلاعات مربوط به ویژگی‌های محصول را می‌دهند و آن‌ها را با سایر موارد مشابه مقایسه می‌کنند.
- طرح: طرح بر الگوها، فرهنگ و شیوه زندگی افراد متمرکز است. در این روش، معمولاً محصولات را مطابق با منافع یا عقاید فردی نشان می‌دهند. علاوه بر این، علوم جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی نیز در این روش مهم است.
- پیش‌گویی: در نهایت این استراتژی به تکنیک‌های روان‌کاوی می‌پردازد تا افکار ما را بخواند. اساساً بر اضطراب، ترس و استرس مصرف‌کننده تمرکز می‌کند و تلاش می‌کند آن‌ها را متقاعد کند که یک محصول «جادویی» وجود دارد که از سوی ما، فقط برای آن‌ها طراحی شده است.

رکود در تعریف اقتصادی به دو دوره سه ماهه پیاپی رشد منفی در اقتصاد یک کشور اطلاق می‌شود؛ دوره‌ای که کاهش معنی‌دار در چهار عامل تولید، درآمد، اشتغال و تجارت ایجاد شود. این دوره معمولاً حداقل بین شش ماه تا یک سال است. به این ترتیب، رکود اقتصادی بر این اساس به معنای کاهش روند رشد تولید ناخالص داخلی واقعی است.

رفتار مشتری در پاسخ به بحران اقتصادی

الگوی خرید مردم در زمان‌های سخت و استرس‌آور نظیر بحران اقتصادی میل به تغییر دارد. مشتریان نسبت به هر گونه تغییر در وضعیت اقتصادی پیرامون خود، به صورت تغییر در میزان مصرف **consumption** واکنش نشان می‌دهند. بحران اقتصادی نه تنها از بعد اقتصادی، بلکه از بعد روانی نیز بر افراد جامعه تاثیر می‌گذارد، به طوری که مردم تمایل به نگهداری و پس‌انداز پول پیدا می‌کنند و نمی‌خواهند پول زیادی برای کالاها مصرف کنند، حتی اگر استطاعت مالی نیز داشته باشند. در شرایط بحران اقتصادی افراد جامعه بیشتر کالاهای ضروری را خریداری می‌کنند و به سمت خرید نام‌های تجاری ارزان‌تر می‌روند. همچنین آن‌ها شروع به مقایسه محصولات مختلف می‌کنند و بر اساس قیمت و کیفیت کالا، تصمیم به خرید می‌گیرند. فرایند خرید در این موقعیت می‌تواند از رفتار هدفمند و برنامه‌ریزی‌شده یا یک رفتار بر اساس تصمیم‌گیری محدود به سمت رفتار خرید بر اساس تصمیم‌گیری گسترده تغییر یابد. به عبارت دیگر، رفتار خرید قبل از بحران مالی بر اساس تصمیم‌گیری گسترده و جمع‌آوری اطلاعات درباره کالا یا خدماتی خاص نبوده است، ولی بعد از بحران، فرایند خرید افراد جامعه پیچیده‌تر شده است. رشد بی‌کاری، افزایش

پژوهش‌های

دکتر مجتبی پیرزاد

کارشناس کارآفرینی و توسعه بازار و عضو هیئت علمی دانشگاه

روانشناسی اجتماعی

علم بررسی تاثیر رفتار توده بر فرد است. تصمیم به خرید از متغیرهای مختلفی تاثیر می‌پذیرد. مثلا ممکن است ما قیمت، کیفیت، سابقه و خیلی موارد دیگر را برای تصمیم‌گیری در مورد خرید یک محصول مورد بررسی قرار دهیم، اما پیروی از خرد جمعی در بیشتر مواقع تاثیرگذارترین متغیر مستقل بر متغیر وابسته خرید بوده است.

کاربردهای تبلیغات

تبلیغات دارای ویژگی‌های مشترک زیر هستند:

* هدف‌گذاری در تبلیغات: هدف‌گذاری باید دقیق باشد، انتخاب رسانه باید دقیق باشد. تفکر خلاق باید دقیق صورت بگیرد و همه این‌ها باید از شرح دقیقی از اهداف تعیین‌شده نشئت بگیرند.

* چگونگی انتخاب مخاطبان: انتخاب درست مخاطبان هدف، موفقیت تبلیغ را به دنبال خواهد داشت و انتخاب نادرست، موجب اتلاف پول، فرصت و زمان خواهد شد. انتخاب مخاطبان تبلیغات، پیچیده‌تر از آن چیزی است که به نظر می‌رسد.

* تهیه و تدوین پیام تبلیغاتی: مهم‌ترین بخش یک فعالیت تبلیغاتی، محتوای پیام آن است. پیام تبلیغاتی می‌بایست توجه مخاطبان را به خود جلب کند و برای این منظور باید از بینش و خلاقیت استفاده کرد.

* اجرای یک برنامه تبلیغاتی: این برنامه مستلزم صرف هزینه است. بنابراین تبلیغات به عنوان یکی از سرفصل‌های هزینه‌های مالی سازمان‌ها محسوب می‌شود و از نظر هزینه‌ای هیچ تفاوتی با سایر هزینه‌های سازمان ندارد.

ارزش تبلیغات در خلال یک رکود اقتصادی

تاریخ اثبات کرده است که حفظ یا افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه تبلیغات در دوران رکود اقتصادی سبب افزایش فروش و سهم بازار، هم در خلال و هم بعد از دوران رکود می‌گردد. حقایقی در این رابطه وجود دارد که عبارتند از: ۱. حفظ یا

افزایش سطح بودجه تبلیغاتی در خلال رکود اقتصادی ممکن است جهت حفظ موقعیت بازار فروش شما در مقابل رقبا ضروری باشد. ۲. چنانچه در خلال یک رکود اقتصادی، حضور تبلیغاتی شما حفظ گردد، درحالی‌که رقبای شما بودجه تبلیغاتی خود را قطع کرده‌اند، شما به طور خودکار، اشتراک فکری (share of mind) موسسه یا برند (نام تجاری) خود را افزایش داده‌اید. ۳. انجام تبلیغات مناسب و کافی، هم در زمان رشد و هم رکود اقتصادی، حفظ شناخت برند تجاری شما را تقویت و حمایت خواهد کرد. (به عبارتی، به عدم فراموشی نام تجاری شما کمک خواهد کرد). ۴. حفظ تبلیغات شرکت تجاری شما در خلال رکود اقتصادی، تصویر ثبات تجاری شما را در یک محیط تجاری پرهرج‌ومرج و آشفته در نزد رقبای حفظ و تقویت می‌کند و به تبلیغ‌کنندگان، شانس برتری

تبلیغات رسانه‌ای برای برند یا شرکت تجاری شما را می‌دهد. ۵. رکود اقتصادی به تبلیغ‌کنندگان تهاجمی (aggressive advertiser) و شجاع پاداش و به تبلیغ‌کنندگان ترسو و خجول (timid advertiser) تاوان می‌دهد و آن‌ها را جریمه می‌کند. ۶. در خلال یک رکود اقتصادی، تلاش‌های قوی در حوزه تبلیغاتی/بازاریابی به استحکام و یکپارچگی خریداران محصولات و خدمات شما کمک می‌کند و سبب رشد و بهبود فضای کسب‌وکار شرکت شما پس از دوران رکود می‌گردد.

• این نکته را به یاد داشته باشید که زمانی که فضای کسب‌وکار خوب است، بهتر است تبلیغات کنیم. (you should advertise) زمانی که شرایط اقتصادی مطلوب نیست، باید تبلیغ کنیم. (you must advertise)

چگونه یک استراتژی تبلیغاتی را ایجاد کنیم؟

داشتن یک استراتژی تبلیغاتی می‌تواند از طرح بازاریابی و طرح تجاری یک شرکت حمایت کند. تهیه این استراتژی مستلزم عبور از مراحل است که شامل موارد ذیل است:

انجام یک آنالیز SWOT: این اقدام می‌تواند در جهت گسترش استراتژی ارتباطی یک تاجر با بازار و مشتریان خود مفید باشد، چنانچه این تجزیه و تحلیل به طور مناسبی انجام شود، از طریق ارزیابی «نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و چالش‌ها» در رابطه با طرح تجاری مورد نظر، می‌توان به یک تصویر تمام‌نما از بازار محصول یا خدمات خود دست یافت. جهت انجام این آنالیز، دو بخش عمده را بایستی انجام داد:

بررسی (Assessment): بررسی وضعیت اخیر بازار، سوابق و تاریخچه فعالیت تجاری مورد نظر و این‌که چه مسائلی در بازار رخ می‌دهد و در حال تداوم است؟ تمایل، گرایش‌ها و روند بازار چیست؟ و دورنمای آینده طرح تجاری مورد نظر چگونه است؟ همچنین وضعیت محصول یا خدمات مورد نظر، ارزیابی رقبا و گرایش‌های مشتری، همه از نکاتی هستند که باید مورد بررسی قرار گیرند.

عمل (Action): توجه به این‌که مشتریان یک شرکت در زمینه مهم‌ترین فرصت‌ها یا مشکلات پیش روی طرح تجاری مورد نظر، بهتر است چه کارهایی انجام دهند و این‌که یک شرکت با نام تجاری خود، چه کارهایی را باید انجام دهد؟ جایگاه محصول خود را مجدداً ارتقا بخشید، زیرا شما برای نام تجاری خود ارزش قائلید و این امر مهم‌تر از به دست آوردن دلارهای اضافی و سود بیشتر است. روی هویت‌بخشی قوی‌تر محصول خود سرمایه‌گذاری کنید و با ارتقای مرغوبیت و کیفیت آن، با خواست و رضایت مشتریان خود همراه شوید. از روش‌های سنتی و جدید تبلیغاتی نظیر اینترنت و طراحی وبسایت برای به دست آوردن مشتریان جدید و جوان‌تر استفاده کنید.



الگوی خرید مردم در

زمان‌های سخت و

استرس‌آور نظیر بحران

اقتصادی میل به تغییر

دارد. مشتریان نسبت به

هر گونه تغییر در وضعیت

اقتصادی پیرامون خود،

به صورت تغییر در میزان

مصرف consumption

واکنش نشان می‌هند. بحران

اقتصادی نه تنها از بعد

اقتصادی، بلکه از بعد روانی

نیز بر افراد جامعه تاثیر

می‌گذارد

نگاهی به جدیدترین تبلیغات خلاق روز دنیا

یک ماجراجویی واقعی

بار دیگر با جدیدترین تبلیغات خلاق دنیا که از سوی برندهای مختلف برای جذب مخاطبان ارائه شده است، در خدمت شما هستیم. در ادامه به تعدادی از تبلیغات روز نگاه خواهیم انداخت. پس با ما همراه باشید.

دیزنی پلاس، شبیه‌ساز یک ماجراجویی حقیقی

دیزنی سرویس استریم اختصاصی خود به نام Disney plus یا دیزنی پلاس را به زودی راهاندازی خواهد کرد؛ شبکه‌ای که می‌تواند آینده استریم‌های ویدیویی را دگرگون کند و رقیب شبکه‌هایی مانند نت‌فلیکس و HBO شود. این شبکه می‌تواند به مرکز اصلی تماشای فیلم‌های «جنگ‌های ستارگان» و فیلم‌های دنیای سینمایی مارول با بودجه بزرگ تبدیل شود. تمام فیلم‌های پیکسار، از جمله «داستان اسباب‌بازی ۴» که به‌تازگی منتشر شده است و مجموعه‌ای از نمایش‌ها و فیلم‌های اصلی بر اساس فرانسیز می‌توانند در این شبکه پخش شوند.

برنامه‌های دیزنی هنگام رونمایی، دیگر سرویس‌های استریم مانند نت‌فلیکس را تحت تاثیر قرار داده است و دیگر نمی‌توانند این برنامه‌های دیزنی را در فهرست پخش خود داشته باشند. چراکه دیزنی شبکه‌ای اختصاصی برای آن‌ها خواهد داشت. به همین دلیل نت‌فلیکس پخش تعدادی از نمایش‌های مارول اصلی خود را با دیزنی کنسل کرده است. در این پوستر که از سوی آژانس تبلیغاتی BrandMea ساخته شده است، دیزنی با شعار «شبیه‌سازی برای یک ماجراجویی واقعی» و قرار دادن شخصیت‌های معروف مارول با نماهایی هیجان‌انگیز سعی کرده به مخاطب خود بگوید که شناس تماشای یکی از بزرگ‌ترین مجموعه‌ها و استریم‌های دنیای فیلم را از دست ندهد؛ اتفاقی که احتمالاً کاربران آن را به فال نیک می‌گیرند و برای رونمایی دیزنی پلاس روزشماری می‌کنند.



سبک کلاسیک مدرسه فوتبال

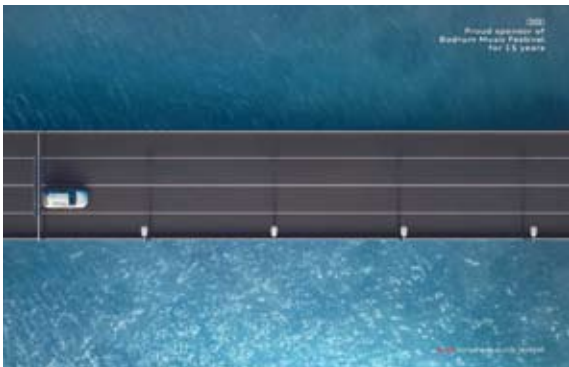
وبسایت تخصصی فوتبال TresCuatroTres نه تنها به امور جاری فوتبال و حواشی آن می‌پردازد، بلکه بخش مهمی نیز دارد که در مورد سبک قدیمی فوتبال صحبت می‌کند. به همین دلیل است که این کمپین برای اطلاع از اهمیت این بخش، بازی‌های ویدیویی، کنسول و کامپیوتر راهاندازی شده است؛ جایی که فوتبال در آن حرف اول را می‌زند. روی پوستر نیز تصاویر فوتبالی به سبک گرافیک بازی‌های میکرو و آتاری نقش بسته است تا یادآور قدیمی و کلاسیک بودن این رسانه باشد.

این تبلیغات به صورت یکپارچه از سوی استودیوی تبلیغاتی Jorge M. Rodrigo اسپانیا و در دسته‌بندی رسانه و ورزش تولید شده است. این کمپین دارای چهار پوستر کلاسیک است که عکاسان آن با یکدیگر فرق می‌کنند. روی این پوسترها شعارهایی به تناسب فضای پوستر نوشته شده است. برای مثال روی یکی نوشته است که ما فوتبال سبک قدیمی را از زمانی دوست داریم که بازی‌های ویدیویی روی نوار کاست عرضه می‌شد. یا روی دیگری نوشته ما فوتبال سبک قدیمی را از زمانی دوست داریم که کامپیوترها تنها هشت رنگ داشتند.



آنودی روی خط جشنواره موسیقی

جشنواره موسیقی بدروم ترکیه سال‌هاست برگزار می‌شود و آنودی در ترکیه به مدت ۱۵ سال است که اسپانسر اختصاصی این جشنواره است. جشنواره موسیقی بدروم از سال ۲۰۰۵ میزبان ارکسترها، گروه‌های موسیقی و نوازندگان برجسته‌ای از ترکیه و سراسر دنیا است که در سواحل زیبای جزیره بدروم این کشور گرد هم می‌آیند و با هم به اجرا و رقابت می‌پردازند. این تبلیغات چاپی از سوی شرکت Tribal ترکیه به انجام رسیده است و همان‌طور که از تصویر مشخص است، شعار آن به ترکی نوشته شده است. طرح این آگهی به گونه‌ای است که هم مفهوم ساحلی بودن این جشنواره (با نشان دادن نمای آب‌ها از بالا) و هم مفهوم موسیقی‌گونه بودن آن را با نمایش یک جاده که به شکل دسته گیتار است، به مخاطب القا می‌کند. در بالا سمت راست نیز لوگوی آنودی و شعار ۱۵ سال همکاری افتخاری با این جشنواره به چشم می‌خورد.



آتشی که دودش به چشم همه می‌رود

حتما شما نیز در مورد آتش‌سوزی طولانی این روزهای آمازون شنیده‌اید؛ آتش‌سوزی‌ای که بسیار طولانی شده و کمک‌های زیادی را از سراسر دنیا از جمله سران گروه ۷ برای مهار این آتش روانه برزیل کرده است. این جنگل‌های بارانی، یکی از گسترده‌ترین آتش‌سوزی‌های تاریخ خود را در ۷ سال گذشته تجربه کرده است. آژانسی به نام Lion Heart در پرو این موضوع را دست‌مایه انتقاد اجتماعی قرار داده و پوسترهایی تبلیغاتی طراحی کرده است که در آن پرچم کشورهای جنگل آمازون که همان کشورهای قاره آمریکا هستند، در حال سوختن با گدازه‌های آتش است. مفهومی که پشت این تبلیغ وجود دارد، این است که این آتش‌سوزی برای همه این کشورها مضر است و دودش به چشم همه دولت‌ها خواهد رفت.

مجموعه شمع‌های پاییزی Blizzard

پاییز برای میلیون‌ها آمریکایی، فصل بوهایی چون ادویه و کدوتنبل برای یادآوری هالووین و جشن است. اما برند DQ شمع‌هایی تولید کرده است که بینی شما را در هر زمان به یاد این ایام بیندازد. پوستر تبلیغاتی این شمع‌ها که از سوی آژانس تبلیغاتی بارکلی مستقر در کانزاس سیتی ساخته شده است، اولین تبلیغ مجموعه شمع ساخته‌شده از سوی این برند است. این مجموعه که شامل پنج عطر الهام‌بخش فصلی به نام‌های Harvest berry یادآور فصل برداشت، Heath Caramel Brownie Snickerdoodle cookie dough، یادآور بوی کیک کاراملی براونی، یادآور بوی خمیر کوکی، snickers یادآور بوی اسنیکرز، و سرانجام Pumpkin pie که یادآور پای کدو است، رنگ‌وبویی پاییزی به فضای اتاقی که در آن این شمع‌ها را استفاده می‌کنید، می‌بخشد.

این شمع‌ها در گلدان‌های شیشه‌ای به رنگ کبالت آبی که فنجان‌های نمادین blizzard هستند، طراحی شده است. هر شمع دارای در خاص خود است و مشخصات محصول روی آن نوشته شده است. ماریا هوکانسون، معاون اجرایی بازاریابی شرکت در این مورد می‌گوید: ما خوشحالیم که بینی مشتریان خود را با رایحه‌های دل‌پذیر پر کنیم و جوانه بویایی آن‌ها را با طعم‌های دل‌پذیر شکفته کنیم.

این مجموعه تصمیم گرفته است نسخه محدودی از مجموعه کامل پنج شمع را به برخی مشتریان خود به صورت رایگان از طریق سایت اهدا کند. چراکه در فروش قبلی این شمع‌ها آن‌قدر محبوب بودند که طی ۳۰ دقیقه از قرارگیری در سایت، تمام مجموعه‌ها فروخته شد. این کمپین از طریق پست‌های شبکه‌های اجتماعی در سراسر فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام تبلیغ شد.



از ۵۰۰ صفحه کتاب خوانی در روز تا ۵۰ کتاب در یک سال

مطالعه، سود آورترین سرمایه‌گذاری مدیران ماندگار

آیا می‌دانید یکی از دلایل موفقیت مدیران ماندگار چیست؟ آن‌ها زیاد مطالعه می‌کنند. برترین دستاوردهای جهان به لطف همین عادت مشترک اتفاق افتاده است. مطالعه زیاد سودآورترین سرمایه‌گذاری مدیران برتر به شمار می‌رود. آن‌ها می‌دانند چگونه کتاب‌ها را بخوانند و از این مزیت نهایت استفاده را می‌برند.



مارک زاکربریگ، یک هفته در میان یک کتاب

در سال ۲۰۱۵، مدیرعامل فیس‌بوک مطرح کرد یک هفته در میان کتاب می‌خواند. او در یک پست فیس‌بوکی نوشت: «با تاکید بر یادگیری درباره فرهنگ‌ها، اعتقادات، تاریخ و فناوری‌های مختلف این کار را انجام می‌دهد. کتاب‌ها به شما امکان می‌دهند یک موضوع را به طور کامل کاوش کنید و خود را به شکلی عمیق‌تر نسبت به رسانه‌های امروز در آن غرق کنید. من مشتاقانه منتظر هستم تا بیشتر عادت‌های رسانه‌ای‌ام را به سمت خواندن کتاب تغییر دهم.»



چه کسانی مطالعه می‌کنند؟

البته دانش‌آموزان و دانشجویان کسانی هستند که خیلی مطالعه می‌کنند. آن‌ها باید به عنوان بخشی از دوره‌های آموزشی خود این کار را انجام دهند، اما با گذشت روزهای تحصیل، بسیاری از افراد میل و عادت خواندن را از دست می‌دهند و فقط گه‌گاهی برای سرگرمی مطالعه می‌کنند. در سوی دیگر اما افراد موفق تمایل دارند مطالب زیادی را بخوانند، یاد بگیرند و محدودیت زمان برایشان مطرح نیست. در ادامه به نام برخی از این مدیران ماندگار اشاره می‌کنیم.

وارن بافت هر روز حدود ۵۰۰ صفحه کتاب می‌خواند

در حقیقت، هنگامی که از وارن بافت در مورد کلید موفقیت او پرسیدند، به پشت‌های از کتاب‌های اطراف خود اشاره کرد و گفت: «هر روز ۵۰۰ صفحه مانند این را بخوانید. کتاب خواندن این‌گونه نتیجه می‌دهد. همه شما می‌توانید مطالعه کنید، اما من مطمئنم بسیاری از مردم این کار را انجام نمی‌دهند.» بافت این عادت را نه تنها حفظ کرد، بلکه ادامه داد. او هنگام شروع کسب‌وکار خود، بین ۶۰۰ تا ۱۰۰۰ صفحه کتاب در روز می‌خواند و هنوز هم حدود ۸۰ درصد از زمان روزش را به خواندن اختصاص می‌دهد.

اوپرا وینفری، پیش به سوی آزادی با کتاب

از سال ۱۹۹۶، این مجری معروف عادت‌های خواندن را به بینندگان خود با «باشگاه کتاب اوپرا» توصیه می‌کند. وینفری خواندن را «مسیر شخصی خود به سوی آزادی» معرفی کرده است.

او در سخنرانی خود هنگام دریافت

جایزه بشردوستانه سازمان

ملل در سال ۲۰۰۴، با بیان

این‌که کتاب‌ها به او قدرت

دادند تا بتواند فراتر از آن‌چه

را در آن زمان به او اجازه

داده می‌شد، ببیند، گفت:

«کتاب‌ها به من اجازه

دادند تا دنیایی فراتر

از ایوان جلوی

خانه مادربزرگم

را ببینم.»



بیل گیتس ۵۰ کتاب در سال مطالعه می‌کند

مدیرعامل سابق مایکروسافت تأیید کرده است که ۵۰ کتاب در سال یا یک کتاب در هفته می‌خواند. اکثر کتاب‌هایی که او مطالعه می‌کند، غیرداستانی است که با بهداشت عمومی، بیماری، مهندسی، تجارت و علم مرتبط هستند. هر از چندگاهی او خودش را در یک کتاب غرق می‌کند و حتی بعضی وقت‌ها تا آخر شب بیدار می‌ماند، اما در درجه اول کتاب‌ها علاقه گیتس برای یادگیری بیشتر درباره دنیایی را که در آن ساکن است، نشان می‌دهد.



الون ماسک از دایره‌المعارف بریتانیکا تا فضاپیماها

سال‌ها پیش از این‌که الون ماسک مدیرعامل تسلا شود و حتی قبل از این‌که یکی از بنیان‌گذاران PayPal باشد، الون ماسک جوان حدود ۱۰ ساعت در روز را به خواندن کتاب‌های علمی-تخیلی اختصاص می‌داد. گفته می‌شود او وقتی ۹ سال داشت، تمام دایره‌المعارف بریتانیکا را خواند. او هنوز هم دلیل دانش گسترده‌اش درباره فضاپیماها را عشق خود به کتاب‌ها می‌داند. الون ماسک در پاسخ به این سوال که چگونه توانسته این حجم از اطلاعات را درباره فضاپیماها داشته باشد، گفت: «من کتاب‌های زیادی خوانده‌ام.» این مدیر موفق در طول ۴۵ سال زندگی چندین شرکت را راه‌اندازی کرد که هر کدام به معنای نوعی تغییر شغل برایش بودند. او احتمالاً این کار را تکرار خواهد کرد، چراکه خواندن و یادگیری هم‌چنان به الون ماسک ایده‌های جدید می‌دهد.



مارک کیوبن با کتاب‌های عمومی مسیر موفقیت را پیمود

مارک کیوبن، مالک دالاس ماوریکس، یکی از طرفداران مواجهه با تجارت مانند یک ورزش است، به این معنی که او تا جایی که در توان دارد، به دنبال کسب و کارهای رقابتی است. این روحیه رقابت‌پذیری برای او سه ساعت مطالعه در طول روز را به همراه داشته است، فقط برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد صنایعی که در آن کار می‌کند. کیوبن گفته است که مطالعه، به‌ویژه در مرحله شروع کسب و کارش، بسیار برایش مثمرتر بوده است. او در وبلاگ خود با نام «موفقیت و انگیزه» نوشت: «هر آن‌چه خواندم، کتاب‌های عمومی بود. هر کسی می‌توانست همان کتاب و مجله را بخرد. همان اطلاعات در دسترس همه کسانی بود که آن را می‌خواستند. البته به نظر می‌رسد بیشتر مردم آن را نمی‌خواستند.»



افراد موفق چگونه می‌خوانند؟

یکی از سخت‌ترین بخش‌های برنامه‌ریزی برای مطالعه همین مورد باشد. تمرکز کردن غیرممکن می‌شود، به‌خصوص هنگام خواندن کتابی که قصد دارید اطلاعات بیشتری در زمینه کسب و کار یا تجارت خود کسب کنید. همیشه افرادی وجود دارند که نیاز شما به آرامش را درک نمی‌کنند. برای نمونه، اگر سعی می‌کنید هنگام ناهار مطالعه کنید، درحالی‌که همکاران شما را با نیازهای کاری خود درگیر و دچار حواس‌پرتی می‌کند، فقط ممکن است ناامید شوید. از این رو توصیه می‌کنیم مکان آرام خود را پیدا کنید، حتی اگر ۳۰ دقیقه قبل از خواب در شب باشد.

مدیران موفق یادداشت‌برداری کرده و بخش‌های مهم را مشخص می‌کنند: بله، دقیقاً مانند زمانی که هنوز در مدرسه یا دانشگاه مشغول تحصیل بودید، این کاری است که افراد موفق انجام می‌دهند. آن‌ها هنگام مطالعه هر نکته مهم و ارزشمندی را که می‌خوانند، راهی برای به‌خاطر سپردن آن پیدا می‌کنند. آن‌ها ممکن است از یک برنامه Evernote یا از شیوه‌های قدیمی تحصیل مانند خلاصه‌برداری استفاده کنند. آن‌ها به‌هرحال این کار را انجام می‌دهند. ممکن است شما در حال خواندن یک کتاب کمک به خود باشید، چراکه در حال گذراندن مسیر سختی در زندگی‌تان هستید. در همان لحظه مطالعه ممکن است به یک نقل‌قول الهام‌بخش از نویسنده برسید که به شما انگیزه می‌دهد تا به خودتان و توانایی‌هایتان باور داشته باشید. آن را در جایی که قابل مشاهده است، بنویسید. آن را به عنوان محافظ صفحه خود قرار دهید یا روی دیوار یخچالتان بچسبانید.

کارهایی وجود دارد که خوانندگان مشتاق انجام می‌دهند برای اطمینان از این‌که به اندازه کافی خوانده‌اند و به میزانی که خوانده‌اند، یاد گرفته‌اند. در این مطلب به برخی از استراتژی‌های این مدیران موفق اشاره می‌کنیم؛ استراتژی‌هایی که می‌توانید آن‌ها را نیز به کار بگیرید.

زمان مشخصی برای مطالعه دارند: این چیزی نیست که اختیاری باشد. آن‌ها دقیقاً همان‌طور که جلسات خود، مسافرت و غیره را در برنامه‌شان قرار می‌دهند، مطالعه نیز بخشی از زندگی روزمره‌شان است. آیا می‌توانید در طول روز زمانی را به مطالعه اختصاص دهید؟ یکی از کارهایی که می‌توانید انجام دهید، این است که نگاهی طولانی و سخت به روز خود داشته باشید. آیا زمان‌هایی وجود دارد که از وظایف کار و خانواده دور باشید؟ شاید نتوانید به اندازه زمانی که وارن بافت به مطالعه اختصاص می‌دهد، کتاب بخوانید. اما چه کاری می‌توانید انجام دهید؟ یک مادر جوان ممکن است ساعتی قبل از فرزندانش از خواب بیدار شود تا آن‌ها را برای مدرسه آماده کند، می‌تواند آن زمان را به مطالعه اختصاص دهد. یک صاحب کسب و کار ممکن است خواندن خود را هنگام عصر برنامه‌ریزی کند تا آرامش بیشتری داشته باشد. مهم نیست چقدر کوتاه برای مطالعه برنامه‌ریزی می‌کنید، اما همین حالا آن را انجام دهید. آن زمان می‌تواند در طول ماه‌ها و سال‌ها گسترش پیدا کند. نکته این است که عادت به خواندن را در خود تقویت کنید، به‌طوری‌که بخشی از کارهای روزمره شما شود. آن‌ها وقتی هیچ حواس‌پرتی در اطراف وجود ندارد، مطالعه می‌کنند: ممکن است



تمام این موارد یعنی زندگی شما به اندازه یک مدیر موفق پر از دغدغه نیست که نتوانید زمانی را به مطالعه اختصاص دهید. اما ما در جهان خودمان گره خورده‌ایم و فراموش کرده‌ایم که کارهایی را برای خود و پیشرفتمان انجام دهیم. خواندن به پیشرفت ما کمک می‌کند و انسان بهتری از ما عرضه می‌کند. انجام آن نیز کاری نسبتاً آسان است. برای داشتن من بهتر لازم نیست پول زیادی هزینه یا در کلاس‌های مختلف شرکت کنید. در حقیقت، می‌توانید از کتاب‌های خودآموز برای بهبود تقریباً هر چیزی در زندگی‌تان استفاده کنید. تنها نکته مهم این است که بدانید چگونه مانند یک مدیر موفق مطالعه کنید.

چه زمانی شروع کنید؟

جواب باید همین الان باشد. شما با انتخاب اولین کتابی که جذاب به نظر می‌رسد و زمان خود را برای خواندن آن تنظیم می‌کنید، چیزی برای از دست دادن ندارید. هنگامی که عادت به خواندن کردید، دیگر نمی‌خواهید بدون کتاب به پیشرفت ادامه دهید. مطالعه می‌تواند بسیار اعتیادآور باشد، اما هیچ اعتیاد بهتری از این دنیا وجود ندارد، چراکه مدیران موفق و ماندگار با کتاب بزرگ شده‌اند و زندگی خود و دیگران را به مکان بهتری تبدیل کرده‌اند.

این افراد چه کتاب‌هایی را مطالعه می‌کنند؟

بیشتر مطالعه این افراد کتاب‌های آموزشی درباره کسب‌وکار خود، تجارت، کتاب‌هایی در زمینه موفقیت و کمک به خود و بسیاری از زندگی‌نامه‌ها را شامل می‌شود. آن‌ها کتاب‌هایی را نیز که بی‌ارتباط به تجارت یا حتی سلیقه‌شان است می‌خوانند، چراکه تنها نیاز مدیران موفق «دانستن» است. آن‌ها همچنین ادبیات کلاسیک و قطعات داستانی معاصر پرفروش را نیز برای مطالعه انتخاب می‌کنند. این افراد می‌دانند که برای موفق بودن باید در بسیاری زمینه‌ها آگاهی داشته باشند. آن‌ها کتاب‌ها را مسیری برای دستیابی به اهدافشان می‌دانند، بنابراین تا جایی که می‌توانند، مطالعه می‌کنند.

آنچه مدیران موفق درباره

خواندن می‌دانند و شما نمی‌دانید

برای یک دقیقه فکر کنید افراد بسیار موفق چقدر سرشان شلوغ است. آن‌ها باید نقش مهمی در رهبری سازمان‌ها یا مشاغل خود داشته باشند. زمان آن‌ها در بیشتر روزها (و حتی شب‌ها) مورد نیاز و در اختیار دیگران است. این افراد از علت‌ها پشتیبانی می‌کنند و اغلب پایه‌هایی برای حمایت از این علل ایجاد می‌کنند. مدیران موفق مورد توجه رسانه‌ها قرار دارند.

بیشتر مطالعه افراد موفق کتاب‌های آموزشی درباره کسب‌وکار خود، تجارت، کتاب‌هایی در زمینه موفقیت و کمک به خود و بسیاری از زندگی‌نامه‌ها را شامل می‌شود. آن‌ها کتاب‌هایی را نیز که بی‌ارتباط به تجارت یا حتی سلیقه‌شان است می‌خوانند، چراکه تنها نیاز مدیران موفق «دانستن» است. آن‌ها همچنین ادبیات کلاسیک و قطعات داستانی معاصر پرفروش را نیز برای مطالعه انتخاب می‌کنند

پاییز فصل سفر به ناشناخته‌هاست

پاییز را می‌توان یکی از بهترین فصل‌های سال برای مسافرت دانست. پس از عبور از گرمای تابستان، زمان آن فرا رسیده است تا سفرهای پاییزی را با کاهش ازدحام جمعیت در جاده‌ها و شهرهای مختلف و جست‌وجوی مکان‌های گردشگری کمترشناخته‌شده در این فصل با هوای دل‌پذیر آن‌ها آغاز کنید. به‌ویژه برخی نقاط گردشگری که گرمای تابستان از جذابیت سفر به این مناطق می‌کاهد، اما با تغییر فصل لذت همان سفر چندین برابر می‌شود. اگر قصد سفر به نقاطی خاص در فصل پاییز را دارید، این مطلب می‌تواند راهنمای مفیدی باشد.

دره ستارگان قشم، جلوه‌گاه زیبای طبیعت

قشم را می‌توان یکی از جلوه‌گاه‌های زیبای طبیعت در ایران دانست. یکی دیگر از جاذبه‌های گردشگری این جزیره در فصل پاییز بازدید از دره ستاره‌ها یا ستارگان است؛ منطقه‌ای حیرت‌انگیز که در آن کوه‌های بلند قامت مانند تندیس‌هایی تراشیده‌شده و با اشکال مختلف و گاه عجیب و غریب شکلی منحصر به فرد به خود گرفته‌اند. از آن‌جا که این ستون‌های سنگی با اشکال مختلف بسیار بلند هستند، اهالی منطقه معتقدند ستارگان با زمین برخورد کرده‌اند و در نتیجه آن این تندیس‌ها ظاهر شده است. دره ستاره‌ها را یکی از عجایب هفت‌گانه قشم معرفی می‌کنند.

این دره نه تنها جزو عجایب این جزیره، بلکه بخشی از عجایب زمین‌شناسی نیز به شمار می‌رود. اشکال این ستون‌ها باعث شده آن را یکی از جاذبه‌های مرموز ایران بنامند. این دره در قلب جزیره قشم جای گرفته و عمقی حدود ۱۵ متر دارد. به دره که وارد شوید، تندیس‌های غول‌پیکر هر کدام با شکلی بی‌نظیر مقابلتان ظاهر می‌شوند. زیبایی و سکوت این دره چشم هر بیننده‌ای را خیره می‌کند.

این دره دو میلیون سال قدمت دارد و فرسایش زمین با تندبادها، رگبارهای فصلی و آب‌های سطحی طی سال‌های طولانی این مکان زیبا و منحصر به فرد را در جزیره قشم خلق کرده‌اند. مخروط‌های نوک‌تیز، ستون‌ها و ستونک‌ها، آرک‌ها، تیغه‌ها و دیواره‌های نواری از جمله بخش‌هایی هستند که در این دره مشاهده خواهید کرد. یکی از جاذبه‌های هیجان‌انگیز برای گردشگران در این دره عکاسی کردن است. بدون شک عکس‌های بی‌نظیری در دره ستارگان ثبت خواهید کرد. مسیر دره ستارگان با سنگ‌ریزه‌ها مشخص شده است، بنابراین بدون دغدغه گم کردن مسیر می‌توانید اطراف را به‌خوبی بگردید و عکس‌های به‌یادماندنی ثبت کنید.

دره ستارگان به عنوان بخشی از ژئوپارک جزیره قشم به عنوان تنها ژئوپارک خاورمیانه، در فهرست آثار طبیعی در سازمان یونسکو به ثبت رسیده است. این دره در ضلع جنوب شرقی جزیره قشم و در مجاورت روستای برکه خلف واقع شده است که در مسیر رسیدن به دره می‌توانید از این روستا نیز بازدید کنید. اگر از علاقه‌مندان صنایع دستی هستید، در مسیر دره غرفه‌های کوچکی از صنایع دستی زیبا و رنگارنگ اهالی بومی مشاهده خواهید کرد.



روستای لافت قشم، بندر بادگیرها

جنوب ایران همواره یکی از مقاصد گردشگری بسیار زیبا و منحصر به فرد در ایران بوده است. به‌ویژه با خنک شدن هوا و فاصله گرفتن از گرمای تابستان در این نقطه از ایران، بسیاری پاییز و زمستان را برای سفر به نواحی جنوبی انتخاب می‌کنند. جزیره زیبای قشم بی‌شک یکی از این جاذبه‌های گردشگری است. در میان مکان‌های منحصر به فرد این جزیره، روستای لافت تاریخی لافت یکی از محبوب‌ترین جاذبه‌های گردشگری این جزیره به شمار می‌رود.

این روستا جاذبه‌های طبیعی و تاریخی متعددی را به نمایش گذاشته است که از میان آن می‌توان به معماری خاص خانه‌ها به همراه بادگیرها، مساجد سفید تک‌مناره، قلعه نادری، قلعه پرتغالی‌ها و چاه‌های تاریخی تلا اشاره کرد. این روستا در شمال غربی جزیره قشم و شرق جنگل دریایی حرا واقع شده است. از آنجایی که آب‌وهوای این روستا گرم و مرطوب است، در فصل‌های پاییز و زمستان و با توجه به کاهش دمای هوا مناسب‌ترین زمان برای سفر به این منطقه است. همان‌طور که اشاره شد، معماری این روستا یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد آن است. به‌کارگیری بادگیرهای فراوان در ساخت خانه‌ها باعث شده این روستا به بندر بادگیرها مشهور شود.

جنگل‌های حفاظت‌شده حرا یکی از شاهکارهای طبیعت در سواحل جنوبی ایران و جزیره قشم است که شهرتی جهانی یافته است. پوشش خاص گیاهی و جانوری در این جنگل‌ها آن را به مکانی ایده‌آل برای بازدیدکنندگان تبدیل کرده است. یکی از جاذبه‌های قابل توجه لافت، وجود تعداد زیادی چاه در روستاست که آب شیرین، شور، گرم یا سرد دارند. این چاه‌ها در گذشته و پس از بارش باران آب را در خود حفظ می‌کردند تا مردم از آن استفاده کنند. هم‌چنین در روستای لافت مساجد و زیارتگاه‌های متعدد در بافت روستا و اطراف آن وجود دارد. آب‌انبارهایی با سقف گنبدی، گورستان‌های تاریخی، اسکله باستانی، ساحل زیبای روستا و غروب شگفت‌انگیز آن، درختان نخل و اکوموزه دیگر جاذبه‌های گردشگری این روستای تاریخی را شکل داده‌اند. این روستا همه چیز برای گردشگران دارد.



کلوت شهداد کرمان، شهر افسانه‌ای کلوت‌ها

بدون شک پاییز یکی از بهترین فصل‌ها برای سفر به مناطق کویری است که تابستان طاقت‌فرسایی دارند. در ایران مناطق کویری مختلفی وجود دارد که گردشگران بسیاری را به خود جذب می‌کنند. شهداد یکی از شهرهای بسیار قدیمی استان کرمان است و یکی از مناطقی که گزینه‌ای مناسب برای یک سفر پاییزی به شمار می‌رود. کلوت شهداد این استان است که شهرتی جهانی دارد. این کلوت‌ها بخشی از بیابان لوت به شمار می‌روند.

کلوت برجستگی‌هایی است که بین شیارهای U شکل ایجاد شده است. رأس این برجستگی‌ها صاف به نظر می‌رسد، اما سمت رو به باد آن‌ها به صورت پرشیب و طرف دیگر نیز با شیب کم شکل گرفته است. این منطقه را می‌توان با گستره ۱۱ هزار کیلومترمربعی شهر افسانه‌ای کلوت‌ها نام‌گذاری کرد.

کلوت شهداد حدود ۲۰ هزار سال قبل در اثر فرسایش آبی و بادی ایجاد شده است. این کلوت به لحاظ پیدایش و اشکالی که دارند، جزو پدیده‌های بی‌نظیر در جهان شناخته می‌شوند. کلوت شهداد از جاذبه‌های منحصربه‌فرد طبیعی ایران است که کمتر می‌توان نمونه‌ای از آن را در جایی دیگر یافت. برای کویرنوردان سفر به این منطقه گزینه‌ای منحصربه‌فرد است و تفریحات سافاری نیز بخشی از این جذابیت به شمار می‌رود. همچنین یک کمپ کویری هم در حوالی کلوت‌ها احداث شده است تا گردشگران به امکانات مناسب دسترسی داشته باشند.

شترسواری گزینه‌ای است که در کلوت شهداد نباید آن را از دست بدهید. از وسایل نقلیه که بگذریم، یکی از جاذبه‌های جذاب این منطقه پیاده‌وری و عکاسی از تصاویر حیرت‌انگیزی است که طبیعت برای شما ایجاد کرده است. طلوع و غروب خورشید یکی از دیدنی‌های بی‌نظیر کلوت شهداد به شمار می‌رود که در این زمان‌ها می‌توانید زیباترین جلوه‌ها را مشاهده کنید.

کلوت شهداد با عنوان گرم‌ترین نقطه کره زمین شناخته می‌شود و در میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده است. محققان آثار باستانی مختلفی مانند سفال، مجسمه و زیورات و قدیمی‌ترین درفش جهان با نام «درفش شهداد» را در این منطقه کشف کرده‌اند. این منطقه نه تنها به لحاظ جاذبه‌های طبیعی، بلکه از نظر تاریخی نیز مکانی ارزشمند و دارای هویت است.

اگر از شهر شهداد به سمت شهرستان نهبندان حرکت کنید، تابلویی را مشاهده خواهید کرد که شما را به سمت کلوت شهداد هدایت می‌کند. همچنین در

اطراف این منطقه جاذبه‌هایی مانند نبکا یا تله گیاهی، شش‌ضلعی‌های نمکی ایجاد شده کویر معروف پلی‌گون، کاروانسرای شفیع‌آباد که از زمان قاجار به جای مانده و رود شور به عنوان تنها رود دائمی کویر لوت وجود دارند که تماشای آن‌ها خالی از لطف نخواهد بود.

سقالکسار، پاک‌ترین دریاچه ایران

سقالکسار یکی از دریاچه‌های زیبای استان گیلان است. برای بازدید از این دریاچه که در روستایی با همین نام قرار دارد، باید به ۱۵ کیلومتری جنوب رشت سفر کنید. با مساحت ۱۵ هکتار، این دریاچه پشت یک سد خاکی واقع شده است و آب آن از طریق بارش باران و چشمه‌های اطراف تامین می‌شود. ارتفاع دریاچه از سطح دریا ۶۴ متر است.

از سقالکسار به عنوان پاک‌ترین دریاچه ایران یاد می‌شود. دلیل آن هم توجه مردم بومی به نظافت دریاچه و محیط اطراف آن است. آب‌وهوای بی‌نظیر، دریاچه‌ای که با درختان زیبا محاصره شده و به‌ویژه در فصل پاییز برگ‌های رنگارنگ این درختان سرتاسر محوطه دریاچه را پوشانده است و تصاویر زیبای درختان را در آب دریاچه می‌توان مشاهده کرد و حیوانات اهلی که در آرامش و سکوت این منطقه گشت‌وگذار می‌کنند، همه و همه تصاویری بی‌نظیر از روستای سقالکسار برای یک سفر پاییزی منحصربه‌فرد ساخته‌اند.

اگر بر روی شنا و ماهی‌گیری به عنوان یکی از تفریحات دریاچه سقالکسار حساب باز کرده‌اید، باید بگوییم که انجام این فعالیت‌ها در دریاچه سقالکسار ممنوع است. اگر به دنبال چنین تفریحات و سرگرمی‌هایی هستید، روستای سقالکسار گزینه مناسبی برای شما نیست.

اما از تفریحات این منطقه به قایق‌سواری روی دریاچه و پیاده‌روی در اطراف آن و همچنین در روستا می‌توان اشاره کرد. سقالکسار و زیبایی‌های اطراف آن فرصت خوبی برای ثبت تصاویر زیبا به گردشگران ارائه می‌دهد. سفر پاییزی به این نقطه زیبا از شمال کشور را فراموش نکنید.



روستای اصفهک طیس، سرزمین خشت و گل

طیس یکی از شهرهای قدیمی استان خراسان جنوبی است که جاذبه‌های تاریخی و طبیعی کم‌نظیری دارد و یکی از این جاذبه‌ها روستای اصفهک محسوب می‌شود؛ روستایی که بخش‌هایی از آن در زلزله مرگبار طیس در سال ۱۳۵۷ سالم باقی مانده است. این روستا دارای بافتی از خشت و گل است که می‌تواند برای گردشگران بسیار مهیج باشد. بافت بومی و تاریخی در کنار منظره و چشم‌انداز بسیار زیبا، آب‌وهوای معتدل و خنک و همچنین پوشش گیاهی منحصربه‌فرد این روستای کویری با وجود درختان نارنج و زمین‌های کشت زعفران این مکان را به مقصدی ایده‌آل برای گردشگری تبدیل کرده است. ناگفته نماند که یکی از رصدخانه‌های کویری ایران در این روستا جای گرفته است.

اصفهک را می‌توان از بازماندگان زلزله مرگبار طیس دانست که باعث تخریب بخش زیادی از بافت اصلی روستا شد. پس از وقوع زلزله در کنار روستا خانه‌های جدیدی برای ساکنان ساخته شد و بافت تاریخی آن خالی از سکنه ماند. البته هنوز هم بخش‌هایی از این بافت زیبای تاریخی با خانه‌های کاه‌گلی سالم باقی مانده که برای علاقه‌مندان به لمس حال‌وهوای سال‌های دور بسیار لذت‌بخش خواهد بود.

یکی از بخش‌های بازدید از این روستای تاریخی، گشت و گذار در میان بافت تاریخی و کوچه پس‌کوچه‌های آن است. بافت تاریخی روستا شامل خانه‌های کاه‌گلی با سقف‌های گنبدی کوتاه و کوچه‌های تنگ و باریک است. از بافت تاریخی که فاصله بگیرید، با درختان زیبای نخل و نارنج مواجه خواهید شد که در میان زمین‌های سبز، پونه‌های محلی و گل‌های زعفران جای خوش کرده‌اند. از آنجایی که اهالی روستا از فانوس برای روشنایی استفاده می‌کنند، تصاویر خارق‌العاده‌ای در شب از این منطقه ایجاد می‌شود که می‌توان آن را ثبت کرد. تماشای غروب آفتاب در میان نخل‌های زیبای روستا از دیگر نکات مورد علاقه گردشگران است.

در روستا بناهای تاریخی نیز از جمله مسجد جامع اصفهک با یک گنبد کاه‌گلی و چند پنجره کوچک، حمام قدیمی روستا که مانند دیگر حمام‌ها در گذشته دارای سکو برای نشستن، سربینه، درگاه‌های کوتاه و حوضی در وسط آن است و رصدخانه کویری اصفهک مشاهده می‌شود.

با توجه به شرایط نسبتاً خنک و معتدل منطقه محدودیت زمانی برای سفر به این منطقه نخواهید داشت، اما بهتر است فصل‌های بهار و پاییز را برای سفرتان انتخاب کنید، چراکه این دو فصل بهترین گزینه‌ها برای سفر به مناطق کویری ایران به شمار می‌روند.

گنبد نمکی جاشک بوشهر، میراث ارزشمند طبیعی ایران

گنبدهای نمکی از شگفتی‌های طبیعی ایران به شمار می‌روند. نمونه‌های این گنبدها به‌ویژه در استان‌های جنوبی کشور یافت می‌شود، به‌طوری‌که نزدیک به ۱۱۴ گنبد نمکی در نواحی جنوب ایران و استان‌های هرمزگان و بوشهر شناسایی شده است. گنبد نمکی جاشک یکی از این موارد است. این پدیده طبیعی، بزرگ‌ترین گنبد نمکی خاورمیانه است و از میراث طبیعی ایران محسوب می‌شود. این گنبد فعال‌ترین کوه نمکی در ایران است که ۶۰۰ میلیون سال قدمت دارد. به دلیل اهمیت گنبد نمکی جاشک، این اثر در بهمن سال ۱۳۸۶ به عنوان اثر طبیعی ملی فسیلی در فهرست مناطق چهارگانه تحت مدیریت سازمان حفاظت محیط زیست قرار گرفته و نام آن به عنوان هشتمین اثر طبیعی از سوی سازمان میراث فرهنگی در ۲۰ بهمن ۱۳۸۹ در فهرست میراث طبیعی ایران ثبت شده است.

این منطقه کوهستانی است و به علت شرایط خاص اقلیمی فاقد هر گونه چشمه‌های آب شیرین، آب‌سرخ و چاه است و تنها غارهای نمکی و چشمه‌های نمکی به تعداد فراوان در آن یافت می‌شوند. در کل پوشش گیاهی منطقه شامل گون، گیشدار و قیچ است که در فصل زمستان و بهار انواع گیاهان یک ساله سطح زمین را می‌پوشاند و زیبایی خاصی به آن می‌بخشد.

مهم‌ترین ویژگی گردشگری در این منطقه کوه نمک آن با چشم‌اندازهای زیبای زمین‌شناسی، انواع سنگ‌های مختلف، غارهای طبیعی و طبیعت بکر درون آن‌ها، آبشارکوه‌ها و آویزه‌های نمکی است. کوه‌های نمک با شکل و شمایل منحصربه‌فرد و رنگ‌های بسیار زیبا این منطقه را حیرت‌انگیز کرده‌اند. گنبد نمکی جاشک جایگاه کانی‌ها و بلورهای زیبای فراوانی است که در آن گسترده شده‌اند. تنوع رنگ نمک‌ها در این منطقه پدیده‌ای متحیر و شگفت‌انگیز را ایجاد کرده است که در هیچ جای استان مشابه آن را نمی‌توان یافت. وقتی از این منطقه بازدید می‌کنید، با رنگ‌های متنوع قرمز، قهوه‌ای، سفید، زرد، سیاه و نارنجی نمک‌ها مواجه می‌شوید که به عنوان پدیده‌ای طبیعی و حیرت‌انگیز می‌تواند نقش مهمی در جذب گردشگران به استان و به‌ویژه حضور علاقه‌مندان به طبیعت و پدیده‌های طبیعی ایفا کند. همچنین آبشارهای نمکی پدیده‌ای منحصربه‌فرد است که در اواسط بهار تا تابستان و پاییز دیده می‌شود و غارهای زیبای نمکی که بر اثر انحلال رسوبات نمکی ایجاد شده‌اند، جلوه این منطقه را برای گردشگران دوچندان می‌کنند. غار سد نمکی یا غار پنجه عقاب نیز از دیگر غارهای این منطقه هستند. تعداد غارهای این منطقه در حدی است که شاید برخی از آن‌ها بدون نام باقی بمانند. یکی دیگر از شگفتی‌های این پدیده طبیعی، چشمه‌های نمکی آن هستند که در نقاط مختلف دیده می‌شوند و آب شور را از اعماق زمین به روی سطح آن به جریان می‌اندازند تا حیات منطقه را حفظ کنند.

گنبد نمکی جاشک ناحیه وسیع و مرتفع شمالی کوه جاشک در بخش جنوبی رشته‌کوه زاگرس، حدفاصل شهرستان دشتی و دیر در استان بوشهر است. این گنبد در شرق روستای گنخک در شهرستان دشتی و شمال روستای جاشک در شهرستان دیر قرار دارد.



چهار کتاب؛ چهار معرفی

دانش بازاریابی خود را به روز کنید

دسترسی به علوم روز مدیریت و کسب و کار فقط از طریق مطالعه امکان پذیر است؛ مطالعه کتاب‌هایی که در به کار بردن تکنیک‌های بازاریابی و پیاده‌سازی آن‌ها در استراتژی‌های کسب و کار بهتر از هر ابزار دیگری مسیر راه را مشخص می‌کنند. در حوزه بازاریابی کتاب‌های بسیاری تالیف، ترجمه و منتشر شده‌اند. کتاب‌هایی که مطالعه همه آن‌ها کار ساده‌ای نیست. در این نوشتار قصد داریم به بررسی و مطالعه چهار کتاب مهم در حوزه بازاریابی بپردازیم.

انویس
فرجی کزارشگر

اصول مهندسی بازاریابی

برای کسب و کار ایجاد می‌کند. بازاریابی مدرن نیازمند اندازه‌گیری و قابل اندازه‌گیری است. در این نوع بازاریابی می‌توان با استفاده از تحلیل داده‌ها و با کمک فناوری به این تشخیص رسید که چه چیزی اثربخش است و چه چیزی نیست. این یعنی مسیری برای رسیدن به کارایی و بهره‌وری بالاتر. این یعنی مهندسی. مهندسی یعنی به خدمت گرفتن دانش برای طراحی، ساخت و تحلیل موضوعات و به همین ترتیب، مهندسی بازاریابی نیز فرایندی است که برای تصمیم‌گیری از داده‌های دانش‌محور بهره می‌گیرد و با استفاده از فناوری اطلاعات، کارایی و اثربخشی بازاریابی را بالا می‌برد. کتاب «اصول مهندسی بازاریابی» به نوشته نویسندگان گری ال. لیلین، آرون ران گاسوامی، آرنود دی براین و به ترجمه مترجمان کامبیز حیدرزاده و حسین علی سلطانی، یکی از جامع‌ترین منابعی است که به تشریح مبحث مهندسی بازاریابی می‌پردازد و با معرفی یک سری مفاهیم و ابزارها نشان می‌دهد چگونه می‌توان با جمع‌آوری داده و اطلاعات مناسب و سپس با بهترین تحلیل، به طراحی برنامه بازاریابی و محصولات بهتر و در نهایت بهترین تصمیم‌گیری‌های بازاریابی پرداخت. کتاب مورد نظر در هشت فصل به بررسی موضوع مهندسی بازاریابی می‌پردازد. در مجموع این کتاب به خوانندگان می‌گوید: محیط تجاری قرن بیست و یکم نیازمند تحلیل و موشکافی بیشتر در تصمیم‌گیری بازاریابی است و تصمیم‌گیری بازاریابی شباهت فزاینده‌ای به مهندسی طراحی دارد. کتاب «اصول مهندسی بازاریابی» از سوی انتشارات سیت و در ۲۷۷ صفحه تهیه و در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.

فیلیپ کاتلر، پدر بازاریابی مدرن، درباره کتاب «اصول مهندسی بازاریابی» می‌گوید: این کتاب مرا بسیار هیجان‌زده کرده است. بازاریابی در نهایت می‌تواند نشان‌گر بنیان علمی باشد و از تصمیم‌گیری گزینه‌محور به سمت تصمیم‌گیری داده‌محور حرکت کند. به عقیده من، این کتاب بسیار مهم نظم و اصول تازه‌ای را در بازاریابی بارور می‌کند. کاتلر و بسیاری از متخصصان بازاریابی در سال‌های اخیر، بیش از پیش، درباره اصطلاح بازاریابی مدرن سخن گفته‌اند و در این زمینه کتاب‌ها و مقالات بسیاری منتشر کرده‌اند. تمامی این تلاش‌ها یک هدف دارند؛ جذب مشتری مدرن. مشتریان مدرن چه در دنیای B2B چه B2C، موجوداتی عقلایی هستند. وقتی نوبت به تجربه برند می‌رسد، آن‌ها انتظارات بالایی دارند و بازاریابی مدرن سعی دارد در تمامی نقاط تماس، برای این افراد تجربه‌ای منحصر به فرد بسازد و ارتباط برقرار کند. در واقع دیگر نمی‌توان تنها با شیوه‌های سنتی بازاریابی آن‌ها را راضی نگه داشت. بازاریابی مدرن یک متودولوژی کل‌نگر و تطبیقی است که برندها را به مشتریان پیوند می‌دهد و با ترکیب استراتژی، خلاقیت و فناوری، و در نهایت تحلیل، نتایجی درخشان



بازاریابی حسی

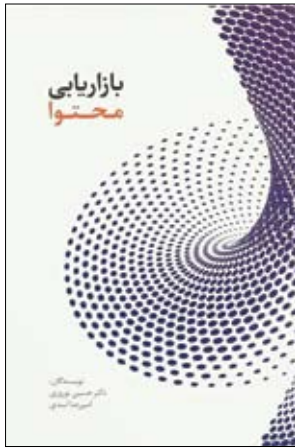
(انقلابی در تبلیغات و بازاریابی سنتی)

در دوران آشفته‌گی اطلاعاتی و به سرعت رفتن حریم خصوصی، مشتریان تهی‌وقت و پرپول به تدریج برای بسیاری از ابزارهای ارتباطی سنتی در حال مانع‌تراشی هستند. «بازاریابی حسی» در چنین شرایطی و از میان چنین موانعی سر بلند کرده است و در میان حامیان بالقوه خود به پروراندن ارتباطات مربوط



مشتری است و نیازمند تجربه جذاب مرتبط با خواسته‌های مشتری و البته منبعث از شخصیت برند است. بازاریابی حسی به ایجاد تجربه‌های تعاملی و حسی خیره‌کننده‌ای می‌انجامد که به لحظه‌هایی به یادماندنی از برند مبدل می‌شوند. بنابراین به گفته شاز اسمیلانسکی، نویسنده کتاب مورد بحث، بازاریابی حسی «یک فرایند شناسایی و تأمین نیاز و خواسته‌های مشتری به روشی سودآور،

به برندها روی آورده است. در کتاب «بازاریابی حسی» به این موضوع پرداخته شده که چگونه ارزش افزوده بازاریابی حسی در تجربه‌های برند اشتغالی به روش چندحسی و با رویکردی تعاملی، ما را به آن سوی آگاهی از برند هدایت می‌کند و به اتصال یک ارتباط هیجانی با برند در عمق ضمیر بازار هدف منجر می‌شود. این ارتباط هیجانی همان اتصال بین شخصیت و ارزش برند با احساسات



بازاریابی محتوا

آینده برای بازاریاب‌هایی که در جهت استفاده از فواید با پتانسیل بالای مشاغل الکترونیک و بازاریابی الکترونیک تلاش می‌کنند، بسیار روشن است. به نظر می‌رسد کانال‌های آن‌لاین، از قبیل پادکست‌ها و وبلاگ‌ها در دهه‌های آینده با ورود تکنولوژی‌های جدیدی که تاکنون اختراع نشده‌اند، تحت‌الشعاع قرار خواهند گرفت. نخستین و مهم‌ترین چیز آن است که تجارت الکترونیک مصرف‌کننده را صاحب قدرت و اختیار می‌کند. درصد خریداران آگاه روز به روز افزایش می‌یابد. این مسیر درباره هدایت بازاریابی یا نکات مورد توجه مشتری نیست، بلکه درباره کنترل مصرف است. بنابراین با توجه به اهمیت روزافزون فضای مبتنی بر وب در بازاریابی، تهیه محتوای جذاب، به‌روز و اثربخش که بتواند مشتریان را مجذوب خود کند و سفر مشتری از سایت‌های مورد نظر را به تعویق بیندازد، برای کسب‌وکارها بسیار مهم شده است. نشر و توزیع محتوا از طریق دنیای دیجیتال به‌آسانی انجام می‌پذیرد، ولی تولید آن دارای پیچیدگی‌های بسیار زیادی است؛ چراکه سازمان باید محتوایی را تولید کند که مورد پذیرش مخاطبان باشد و از طرفی، به دلیل وجود شبکه‌های متعدد با هویت و امکانات متفاوت نیاز به تولید محتوایی اختصاصی خواهد داشت. هم‌چنین به دلیل امکان دسترسی آسان و بازدید روزانه مخاطبان، تولید محتوا با تکرار و تعداد بیشتری باید انجام شود و به همین دلیل، مخاطبان دنیای دیجیتال به اخبار، اطلاعات و محتوای ارائه‌شده روزانه پاسخ می‌دهند و هر اشتباهی موجب بازتاب‌های سخت و جبران‌ناپذیری خواهد بود. در این حوزه کتاب‌های مختلفی منتشر شده است. اما کتاب «بازاریابی محتوا» به نویسندگی حسین نوروزی و امیررضا اسدی بر اساس تحقیقات و آموزش‌های موسسات بین‌المللی بازاریابی محتوا با رویکرد متناسب برای استفاده در ایران نگارش شده است. کتاب مورد نظر به همت انتشارات سیتِه و در ۹ فصل و ۲۱۲ صفحه منتشر و در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.



ارتباطات بازاریابی یکپارچه

بر صاحب‌نظران قلمروی بازاریابی پوشیده نیست که مشتری امروز از نظر آگاهی و دارا بودن حق انتخاب، فرسنگ‌ها با دهه‌های پیشین فاصله دارد. او در دنیای کنونی، نقش بسیار مهمی در بقای سازمان‌ها ایفا می‌کند. در واقع گوناگونی محصولات و رقبا، بدین معناست که این یافتن و حفظ مشتری است که نقطه تمرکز سازمان‌ها به شمار می‌آید. تمامی کسب‌وکارها به‌خوبی می‌دانند که مشتری به‌راحتی به هر شرکتی وفادار نمی‌ماند و همواره در جست‌وجوی بهترین‌هاست. بخشی از امتیازی که سازمان کسب می‌کند، علاوه بر محصول یا خدمت، به نوع و میزان ارتباطش با مشتری مربوط می‌شود. بنابراین علم بازاریابی بر ایجاد روابط تعالی با مشتریان تأکید می‌ورزد. سعی در یکپارچه کردن فعالیت‌های بازاریابی، یکی از اقداماتی است که در جهت نیل به این هدف انجام می‌گیرد و به واسطه آن، نوعی برنامه‌ریزی ارائه می‌شود که تمام ابزارهای ارتباطی سازمان را در جهت تأمین نیازها و علایق مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان هماهنگ و یکپارچه می‌سازد.

محدود سازمان. در فصل سوم کتاب به بررسی رفتار مصرف‌کننده پرداخته شده و آمده: رفتار مصرف‌کننده حوزه‌ای است که با بیرون و درون حوزه بازاریابی ارتباط دارد. این علم موضوعاتی مانند مدل‌های تصمیم‌گیری و چگونگی تلاش‌های بازاریابان برای درک، پیش‌بینی، سازمان‌دهی و تأثیر نهادن بر رفتار مصرف‌کننده را به مبنای اهداف تعیین‌شده سازمان بیان می‌کند. فصل چهار کتاب به بررسی رسانه‌ها در ارتباطات بازاریابی پرداخته است. کتاب «ارتباطات بازاریابی یکپارچه» به همت موسسه کتاب مهربان نشر منتشر و در اختیار علاقه‌مندان، به‌خصوص کسانی که در بخش روابط عمومی سازمان‌ها فعال هستند، قرار گرفته است.

کتاب «ارتباطات بازاریابی یکپارچه» تمرکز خود را بر ارتباطات و مسائل مربوط به آن قرار داده و به ترتیب به بررسی موضوعات مرتبط پرداخته است. این کتاب در هفت فصل تألیف شده است. در ادامه به بررسی برخی از فصل‌ها می‌پردازیم. در فصل اول مولفان، علی‌اکبر فرهنگی و مینو میرزایی، به شرح و بسط ارتباطات بازاریابی پرداخته‌اند. در فصل دوم به باز تعریف بخش بازار پرداخته شده و آمده: بخش‌بندی بازار فرایندی تحلیلی است که با نیازهای مشتری به پیش رانده می‌شود و به حداکثرسازی منابع، تقویت توان کسب‌وکار در مقابل رقبا و توسعه برنامه‌های اثربخش بازاریابی و هدف‌گذاری بهتر کمک می‌کند. بخش‌بندی بازار، مفهوم مرکزی استراتژی بازاریابی و پلی است روی شکاف بین خواسته‌های متنوع مشتری و منابع

جای خالی‌شان برای مشتریان حس نمی‌شود. بازاریابی حسی از داروسازی تا اتومبیل‌سازی و کالاهای بسته‌بندی‌شده، در تمامی حوزه‌ها قابل اجرا و در تمامی حوزه‌های کسب‌وکار اثربخش است.

کتاب «بازاریابی حسی» (راهنمای کاربردی تجربه‌تعاملی) را پرویز درگی و محمد سالاری ترجمه کرده‌اند و از سوی انتشارات بازاریابی منتشر شده و در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.

از طریق اشتغال آن‌ها طی یک ارتباط دوجانبه است که شخصیت‌های برند را وارد زندگی کرده و برای مشتریان هدف ارزش بیشتر ایجاد می‌کند. درگیر کردن فکری، فیزیکی و هیجانی مخاطبان بسیار مهم و در این کتاب چگونگی آن نشان داده شده است. چنین موضوعی برای برندهای ایرانی یک ضرورت است. چون بسیاری از آن‌ها هنوز نتوانسته‌اند ارتباطی احساسی با مشتریان‌شان برقرار و خود را به دغدغه‌ای برای مخاطبان تبدیل کنند؛ برندهایی که اگر روزی نباشند،



نگاهی به دوران طلایی و کوتاه زندگی حرفه‌ای فرانتس شوبرت

سمفونی نبوغ

تعلیم موسیقی به فرانتس را آغاز کرد. به دلیل قد کوتاهی که داشت، به او لقب Schwammer یا «فارچ کوچولو» داده بودند! شوبرت در Stadtkonvikt ثبت‌نام کرد که آوازخوان‌های جوان را آموزش می‌داد تا آن‌ها بتوانند روزی در گروه کر امپراتوری آواز بخوانند و در سال ۱۸۰۸ بورس تحصیلی کسب کرد که به وی جایزه‌ای در گروه کر سلطنتی داد. مریمان او در Stadtkonvikt شامل Wenzel Ruzicka، ارگزن دربار امپراتوری و سپس آنتونیو سالییری بود که شوبرت را به عنوان یک نابغه موسیقی ستود. شوبرت در ارکستر دانش‌آموزان ویولن می‌نواخت، به سرعت به مقام رهبری ارتقا یافت و در غیاب استاد بچه‌ها را تعلیم داد. وی هم‌چنین در تمرین گروه کر شرکت کرد و به همراه هم‌کلاسی‌های خود، موسیقی مجلسی و نوازندگی پیانو را تمرین کرد. در سن ۱۱ تا ۱۶ سالگی او خواننده گروه کر سلطنتی وین شد و در همان‌جا درس موسیقی را با آنتونیو سالییری ادامه داد.

مخالفت‌های سخت‌گیرانه پدر

در همین دوره است که با وجود مخالفت پدرش رو به

فرانتس شوبرت یکی از آهنگ‌سازان برجسته از مهد موسیقی دنیا، یعنی کشور اتریش، در اواخر دوره کلاسیک و ابتدای دوره رمانتیک بود. این نابغه موسیقی تنها ۳۱ سال عمر کرد، اما در همین دوران کوتاه نیز توانست نام خود را در میان تاثیرگذارترین آهنگ‌سازان دوره کلاسیک با خلق آثاری بی‌نظیر ثبت کند. هم‌چنین شوبرت علاقه بسیاری به آواز داشت و بسیاری از کارهای زیبای آوازی خود را در نوجوانی تصنیف کرد. در ۱۸ سالگی حدود ۱۵۰ کار آوازی ساخت و در ۱۹ سالگی که تجارب بسیاری در ساخت موسیقی آوازی به دست آورده بود، ۱۸۰ اثر شامل کارهای آوازی، اپرا، سمفونی و مس خلق کرد.

کشف کودک نابغه از سوی استاد

جالب است بدانید که این نابغه موسیقی در خانواده‌ای شلوغ پا به دنیا گذاشت و دوازدهمین فرزند از ۱۴ فرزند خانواده موسیقی‌دوست شوبرت بود. او از پدرش درس‌های موسیقی و از برادرش نواختن ساز آلتو را می‌آموزد. تنها هفت سال داشت که سالییری استعداد او در موسیقی را کشف کرد و



موسیقی شوبرت در آن سال هم‌چنین شامل امتیازی برای آهنگ نمایش «Die Zauberharfe» بود که در اوت سال ۱۸۲۰ آغاز به کار کرد. اجراهای حاصل از آن، و هم‌چنین سایر قطعات شوبرت، محبوبیت و جذابیت او را بسیار افزایش داد. او هم‌چنین خود را به عنوان یک بینش جدید در موسیقی نشان داد. قطعه هنری او «کوارتت‌تاز [جنبش کوارتت] در سی مینور، به ایجاد موجی از چهارنوازی‌های رشته‌ای کمک کرد که در دهه بعد بر صحنه موسیقی حاکم شدند. اما شوبرت دل‌مشغولی‌های دیگری نیز داشت. در سال ۱۸۲۰، او از سوی دو خانه اپرا، تئاتر کارنترتوف و تئاتر - آندروین استخدام شد تا آهنگ یک اپرا را تهیه کند، که هیچ‌یک از آن‌ها خیلی خوب پیش نرفتند. در همین حال ناشران موسیقی می‌ترسیدند به آهنگ‌ساز جوانی مانند شوبرت که موسیقی او سنتی به حساب نمی‌آمد، فرصتی بدهند.

فقر دائمی

شانس او در سال ۱۸۲۱ تغییر یافت، جایی که با کمک برخی از دوستان، او آهنگ‌های خود را به صورت حق اشتراک اجرا کرد. پول کم‌کم به زندگی او سرازیر شد و به‌خصوص در وین، آهنگ‌ها و رقص‌های هماهنگ شوبرت محل مهمانی‌ها شد. در سراسر شهر، مهمانی‌های کنسرتی که شوبرت‌یادان نامیده می‌شدند، در خانه‌های ثروتمندان بزرگ وین برگزار می‌شد. باین‌حال، این امر نیز موجبات ترقی او را فراهم نیاورد و شوبرت هم‌چنان زندگی محقری داشت. گفته می‌شود که وی در سراسر عمر، گمنام، بی‌کار و فقیر بود و هرگز در زمان حیات، به ثروت و شهرت نرسید. شوبرت تمام روز را آهنگ می‌ساخت و شب‌ها با دوستانش به تفریح می‌پرداخت. نبوغ واقعی شوبرت در زمان حیاتش، چنان‌که باید، شناخته نشد و کسی مقام و شخصیت واقعی او را تا پس از مرگ درک نکرد. فرانتس شوبرت در نیاز مستمر زندگی می‌کرد. خرج کردن جاه‌طلبانه‌ترین درآمد وی - ۸۰۰ فلورین در هر کنسرت - تنها چند هفته به طول انجامید؛ شوبرت پیانو خریداری کرد (او قبل از آن باید یک ساز را اجاره کند)، بدهی‌های خود را پس داد و دوباره پول به دست آورد. پس از درگذشت آهنگ‌ساز، موجودی تمام دارایی وی تنها در چهار خط جا می‌گرفت که شامل لباس و ملحفه بود!

بحران بیماری و مرگ

اواخر سال ۱۸۲۲، شوبرت با دوره دشوار دیگری روبه‌رو شد. نیازهای مالی وی برآورده نمی‌شد و دوستی‌های حول وی نیز به طور فزاینده‌ای دچار تنش شد. زندگی شوبرت هنگامی که به‌شدت بیمار شد، تاریک‌تر شد. مورخین معتقدند او تقریباً به طور قطع مبتلا به سیفیلیس شده است و این بر روی آثار او تاثیر گذاشت. بیماری وی هرچه بیشتر شد، آثار ژرف‌تری پدید آمد. شوبرت در تاریخ ۱۹ نوامبر ۱۸۲۸ و در سن ۳۱ سالگی بر اثر ابتلا به تب تیفوئید درگذشت. او به بتهوون علاقه زیادی داشت و به درخواست او پس از مرگش، در کنار بتهوون به خاک سپرده شد. اکنون مزار هر دو آن‌ها در کنار یوهان برامس و یوهان اشتراوس دوم در وین قرار دارد.

یکی از جملات مشهور فرانتس شوبرت در مورد زندگی را به عنوان حسن ختام این مقاله می‌خوانیم: «تو باور داری که خوش‌بختی از جایی ناشی شده که زمانی در آن‌جا خوش‌بخت بوده‌ای، اما در حقیقت خودمان در محور آن قرار داریم.»

آهنگ‌سازی می‌آورد. داستان مخالفت‌های پدر با آهنگ‌سازی پسر نیز در نوع خود جالب و غمگین است، چراکه پدرش به دلیل همین مخالفت‌ها شوبرت را به خانه راه نمی‌دهد و حتی او را از دیدار با مادر رو به مرگش بازمی‌دارد، اما درنهایت فرانتس کوچک کار خود را می‌کند و آهنگ‌سازی را شروع می‌کند. از آن‌جا که در پیانو مهارت داشت، این حرفه را با همین ساز آغاز می‌کند، اما به دلیل استعداد بالا سازهای دیگر را نیز یاد می‌گیرد.

اخراج از دانشگاه

شوبرت چهار سال به عنوان معلم مدرسه کار کرد. اما او هم‌چنان به آهنگ‌سازی موسیقی ادامه داد. در حقیقت، بین سال‌های ۱۸۱۳ تا ۱۸۱۵، شوبرت آهنگ‌سازی پرکار بود. در ۱۸۱۳ (۱۶سالگی) و درحالی‌که بسیار تحت تاثیر آهنگ‌سازان بزرگی چون هایدن، موتسارت و بتهوون است، نخستین سمفونی خود را می‌نویسد، و اندکی بعد، در ۱۷سالگی، نخستین اپرا، نخستین مس، و به‌ویژه نخستین شاهکار لید خود، یعنی Gretchen am Spinnrade را می‌آفریند. تا سال ۱۸۱۴، این آهنگ‌ساز جوان تعدادی قطعه پیانو را نوشته و چهارنوازی‌های زهی، سمفونی و اپرای سه مرحله‌ای را تولید کرده بود. در طول سال بعد، خروجی وی شامل دو سمفونی اضافی و دو مورد از اولین لیدهای وی، «گرتچن ام اسپینر داد» و «ارلکونینگ» بود. در واقع شوبرت تا حد زیادی اعتبار خود را برای ایجاد لیدهای آلمانی خرید. شوبرت به واسطه غنای غزل‌های اواخر قرن ۱۸ و چیره‌دستی در پیانو، شعرهای شعری بزرگی مانند یوهان ولفگانگ گوته را به گوش می‌رساند و در واقع از این طریق امکانی فراهم کرد تا آثار خود را به شکل موسیقی نمایش دهد. شوبرت به گفته بسیاری از موسیقی‌دانان بزرگ تاریخ، نابغه موسیقی کلاسیک-رمانتیک بود. او در ۱۸ سالگی یک سمفونی و نزدیک به ۱۵۰ ترانه و ۹ اثر کلیسایی خلق کرد! در ۱۹ سالگی هم‌زمان با تحصیل در رشته حقوق، ساخت سمفونی شماره ۵ را نیز آغاز کرد که یکی از زیباترین آثار اوست، و شاید دلیل اخراجش از دانشکده حقوق نیز باشد.

موسیقی‌ای که مخاطب نداشت!

در سال ۱۸۱۸، شوبرت دریافت که نه‌تنها برای موسیقی خود مخاطبی پیدا نکرده است، بلکه از تدریس خسته شده بود، بنابراین پس از اخراج از دانشگاه، تحصیلات را ترک کرد تا تمام‌وقت موسیقی را دنبال کند. تصمیم او بخشی از نخستین اجرای عمومی یکی از آثار او به نام «Italian Overture in C Major» بود که در اول مارس ۱۸۱۸ در وین اجرا شد. به نظر می‌رسد تصمیم ترک مدرسه و آموزش موج جدیدی از خلاقیت را در این آهنگ‌ساز جوان به وجود آورد. در آن تابستان او رشته موسیقی را تکمیل کرد، از جمله دوبله‌های پیانو «Variations on a Song French in E minor» و «Sonata in B Flat Major» و هم‌چنین چندین رقص و آهنگ دیگر را نوشت.

آغاز محبوبیت

در همان سال، شوبرت به وین بازگشت و آهنگ‌سازی اپرای برادران دوقلوی Die Zwillingbrüder را بر عهده گرفت که در ژوئن سال ۱۸۲۰ اجرا و با موفقیت روبه‌رو شد. خروجی

نبوغ واقعی شوبرت در زمان حیاتش، چنان‌که باید، شناخته نشد و کسی مقام و شخصیت واقعی او را تا پس از مرگ درک نکرد. فرانتس شوبرت در نیاز مستمر زندگی می‌کرد

۱۰ فیلم برای بانکی‌ها و بورسی‌ها

و ببینیم کدام‌یک از فیلم‌های بانکی و مالی و بورسی، طرفدار بیشتری بین مردم داشته‌اند و از بین آن‌ها ۱۰ فیلم اول را انتخاب کردیم. البته هیچ‌یک از این فیلم‌ها لزوماً به لحاظ سطح هنری در جایگاه بالایی قرار ندارند، و آن‌چه باعث شده در این فهرست قرار بگیرند، استقبال است که یا عموم مردم از آن‌ها داشته‌اند، یا به مرور زمان با تحلیل‌ها و تصویرسازی‌های جدیدتر، دقت آن‌ها بیش از پیش مورد تایید قرار گرفته است. در ادامه با ۱۰ فیلمی آشنا می‌شویم که دیدنش برای بسیاری از افراد که به طور روزمره با انبوه مسائل مالی سروکار دارند، جالب است.

وال استریت

(۱۹۸۷)

او سر بزند و این نقطه آغازین داستان است. «وال استریت» در همان زمان مورد استقبال منتقدان قرار گرفت و می‌توان به جرئت گفت به مقبول‌ترین فیلم الیور استون تبدیل شد. این فیلم باعث شد مایکل داگلاس اسکار بازیگر نقش اول مرد را ببرد. امروزه از این فیلم به عنوان تصویری نمونه‌ای از شمایل «موفقیت» در دهه ۸۰ میلادی یاد می‌شود. فراموش نکنیم که یکی از دیالوگ‌های بسیار مشهور و مهمی که شخصیت گکو در این فیلم می‌گوید و طی سه دهه اخیر دائماً مورد ارجاع قرار گرفته، این است: «حرص خوب است.» تاثیر این فیلم به حدی روی مردم آمریکا زیاد بود که بازیگران می‌گفتند که تا سال‌ها بعد مردم جلوی آن‌ها را در خیابان می‌گرفتند و به آن‌ها می‌گفتند که به خاطر تماشای این فیلم علاقه‌مند شده بودند که به وال استریت بروند و در مراکز مالی و اعتباری آن‌جا مشغول به کار شوند.

باید برگردیم به ۳۲ سال پیش که الیور استون معروف، یکی از مشهورترین فیلم‌هایش، «وال استریت» را ساخت. این فیلم داستان یک فروشنده جوان سهام را نشان می‌دهد که با فاکس نام دارد و نقشش را چارلی شین بازی می‌کند. زمانی که فاکس جوان وارد بازار کار می‌شود، بلافاصله با شخصی به نام گوردون گکو آشنا می‌شود که نقشش را مایکل داگلاس بازی می‌کند. گکو شخصی بسیار ثروتمند است که وظیفه‌ای بسیار ساده دارد؛ از ثروت خود برای خریدن حجم بالای سهام شرکت‌های مختلف استفاده می‌کند و سپس از این سهم زیادش به منظور مداخله در تصمیمات این شرکت بهره می‌برد. فاکس نگاهی رویایی و الگوبردارانه به گکو دارد. فاکس خیلی دوست دارد گکو را از نزدیک ملاقات کند و به همین خاطر طی یک روز ۵۹ بار با او تماس می‌گیرد. او بالاخره تصمیم می‌گیرد یک بسته سیگار برگ کوبایی مرغوب تهیه کند و روز تولد گکو به

۱



گرگ وال استریت

(۲۰۱۳)

مردان وال استریت تبدیل می‌کند. البته این ثروت از یک سو با مسائل مالی غیرقانونی همراه است و از سوی دیگر، با سبکی از زندگی که به لحاظ اخلاقی بسیار مشکل‌دار است. اسکورسیزی در این فیلم حس سرحالی و سرمستی از درآمدهای مالی خلاف را به‌خوبی به تصویر می‌کشد تا در نهایت بتواند سایه بسیار پررنگ و غلیظ قانون را به شکلی اثربخش روی شخصیت اصلی بیندازد. تصویری که از وال استریت در این فیلم می‌بینیم، بیشتر شبیه یک قمارخانه و میکده است که پیش از آن‌که بتوانیم تمرکز خیلی زیادی روی درستی و غلطی کارهایمان داشته باشیم، می‌تواند ما را غرق خود کند. این فیلم در مراسم اسکار نامزد جایزه‌های بسیاری شد و در زمینه بهترین فیلم، بهترین کارگردانی، بهترین فیلمنامه اقتباسی و بهترین بازیگر مرد نقش اصلی و مکمل، نظرها را به خود جلب کرد، اما نتوانست جایزه‌ای ببرد.

برای آشنایی بیشتر با این فیلم مارتین اسکورسیزی باید سراغ یک شخصیت در جهان واقعی برویم؛ جوردن بلفورت. بلفورت که در حال حاضر ۵۷ سال سن دارد، پیش از این که به حرفه نویسندگی و سخن‌رانی روی بیاورد، فروشنده سهام در وال استریت بود. بلفورت در سال ۲۰۰۷ کتابی با عنوان «گرگ وال استریت» نوشت که در واقع یک اتوبیوگرافی درباره سال‌های حرفه‌ای او در وال استریت بود و مجموعه‌ای از خاطراتش به حساب می‌آمد. ترنس وینتر این کتاب را به فیلمنامه‌ای تبدیل کرد که خمیرمایه فیلم محبوب اسکورسیزی را ساخت. در این فیلم لئوناردو دی‌کاپریو نقش بلفورت را بازی می‌کند. جوانی که با هزار آرزو وارد وال استریت می‌شود و به‌زودی نه‌تنها کاملاً در این سیستم جذب و هضم شده، بلکه کسب‌وکار خود را آغاز می‌کند و با دست‌وپا کردن تیمی از انسان‌هایی که بیشتر به درد کارهای خلاف می‌خورند، خود را به یکی از موفق‌ترین و ثروتمندترین

۲



سوءاستفاده از جایگاه

(۲۰۱۰)



فضای سیاست‌گذاری و نحوه‌های بانک‌داری باعث شدند چنین بحرانی پدید بیاید. این فیلم به‌شدت مورد استقبال منتقدان قرار گرفت و هم به لحاظ مضمون و هم کیفیت ساخت انواع و اقسام تحسین‌ها را به خود جلب کرد. این فیلم که در جشنواره کن روی پرده رفته بود، موفق شد در مراسم اسکار همان سال جایزه بهترین فیلم مستند را هم ببرد. پنج بخش این فیلم به ترتیب به این شکل هستند: ۱. چگونه به این‌جا رسیدیم. ۲. حباب (۲۰۰۷-۲۰۰۱). ۳. بحران ۴. مسئولیت‌پذیری ۵. حالا کجا هستیم. این فیلم مستند نقدی بسیار جدی بر وضعیت سیستماتیک معیوب نظام مالی آمریکاست.

این فیلم مستند که در سال ۲۰۱۰ به کارگردانی چارلز فرگوسن ساخته شد، به‌هیچ‌وجه مانند دو نمونه قبلی به داستان‌های سرخوشانه زندگی مالی و بورسی نمی‌پردازد. فیلم «اینساید جاب» که در ایران با نام «سوءاستفاده از جایگاه» مشهور شد، به بحران مالی اواخر دهه پیش در ایالات متحده آمریکا می‌پردازد که از سال ۲۰۰۸ آغاز شد. خود فرگوسن می‌گوید این فیلم درباره «فساد سیستماتیک ایالات متحده در بخش خدمات مالی است و عواقبی که این فساد سیستماتیک ایجاد کرده‌اند». این فیلم مستند که پنج بخش مختلف دارد، به دنبال واکاوی این مسئله است که چگونه تغییرات ایجادشده در

اتاق بخار

(۲۰۰۰)



که این‌جا یک خبرهایی هست». همین باعث شد یانگری که آن زمان تنها ۲۸ سال سن داشت، دست به قلم شود و اولین فیلم بلند خود را بسازد. «اتاق بخار» هم نظر منتقدان را به خود جلب کرد و هم چهار برابر هزینه ساختش فروش داشت و به‌هرحال برای سازندگان سودی سرشار به همراه داشت. اگر می‌خواهید داستان پسر جوانی را ببینید که از دانشگاه اخراج شده و یک کازینوی بدون پروانه را در همان نزدیکی‌ها اداره می‌کند، حتماً «اتاق بخار» را نگاهی بیندازید، چون در این فیلم با انواع و اقسام هیجان‌های غیرمالی هم روبه‌رو می‌شوید.

باز هم با فیلمی روبه‌رو هستیم که به لحاظ سبک و سیاق و ژانر سینمایی متفاوت از بسیاری از آثار به اصطلاح وال استریتی سینمای آمریکاست. «اتاق بخار» فیلمی جنایی است که در آن بازیگران بسیار مطرح و پرشمار بازی می‌کنند و هم کارگردانی و هم نویسندگی‌اش را بن یانگر بر عهده داشته است. دلیل اصلی ساخت این فیلم تجربه شخصی بن یانگر بوده. یانگر می‌گوید برای کسب یک موقعیت شغلی به شرکت بورسی استرلینگ فاستر رفته است و «زمانی که وارد شدم، بلافاصله فهمیدم که این‌جا را باید به موضوع یک فیلم بدل کنیم، چون تا نگاهم به این بچه‌ها افتاد، فهمیدم

رکود بزرگ

(۲۰۱۵)



در مقیاس بسیار بزرگی اتفاق بیفتد، می‌توانیم به آن «بیگ شورت» بگوییم. این فیلم را آدم مک‌کی ساخته و گرچه اثری کم‌دی است، اما وجوهی از آن که به توضیح جزئیات این مسائل مالی می‌پردازد، چیزی کمتر از مستند «اینساید جاب» ندارد. این فیلم به داستان بحران مالی سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ می‌پردازد و این ادعا را دنبال می‌کند که این بحران از پی حباب مسکن در ایالات متحده پدید آمد. بازیگران مشهوری نظیر کریستین بیل، استیو کارل، رایان گاسلینگ و برد پیت در این فیلم بازی می‌کنند که همگی به دیدنی بودن آن اضافه کرده‌اند.

در این‌جا هم با فیلمی روبه‌رو هستیم که مانند «گرگ وال استریت» و جوجه کم‌دی پررنگی دارد و باز هم مانند همان فیلم مبتنی بر یک کتاب زندگی‌نامه‌ای است. جدای از شباهت‌های این فیلم با «گرگ وال استریت» این نکته هم مهم است که «بیگ شورت» مانند «اینساید جاب» در ایران با نام فارسی نسبتاً عجیبی (رکود بزرگ) جا افتاده که معنای دقیق این عبارت انگلیسی را نمی‌رساند. فرض کنید شما ارزش چیزی را بیش از حد واقعی معرفی می‌کنید و آن چیز را به فروش می‌رسانید و پس از به فروش رفتن با وارد کردن ارزش واقعی، پول خریدار را بی‌ارزش می‌کنید. اگر این اتفاق

اماکن تجاری

(۱۹۸۳)



که فعالیت عمده شبانه‌روزش فریب دادن مردم و کلاهبرداری است. این دو نفر بدون این‌که خودشان بدانند، به دلیل یک شرط‌بندی در مسیر هم قرار می‌گیرند و زندگی هر دوی آن‌ها با هم تلاقی می‌کند. «اماکن تجاری» با بودجه‌ای ۱۵ میلیون دلاری توانست فروشی ۹۰ میلیون دلاری را از خود به جای بگذارد و جدای از این موفقیت مالی توانست جوایز بفتای بازیگری را کسب کند. البته هیچ‌یک از دو مرد اصلی این جوایز را نبردند، بلکه دنلوم ایوبت و جیمی لی کورتیس به ترتیب برنده جایزه بازیگر زن و مرد نقش مکمل شدند.

باز هم فیلمی کم‌دی و باز هم دهه ۸۰، نکته بسیار جالب این است که فیلم‌های مالی عموماً یا در دوران به اصطلاح رونق مالی ساخته می‌شوند (دهه ۸۰)، یا در دوران بحران مالی (دهه اخیر). این فیلم که با کارگردانی جان لندیس و نویسندگی تیموتی هریس روی پرده‌ها رفت، ستاره‌های آن زمان سینمای کم‌دی جهان یعنی ادی مورفی و دان آیکروید را در دل خود جا داد تا بتواند بیشتر نظر تماشاچی‌ها را به خود جلب کند. «اماکن تجاری» داستان یک فروشنده کالا از کلاس بالایی جامعه و فردی بی‌خانمان را تعریف می‌کند

جلوگیری از ضرر

(۲۰۱۱)

بانک سرمایه‌گذاری وال استریتی رخ می‌دهد. این ۲۴ ساعت مطابق با ساعات اولیه‌ای هستند که در آن بحران مالی ۲۰۰۷ رخ داد. داستان مربوط به کارهایی است که گروهی از کارکنان تحت چنین شرایطی انجام می‌دهند. این فیلم که در جشنواره ساندنس اکران اولیه شد، نامزد اسکار بهترین فیلمنامه هم شد و با فروشی نسبتاً قابل قبول توانست نظر اکثر منتقدان را هم به خود جلب کند. حتی اگر خود مضمون و کیفیت فیلم کسی را به خود جلب نکند، تیم گسترده‌ای از بازیگران ستاره که در آن ایفای نقش کرده‌اند، ما را پای آن خواهد نشانند.

این فیلم در زبان انگلیسی با نام «مارجین کال» مشهور است. مارجین کال به حالتی می‌گویند که یک شرکت فروشنده سهام، از سرمایه‌گذار می‌خواهد با وارد کردن پول نقد یا اوراق بهادار بیشتر، جلوی ضرر ممکن را بگیرد و کالا را به سطح ارزش حداقلی یا همان حاشیه سود صفر برساند. «جلوگیری از ضرر» را دست‌کم به خاطر کوین اسپیسی هم که شده، باید نگاه کنیم، زیرا به احتمال زیاد دیگر تصویری از او نخواهیم دید. این فیلم که به کارگردانی جی‌سی چاندور روی پرده رفت، داستانی را تعریف می‌کند که طی یک دوره ۲۴ ساعته در یک



وال استریتی: پول هرگز نمی‌خواهد

(۲۰۱۰)

شده است. او قصد دارد رابطه تخریب‌شده‌اش با دخترش وینی را بهبود ببخشد و در همین راه از نامزد دخترش، جیکوب (با بازی لیبوف)، کمک می‌خواهد. این فیلم گرچه به لحاظ تجاری تقریباً مانند نسخه اول خود موفق بود، اما نتوانست پس از اکران اولیه در جشنواره فیلم کن، نظر منتقدان را مانند نسخه ۱ به خود جلب کند. زمانی که فیلمنامه این فیلم آماده شده بود، به منظور تصحیح، آن را به دست آلن لئوب دادند که خودش یک فروشنده سهام دارای پروانه کار بود. قطعاً با دیدن فیلم اول سراغ این فیلم هم خواهید رفت.

برای آشنایی با این فیلم همین حالا به فیلم شماره یک یعنی «وال استریتی» بروید. این فیلم به نوعی ادامه همان داستان است و به همین دلیل بسیاری آن را «وال استریتی ۲» می‌نامند. کارگردان کماکان الیور استون است و نقش اول هم مایکل داگلاس، اما در کنار او با ستاره حاشیه‌ساز جوان هالیوود یعنی شیا لیبوف روبه‌رو هستیم. در فیلم هم مانند واقعیت ۲۳ سال از وقایع فیلم اصلی گذشته و حالا با داستان‌هایی روبه‌رو هستیم که پیرامون بحران مالی ۲۰۰۸ رخ می‌دهند. گوردون گکو گویا دیگر دست از کارهای قبلی خود کشیده و به نوعی سربراه



انرون: باهوش‌ترین آدم‌های یک اتاق

(۲۰۰۵)

فیلم انواع مصاحبه‌ها را می‌بینیم که شامل مدیران ارشد و کارکنان سابق خود انرون هم می‌شود و در نهایت با فرماندار سابق کالیفرنیا یعنی گری دیویس هم مصاحبه‌ای صورت می‌گیرد. این فیلم در مراسم اسکار سال ۲۰۰۶ نامزد جایزه بهترین فیلم مستند شد، اما در رقابتی نزدیک این جایزه را به فیلم «مارش پنگوئن‌ها» باخت. این فیلم هم به لحاظ تجاری عملکرد خوبی داشت و هم نظر منتقدان را به خود جلب کرد. راجر ابرت، منتقد مشهور آمریکایی، درباره این فیلم تاکید می‌کند که حواسمان باشد «با یک فیلم جنایی طرف هستیم، نه سیاسی».

باز هم مستند و باز هم مبتنی بر یک کتاب پرفروش که به قلم یکی از گزارشگران مجله فورچون در سال ۲۰۰۳ نوشته شده بود. این فیلم مستند به مطالعه یکی از بزرگ‌ترین رسوایی‌های کسب‌وکاری تاریخ آمریکا می‌پردازد. این فیلم که به کارگردانی آکس گیبینی روی پرده رفت، سراغ سقوط کمپانی انرون در سال ۲۰۰۱ رفته است. این سقوط باعث شد چندین پرونده کیفری برای تعدادی از مدیران ارشد این کمپانی در دادگاه تشکیل شود و رسوایی انرون شدت پیدا کند. در این میان می‌بینیم که کارکنان و تجار این شرکت چطور در بحران برق کالیفرنیا دست داشته‌اند. در این



گنده‌تر از آنیم که شکست بخوریم

(۲۰۱۱)

اساس کتابی ساخته شده که عنوان کامل بسیار جالبی دارد: «گنده‌تر از آنیم که شکست بخوریم: داستانی داخلی درباره این‌که چطور وال استریتی و واشنگتن هر دو جنگیدند تا سیستم مالی و خودشان را نجات دهند». این فیلم که باز هم به حوادث مربوط به بحران مالی ۲۰۰۸ می‌پردازد، تمرکز اصلی خود را بر عملکرد نهادهای دولتی مانند وزارت خزانه‌داری و فدرال رزرو قرار داده است. این فیلم با استقبال نسبتاً قابل قبول منتقدان هم روبه‌رو بود و در پیچ‌های بسیار مناسب را در اختیار ما قرار می‌دهد تا با عملکرد دولتی‌ها و اشتباهاتشان بیشتر آشنا شویم.

عنوان این فیلم برآمده از ادعای بانک‌های وال استریتی است که پیش از بحران مالی ۲۰۰۸ می‌گفتند: «ما آن‌قدر بزرگ شده‌ایم که دیگر شکست نخواهیم خورد و سقوط نخواهیم کرد». همان زمان، رابین ویلیامز، بازیگر و کم‌دین مشهور آمریکایی، در یکی از برنامه‌های خود به‌خوبی این جمله را به سخره گرفت و گفت: «این حرف مثل این است که من بگویم آن‌قدر چاق هستم که دیگر ممکن نیست سگته کنم.» و در ادامه روی این مسئله تاکید کرد که اتفاقاً دلیل شکست خوردن شما، گنده شدن جناب‌گونه‌تان است. این فیلم تلویزیونی که از شبکه اچ‌بی‌اچ پخش شده است، بر



پایان نقل و انتقال‌های فصل ۲۰۱۹-۲۰۲۰ اروپا

آن‌ها که رفتند، آن‌ها که ماندند

فوتبالی‌ها در این چند هفته اخیر کم‌کم داشتند سرگیجه می‌گرفتند؛ خبرها و شایعه‌ها تمامی نداشتند. امروز خبری روی خروجی خبرگزاری‌ها می‌آمد و فردا تکذیب می‌شد و از انتقال بازیکن دیگری صحبت می‌شد. بعضی تیم‌ها می‌خواستند از دست بازیکنشان خلاص شوند و بعضی‌ها هم دو دستی بازیکنشان را گرفته بودند مبدا تیمی و سوسه‌اش کند. حاشیه هم که مثل همیشه لابه‌لای خبرها بود؛ این بار پررنگ‌تر. اما هرچه بود، تمام شد و حالا باشگاه‌ها و البته سرمربی‌ها با خیال آسوده‌تری کارشان را پی می‌گیرند. بد نیست وقتی گرد و خاک خبرهای ضد و نقیض خوابیده، با هم نگاهی بیندازیم به بازیکنان، یا بهتر بگوییم، ستاره‌هایی که رفتند و ستاره‌هایی که ماندند.

ورزش

فرید دانش فر گزارشی

فرانک دی‌یانگ

همان چیزی که برای دی‌لیخت اتفاق افتاد، برای دی‌یونگ هم پیش آمد؛ این دو جدا از این که در آژاکس کنار هم بازی می‌کردند، رابطه‌ای خیلی صمیمی با هم دارند. به خاطر همین رابطه بود که می‌گفتند دی‌لیخت هم به بارسا می‌آید. اما فقط دی‌یانگ به نیوکمپ رفت، آن هم با رقم ۷۵ میلیون یورو. منچستر سیتی و پاریسن ژرمن به شدت دنبال جذب او بودند، اما درنهایت این بارسا بود که موفق شد او را به دست بیاورد. دی‌یانگ طی مصاحبه‌ای گفت: «بازی در بارسلونا آرزوی دوران کودکی من بود و ضمناً آن‌ها درباره جذب من بسیار جدی بودند و این مسئله تصمیم گرفتن را برای من آسان کرد. از کودکی دیدارهای بارسا را تماشا می‌کردم. با این‌که تمام تیم را تحسین می‌کنم، اما همیشه طرفدار مسی بوده‌ام!» بازی او در کنار مسی، سوارز و گریزمان حتما دیدنی خواهد بود.



نیمار

بگذارید از پرسروصداترین سوژه نقل و انتقال‌ها صحبت کنیم. بمبی که باروت زیادی داشت، اما نترکید! خودش اصلاً پنهان نکرد علاقه‌اش را برای پیوستن به بارسلونا؛ بازگشت به نیوکمپ، بازی در کنار مسی. هنوز آن قدرها زمان زیادی از ترک بارسلونا نگذشته و فراموش نکرده‌ایم آن موقع هم چقدر سروصدا به پا کرد رفتنش؛ رفتنی که میلیون‌ها دلار خرج برداشت. نیمار این اواخر حتی گفت که بهترین خاطره‌اش همان بازی معروف بارسا مقابل پارسی‌ها بود. این حرفش طرفداران پاریسن ژرمن را حسابی عصبانی کرد. آن‌ها بنر زدند و از نیمار خواستند برود و از باشگاه هم خواستند درها را برایش باز بگذارد. می‌گفتند حتی رئالی‌ها پشت در هستند! پیونتوسی‌ها هم بدشان نمی‌آمد بعد از رونالدو، یک فوق ستاره دیگر را هم جذب کنند. اما آخرش هم خبری نشد و هیچ‌کدام از این مذاکره‌ها به نتیجه نرسید. این روزهای آخر نقل و انتقالات هم رئیس لالیگا گفت: «تا زمانی که PSG مبالغی را که برای او می‌خواهد پایین نیاورد، به احتمال زیاد او باید بازنشستگیش را در فرانسه جشن بگیرد.»



پیل پوگبا

او هم حاشیه کم نداشت. در این که پوگبا یکی از ستاره‌هاست، حرفی نیست البته. خیلی‌ها عقیده دارند (که پربی‌راه هم نمی‌گویند) به دلیل حضور دو فوق ستاره پرتغالی و آرژانتینی، یعنی رونالدو و مسی، بسیاری از بازیکنان فوق‌العاده آن‌طور که باید، دیده نمی‌شوند. پوگبا آن قدر خوب است که زیدان درصدد خریدنش برآمد. به طور واضح می‌خواست چنین انتقالی انجام شود؛ انتقالی که می‌توانست هم سروصدای زیادی به پا کند و هم کمک بزرگی به خط میانی تیم زیدان کند. تیمی که در چند هفته ابتدایی هم آن‌طور که هواداران می‌خواستند، بازی نکرد. به‌هرحال، زیدان طی صحبت‌هایی که با فلورنتینو پرز، رئیس رئال مادرید، داشت، توانست موافقتش را جلب کند. اما درنهایت فهمیدند قیمت پوگبا به جیبشان نمی‌خورد و زیادی سنگین تمام می‌شود؛ آن هم بعد از خرید گرانی مثل ادن هازارد. این‌طور شد که پوگبا در منچستر ماند تا سولسشائر یک نفس عمیق بکشد.



پائولو دیبالا

یکی دیگر از آن بازیکنانی که تا حدودی زیر سایه رونالدو، و البته هم‌وطنش، مسی، قرار گرفته. یکی از مهره‌های مهم یووه. دیبالا خواهان زیاد داشت و هر چند روز یک بار اسم باشگاه دیگری در شایعه‌ها شنیده می‌شد. اولین تیمی که مقصد بعدی دیبالا معرفی شد، منچستر یونایتد بود. نمی‌دانم خود دیبالا نگران این قضیه بود که سرنوشتی شبیه دیگر هم‌وطنش، دی‌ماریا، پیدا کند یا نه. هر چه بود، این انتقال منتفی شد. بعد اسم تیم دیگری از لیگ برتر آمد؛ تاتنهام. تاتنهامی که حالا قدرت پیدا کرده و سومین شانس قرار گرفتن در رده اول جدول است. اما صحبت با این تیم هم نتیجه نداشت. اسم چند تیم دیگر هم به میان آمد، حتی حرف از حضور در رئال مادرید هم پیش آمد و بعدش هم که گفتند می‌رود پیش دی‌ماریا در پاریس. هیچ‌کدام سرانجام نداشتند. ضمن این‌که خود دیبالا هم طی صحبتی گفت که دوست دارد در یوونتوس بماند.



آنتوان گریزمان

بدون شک یکی از پربحث‌ترین نقل و انتقال‌ها، رفتن گریزمان به بارسا بود. تا دلتان بخواید، حرف و خبر درباره این انتقال بود. هر کسی هم یک چیزی می‌گفت! کار به جایی رسید که گفتند همه چیز زیر سر مسی است و او می‌خواهد گریزمان را به بارسا بیاورد. همه هم می‌گفتند گریزمان می‌خواهد پیراهن آبی اناری را بپوشد. نکته بامزه ماجرا این‌جاست که سال گذشته و بعد از تمام شدن فصل نقل و انتقال‌ها، طی مصاحبه‌ای گفته بود که به بارسا نرفتم، چون زیر سایه مسی قرار می‌گرفتم. حالا اما همدیگر را در آغوش گرفته‌اند و همه چیز روبه‌راه است. فقط طرفداران اتلتیکو بدجوری از دست بازیکن فرانسوی عصبانی‌اند. خیلی‌ها از همین الان منتظر رویارویی بارسا و اتلتیکو هستند.



گرت بیل

خبرهای بازیکن ولزی کم‌از حاشیه‌های نیمار نداشت. یکی می‌گفت می‌رود، یکی می‌گفت کجا برود، زیدان با زبان بی‌زبانی می‌گفت نمی‌خواهدش، خودش هم می‌گفت عمرا نمی‌روم! بسیاری از هوادارها که روزهای بد فصل قبل را دیده بودند، می‌گفتند اگر او برود، چه کسی می‌خواهد جایش را بگیرد. رئالی‌ها که بعد از رفتن رونالدو فهمیدند چقدر حضورش اهمیت داشته، نگران بودند بیل را هم از دست بدهند و جایگزینی برایش پیدا نکنند. عده‌ای هم می‌گفتند گرت بیل دیگر آن درخشش قبل را ندارد. نکته جالب این بود که هر وقت انتقادهای زیاد می‌شد، بیل یک نمایش خوب از خودش نشان می‌داد. آخرش هم ماند و زیدان هم بعد از آن همه مخالفت، دستش را به گرمی فشار داد.



خامس رودریگز

بر سر خامس هم حرف و حدیث زیاد بود. او که به طور قرضی به بایرن رفته بود، بعد از دو سال به تیم اصلی‌اش برگشت. معلوم نیست اوضاع در رئال چطور پیش می‌رود، اما همه می‌دانند که زیدان او را نمی‌خواست. این موضوعی نبود که کسی ازش خبر نداشته باشد. رئال قصد فروشش را داشت، اما معلوم نیست چطور شد که نظر رئال و زیدان تغییر کرد. هواداران هم برای رودریگز سنگ تمام گذاشتند و حسابی ازش استقبال کردند. ماجرا به این‌جا رسید که خامس در ترکیب اصلی قرار گرفت. البته این اواخر هم حاشیه‌ساز شد. وقتی در اولین بازی فصل مصدوم شد، پزشک تیم ملی کلمبیا به او تاخت و گفت: «خامس وقتی در بایرن بود، دچار مصدومیت شد، ولی به جای تمرکز روی بهبودی، از این جشن به آن جشن می‌رفت. چنین بازیکنی چگونه می‌تواند به موقع برگردد؟» بعدش هم همسر سابق خامس کلی ازش دفاع کرد.



روملو لوکاکو

اینتر در فصل قبل حال و روز خوبی نداشت، درست مثل میلان. اما کونته کسی است که می‌تواند وضعیت را عوض کند. لوکاکو که در منچستر با حاشیه‌هایی همراه بود، با رقم ۶۵ میلیون یورو راهی اینتر شد؛ مهاجمی که ترس به بدن هر مدافع و دروازه‌بانی می‌اندازد. لوکاکو می‌تواند فصل درخشانی را برای اینتری‌ها رقم بزند. در همین چند هفته نشان داد که این قابلیت را دارد و مهاجم قدرتمند و باهوشی است. البته حاشیه باز هم گریبانش را گرفت و در بازی مقابل کالیاری، شعارهای نژادپرستانه‌ای علیه‌اش دادند. این حرکت واکنش بسیاری از فوتبالیست‌های سیاه‌پوست را در پی داشت. تا جایی که دمبابا، مهاجم سابق چلسی، از بازیکنان سیاه‌پوست درخواست کرد برای مبارزه با این حرکت نژادپرستانه، لیگ ایتالیا را ترک کنند. لوکاکو فصل سختی را پیش رو دارد و چشم امید خیلی‌ها به اوست.



ژائو فلیکس

گريزمان می‌خواست برود و سران اتلتیکو باید دست به کار می‌شدند، اما کسی فکرش را هم نمی‌کرد حاضر باشند ۱۲۷ میلیون یورو هزینه کنند. آن‌ها ژائو فلیکس ۱۹ ساله را از بنفیکا خریدند تا گران‌ترین خرید تاریخ باشگاهشان ثبت شود. فلیکس که در تیم پایه‌های بنفیکا حضور داشت، بعد از مدتی به تیم اصلی راه پیدا کرد و پله‌های موفقیت را با آسانسور طی کرد! او طی فصل پیش موفق شد ۲۰ گل بزند و ۱۱ پاس گل بدهد. بازی‌های پاییزی این استعداد ۱۹ ساله را از دست ندهید. شاید شاهد ظهور یک فوق ستاره دیگر در لالیگا باشید.



ادن هازارد

عملکرد فوق‌العاده هازارد باعث شد سران رئال به فکر جذبش بیفتند. هرچند شایعه پیرامونش کم نبود، اما قبل از نهایی شدن قرارداد هم همه می‌دانستند هازارد به رئال می‌رود. جای خالی یک ستاره که به قول فوتبالی‌ها بتواند بازی را یک‌تنه دربیان کند، خالی بود. هازارد که با چلسی قهرمان لیگ اروپا شد و عنوان بهترین بازیکن این رقابت‌ها را هم از آن خودش کرد، با خاطره‌ای خوش راهی سانتیاگو برنابئو شد. البته همان ابتدای کار مصدوم شد. اما در پاییز پیش رو میلیون‌ها رئالی در سراسر جهان چشم به ساق‌های او می‌دوزند. و منتظرند ببینند او می‌تواند جای خالی رونالدو را برایشان پر کند یا نه. این انتقال حدود ۱۰۶ میلیون دلار برای رئال آب خورد.



ماتیاس دی‌لیخت

نمایش خیره‌کننده آژاکس در لیگ قهرمانان فصل قبل باعث شد نگاه‌ها به سمت بازیکنان این تیم بچرخد. او که بهترین بازیکن سال ۲۰۱۹ هلند انتخاب شده، فقط ۲۰ سال سن دارد. درباره مقصد او هم گمانه‌زنی‌های زیادی شد و حتی نامزدش در یک پست در فضای مجازی گفت که دی‌لیخت به بارسلونا می‌رود! هرچند خبرش اشتباه از آب درآمد و این استعداد جوان راهی یوونتوس شد. بازی‌های ابتدایی او واکنش‌های مختلفی به همراه داشت، اما هنوز برای نظر دادن درباره او زود است. رونالد کومان، سرمربی هلند، هم تمام‌قد پشت او ایستاد و ارزش دفاع کرد. دی‌لیخت با مبلغی حدود ۸۵ میلیون یورو حاضر شد پیراهن یووه را به تن کند.



و دیگران!

بازیکنان بسیاری بودند که فرصت نیست درباره همه‌شان بنویسیم؛ کسانی مثل لوکا یوویچ که با ۶۰ میلیون یورو به رئال رفت، نیکولاس پپه که با ۸۶ میلیون دلار راهی آرسنال شد، رودریگو که با ۷۸ میلیون دلار از اتلتیکو مادرید به منچستر سیتی رفت، لوکاس هرناندز که با ۸۲ میلیون دلار عضو بایرن مونیخ شد، اسپینازولا که با ۲۹ میلیون یورو لباس رم را پوشید، بنجامین پاوارد فرانسوی که با ۸۰ میلیون یورو به بایرن مونیخ رفت و البته یک‌کاردی که بعد از کلی سروصدا و حاشیه و حرف و حدیث، در روز آخر نقل و انتقال‌ها با رقمی حدود ۷۰ میلیون یورو به پاریس رفت تا در کنار نیمار، خیال پاریسی‌ها را از حاشیه داشتن راحت کند!

هری مگوایر

باورتان می‌شود بازیکنی که تا همین چند سال پیش در لیگ دسته سوم انگلیس بازی می‌کرد، حالا به گران‌ترین مدافع تاریخ تبدیل شده؟ آن هم با رقم عجیب ۸۰ میلیون پوند. فوتبالی‌ها می‌دانند که هری مگوایر بازیکن بی‌ظنیری است و می‌تواند به خط دفاعی منچستر کمک زیادی کند. مگوایر صبور بود و سخت‌کوش. بهترین بازی‌اش را انجام می‌داد و با تمام توان در زمین خودش را به همه ثابت کرد، حتی وقتی در لیگ دسته سه انگلیس حضور داشت. حالا هم دستمزدش را گرفته. ستاره‌های سابق و فعلی منچستر حسابی از او تعریف و تمجید می‌کنند و منتظر درخشش او در پیراهن قرمز رنگ هستند. هری مگوایر از همین حالا باید آماده شنیدن نقد باشد؛ رقم بالا پیش باعث شده با ذره‌بین بازی‌اش را ببینند.





حل شدن خود را به ما بسپارید!

از صفحه تویتر یک کاندیدای آینده همه پست‌ها

۱۸ مرداد

حالا هی شما قدر ندانید. من توییت کردم که پرسیدن حق شماست. بعد همه تان این حسن بزرگ و خفن من را نادیده گرفتید. آقایی، که حتی از همان اسمش هم معلوم است ساده‌زیست نیست، گفته هر خبرنگاری سوال نامربوط بپرسد، تا چهار سال محروم می‌شود. از نظر من همه سوال‌ها مربوط‌اند. از من هر چه دوست داشتید، سوال بپرسید. سوال شخصی بپرسید. از سایز رخت و لباسم بپرسید. از راز سیاه ماندن موهایم بپرسید. از هلو یا لیمو بپرسید. من مرد سوال‌های شما هستم

۱۱ مرداد

متأسفانه امروز از طریق یکی از دوستانم متوجه شدم که مدیر محترمی که من اسمش را نمی‌آورم، اما اگر سرچ کنید می‌فهمید که چقدر نزدیک حوزه انتخابیه ماست. گفته که چند تا از فرزندان‌ش خارج از کشور تحصیل می‌کنند. این البته فرار مغزها نیست، چون آنها را می‌شناسم. اما به هر حال معلوم است که کاربوداری است. من اگر یک‌وقت همین‌جوری مسئولیت داشتم، به جای این که بچه‌هایم را بفرستم آن‌ور، دانشگاه‌های آن‌ور را می‌آوردم. تو این قدر به فرار مغزها فکر نکردیم که رسیدیم به فرار بچه‌های درو همسایه!

۱۹ مرداد

دیشب داشتم کارت‌ون بل و سباستین را نگاه می‌کردم. یک‌هو وسط دیدنش یادم افتاد که من چقدر روحیه جوانی دارم و چقدر دهه شصتی‌ها را، که به صورت تصادفی اکثریت رأی‌دهندگان هم هستند، دوست می‌دارم و درک بالایی از دغدغه‌هایشان دارم. من حتی هنوز از آن دفترهایی که پشتش نوشته بود تعلیم و تعلم عبادت است هم دارم و ضمناً کلی هم خاطره با یخ‌مک و بستنی یخی دارم که اگر از این توییت بل و سباستین استقبال کنید، قول می‌دهم آن‌ها را هم بنویسم. امیدوارم مسئولین بعدی کشور، حتی اگر همه‌شان هم من نیستیم، دهه شصتی‌ها را خوب درک کنند.

۱۳ مرداد

من در این تنهایی به تو می‌اندیشم و تو داری سگ‌ها را می‌کشی

ضمن تسلیم به محضر جریحه‌دار شده کسانی که به روند دردناک سگ‌کشی اعتراض داشته‌اند، اعلام می‌کنم یک مجلس خوب باید حامی همه موجودات زنده باشد چه برسد به حیوانات کمی تا قسمتی اهلی.

۲۲ مرداد

با خواندن خبر هزینه‌ای که برای صندوق عقب ۲۰۶ شده است، خون گریه کردم. اصلاً از وقتی این خبر را خوانده‌ام، خواب ندارم. هم‌سرم خیال می‌کند به خاطر یک چیز دیگری است که این‌طور شده‌ام. وقتی برایش توضیح دادم که فکر ۲۰۶ نمی‌گذارم سرم را روی بالش بگذارم، خیالش تا حدودی راحت شد. من نمی‌دانم تا کی باید با همین ندانم‌کاری‌ها نیروی جوان کشور را از بین برد. یعنی در این کشور یک صندوق ارزان‌تر نبود که بگذارند روی ۲۰۶؟ یا اصلاً نمی‌شد حالا این یک ماشین نداشته باشد این صندوق گران‌قیمت را؟! اگر امور به دست نمایندگان واقعی شما مردم باشد، این همه بی‌سروسامانی نخواهد بود.

۱۵ مرداد

دیروز که رفته بودم از مغازه سر کوچه بیسکوییت رنگارنگ بخرم، متوجه شدم قیمت شارژر آی‌فون در همین یکی دو ماه سه برابر شده است. واقعا نمی‌دانم چطور مسئولان کمی به فکر این مردم نیستند و این چیزها را درست نمی‌کنند. شاید یک دلایل این است که به اندازه من ساده‌زیست نیستند و خودشان بیسکوییت رنگارنگ نمی‌خرند. به هر حال من معتقدم در یک دولت خوب قیمت بیسکوییت رنگارنگ خیلی کم تغییر می‌کند.

۱۶ مرداد

هم‌وطن عزیز پرسیده است: «بالاخره تو می‌خواهی بری مجلس یا بستنی برای رئیس‌جمهوری؟» عزیزانم! نا‌زنین‌هایم! زیباترین‌هایم! پرسیدن حق شماست. بپرسید، هر قدر دل‌تان خواست بپرسید. ضمناً من برایم خیلی فرقی ندارد، هر بستنی به نظر تان صلاح است، همان را بگویید. اصلاً یک نظر سنجی می‌گذارم توی همین صفحه که شما نظر بدهید کدامش بیشتر به من می‌آید. ضمناً یک گزینه هر دو هم می‌گذارم که یک وقت کسی دست‌خالی از صفحه نرود.



۲۸ مرداد

همان‌طور که خودتان خوب متوجه شدید، یک هفته تمام توییت نکردم. خواستم به آن دسته از عزیزانی که معتقدند آدمی که کار و زندگی داشته باشد صبح تا شب در توییت نیست، نشان دهم که چند مرده حلاج هستم و به آن‌ها بگویم که من با این‌که تعدادتان کم است و رأیتان تاثیر زیادی ندارد، به‌هرحال دغدغه‌های شما را هم درک می‌کنم.

۲۹ مرداد

همه عزیزانی که از اواخر مردادماه دارید درباره این‌که ۲۸ مرداد واقعا کودتا نبوده، به من پیام می‌دهید! من دغدغه شما را هم درک می‌کنم و به فکر تان هستم، اما شرایط فوری نیست که بتوانم مستقیم برایتان توییت کنم. ممکن است ردصلاحیتم کنند.

۱ شهریور

متأسفانه باخبر شدم که در مراسم انتخاب بهترین‌های لیگ برتر فوتبال همه عناوین به باشگاه بزرگ و عزیز پرسپولیس رسیده است و هواداران استقلال اصلا خوشحال نیستند. من علی‌رغم آن‌که یک چهره کاملاً ملی هستم و یک ذره هم عرق باشگاهی ندارم، اما قائل به عدالتی آهنگین هستم و اگر زمانی آن‌طور که شایسته مردم عزیزمان است، یک پست درست و حسابی داشته باشم، کاری می‌کنم که استقلال هم از مراسم انتخاب بهترین‌های لیگ برتر فوتبال یک چیزی عایدش بشود. ضمناً اگر بنا باشد که آن پست در سطح ملی باشد، برای هواداران تراکتور هم فکری دارم. فعلاً تصمیمم را نگرفته‌ام.

۵ شهریور

خب فهمیدم. ۵! چه شعر مزخرفی. یک دولت درست و حسابی باید کاری کند که سلبریتی‌ها شعرهای خوب بگویند و سطح ادبی‌شان بالا برود.

۳ شهریور

در سایه غفلت عده‌ای از مسئولین بی‌کفایت آتش‌سوزی در حال نابود کردن جنگل‌های آمازون است. دولت مقتدری که کشور ما به آن نیاز دارد، بلافاصله کاری می‌کند که کشور ما به آن نیاز دارد. به این ترتیب با نمک‌گیر کردن ساکنان آن خطه از زمین هم‌زمان مشکل فوتبال، والیبالی، کشاورزی و حرکات موزون موسوم به سامبا را حل می‌کند. کاش مردم کمی به این‌که من از اسم بردن سامبا نمی‌ترسم هم توجه می‌کردند.

۷ شهریور

علی‌رغم این‌که خیلی به دغدغه‌های شما اهمیت می‌دهم، مجبورم به دغدغه‌های یک گروه دیگر هم اهمیت بدهم که گفته‌اند اگر اکانت‌م را تعطیل نکنم، امکان خدمت‌گزاری به شما را نخواهم داشت. پس تا اطلاع ثانوی بدانید که من در همه مباحث مطرح‌شده در توییت‌م نظرم به گروهی است که تعدادشان بیشتر است. پیروز باشید.

۴ شهریور

چندی پیش ناهار خیلی سرزده مهمان خانه یکی از اقوام شدیم. متأسفانه خیلی اتفاقی فهمیدم که پسرش کنکور دارد و خیلی ناگهانی متوجه شدم که چقدر از شرایط کشور ناامید است. قوم و خویشان من را به شدت غافل گیر کرد و از من خواست به فکر نجات کشور باشم. گفتم تا ببینم اوضاع چطور پیش می‌رود. اما دیگر جواب رد دادن به نیاز شما برایم سخت شده است.

۵ شهریور

بوی
کوچه
می‌دهد

این شعر را یکی از سلبریتی‌های کشورمان در کتاب شعرش چاپ کرده است. لطفاً خیلی زود نظراتان را بدهید، تا من ببینم طرفدارهای این دوست عزیز بیشترند یا دشمن‌هایش.



۱۷ ۱۶ ۱۵ ۱۴ ۱۳ ۱۲ ۱۱ ۱۰ ۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱

افقی:

- جنبشی انقلابی در فرانسه قرن هجدهم با هدف جمهوری برابری - کاخ دیدنی عهد صفوی در اصفهان
- خرگوش - کوچکترین جزء یک عنصر که خواص آن عنصر را داشته و با چشم دیده نمی شود - دالانه
- خط نه راست نه شکسته - بخشی از هر وزارتخانه - فیل ماقبل تاریخ
- پدر - نیروی انتظامی سابق - بازرگان
- چوب اعدام - نام عمومی کشورهای اروپایی و گاهی آمریکا - حلاج، پنبه زن - غذای مریض
- برهنه - از بیماریهای ریه - ایستگاه قطار - شکل موهوم
- بچه ترسان - عدد ورزشی
- شیر بیشه - لوله تنفسی - نوعی شیرینی تر
- خالص - لبن - اسم - صفحه نقاشی
- درخت انگور - برچسب - واگذاشتن
- جای عمیق دریا که آب در آن می چرخد - شکلی هندسی - حیا - در تداول عامه ناگاه
- اسب رام نشدنی - از حشرات - بلند
- قومی ایرانی - عنوان اشرافی در هند - مال، دارایی - پول ژاپن - خل، کم عقل
- آسانی - آلونک، کلبه - رخنه - مکانی مقدس در مکه مکرمه
- نمناک - هر یک از مسابقات جهانی در زمینه علوم - کشتیبان، ناخدا
- پارکی جنگلی و دیدنی در گیلان - فزون ساز ولتاژ برق - مخالف
- عنوان شاهان گذشته روسیه - چین و شکن - اسب بارکش

- راضی کننده - شهری معروف در هلند

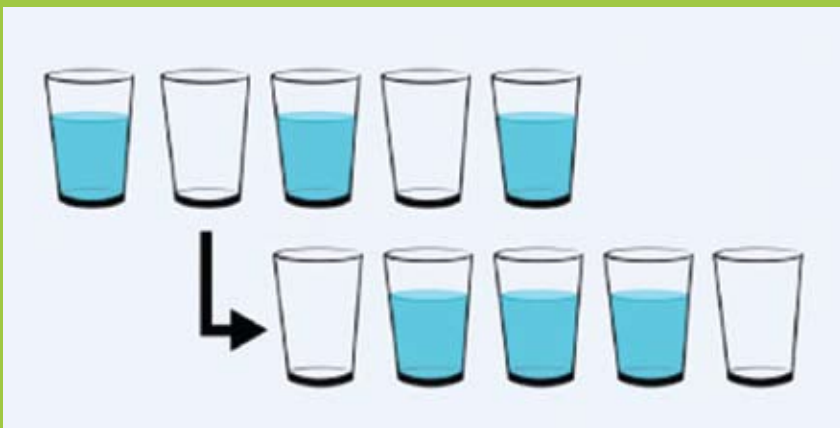
عمودی:

- نام دیگر گیاه علف هزار برگ - نوعی جلد کتاب
- گیاه - ماده‌ای برای بیهوشی - معمول
- گرمای سخت - پرستیدن خدا - قریه
- چرم براق - دشنام - پوشن - رزق
- تکنیکی - درخش - پرچم گل - بازنده شطرنجی
- تیر پیکان دار - بدی - میوه‌ای مقوی - پیچ کردن - از چاشنیهای غذا
- قطعه موسیقی - جاده - نمایشنامه‌ای معروف از شکسپیر
- میراث مادری - سرپرستار - باجناب
- توان - کار کرد، نتیجه کار - سال گذشته
- آبادانی - دوست - کشوری در آمریکای جنوبی
- استارت مکانیکی - جانوری موذی - شالوده
- یک ورق کاغذ - سرگرد قدیم - عنوانی اشرافی در انگلستان - محبت - تصدیق انگلیسی
- روز - سازی بادی - سیاره سرخ - حیران

- مجرای آب زیرزمینی - جمع والی - اشاره به دور گذرگاه
- کربن خالص - شهر شهریار - از توابع خرم آباد
- هستی - اثر جریبی - درختی بی میوه
- ورزشی گروهی در آب - عنوانی برای شاهزادگان

معمای هوش:

با جابه‌جا کردن فقط یک لیوان تصویر زیر را بسازید



پاسخ در صفحه ۱۱۱



گزارش و خارزم از عرضه برق نیروگاهها در بورس انرژی

حالا بورس برق می زند





گروه سرمایه‌گذاری
خوارزمی (سهامی عام)

خوارزمی

ثروت‌آفرینی پایدار برای نسل‌ها

- فعال در حوزه های: نفت، گاز و پتروشیمی
- برق
- بانکداری
- واسطه‌گری مالی
- فناوری اطلاعات و ارتباطات
- صنعت ساختمان
- صنایع دارویی
- معدن و صنایع معدنی
- بیمه
- بازرگانی
- و سایر بازارهای کسب و کار

تهران . سعادت آباد . بلوار فرهنگ . بعد از تقاطع نیایش
پلاک ۱۸ . کد پستی: ۱۹۹۸۸۳۳۷۱۷
تلفن: ۰۲۱-۸۸۵۶۹۲۸۳ . فاکس: ۰۲۱-۸۸۵۶۹۲۷۹
www.kharazmi.ir . info@kharazmi.ir

www.kharazmi.ir