

آیا ترانزیت کالا سوددهی کافی دارد؟

● ترانزیت؛ از جاده ابریشم تا ناکجاآباد ۱۹

منافع اجرای هوش تجاری در سازمان ها

● هوش تجاری؛ ابزار مدیریت در شرایط پیچیده

● کسب و کار ۲۰

● چند و چون حضور شرکت ها در شبکه های اجتماعی ۲۲

گوش دادن، ابزاری که اغلب مدیران از آن غافل اند

● معجزه شنیدن! ۲۴

مجله فرهنگ و خانواده

نگاهی توامان به کوپا آمریکا و یورو

● جام جهانی بدون عربستان و هندوراس ۲۶

نگاهی به دلایل محبوبیت پسر بچه ای که با مشت به قلب ها راه یافت

● وقتی شبکه های اجتماعی «کلی» باران شد ۲۸

● سه تفنگدار ۲۹

قرن ماشین بازاها، قرن گوشی بازاها

● بیرون زدن شاخ قرن بیست و یکم ۳۰

● یک فنجان چای ۳۲

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

● ۲ ۲
● ۳ ۳
● ۴ ۴
● ۶ ۶
● ۱۱ ۱۱
● ۱۲ ۱۲
● ۱۴ ۱۴
● ۱۶ ۱۶
● ۱۸ ۱۸

تحلیلی از ایندیندنت درباره آینده اقتصاد آشفته دنیا

● اقتصاد جهان بر مدار ۳ سناریو ۳

نگاهی به فراز و نشیب های بازار سرمایه در ماه گذشته

● صنایع خوش اقبال در جذب سرمایه ۴

پروفسور ابوالحسن جلیلود، استاد دانشگاه لویولای شیکاگو، در گفت و گو با «وخارزم»:

● کاری کنیم خارجی ها با ما شریک شوند ۶

«وخارزم» جذابیت های سرمایه گذاری در صنعت دارو را بررسی می کند

● داروسازی؛ صنعتی سودآور ۱۱

بررسی حجم و جایگاه بازار طلا در جهان

● سرمایه گذاری امن در شرایط دشوار اقتصادی ۱۲

پیش زمینه های دستیابی به رشد ۵ درصدی در سال ۹۵

● شاخص های آزادی اقتصاد کدام اند؟ ۱۴

● بازار مسکن؛ شمارش معکوس برای خروج از رکود ۱۶

قیمت نفت چه رابطه ای با افزایش نرخ بهره و ارزش دلار دارد؟

● جنگ روانی در بازار نفت ۱۸

ضوابط درج مقالات در ماهنامه "وخارزم"

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

vakharazm@kharazmi.ir

زیر نظر شورای سردبیری

دبیر اجرایی تحریریه: سینا قلیچ خانی

همکاران این شماره: مریم عربی، المیرا کرمی،

محمد رضا محمدی، هدی رضایی، سهراب

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

پروانه مسجل، فرید دانش فر، محمدعلی مومنی

طراح جلد: طاهرا مرادی

گرافیک و صفحه آرایی: نادر قبله ای

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 الکترونیک:

vakharazm@kharazmi.ir



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



شماره ۲۸ - تیر ۱۳۹۵

کیمیای تحلیل و تدبیر

• دکتر حجت اله صیدی، مدیر عامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

بازار سهام در روزها و هفته‌های اخیر، یکی از حساس‌ترین و سخت‌ترین دوران خود را طی می‌کند. طبیعی است که فعالان بازار و سرمایه‌گذاران اوراق بهادار، به دنبال پاسخی متقن و قانع‌کننده برای پرسش همیشگی خود باشند که دلیل یا دلایل اصلی افت پی‌درپی و قابل ملاحظه شاخص کل چیست و چرا حتی حمایت‌های متعدد سهامداران عمده و بازارگردانان نیز در این راستا کارگر نمی‌افتد و بازار همچنان به سیر نزولی خود ادامه می‌دهد؟ بدیهی است که در پاسخ به این پرسش، نمی‌توان به یک یا چند عامل بسنده کرده و آن را دلیل اصلی نوسان‌های خیره‌کننده بازار دانست و شاید اصلاً دست‌یابی به پاسخی مستدل هم برای سرمایه‌گذاران کافی نباشد و پرسش مهم‌تری را طرح کنند که در این شرایط چه باید کرد؟ اگر افت شاخص و نوسان‌های برجسته در بازار برای سرمایه‌گذاران قابل کنترل و مدیریت نیست، واکنش آن‌ها نسبت به این رخدادها که می‌تواند بحثی شخصی تلقی شود و از این روی قابلیت برنامه‌ریزی و مدیریت داشته باشد. از این روی اگر پاسخی هم به پرسش اول داده می‌شود، باید در این راستا باشد که پاسخ به پرسش دوم یعنی «چه باید کرد» را روشن سازد.

بی‌گمان، دلایلی مانند ادامه رکود، شفاف نبودن برخی سیاست‌های اقتصادی، تعدیل‌های منفی و پی‌درپی در سود برخی شرکت‌ها و دلایلی از این دست که بنیادی نیز هستند، از عوامل مهم افت شاخص به شمار می‌روند. اما واقعیت این است که این عوامل تحت کنترل سرمایه‌گذاران نیست و حتی مجموعه دولت و سیاست‌گذاران اقتصادی هم با توجه به ریشه‌دار بودن این مشکلات و ساختاری بودن آن‌ها که بخش عمده‌ای از آن هم از گذشته به ارث رسیده است، کنترل کامل و منسجمی بر آن ندارند و بنابراین در این بحث مورد تجزیه و تحلیل قرار نمی‌گیرند و شاید بهتر آن باشد که به عوامل تحت اختیار اشاره شود. گمان می‌رود که در یک ارزیابی اولیه، فقدان تحلیل و نگاه کوتاه‌مدت دو عامل مهمی باشند که از سوی سرمایه‌گذاران اختیار شده‌اند و از این منظر زبان‌های قابل توجهی را هم بر آنان وارد می‌کنند.

عدم برخورداری بازار سهام از کارایی لازم - در اصطلاح علمی و حرفه‌ای آن که به مفهوم کارآمدی مکانیسم‌های بازار جهت اثرگذاری درست و منطقی اطلاعات شرکت‌ها بر قیمت سهام است - موجب شده تا بازار شایعات داغ شود و هر خبری در هر جایی و از هر منبعی که منتشر می‌شود، بی‌درنگ بر رفتار سهامداران اثرگذار باشد. واقعیت آن است که اخبار غیرموثق و شایعات در تمامی بازارهای جهان وجود دارد و نمی‌توان مانع از انتشار آن شد، به‌ویژه در عصری که دنیای دیجیتال امکان مخابره هر خبری را در هر زمان و مکانی با خیره‌کننده‌ترین سرعت فراهم کرده است. تنها عاملی که می‌تواند مانع از اثرگذاری خبر نادرست یا غیرمربوط بر قیمت سهام باشد، تحلیل و تامل است. چنین برآورد می‌شود که رفتارهای هیجانی، شتاب‌زدگی و بی‌حوصلگی، توان تامل و تدقیق را از بخش مهمی از فعالان حقیقی و حتی برخی از حقوقی‌های بازار گرفته است. نباید چنین انگاشت که تحلیل امر بسیار پیچیده‌ای است که فقط گروهی خاص از عهده آن برمی‌آیند و بنابراین فراتر از توان سهامداران حقیقی است. قابل انکار نیست که سرمایه‌گذار فعال در بورس باید حداقل با محاسبات سرانگشتی آشنا باشد و در آن قدری تفکر و تامل کند تا اگر به فرض شایعه افزایش تولید و فروش چشم‌گیر در مورد شرکتی طرح می‌شود که در سال‌های گذشته و حتی سال جاری از رسیدن به بودجه خود نیز عاجز بوده، سهام‌دار با یک محاسبه ساده بتواند به احتمال تحقق چنین شایعه‌ای پی ببرد و فریب صف‌های خرید لحظه‌ای یا یک روزه را نخورد، حتی اگر مدیری میانی هم از آن شرکت در مصاحبه‌ای مبهم، تلاش کند تا جو مثبت ولی کاذب ایجاد شده برای قیمت سهم را تشدید کند. در ماه‌های اخیر چه بسیار سهام‌دارانی که از این مسیر سودهای کلان برده و در مقابل سهامداران دیگری متحمل زیان‌های سنگین شده‌اند. ظریفی اشاره می‌کند که امروزه در بازار سهام خبرهایی که در تلگرام و بدون ذکر منبع منتشر می‌شود، از سوی بسیاری از فعالان معتبرتر از اطلاعیه‌های منتشرشده در کدال تلقی می‌شود. چون اطلاعیه‌های کدال نیاز به خواندن و تحلیل و ضرب و تقسیم کردن دارند، ولی در تلگرام خبرها مختصرند و مفید و اجازه فکر کردن نیز نمی‌دهند.

عامل دوم، نگاه کوتاه‌مدت داشتن به سهام است که این روزها کوتاه‌مدت‌تر هم شده است. اگرچه صرف داشتن انتظار بازده از سهام در کوتاه‌مدت اشتباه نیست و اساساً، یکی از ویژگی‌های بازار سرمایه همین است، اما شتاب‌زدگی و رفتار هیجانی از آن‌جا که با عدم برخورداری از تحلیل نیز همراه است، موجب شده تا گاهی برای یک سهم طی یک هفته، چندین بار صف فروش و صف خرید تشکیل شود، که گاه فاصله این دو واکنش به چند ساعت هم نمی‌رسد و از این روی، سهامداران به دلیل تابعیت از حرکت‌های گروهی که آن هم گاهی تابعی از شایعات و اخبار ناموثق است، زیان‌های بیشتری را متحمل شده‌اند. درحالی‌که وقتی همان سهم در یک دامنه یک ماهه بررسی می‌شود، به نظر می‌رسد که اگر سهام‌دار شتابی در فروش سهام نداشت و صبر پیشه می‌کرد، سود معقولی نیز به دست می‌آورد و به آرامش فکری و خیال او نیز آسیب نمی‌رسید. از آن‌جا که در بازار سرمایه ایران، سهام‌های بنیادی فراوانی وجود دارند که بازده آن‌ها فقط به سود ناشی از افزایش قیمت محدود نشده و سود نقدی مناسبی هم تقسیم می‌کنند، به نظر می‌رسد که افزودن بر تامل و تدبیر در تصمیم‌گیری برای خرید و فروش سهام با دیدی بلندمدت‌تر، موجب کسب بازده بیشتری شود. و این چیزی است که این روزها از سوی بخشی از فعالان بورس، نادیده گرفته شده است.

سهام شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز در این هفته‌ها، از این رفتار بی‌نصیب نبوده، و گاه سهام‌داران، خود با علم و اقرار به این‌که سهم با قیمتی در حدود نصف خالص ارزش دارایی‌های خود معامله می‌شود، تنها به دلیل نزولی بودن قیمت سهام در برخی روزها، که دقیقاً به‌خاطر نزولی بودن شاخص و منفی بودن کل بازار است، اقدام به فروش سهام خود می‌کنند و گاه شرکت یا سهام‌داران حقوقی را مسئول افت قیمت سهام می‌خوانند. درحالی‌که به گواهی اطلاعات منتشرشده، نه تنها در قدرت سودآوری شرکت یا خالص ارزش دارایی‌های آن نقصانی رخ نداده، بلکه با به ثمر رسیدن برخی طرح‌ها که شرح آن در گذشته ارائه شده، افق مناسب‌تری هم برای سهم پیش‌بینی می‌شود. خرید سنگین سهام توسط بخشی از سهامداران حقیقی در مقابل فروش برخی دیگر از آن‌ها شاهدهی محکم بر این مطلب است. اما کیست که نداند وقتی شاخص کل نزدیک به پانصد یا حتی هزار واحد منفی است و سهام‌های موثر بر افت شاخص از همه صنایع بوده و اغلب از پنجاه سهم برتر نیز هستند، انتظار افزایش قیمت از سهامی مانند وخارزم داشتن، که ماهیتی بنیادی دارد و رفتارشان باید بر ارزش‌های ذاتی خود استوار باشد و نه شایعه و هیجان، انتظاری منطقی تلقی نمی‌شود. آن‌چه از شرکت انتظار می‌رود، افزودن بر خالص ارزش دارایی‌ها و توان سودآوری - و نه مدیریت قیمت سهام - است که عمل در راستای برنامه راهبردی ثروت‌آفرینی پایدار برای نسل‌ها و افزایش همه‌ساله سود تقسیمی، گواهی بر آن است. باشد که کارکنان گروه خوارزمی با توکل به خدای جهانیان، با تلاشی بیشتر بر ثروت سهامداران خود بیفزایند و سهامداران نیز با تدبیر و تحلیلی بیشتر، این ثروت را به قیمتی نازل از دست ندهند و این همان کیمیای تحلیل و تدبیر است.

تحلیلی از ایندپندنت درباره
آینده اقتصاد آشفته دنیا

اقتصاد جهان بر مدار ۳ سناریو



روبای دست نیافتنی

همه آن چیزی که در اقتصاد «لازاروس» گفته شد، رویایی بیش نیست. چنین اتفاقی در این شرایط غیرممکن است. نگاهی به وقایع موجود نشان می‌دهد سیاست‌هایی که تا کنون صورت گرفته، در شش سال گذشته (پس از بحران بزرگ مالی) برای جلوگیری از بحران دوباره بی‌تاثیر بوده است. در حال حاضر کاهش تقاضا در برابر توسعه جمعیتی، عدم کارایی تولید، کاهش نرخ ابداعات، هدر رفتن منابع، عوامل محیطی و افزایش نابرابری همه دست به دست هم داده و رشد اقتصادی را به ناکجاآباد کشانده است. به همین خاطر است که هر روز کارخانه‌ها بیشتر به دردر می‌افتند، کشورها به صورت رقابتی ارزش ارز رایج کشور خود را کاهش می‌دهند و اقتصادهای قدرتمند تلاش می‌کنند نرخ تورم را بسیار پایین و حتی منفی نگه دارند.

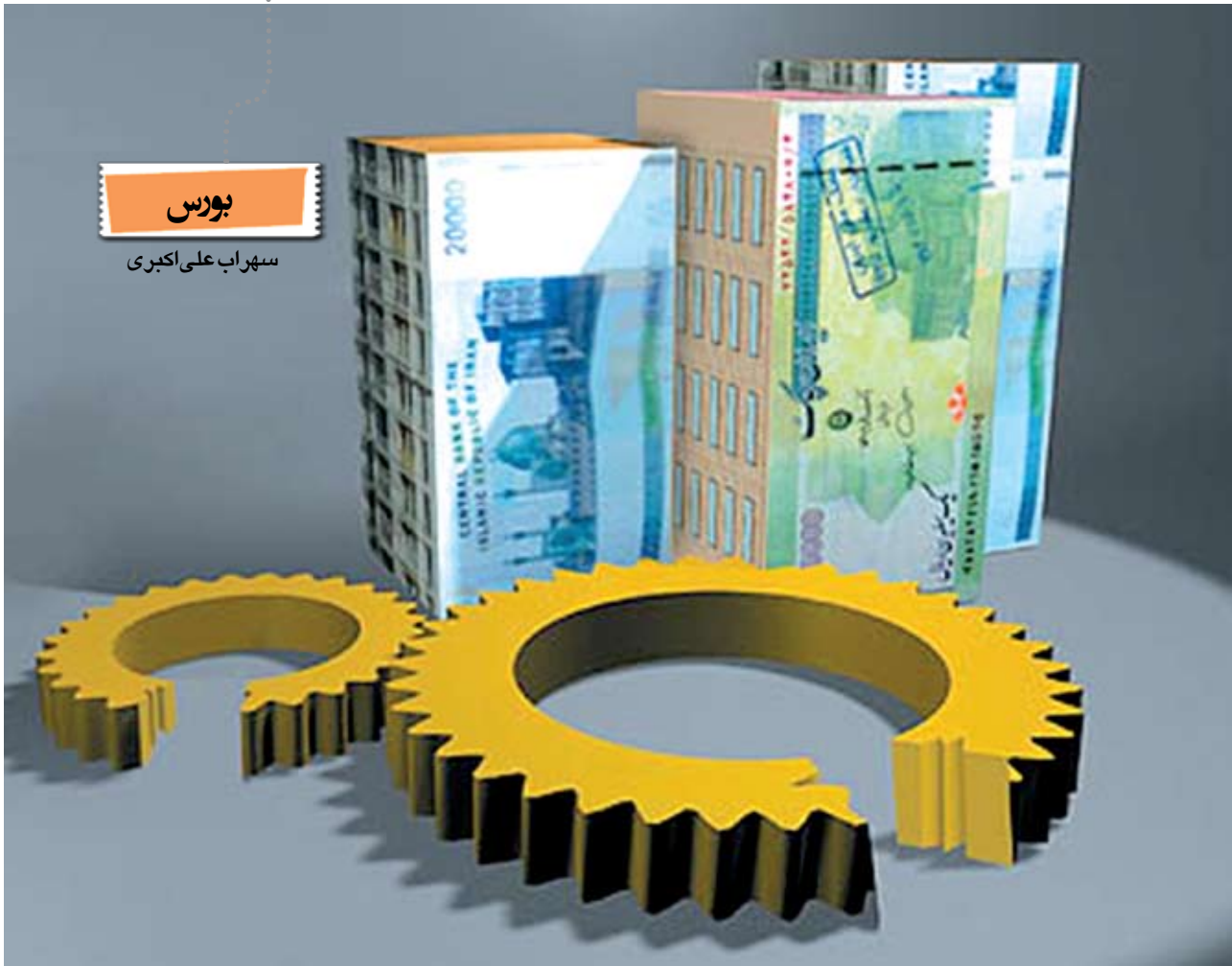
اما سناریوی دوم شکل دیگری است که در آن مدیریت رکود صورت می‌گیرد و شبیه به رکود طولانی ژاپن خواهد بود. رشد اقتصادی ضعیف و پر از نوسان خواهد بود. تورم پایین می‌ماند. سطح بدهی‌ها بالا خواهد بود و هر روز افزایش پیدا می‌کند. وضعیت به گونه‌ای پیش می‌رود که دولت‌ها و بانک‌های مرکزی ناگزیر می‌شوند در سیاست‌های پولی دخالت کنند و ارزش خود را دستکاری کنند تا محرک‌هایی را در اقتصاد ایجاد کنند. در نهایت نیز نوعی بی‌ثباتی در وضعیت اقتصاد ایجاد می‌شود.

در سناریوی آخر، تمامی اتفاقات با هم رخ می‌دهد. چندین شکست در نظام مالی هم‌زمان با افزایش بدهی شرکت‌های داخلی در هر کشور رخ می‌دهد. مشکلات در نقدینگی به‌عنوان مانعی در برابر نظام‌های بانکی قرار می‌گیرند. نگرانی‌ها در مورد عدم امنیت مالی باعث پرواز سرمایه از برخی از کشورها می‌شود و در نتیجه آن‌ها را آسیب‌پذیر می‌کند.

به این ترتیب اکثر تحلیل‌گران بروز هر بحران مالی را در ادامه بحران بزرگ مالی سال ۲۰۰۸ محتمل می‌دانند. این یعنی بسیاری از مشکلات بحرانی در آن دوران ریشه‌یابی و درمان نشده است و اکنون به صورت شدیدتر بروز پیدا می‌کنند. اصل قضیه این است که هر مشکلی که اکنون دوباره بروز پیدا می‌کند، بزرگ‌تر و حل‌نشده‌تر خواهد بود. اقتصادهای نوظهور این‌بار طوری به زمین می‌خورند که دیگر نمی‌توانند بلند شوند. ناکارآمدی راه‌حل‌های موجود به اثبات رسیده و شکست آن‌ها حتمی است، پس دولت‌ها حتما باید به فکر راه‌کارهای جدید باشند. نرخ بهره‌های پایین و حتی منفی یا کاهش و دستکاری ارزش ارز تنها اوضاع را بدتر می‌کند. شاید این شرایط را تنها بتوان در جمله معروف ژولیوس سزار بیان کرد: «توفان به پا شده و همه در خطرند!»

۲۰۰۸ سالی دردناک برای سرمایه‌گذاران بود؛ سالی که برخی از تحلیل‌گران اقتصادی معتقدند هنوز به پایان نرسیده است. بحران بزرگ مالی بسیاری از اقتصادهای بزرگ و کوچک جهان را با خود به قهقرا کشاند. اکنون تکرار دوباره سلسله بحران‌هایی که در این سال رخ داد، به کابوس هر شب سرمایه‌گذاران تبدیل شده است. به نظر می‌رسد تاریخ به فاصله چند سال کوتاه دوباره در حال تکرار است؛ بسیاری از شرکت‌ها ورشکسته شده‌اند، کسانی که وام گرفته‌اند، توانایی بازپرداخت وام‌ها را ندارند، بانک‌ها به دردر افتاده‌اند و ترس به جان سرمایه‌گذاران رخنه کرده است. اکنون تحلیل‌ها در مورد آینده اقتصاد ترک‌خورده جهان از موسسات و رسانه‌های مختلف سر برمی‌آورند؛ برخی برای تحریک کردن اقتصادهاست و برخی دیگر برای ناامید کردن آن‌ها. جدا از هدفی که هر یک از این تحلیل‌ها دنبال می‌کنند، نگاهی به آن‌ها یک مسئله را به‌خوبی نشان می‌دهد: «اقتصاد جهان قطعاً با مشکل مواجه شده است.» در غیر این صورت این همه تحلیل نه دلیل و نه معنایی داشت.

سناریوهای مختلفی برای اقتصاد جهان ترسیم شده است. به عقیده روزنامه‌آیندپندنت سه نوع سناریوی مختلف مقابل اقتصاد جهان قرار دارد. نخستین مورد، اقتصاد «لازاروس» نام دارد، در این مورد استراتژی‌هایی دنبال می‌شود که اقتصاد جهان را به سمت بهبود سوق می‌دهد. در این شرایط ایالات متحده آمریکا طلاهدار است و سایر اقتصادها را رهبری می‌کند. اروپا نیازهای داخلی خود را برطرف می‌کند و آلمان را قانع می‌کند که برای حفظ یورو برخی از بدهی‌ها را پرداخت کند. آبه‌نامیکس یا اصلاحات اقتصادی شینزو آبه به ثمر می‌رسد و اقتصاد ژاپن زنده می‌شود. چین بالاخره از بدهی‌های مبتنی بر بدهی و سرمایه‌گذاری رها می‌شود و چرخشی به مصرف و خدمات خواهد داشت. هیچ بحران مالی در چین رخ نمی‌دهد، حساب مسکن در این کشور ایجاد نمی‌شود و مازاد عرضه در کارخانه‌ها منجر به ورشکستگی آن‌ها نمی‌شود. اقتصادهای نوظهور به غیر از چین نیز موفق می‌شوند به ثبات برسند و اصلاحات ساختاری لازم را در خود ایجاد کنند. رشد اقتصادی و تورم در جهان به گونه‌ای پیش می‌رود که باری بر دوش هیچ کشوری نخواهد بود. سیاست‌های پولی به صورت تدریجی اصلاح می‌شوند. درآمد‌های مالیاتی افزایش پیدا می‌کنند و دولت‌ها از بدهی‌ها رها می‌شوند. همکاری‌های بین‌المللی تقویت می‌شود و از آسیب‌هایی که به صورت خواسته و ناخواسته به اقتصاد کشورها وارد می‌شود، جلوگیری می‌شود. درحقیقت هیچ جنگ اقتصادی بین کشورها صورت نمی‌گیرد.



نگاهی به فراز و نشیب‌های بازار سرمایه در ماه گذشته

صنایع خوش اقبال در جذب سرمایه

وضع شده از سوی کشور آمریکا برای رابطه با ایران در زمان تحریم مهم‌ترین عاملی است که بانک‌های اروپایی را برای رابطه گسترده مردد کرده است. برخی کارشناسان عنوان می‌کنند که بانک‌ها و بیمه‌ها از رفع تحریم‌ها بیشترین سود را در بازار سرمایه نصیب خود خواهند کرد. البته تاکنون این موضوع محقق نشده، اما این اطمینان وجود دارد که بخش بیمه‌ای کشور با قدرت زیادی که دارد، بتواند سرمایه‌های زیادی را جذب خود کند. درباره فرازونشیب‌های بازار با دوکارشناس بازار سرمایه و اقتصاد گفت و گو کرده‌ایم.

شرکت‌های سودده

دکتر حامد فلاح، کارشناس بازار سرمایه، در این زمینه به «وخارزم» گفت: بخش‌های خودرو، بانک، نفت و فلزات بعد از رفع تحریم‌ها بیشترین سود را داشتند و توانستند بعد از مدتی در بازار خودی نشان دهند. شرکت‌هایی که در سال ۹۵ سود سهام را به سهام‌داران خود دادند، شانس بیشتری برای سرمایه‌گذاری بیشتر در این بازار دارند و چهار بخش مذکور اکنون در این لیست قرار دارند. اما بازار سرمایه در سال جاری افتی را تجربه کرد که نشان‌دهنده برخی رفتارهای غیراقتصادی دولت است. بازار سرمایه در بهمن و اسفند سال گذشته با سود کلانی همراه بود، اما در سال جاری با افت روبه‌رو

درحالی‌که بازار سرمایه در سال ۹۵ نوید روزهای خوش را به سرمایه‌گذاران داده بود، اما اوایل سال با افت مواجه شد و دوباره بازار سرمایه به رکودی نسبی دچار شد.

بازار سرمایه در دو سال اخیر با نوسانات زیادی همراه بوده، اما اجرای برجام باعث شد تا یک‌باره این بازار با افزایش سهام روبه‌رو شود.

در سال گذشته خودروسازان پیشنهاد در عرضه سهام بودند و بیشترین سود را به خود اختصاص دادند. البته حمایت‌های دولتی نیز در این زمینه بی‌تاثیر نبود و اعطای ۱۱۰ هزار وام ۲۵ میلیون تومانی به مردم برای دریافت خودرو، یک حمایت بی‌چون‌وچرا در این بخش تلقی می‌شد. از سوی دیگر قراردادهایی که خودروسازان خارجی با خودروسازان ایرانی بستند، باعث شد تا بازار سرمایه دوباره با جهش مثبت روبه‌رو شود.

اما این همه ماجرا نبود. رفع تحریم‌های بانکی باعث شد تا سهام بانک‌هایی که در بازار سرمایه فعالیت دارند، یک‌باره با صعودی مثبت همراه شود و متقاضیان سهام آن‌ها طعم سود را بعد از مدت‌ها زیر زبان خود تجربه کنند.

دوران تحریم و محدود شدن روابط خارجی باعث شد که بانک‌ها نتوانند آن‌طور که باید و شاید عرض اندام کنند، اما بعد از رفع تحریم دوباره این قدرت به آن‌ها داده شد. اکنون تحریم‌های بانکی رفع شده، اما هنوز بانک‌های درجه یک اروپایی حاضر به همکاری همه جانبه با بانک‌های ایرانی نیستند. جریمه‌های سنگین

شد و در خرداد ماه نیز این کاهش ادامه داشت و دلیل اصلی آن کاهش حجم عرضه بود.

زمانی که رفع تحریم‌های ایران از سوی کشورهای غربی اعمال شد، انتظاراتی را به وجود آورد که بازار سرمایه را با جهش مثبت همراه کرد. اما این انتظارات به حدی زیاد بود که سریعاً تعدیل شد و به جایگاه قبلی بازگشت. اقتصاد ایران اکنون درگیر موج‌هایی شده که نوسانات را به همراه دارد. این موج‌ها شامل ثابت ماندن نرخ ارز و غیرواقعی بودن قیمت‌ها در بخش‌های مختلف است که باید این موضوعات اصلاح شود.

استراحت بعد از رشد

فلاح در ادامه گفت: وضعیت کنونی بازار سرمایه را می‌توان به‌عنوان دوره استراحت بعد از رشد تلقی کرد و بازار بعد از مدتی که رشد چشمگیری داشت، اکنون در حال استراحت بوده و بعضاً با نوساناتی همراه است.

این‌که این موضوع حل شود و بازار روند مثبت و صعودی داشته باشد، به دولت بستگی دارد و دولت باید رفتار اقتصادی خود را اصلاح کند. اکنون رفتار دولت اقتصادی نیست و بیشتر توان خود را در بخش‌های سیاسی به کار گرفته است. اگر رفتار دولت اقتصادی شود، می‌توان انتظار داشت که همه صنایع کشور روند بهبودی را تجربه خواهند کرد. به‌عنوان مثال، صنعت برق در ایران بسیار ارزان است و همین عامل باعث می‌شود تا سرمایه‌گذاری در این بخش حداقلی باشد و در سال‌های آینده این محصول مهم که پایه اصلی همه صنایع است، با مشکل مواجه می‌شود. دولت باید با استفاده از قانون هدفمندی یارانه‌ها به این بخش شکوفایی بدهد تا برخی شرکت‌های عرضه‌کننده برق که در بورس فعال هستند، سرمایه‌های زیادی را جذب کنند.

اکنون زمان بازدهی سرمایه‌گذاری در صنایع بسیار طولانی است و سرمایه‌گذاران این کار را با ریسک فراوان انجام می‌دهند. تقویت حضور بخش خصوصی در اقتصاد می‌تواند زمان بازگشت سرمایه را کوتاه‌تر کند.

توجه بیشتر به بازار بدهی

فلاح ادامه داد: کار دیگری که دولت در بخش بازار سرمایه می‌تواند داشته باشد استفاده جدی از اوراق مشارکت در سرمایه‌گذاری هاست. اکنون رانتهایی در این زمینه وجود دارد که اگر ساز و کار بورس در آن دخیل شود واسطه‌ها حذف خواهند شد. اکنون اوراق مشارکتی توسط دولت منتشر می‌شود که دولت در پرداخت سود آن با مشکل مواجه است اما اگر بازار بدهی تعریف شود قطعاً تاثیر فراوانی در بازار سرمایه خواهد داشت. باید بازار بدهی ۱۰ برابر میزان فعلی که حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان است رشد کند. این مساله در همه کشورهای پیشرفته مرسوم بوده و اجرا شده و پاسخ مثبت بازار را دریافت کرده است. به بیان بهتر در ایران حجم سهام بزرگتر از بدهی است اما در اقتصادهای پیشرفته این موضوع بالعکس است.

این کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: در حال حاضر بانک‌ها از دولت طلبکار هستند و دولت هم توان پرداخت این بدهی را ندارد اما از طریق بازار بدهی می‌توان این اوراق را منتشر کرد و بانک‌ها نیز باید این مبلغ را نزد بانک مرکزی نگه دارند. در این صورت رقابت بانک‌ها برای جذب سرمایه بیشتر، کمتر خواهد

شد و مردم بیشتر به سمت بازار سرمایه حرکت خواهند کرد. وی تاکید کرد: کاهش نرخ سود بانکی هم می‌تواند عامل دیگری برای رشد شاخص بازار سرمایه باشد و رونق را حاکم کند.

بورس ارز و سرمایه‌گذاری خارجی

فلاح این بحث را چنین ادامه داد: سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی در بازار سرمایه در بخش‌های مختلف باید به صورتی باشد که تولید را افزایش دهد، نه این‌که بخواهد سود را به صورت صوری نمایان کند. برای انجام این کار باید بورس ارز راه‌اندازی شود.

صنعت خودرو به‌زودی قراردادهایش به نتیجه می‌رسد و وضعیت این صنعت رو به بهبودی است. این موضوع درباره حوزه لیزینگ و ماشین‌های سنگین نیز صادق است.

در حال حاضر اقتصاد و صنایع کشور با رکود همراه است، اما اگر دولت و مجلس رفتار خود را به سمت اداره اقتصادی کشور تغییر دهد، بازار کار خودش را می‌کند و در آن زمان بازار است که نرخ سود بانکی را تعیین می‌کند، نه دستوره‌های بانک مرکزی.

رقابت سپرده‌های بانکی با صنایع تولیدی

دکتر عباس هشی، کارشناس بازار سرمایه، نیز در گفت‌وگو با خبرنگار ما گفت: طبق گزارش‌هایی که شرکت‌ها داده‌اند، مخبرات بیشترین سود را بین شرکت‌های موجود در بازار سرمایه داشته است که یک شرکت شبه‌دولتی محسوب می‌شود. البته بانک‌های کشور هنوز صورت‌های مالی خود را در این زمینه ارائه نکرده‌اند، اما با تدبیرهایی که در این زمینه اعمال شده، پیش‌بینی می‌شود ترازنامه این شرکت‌ها نیز مثبت باشد و همین رویکرد باعث شده تا تقاضای سهام آن‌ها در سال جاری بیشتر باشد.

اواخر سال گذشته بازار سرمایه با افزایش شاخص روبه‌رو شد، اما در سال جاری افت را تجربه کرد و مهم‌ترین دلیلی که در این زمینه می‌توان گفت، این است که دولت بودجه را دیر به مجلس تحویل داد و تصویب بودجه به خرداد ماه ۹۵ رسید. از آنجایی که بیشتر صنایع دولتی هستند، باید طبق بودجه‌ای که دریافت می‌کنند، صورت‌های مالی خود را تدوین کنند و هم‌چنین دستمزد و هزینه‌های اضافی را لحاظ کنند.

بازار سرمایه نباید بدون ریسک باشد، اما بازگشت سرمایه آن باید کوتاه باشد تا سرمایه‌های خرد و کلان زیادی وارد آن شود. در شرایط فعلی نمی‌توانیم انتظار چندانی از سوددهی قطعی سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه داشته باشیم و در نتیجه به سود سپرده‌های بانکی رو می‌آوریم.

هشی صحبت‌های خود را این‌طور جمع‌بندی می‌کند: نرخ سود سپرده مهم‌ترین رقیب تولید است و بنگاه‌های تولیدی برای سرمایه‌گذاری در گردش خود نیاز به نقدینگی دارند که با

کاهش نرخ سود بانکی این امکان فراهم خواهد شد. بحث بعدی واقعی شدن نرخ ارز است. نرخ ارز اکنون به صورت واقعی عرضه نمی‌شود و دولت بر آن نظارت مستقیم دارد، درحالی‌که باید با قیمت واقعی عرضه شود تا شرکت‌های تولیدی توان صادراتی خود را افزایش دهند.



نرخ سود سپرده مهم‌ترین رقیب تولید است و بنگاه‌های تولیدی برای سرمایه‌گذاری در گردش خود نیاز به نقدینگی دارند که با کاهش نرخ سود بانکی این امکان فراهم خواهد شد. بحث بعدی واقعی شدن نرخ ارز است. نرخ ارز اکنون به صورت واقعی عرضه نمی‌شود و دولت بر آن نظارت مستقیم دارد، درحالی‌که باید با قیمت واقعی عرضه شود تا شرکت‌های تولیدی توان صادراتی خود را افزایش دهند.

گفتگو

مجید اعزازی،
عبدالمجید دهقان

پروفسور ابوالحسن جلیلود، استاد دانشگاه لویولای شیکاگو، در گفت‌وگو با «خوارزم» عنوان کرد

کاری کنیم خارجی‌ها با ما شریک شوند

پروفسور ابوالحسن جلیلود، استاد دانشگاه لویولای شیکاگو، همچون ماه‌های پیش از دست‌یابی ایران و ۱+۵ به توافق هسته‌ای، به گشایش در اقتصاد ایران امیدوار است. او می‌گوید: برجام یک چاله فوق‌العاده بزرگ را از جلوی پیشرفت اقتصادی ایران برداشته است. یک سال و نیم پیش، زمانی که هنوز تردیدهای فراوانی درباره دست‌یابی ایران و ۱+۵ به توافق وجود داشت، دکتر جلیلود در گفت‌وگو با ما به شرکت‌های ایرانی توصیه کرد خود را برای دوران پساتحریم آماده کنند. اینک اما او از لزوم همکاری بانک‌ها، شرکت‌ها و دانشگاه‌های ایران با هم سخن به میان می‌آورد و تاکید می‌کند ایران در مقایسه با کشورهای چین و کره جنوبی در دهه‌های گذشته، برای پیشرفت اقتصادی آماده‌تر است.

استاد دانشگاه لویولای شیکاگو برای خانواده خوارزمی چهره‌شناخته شده‌ای است. او در خرداد ماه سال جاری در ایران بود و کارگاه آموزشی مدیریت ریسک را برای مدیران و کارشناسان ارشد گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی برگزار کرد. در حاشیه این کارگاه فرصتی پیش آمد تا پای صحبت‌های این استاد باتجربه ایرانی بنشینیم و بخشی از مسائل اقتصادی و مدیریت مالی ایران را طرح کنیم. دکتر عبدالمجید دهقان، عضو هیئت علمی دانشگاه و کارشناس ارشد بازار سرمایه ایران نیز در این گفت‌وگو همراه و همکار ما بود و مباحث تخصصی و علمی این گفت‌وگو را پیش برد.

ما در طول سه سال گذشته حدود ۴۵ ساعت آموزش به‌طور مستقیم با مدیران شرکت خوارزمی برگزار کرده‌ایم و درباره مسائل مربوط به مدیریت مالی، مدیریت سرمایه‌گذاری، تعیین هدف‌های استراتژیک هم در سطح مفهوم و هم در سطح عمل بحث صورت گرفته است. نرخ بهره سرمایه، تفکیک منابع شرکت، سرمایه‌گذاری، نوآوری، تخصیص و تحلیل ریسک و مسائل ادغام و این‌که خوارزمی چگونه می‌تواند خودش را با پروژه‌های دولتی ادغام کند، از جمله برخی از موضوع‌هایی است که روی آن‌ها کار کرده‌ایم. به‌طور خلاصه، این ۴۵ ساعت آموزش، از نظر کمی و کیفی نه تنها به اندازه یک دوره ارشد مدیریت مالی که حتی بیشتر از آن بوده است. یک دوره ارشد مالی

خوارزمی یکی از شرکت‌های موفق ایران است. البته دلیل این موفقیت هم فقط کسب سود بیشتر نیست؛ بلکه کیفیت رهبری و مشارکت نیروی انسانی و برنامه راهبردی ۷ ساله آن است. ما در طول سه سال گذشته حدود ۴۵ ساعت آموزش به‌طور مستقیم با مدیران شرکت خوارزمی برگزار کرده‌ایم

سلسله‌ای از مباحث آموزشی را طی سال‌های ۹۳ و ۹۴ برای مدیران و کارشناسان ارشد خوارزمی مطرح کردید. لطفا توضیحی درباره برگزاری دوره جدید کارگاه آموزشی در خوارزمی ارائه بفرمایید.

همکاری با شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی برای من بسیار جالب و جذاب است. چون خوارزمی یکی از شرکت‌های موفق ایران است. البته دلیل این موفقیت هم فقط کسب سود بیشتر نیست؛ بلکه کیفیت رهبری و مشارکت نیروی انسانی و برنامه راهبردی ۷ ساله آن است. این برنامه راهبردی بسیار گسترده است و به نظر می‌رسد مدیران و کارکنان خوارزمی خود را برای ایفای نقشی عمده نه تنها در بازار ایران که در بازارهای بین‌المللی آماده می‌کنند.

حدود ۳۹ ساعت شامل ۱۳ جلسه سه ساعته است، اما مجموعه دوره‌های ما در خوارزمی ۴۵ ساعت است. در این دوره‌ها، منابع علمی بسیار زیادی برای خوارزمی به وجود آمده است. حداقل حدود ۵۰۰ اسلاید در ظرف این ۴۵ ساعته تهیه و ارائه شده است.

کارگاه آموزشی جدید اما درباره مدیریت ریسک سازمانی و تقریباً ادامه برنامه‌های آموزشی گذشته است. در مورد ریسک بسیار زیاد صحبت کردیم، اما درباره مدیریت سازمانی صحبت می‌کنیم و داریم مباحثی را که قبلاً مطرح کردیم، به رسیدن هدف‌های استراتژیکی خوارزمی ربط می‌دهیم.

اگر هدف‌ها را در یک دست و ریسک‌هایی را که خوارزمی با آن‌ها مواجه است، در دست دیگر قرار دهید، مسئله این است که خوارزمی چگونه باید با این ریسک‌ها مواجه شود که بتواند به هدف‌هایش برسد. چه ریسک‌هایی را باید قبول کند؟ چه ریسک‌هایی را باید مهار کند؟ چه ریسک‌هایی را باید به‌طور کلی حذف کند؟

الان در ۱۰ کشور پیشرفته جهان، شرکت‌های موفق نمی‌توانند برنامه‌ای با این کیفیتی که توضیح دادم، نداشته باشند. یعنی عدم داشتن یک برنامه مدیریت ریسک سازمانی باعث می‌شود در بازار و محیط اقتصادی فعلی موفق نباشند، چراکه شرکت‌ها فاقد این برنامه، نرخ بهره سرمایه‌شان پایین خواهد آمد. اما

شرکت‌های موفق شهرت زیادی دارند و می‌توانند کادر علمی و نیروی انسانی متخصص را به‌راحتی استخدام و حفظ کنند. رابطه این شرکت‌ها با بانک‌ها خیلی خوب است. مشتری‌ها را از دست نمی‌دهند، شرکت‌های دیگر نیز خیلی علاقه‌مند به شراکت با آن‌ها هستند.

مدیریت ریسک سازمانی، فرهنگی است که می‌گوید که هر کارمند ارشد در یک شرکت در هر تصمیمی که می‌گیرد، همیشه باید بدانند در پیش‌زمینه این تصمیم با چه ریسک‌هایی مواجه است. وقتی با این کیفیت فکر کنید، بودجه‌بندی یک سازمان بر اساس ریسک‌هایی است که هر شرکت وابسته با آن مواجه است و شرکت وابسته می‌داند که چگونه با این ریسک‌ها مواجه شود.

فرهنگی است که در یک شب به وجود نمی‌آید. یعنی اقتدار یک مدیریت ریسک سازمانی یک تا یک سال و نیم طول می‌کشد که نتایجش به‌طور کلی بروز یابد. در وضع فعلی ما در قسمت‌های اولیه این برنامه هستیم.

حدود یک سال و نیم پیش، در مصاحبه با ما، به شرکت‌های ایرانی توصیه کردید که خود را برای فضای پست‌اتحریم آماده کنند. حالا ایران و +۵۱ به توافق دست یافته‌اند و برجام با برخی نقص‌ها اجرایی شده است. در این شرایط توصیه شما به شرکت‌های ایرانی چیست؟

نفع خاورمیانه و اقتصاد همه طرف‌ها منعقد شود. ممکن است کسی بگوید این توافق را دوست ندارم، اما برجام بهترین قراردادی است که می‌تواند وجود داشته باشد. به نظر من طی ۱۰ سال آینده، این قرارداد یکی از مهم‌ترین قراردادهای بین‌المللی دنیا در ظرف ۵۰ یا ۱۰۰ گذشته تلقی خواهد شد و بنا به دلایل اقتصادی، ژئوپلیتیکی و سوق‌الجیشی اجرای برجام ادامه خواهد یافت. منتها ما ۳۰ سال عقب‌گرد داشتیم. این عقب‌گرد در چند جهت حس می‌شود. یکی از نظر تکنولوژی است و یکی از نظر علم اقتصاد و علم مدیریت مالی شرکت‌ها و یکی هم از نظر فرهنگ است.

از نظر اقتصادی، مهم‌ترین مشکل موجود، مربوط به بانک‌هاست. بانک‌های ایران یک قسمت عمده اقتصاد ایران را تشکیل می‌دهند، اما از نظر راندمان، سرمایه و مدیریت ریسک راه بسیار دشواری را پیش روی خود دارند. در وضع فعلی نسبت دارایی‌ها به بدهی‌های بانک‌ها، نسبت خوبی نیست. بدهی برخی از بانک‌های ما از دارایی‌هایشان بیشتر است، چون نتوانسته‌اند استانداردهای بین‌المللی را در ساختارهای خودشان به وجود بیاورند. از همین رو، مشکل بزرگی برای برقراری رابطه آن‌ها با بانک‌های خارجی به وجود آمده است. به‌طور کلی، بانک‌های ایران به سرمایه احتیاج دارند. از آن‌جا که بانک‌های دنیا مشکلات بسیار زیادی داشته‌اند و بسیاری از آن‌ها ورشکست شده‌اند، کمیته بال نسبت‌هایی را برای سرمایه در بانک‌های ما به وجود آورده‌اند، اما بانک‌های ما متأسفانه نتوانسته‌اند به

این نسبت‌ها برسند. پس مدیریت ریسک بانک‌های ما خیلی مهم است. اما ما در اول راه هستیم. کفایت سرمایه بانکی هنوز خیلی کم است. به نظر من، برای این‌که به منطقه‌ای برسیم که بتوانیم با بانک‌های خارجی وارد معامله شویم، باید ساختار بانک‌داری کشور را عوض کنیم. یعنی اگر برخی از بانک‌ها نمی‌توانند فعالیت کنند، باید بتوانیم قدرت را به بانک‌های دیگری بدهیم که وضعیتشان بهتر است تا پایه بانک‌داری را قوی کنیم و بعد وارد این مسئله شویم که بانک‌های خصوصی بتوانند عملیات خود را انجام دهند. برخی از بانک‌ها در کشورهای توسعه‌یافته حداقل ۵۰ سال پیش به این موارد عمل کرده‌اند اما با تمام این تفاسیر من خوش‌بین هستم.

اگر به اقتصاد آمریکا نگاه کنید، در سال ۱۹۲۹ و ۱۹۳۳ دچار رکود بزرگ شد و بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ نیز اساساً خوابید. یعنی تصور این‌که دولت آمریکا بیاید و از بنگاه‌های خصوصی حمایت کند، غیرممکن بود، اما این اتفاق افتاد. حالا ببینید این اقتصاد در چه شرایطی است. گذشته از این‌که مشکلات زیاد است، این تمایل در مسئولان بین‌المللی و در مسئولان ایران هست که این شرایط را تغییر دهند. در ایران، نیروی انسانی خیلی جوان و تحصیل کرده است، منابع بسیار زیادی داریم و با یک بازار ۵۰۰ میلیون نفری در ایران و کشورهای اطراف آن مواجه هستیم. در نتیجه با کسانی که خیلی منفی فکر می‌کنند، مخالفت می‌کنم. یکی از مثال‌ها هم شرکت خوارزمی است. الان مباحث و مسائلی که در شرکت خوارزمی مطرح می‌شود، مسائل دو یا سه سال پیش نیست. از این‌رو، این تغییرات می‌تواند در شرکت‌های دیگر هم اتفاق بیفتد.

پس توصیه شما در این مرحله بیشتر به بانک‌های ایرانی است تا به شرکت‌های ایرانی؟

صدا در صد. بانک‌های ایرانی باید تغییرات مهمی را در خود ایجاد کنند، البته مسئله تنها این یک بعد را هم ندارد. در کنار بانک‌ها، شرکت‌ها و نظام آموزشی مستقر در دانشکده‌های مدیریت و اقتصاد نیز باید متحول شوند. شرکت‌ها، بانک‌ها و دانشگاه‌ها باید با هم کار کنند. به‌کارگیری یک مشاور آمریکایی برای انجام امور مناسب نیست، چراکه او فرهنگ ایران و زبان فارسی را نمی‌فهمد. حال اگر به

برجام طبیعتاً یک چاله فوق‌العاده بزرگ را از جلوی پیشرفت اقتصادی ایران برداشته است. اما بین این‌که این چاله برداشته شود تا جایی که شرکت‌های ایرانی وارد بازارهای بین‌المللی شوند، هنوز راه دشواری پیش رو است. دشواری‌ها هم اقتصادی است و هم سیاسی. من خوش‌بینم که دشواری‌های سیاسی حل خواهد شد. خوش‌بینی من هم بر اساس آن چیزی است که در آمریکا می‌شنوم. در عین حال، با تمام حرف‌هایی که به‌ویژه جمهوری خواهان آمریکا می‌گویند مبنی بر این‌که می‌خواهیم این قرارداد را پاره کنیم، به نظر من احتمال این‌که این قرارداد از بین برود (البته ممکن است بازبینی شود)، فوق‌العاده کم است

اولاً این مسئله برجام طبیعتاً یک چاله فوق‌العاده بزرگ را از جلوی پیشرفت اقتصادی ایران برداشته است. اما بین این‌که این چاله برداشته شود تا جایی که شرکت‌های ایرانی وارد بازارهای بین‌المللی شوند، هنوز راه دشواری پیش رو است. دشواری‌ها هم اقتصادی است و هم سیاسی. این دو نوع دشواری به همدیگر هم خیلی ربط دارد. اما از آن‌جا که حل دشواری‌های سیاسی در اختیار ما نیست و مشخص هم نیست که به چه کیفیتی حل خواهد شد، ما در این باره صحبت نمی‌کنیم. اما من خوش‌بینم که دشواری‌های سیاسی حل خواهد شد. خوش‌بینی من هم بر اساس آن چیزی است که در آمریکا می‌شنوم. در عین حال، با تمام حرف‌هایی که به‌ویژه جمهوری خواهان آمریکا می‌گویند مبنی بر این‌که می‌خواهیم این قرارداد را پاره کنیم، به نظر من احتمال این‌که این قرارداد از بین برود (البته ممکن است بازبینی شود)، فوق‌العاده کم است. چون بهترین قراردادی است که ممکن بود بین کشورهای عضو گروه ۵+۱ و ایران و به

نیروی انسانی داخلی آموزش بدهیم و از افراد متخصص در دانشگاه‌های خودمان استفاده کنیم، نتیجهٔ بهتری به دست خواهیم آورد. در این حالت، باید دانشگاه‌ها مسائلی را که درس می‌دهند و تکنولوژی‌ای را که به خدمت می‌گیرند، تکنولوژی و علمی باشد که شرکت‌ها و بانک‌های ما را بتواند به جلو ببرد. در این چهارچوب، برای اجرای طرحی در دانشکدهٔ مدیریت دانشگاه‌های تهران و صنعتی شریف

در حال ریزنی هستیم؛ طرحی که مشخص می‌کند این دانشکده‌ها چطور می‌توانند پروژه‌های تحقیقاتی خود را به مسائلی که در ایران وجود دارد، ارتباط دهند. در حال تلاش هستیم تا جایگاه این دانشکده‌ها را ارتقا داده و در طیف بین‌المللی قرار دهیم.

آقای دکتر، در این روزها، بحث استقراض وام از خارج کشور در محافل رسانه‌ای کشور مطرح است. نظر شما در این مورد چیست؟ بحث اعتبار بانک‌ها هم در این میان مطرح می‌شود. چه کاری می‌توان انجام داد؟ چه توصیه‌ای دارید که این استقراض با سهولت بیشتری صورت گیرد؟

وقتی صحبت استقراض می‌شود، دو مسئله پیش روی ما قرار می‌گیرد. اول وجود نقدینگی است و دیگری مسئلهٔ ریسک است. از نظر وجود نقدینگی در دنیا، مشکلی ندارد و نقدینگی فوق‌العاده زیادی در دنیا وجود دارد. هیچ‌کدام از اقتصادهای موجود در آمریکا و اروپا، مشکل نقدینگی ندارند. اما مشکل اصلی، زیاد بودن ریسک است. چه در

خود آن ممالک، چه در فضای بین‌المللی. در ایران اما برای دریافت وام‌های خارجی، شفافیت داخلی وجود ندارد. از این رو، خارجی‌ها منتظرند ببینند که این شفافیت چه وقت به وجود می‌آید. یعنی نمی‌توانند بگویند حاضریم قرض دهیم، اما به جای ۱۰ درصد از شما ۱۵ درصد سود می‌گیریم. یعنی شفافیت و ریسکی که وجود دارد، این قدر بالاست که نمی‌توانند نرخ‌ی رویش بگذارند. در نتیجه می‌گویند قرض نمی‌دهیم. مسئله این است که باید بتوانیم وضع اقتصاد مملکت و وضع اقتصادی شرکت‌های خود را به صورت شفاف ارائه کنیم. در آمریکا اطلاعات دربارهٔ ایران بسیار کم است، در اروپا اطلاعات بیشتری دربارهٔ ایران وجود دارد. برای همین هست که رغبت به معامله با ایران در اروپا بیشتر از آمریکاست. از این رو، باید ظرفیت‌ها و عملیاتی را که داریم در شرکت‌ها و فضای اقتصاد کشور انجام می‌دهیم، به آمریکا و سایر کشورهای غربی ارائه کنیم.

مسئله این نیست که از خارج وام بگیریم تا سرمایه‌گذاری خود را پیش ببریم. مسئله این است که کاری کنیم شرکت‌های خارجی با ما شریک شوند. این مسئله مهم است، برای این که شراکت به شرکت‌های خارجی اجازه می‌دهد که حاکمیت شرکتی هم داشته باشند. وقتی سرمایه‌گذار می‌خواهد در شرکت‌های خیلی کوچک سرمایه‌گذاری کند، نمی‌گوید که این ۱۰۰ میلیون دلار را بگیر و برو کار کن، چون نمی‌داند که آیا مدیریت و کنترل لازم در این شرکت کوچک اعمال می‌شود یا نه؟ از این رو، سرمایه‌گذار برای اعمال مدیریت و کنترل حرفه‌ای خود به شرکت وام‌گیرنده می‌گوید این پول را به شما می‌دهیم، اما با هم شریک می‌شویم و سرمایه را مدیریت می‌کنیم. باید دنبال این نوع شراکت باشیم. باید به طرف‌های خارجی بگوییم اقتصادی با ظرفیت فوق‌العاده زیاد داریم و از شما شراکت می‌خواهیم. هم ریسک و هم سودآوری را با ما شریک شوید. به نظر من این رویکرد باید هم از سوی شرکت‌ها و هم از سوی بانک‌ها و هم از سوی دولت دنبال شود. با این رویکرد اگر وارد شویم، فرصت پیروزی برای ما بیشتر می‌شود. اگر بتوانیم چند مسئله را حل کنیم، از جمله این که بتوانیم نحوهٔ مدیریت شراکت، نحوهٔ سهیم شدن ریسک، نحوهٔ مشارکت در سود را حل کنیم، خارجی‌ها برای سرمایه‌گذاری وارد اقتصاد و شرکت‌های ما خواهند شد. البته ریسک آن‌ها هم کم خواهد بود. چراکه هیچ اوراق مشتقه‌ای نمی‌تواند به اندازهٔ مشارکت ریسک را کم کند.

اقتصاد ایران همواره با رکود تورمی دست به گریبان بوده است. در دورهٔ دولت جدید، تمام تلاش این بود که تورم به هر قیمتی مهار شود. اگر تورم مهار شود، از آن طرف رکود به شدت افزایش می‌یابد. مگر این که بهای تمام‌شده کالا پایین بیاید. این مسئله هم به سرمایه‌گذاری خارجی وابسته است. اگر سرمایه خارجی وارد شود، قیمت تمام‌شدهٔ

محصول کاهش می‌یابد. به نظر می‌آید دولت همین استراتژی را دارد که از آن طرف تورم را کاهش دهد و هم‌زمان سرمایهٔ خارجی را وارد کند و فضا را متعادل کند. اما این سیاست به صورت عملی و واقعی محقق نشده است. و پیش‌بینی هم می‌شود تا نیمهٔ اول ۹۶ هم هیچ اتفاقی نیفتد. موانعی برای تحقق سرمایه‌گذاری خارجی وجود دارد. از جمله این موانع نظام گزارشگری مالی شرکت‌هاست که با نظام بین‌المللی تطابق ندارد. یا این که موسسات حسابرسی در ایران مورد تایید سیستم بین‌المللی نیستند. به نظر شما با این محدودیت‌ها راه‌کار چیست؟ آیا باید این زیرساخت‌ها آماده شود یا راه‌کار دیگری وجود دارد؟

تمام این مسائلی که گفتید، درست است. تورم یک قسمت مسئله است. مثالی بزنم در مورد بهرهٔ سرمایه که چهار قسمت دارد. یکی از آن‌ها نرخ بهره بدون ریسک است. وقتی می‌خواهید پولتان را در بانک بگذارید، می‌گویید چون از پولم جدا می‌شوم، باید بهره بگیرم، حتی اگر تورمی

وجود نداشته باشد. در این حالت، نرخ بهرهٔ اصلی یا «ریسک فری ریت» ۲ تا ۵ درصد را می‌گیرید. مسئلهٔ دیگر در بهرهٔ سرمایهٔ تورم است. مسئلهٔ دیگر ریسک صرف (premium risk) است که به احتمال ورشکستگی یک شرکت برمی‌گردد. این شاخص‌ها مستقل نیستند و بر هم تاثیر می‌گذارند. با پایین آمدن نرخ تورم، ریسک صرف هنوز به دلایل مختلف وجود دارد. برخی از این دلایل به وضع اقتصادی و برخی به وضعیت اختصاصی یک شرکت یا بانک برمی‌گردد. یعنی برخی ریسک سیستماتیک و برخی ریسک غیرسیستماتیک است. یکی از دلایل ممکن است این باشد که شرکت‌های ایرانی به‌طور کلی استقرار و مقاومتی را که باید در برابر نوسانات اقتصادی داشته باشند، ندارند. برخی دلایل ممکن است مانند آن چه شما گفتید، یعنی نبود تشابه مالی از نظر حسابرسی یا ترازنامهٔ شرکت‌ها باشد. اما به جای این که راه‌حل را دوباره اختراع کنیم، می‌توانیم از تجربهٔ دیگران استفاده کنیم. به چین نگاه کنیم. وقتی تغییر رویکرد داد و گفت می‌خواهیم سرمایهٔ خارجی وارد کشورمان شود، اقتصادش از نظر مسائلی که شما گفتید، خیلی بدتر بود، یا کره جنوبی یا ویتنام. این کشورها از نظر نیروی انسانی، نیروی تحصیل کرده، استقرار سازمانی و فرهنگ خیلی از وضعیت کنونی ما عقب‌تر بودند، اما الان برنامه‌هایشان با برنامه‌های بین‌المللی هماهنگ شده است. از این رو، از نظر استراتژیک باید در حل همهٔ مسائل، هم‌پایه و هم‌گام باید جلو برویم. باید سعی کنیم در برخی از مسائل مانند ترازنامه شفافیت ایجاد کنیم و بر اساس این که گزارش‌دهی مالی مبتنی بر ارزش دفتری یا ارزش بازاری باشد، تصمیم‌گیری کنیم.

تعیین ارزش فعلی یا بازاری ترازنامهٔ ما خیلی مشکل دارد. چون بازارهای ایران به اندازه‌ای شفاف نیستند که بتوانند ارزش فعلی دارایی در ترازنامه‌ها ثبت شود. حتی معلوم نیست سهام ما ارزشی را که نشان می‌دهند، درست باشد، و البته مهم‌تر از ارزش سهام، ارزش بدهی‌ها نیز نامشخص است. وقتی ارزش فعلی بدهی‌ها را نداریم و نمی‌دانیم، نمی‌توانیم بدهی‌ها و دارایی را تطابق بدهیم. چون بدهی‌هایمان ارزش بازار ندارند. در این صورت، نمی‌توانیم بگوییم اگر نرخ سود بانکی یا ارز بالا و پایین برود، چقدر ارزش بازار بدهی‌ها بالا و پایین می‌رود. این مسئلهٔ مهمی است. در مورد حسابرسی زیاد تفاوت نداریم. حسابرسی ایران خیلی پیشرفته است. من فکر می‌کنم بسیاری از مسائلی را که در امور مالی بین‌المللی رایج است، داخل کشور استفاده می‌کنیم و به تدریج می‌توانیم پیشرفته‌تر هم بشویم تا تشابه‌مان بسیار زیاد شود. اما در رشتهٔ امور مالی عقب هستیم. دلیلش این است که بازارهای

بانک‌های ایران یک قسمت عمدهٔ اقتصاد ایران را تشکیل می‌دهند، اما از نظر راندمان، سرمایه و مدیریت ریسک راه بسیار دشواری را پیش روی خود دارند. در وضع فعلی نسبت دارایی‌ها به بدهی‌های بانک‌ها، نسبت خوبی نیست. بدهی برخی از بانک‌های ما از دارایی‌هایشان بیشتر است، چون نتوانسته‌اند استانداردهای بین‌المللی را در ساختارهای خودشان به وجود بیاورند. از همین رو، مشکل بزرگی برای برقراری رابطهٔ آن‌ها با بانک‌های خارجی به وجود آمده است



متاسفانه در آمریکا و اروپا تبلیغ مثبت درباره اقتصاد ایران خیلی کم است. در مورد مسائل سیاسی تبلیغ منفی زیاد است، اما درباره اقتصاد خیلی کم است. از این رو، دولت، شرکت‌ها و بانک‌های ایران باید شرکت‌های بازاریابی را در آمریکا استخدام کنند تا اقتصاد ایران را در بازار آمریکا تبلیغ کنند

خوبی که دارد، بسیار بهتر می‌تواند در این زمینه عمل کند. **متاسفانه همه سازمان‌های ما به صورت منسجم هدف شفاف‌سازی مالی را دنبال نمی‌کنند و عزم جدی در این باره ندارند. شاید به این دلیل است که نمی‌خواهند دارای‌هایشان مشهود و به‌روز شود. خیلی از سازمان‌های دولتی هستند که سهام‌دار بخشی از شرکت‌های بورسی ایران هستند، از این رو، شرکت‌های بورسی نیز تا حدی تحت تاثیر این نبود عزم قرار می‌گیرند.**

کاملاً درست می‌گویید. اما این عزم و اراده از کجا باید بیاید. پس از پاسخ به این سوال، بگوییم که می‌آید یا نمی‌آید و دلایلش چیست. در کشورهای دارای بازارهای پیشرفته، این عزم و اراده را بازار ایجاد می‌کند. بازار می‌گوید اگر شفافیت مالی نداشته باشید، قرض نمی‌توانید بکنید، جلو نمی‌توانید بروید، رشد اقتصادی نخواهید داشت. شرکت‌هایی که می‌بیند شما این کارها را نمی‌کنید و ارزش شرکت شما (under value) کمتر از چیزی هست که باید باشد، شرکت شما را می‌خرند و آن مسائل را حل می‌کنند. به این وضعیت تهدید ادغام (takeover threat) می‌گویند. وقتی شرکتی به هر دلیلی کارش را درست انجام ندهد، به معنی این است که ارزش آن شرکت زیر آن ارزشی است که اگر کارش را درست انجام می‌داد، بود. در آمریکا شرکت‌های دیگری که صدها میلیارد دلار نقدینگی دارند، کارشان این است که چنین شرکت‌هایی را رصد کنند. شرکتی که شفافیت دارایی نداشته باشد، under value است. این شرکت را می‌خرند و اهداف و چشم‌اندازش را عوض می‌کنند. همه مدیران شرکت را اخراج می‌کنند و مدیران جدیدی را استخدام می‌کنند. در این فرایند، دولت هیچ دخالتی ندارد و اساساً این مسئله به دولت ربطی ندارد. در ایران هنوز نیرو و قدرت بازار به آن کیفیتی که در آمریکا وجود دارد، نشده است. در نتیجه به نظر می‌رسد، به قول فرانسوی‌ها، در ایران ملاتژ یا مخلوطی از نیرو و قدرت دولتی و نیرو و قدرت بازار باید موقعیتی را به وجود بیاورند که عدم شفافیت دارایی به ضرر شرکت‌ها باشد. تا موقعی که این عدم شفافیت به زبان شرکت‌ها نباشد، طبیعتاً آن‌ها همین مسیر فعلی را در پیش خواهند گرفت. حل این مسئله در گروهی تهدید بازار است و چیز دیگری نیست. در بازارها هم قوانینی وضع نشده که شما نباید درباره وضعیت مالی خودتان دروغ نگویند. البته در آمریکا قوانینی وضع شده که به‌طور کلی مصرف‌کننده را حمایت کند. اما به‌طور کلی مسئله شرکت‌ها در آمریکا این است که سود خود را به هر طریقی بالا ببرند. اما روش‌های افزایش سود را نیروی بازار مشخص می‌کند.

اوراق بهادار و بازارهای سرمایه ما هنوز به مرحله‌ای نرسیده‌اند که بتوانیم مدیریت مالی را در قالب آن‌ها انجام بدهیم. اگر بتوانیم در حوزه حسابداری با شرکت دیولیت یا با شرکت‌های مشابه آن همکاری کنیم، این مسائل به‌سرعت بهبود می‌یابند. در این صورت سرمایه وارد کشور می‌شود. البته برای ورود سرمایه به کشور باید قوانین سرمایه‌ خارجی را عوض کنیم. آن سرمایه‌گذاری که وارد بازارهای ایران شود، می‌خواهد بداند به چه سرعتی می‌تواند از این بازارها خارج شود. اما در وضع فعلی این شفافیت وجود ندارد.

یک مثال برای شما بزنم. از یک شرکت سرمایه‌گذاری در شیکاگو به نام ویلیام بلرز که از نظر رتبه در میان شرکت‌های سرمایه‌گذاری در رتبه ۵ یا ۶ آمریکاست و در تمام دنیا شعبه دارد، خواستیم که شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی را در جلسه‌ای به آن‌ها فقط معرفی کنیم. مشاوران حقوقی آن شرکت گفتند فرصت خوبی است، اما ما شفافیت قانونی نداریم که خواسته باشیم وارد این جلسه شویم. چون در آمریکا هنوز شفافیت قانونی برای شرکت‌ها به وجود نیامده است. یعنی بین آن‌چه دولت آمریکا می‌گوید و آن‌چه از نظر قانونی وجود دارد، شکاف هست.

به نظر من، همان‌طور که جلو می‌رویم، باید حرکت‌هایی انجام دهیم که چنین رابطه‌هایی برقرار شود. اگر بتوانیم شرکت‌های خارجی را در برنامه‌های خودمان درگیر کنیم، حرکت بسیار خوبی خواهد بود. اما دلیل این که سرمایه وارد نمی‌شود، نبود شفافیت است. باید هم‌و‌هم‌مان شناسایی ریسک‌ها باشد و آن را تبلیغ کنیم.

متاسفانه در آمریکا و اروپا تبلیغ مثبت درباره اقتصاد ایران خیلی کم است. در مورد مسائل سیاسی تبلیغ منفی زیاد است، اما درباره اقتصاد خیلی کم است. از این رو، دولت، شرکت‌ها و بانک‌های ایران باید شرکت‌های بازاریابی را در آمریکا استخدام کنند تا اقتصاد ایران را در بازار آمریکا تبلیغ کنند. باید شرکت‌های بزرگ ایران در تلویزیون‌های آمریکا تبلیغ بازرگانی داشته باشد و از این طریق، چهره‌ها و حرف‌های خوب را به مخاطبان و افکار عمومی آمریکا نشان دهند. چنین تبلیغ‌هایی می‌تواند افکار عمومی آمریکا را عوض کند. به‌ویژه در آمریکا نقش بازاریابی و برندینگ بیش از هر مسئله دیگری مطرح است و خود شرکت‌های آمریکایی هم از این روش استفاده می‌کنند. عربستان سعودی در تلویزیون آمریکا تبلیغات زیادی پخش می‌کند که البته حقیقت هم ندارند، اما نشان می‌دهند. این در حالی است که ایران با ظرفیت‌های

از نظر تئوری، تهدید بازار به نفع جامعه است. البته می‌توان بحث کرد که این تهدید به نفع جامعه هست یا نیست. اما فلسفه سرمایه‌داری این است که در نهایت شما کاری را می‌کنید که هم به نفع خودتان است و هم به نفع جامعه است، و اگر انجام ندهید، از بین می‌روید. حالا مسئله این است که در چه موقعی، تهدید بازار می‌تواند شرکت‌های ایرانی را به حدی برساند که یا شفاف شوند، یا از میدان خارج شوند.

بنابراین زمانی که نظم بازار به صورت سیستماتیک ایجاد شود، هر شرکتی که

فعالیت‌هایش منطبق بر آن سیستم نباشد، از آن خارج می‌شود.

بله! خوشبختانه این مسئله در چین و کره جنوبی اتفاق افتاده است. ما فقط خواب و رویا نمی‌بینیم، چراکه این مسئله تهدید بازار در کشورهای دیگر انجام شده است. در کشورهایی که محدودیت‌های فرهنگی‌شان بسیار بیشتر از ما بوده، این نظم بازار شروع شده است. دلیل موفقیت کشورهای چین و کره این بوده است که بخش‌های دولتی و خصوصی با هم هم‌گام شدند و توانستند با هم مسائل را پیش ببرند.

و البته در یک فرایند طولانی مدت.

بله، در یک فرایند طولانی مدت. در کوتاه مدت نمی‌شود. اما به نظر می‌رسد که فرایند حاکمیت نظم بازار در ایران کوتاه مدت‌تر از فرایندی خواهد بود که مثلاً چین آن را تجربه کرده است. برای چین ۲۰ سال طول کشید. اما

چون موقعیت ایران فرق می‌کند، این دوره کوتاه مدت‌تر خواهد بود. «فایننشیل تایمز» که از مجله‌های معتبر انگلیس است، در اولین روز سال جدید شمسی دربارهٔ امور مالی ایران کنفرانسی را برگزار کرد که من هم در آن کنفرانس شرکت کردم. در این کنفرانس، از سرمایه‌داران مهم و همچنین برخی از وزیران انگلیس صحبت کردند. سخنرانان دولت خودشان را مسخره می‌کردند که ببینید ژاپن و کره جنوبی چقدر با ایران قرارداد همکاری اقتصادی وضع کرده‌اند و ما (انگلیس) چقدر در صحبت‌های خصوصی با آن‌ها به من گفتند: «وقتی راجع به ایران صحبت می‌کنیم، یعنی دربارهٔ ۸۰ میلیون نفر جمعیتی صحبت می‌کنیم که می‌توانند آن‌ها را کالای بخرند. ما وقتی وارد بازارهای چین شدیم، این مسئله وجود نداشت.» وقتی ایران را مقایسه می‌کنند، می‌گویند بازار ایران همان قدر ارزش دارد که بازار چین برای آن‌ها ارزش داشته است. این مسئله کوچکی نیست. بالاخره یک چیزهایی را دارند می‌بینند. حالا بگویم که آن چیزهایی که می‌گویند، غلط است. وضعیت خودمان هم که منفی است. خب وضع مشخص است. به جایی نمی‌رسیم. به نظر می‌آید قدم‌های مثبت را برداریم. نباید بگوییم چون مشکلاتی که داریم خیلی بزرگ است، پس گام‌های مثبت برداشته نشود. اگر بخواهیم این طوری فکر کنیم، به هیچ جایی نمی‌رسیم. من شخصا تا حالا خوش‌بینی‌ام نسبت به ورود سرمایه‌های خارجی به ایران و همکاری شرکت‌های آمریکایی و اروپایی با شرکت‌های ایرانی از بین نرفته است. مشخص است که عملیاتی دارد انجام می‌شود. در ماه ژانویه سال آینده، رئیس دانشکده لیوولای شیکاگو را به تهران می‌آورم که با رئیس دانشکده مدیریت دانشگاه‌های تهران و صنعتی شریف و مدیران بانکی ایران وارد مذاکره شود. ایشان بسیار راغب است که بیاید. رئیس مرکز مطالعات زنجیره‌ای لیوولا هم همراه او خواهد آمد. فکر می‌کنم هر چه بیشتر چنین افرادی را به ایران بیاوریم که ایران را ببینند و دربارهٔ ظرفیت‌های اقتصادی و علمی آن صحبت کنند، مسائل راحت‌تر حل خواهد شد. این نکته خیلی مهم است.

دولت در سه سال گذشته سعی کرده به شدت تورم را کنترل کند، به



گونه‌ای که هم‌اینک نرخ تورم در آستانهٔ تک‌رقمی شدن است، اما در عین حال طی سه سال گذشته رشد نقدینگی در اقتصاد ایران هم چنان بالا بوده و هزار هزار میلیارد تومان را رد کرده است. برخی از تحلیل‌گران اقتصادی معتقدند ممکن است با این شرایط در آینده شاهد انفجار دوبارهٔ تورم باشیم. نظر شما در این باره چیست؟ آیا امکان چنین پدیده‌ای در اقتصاد ایران هست؟

همیشه این مسئله وجود دارد. وقتی رشد نقدینگی به سرعت افزایش می‌یابد، تورم ایجاد می‌شود. از این رو، باید بتوان هر دو را با هم کنترل کرد. وقتی تورم کاهش می‌یابد، باید

ارزش ریال ایران افزایش یابد که چنین نشده است. بین نرخ تورم، نرخ بهره و نرخ ارز رابطه وجود دارد. این در حالی است که اگرچه نرخ تورم در ایران روند کاهشی داشته است، اما این روند کاهشی رابطهٔ مستقیمی با سایر شاخص‌ها برقرار نکرده است. باید توضیح داده شود که چرا این رابطه وجود ندارد. نرخ تورم کاهش یافته است، اما هنوز بر قیمت کالاهایی که به صورت تکراری مردم می‌خرند، اثر نگذاشته است. قیمت‌های این کالاها به آن کیفیتی که تورم کاهش یافته، پایین نیامده است. سود بانک‌ها نیز هنوز روی ۱۸ درصد است. قرار بر این است که سود بانک‌ها به ۱۲ درصد برسد. در این حالت، باید قیمت کالاهایی که مردم می‌خرند، آن قدر پایین آمده باشد که قدرت خریدشان به همان کیفیت باقی بماند. اگر این دو تا با هم ربط نداشته باشد، مردم خرید نخواهند کرد. مسئلهٔ دیگر این است که با کاهش تورم و کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی به احتمال زیاد مردم پول خود را از بانک خارج خواهند

اگرچه نرخ تورم در ایران روند کاهشی داشته است، اما این روند کاهشی رابطه مستقیمی با سایر شاخص‌ها برقرار نکرده است. باید توضیح داده شود که چرا این رابطه وجود ندارد. نرخ تورم کاهش یافته است، اما هنوز بر قیمت کالاهایی که به صورت تکراری مردم می‌خرند، اثر نگذاشته است. قیمت‌های این کالاها به آن کیفیتی که تورم کاهش یافته، پایین نیامده است

کرد. در این حالت، مردم پول‌های خود را کجا می‌خواهند سرمایه‌گذاری کنند؟ من هنوز ندیدم برنامهٔ منسجمی برای این مسئله وجود داشته باشد. پایین آمدن نرخ تورم به صورت یک منفرد نمی‌تواند تغییرات مثبتی را در اقتصاد ایجاد کند. تورم باید به‌طور بهم‌پیوسته با سایر شاخص‌های اقتصادی کنترل شود.

پس به نظر شما احتمال بازگشت تورم وجود دارد؟

احتمال بازگشت تورم هست. البته در صورتی که رشد نقدینگی باعث نشود تولیدات بیشتر، کیفیت کالاها بهتر و قیمت‌های آن‌ها کاهش یابد. اگر این اتفاق رخ ندهد، رشد نقدینگی طبیعتاً تورم را بالا می‌برد. برای همین هست که وقتی رشد نقدینگی بالا می‌رود، بانک‌های مرکزی سعی می‌کنند نرخ بهره‌شان را بالا ببرند تا تورم ایجاد نشود. اگر رشد نقدینگی همچنان افزایشی است، شرکت‌ها باید از این شرایط استفاده کنند و سعی کنند کیفیت کالاهای خود را افزایش دهند تا عرضهٔ نقدینگی بیشتر شود، قیمت‌ها کاهش یابد و بعداً با تورم و نرخ بهرهٔ پایین بتوانند سهل‌تر کار کنند.

لطفاً دربارهٔ فعالیت‌هایی که در این دوره در ایران انجام می‌دهید، اگر نکته‌ای باقی مانده است، بفرمایید؟

در این دورهٔ فعلی حضورم در ایران، در چند پتل دربارهٔ تطابق دارایی‌ها و بدهی‌های بانک‌ها شرکت کردم. با چند شرکت که با بانک‌های معتبر ایران دربارهٔ مدیریت ریسک نقدینگی کار می‌کنند نیز همکاری دارم. تلاش ما این است که این بانک‌ها، یک سیستم کامپیوتری برای رصد تغییرات نقدینگی‌شان داشته باشند. همچنین دربارهٔ برقراری اصول بال ۳ و بال ۲ در برخی بانک‌های ایران در حال برنامه‌ریزی هستیم. البته قسمت عمدهٔ فعالیت ما در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی است. تلاش می‌کنیم یک پایه‌ای برای مدیریت ریسک در شرکت‌های وابسته به گروه خوارزمی به وجود بیاوریم. از این رو، در حال پایه‌گذاری مدیریت ریسک در برخی از این شرکت‌ها هستیم. امیدواریم مدیریت ریسک پایه‌گذاری شده در این شرکت‌ها، بعداً برای شرکت‌های دیگر خوارزمی الگو شوند.



سرمایه

ن ب

«وخارزم» جذابیت‌های سرمایه‌گذاری
در صنعت دارو را بررسی می‌کند

داروسازی؛ صنعتی سودآور

آمار موجود از صنعت داروی اروپا نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۲ در اروپا صنعت دارو بیشترین سهم از فروش خالص را صرف تحقیق و توسعه کرده است، که در مقایسه با بسیاری از دیگر رسانه‌ها، قابل توجه است. بازار جهانی دارو گسترده‌ای رو به رشد دارد. آمار به‌دست‌آمده از سایت آماری استاتیستا نشان می‌دهد میزان فروش جهانی دارو (بازار جهانی) از ۳۹۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ به ۱۶۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده؛ یعنی حدود ۲٫۷ برابر شده است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد فروش جهانی دارو تا سال ۲۰۲۰ به ۱٫۳ تریلیون دلار خواهد رسید. نرخ رشد سالانه این صنعت نشان می‌دهد ارزش سرمایه‌گذاری در آن به مراتب بیشتر از سایر صنایع است.

فرصت سرمایه‌گذاری در صنعتی پرسود

صنعت دارو علاوه بر مزیت‌های کلی که در سطح جهان دارد، در ایران با فرصت‌هایی همراه است که ارزش سرمایه‌گذاری در آن را بیشتر می‌کند. اطلاعات به‌دست‌آمده از بورس اوراق بهادار تهران نشان می‌دهد ارزش بازار شرکت‌های دارویی عضو بورس اوراق بهادار تهران در مردادماه ۱۳۹۴ به حدود ۸۹۸۹۹ میلیارد ریال رسیده که در مقایسه با ارزش کل بازار حدود ۳٫۲ درصد بوده است. علاوه بر آن، سرانه مصرف دارو در ایران نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. طبق آمار سازمان بهداشت جهانی، سرانه مصرف داروی داخلی در ایران همیشه روندی افزایشی داشته، به‌طوری‌که ایران جزو ۲۰ کشور نخست دنیا در مصرف دارو به شمار می‌آید و در آسیا بعد از چین مقام دوم را به خود اختصاص داده است. در هشت سال گذشته متوسط تعداد داروهای تجویز شده در هر نسخه بیش از چهار قلم بوده که

در حال حاضر به حدود سه قلم رسیده است. این در حالی است که متوسط تعداد داروی تجویز شده در هر نسخه در جهان کمتر از دو قلم است.

صنعت داروی ایران به دلیل همین جذابیت‌ها که برخی از آن‌ها ذاتی به شمار می‌آید، مورد استقبال سرمایه‌گذاران واقع شده است. بر اساس گزارش‌های به‌دست‌آمده از هفته‌نامه اکونومیست، یکی از صنایع پرطرفداری که در دوران پساتحریم در ایران مورد توجه هیئت‌های تجاری خارجی قرار گرفته، همین صنعت دارو بوده است. نگاهی به شرکت‌های خارجی که در این چند ماه اخیر به ایران آمده‌اند، به‌خوبی نشان می‌دهد که صنایع دارویی جزو اولویت‌ها و علاقه‌مندی‌های آن‌ها برای همکاری و سرمایه‌گذاری در ایران بوده است. در این شرایط شاید ایران بتواند دوباره صنعت داروی خود را به دوران زرینی که در عصر صفویه داشته، بازگرداند.

گاهی به جای مایع سیاه بدبویی به نام نفت، این قرص‌ها و کپسول‌های رنگارنگ اند که، ارزشگفتی را به جیب سرمایه‌گذاران سرازیر می‌کنند. آمار و ارقام سازمان بهداشت جهانی نشان می‌دهد صنعت دارو در میان صنایع مختلف بعد از نفت، گاز و پتروشیمی، دومین صنعت سودآور بوده است. وضعیت این صنعت به گونه‌ای است که می‌تواند مورد توجه تمام سرمایه‌گذارانی واقع شود که تمایل دارند در بورس ایفای نقش کنند. ایران نیز از دوره‌های دور در تاریخ نشان داده که می‌تواند نقش فعال و پررنگی در صنعت دارو داشته باشد. الگورد، نویسنده کتاب تاریخ پزشکی ایران، در کتاب خود نوشته است: «دوره صفویه یکی از درخشان‌ترین دوره‌های تاریخی ایران است. می‌توان آن را دوره زرین داروشناسی در اسلام نامید.» در همان دوره صفویه کتاب‌های مهم موثری در زمینه داروسازی ایرانی نوشته شده که میزان فعال بودن این صنعت را در ایران نشان می‌دهد. در سال ۱۳۱۳ هم‌زمان با تأسیس دانشگاه تهران، مدرسه دواسازی در ایران به دانشکده داروسازی تبدیل شد تا داروسازان تحصیل کرده‌ای را وارد این صنعت کند. اما آن‌چه مانع پیشرفت و توسعه صنعت داروی ایران می‌شد، این بود که قبل از انقلاب اکثر بازار تولیدات دارویی در کشور در دست چشم‌آبی‌های آلمانی بوده است. برای مثال، شرکت تهران‌دارو در سال ۱۳۳۴ به نام لابراتوار میسین به ثبت رسیده بود. بالاخره بعد از انقلاب اسلامی ایران، همه شرکت‌های دارویی «ملی» شدند.

این روزها در شرایط پساتحریم راه برای سرمایه‌گذاران باز شده است و صنعت دارو با این اوصاف می‌تواند فرصت مناسبی را برای سرمایه‌گذاری فراهم کند. بر اساس اطلاعات به‌دست‌آمده از فورچون، صنعت دارویی همیشه به‌عنوان یکی از سودآورترین صنایع معرفی شده است. برای مثال، در دسته‌بندی صنایع از لحاظ سودآوری که در سال ۲۰۰۹ به ثبت رسید، صنعت داروسازی رتبه ۵۳ را به خود اختصاص داده است. اما مورد دیگری که جذابیت

این صنعت را برای سرمایه‌گذاری بیشتر کرده، بازدهی بالا با کمترین ریسک است. سرمایه‌گذاران همواره به دنبال سرمایه‌گذاری در کاری هستند که با کمترین ریسک، بیشترین بازدهی را برای آن‌ها داشته باشد. صنعت داروسازی نیز با داشتن این دو فاکتور جزو بهترین گزینه‌ها برای سرمایه‌گذاری به شمار می‌آید. علاوه بر آن، بر اساس اطلاعات به‌دست‌آمده از سازمان بهداشت جهانی، صنعت داروسازی پس از شرکت‌های خدماتی بیشترین درصد آینده‌محوری را به خود اختصاص داده است.

سهم سرمایه صرف‌شده در برابر فروش از موارد دیگری است که در سرمایه‌گذاری در هر صنعت مورد توجه قرار می‌گیرد. بررسی‌های فدرال استاتیسیتیکال نشان می‌دهد بیشترین درصد سرمایه صرف‌شده دنیا، مربوط به صنعت داروسازی است. سهم هزینه تحقیق و توسعه نسبت به فروش نیز در صنعت دارو نسبت به دیگر صنایع به مراتب بیشتر است که این امر در نهایت ارزش افزوده بیشتری را ایجاد می‌کند.

میزان فروش جهانی دارو (بازار جهانی) از ۳۹۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ به ۱۶۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده؛ یعنی حدود ۲٫۷ برابر شده است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد فروش جهانی دارو تا سال ۲۰۲۰ به ۱٫۳ تریلیون دلار خواهد رسید. نرخ رشد سالانه این صنعت نشان می‌دهد ارزش سرمایه‌گذاری در آن به مراتب بیشتر از سایر صنایع است

بررسی حجم و جایگاه بازار طلا در جهان

سرمایه‌گذاری امن در شرایط دشوار اقتصادی

مقاله

سیدمحمدهادی رضوی

کارشناس گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی



سرمایه‌گذاری خوارزمی جزو محدود گروههای معتبر سرمایه‌گذاری کشور است که از مدت‌ها پیش ورود به امر سرمایه‌گذاری در بازار طلا را در دستور کار خود قرار داده و از طریق تاسیس شرکت توسعه معادن صدر جهان، عملاً به این حوزه ورود پیدا کرده است. در این نوشتار نویسنده بر آن است تا با ارائه تصویری از بازار جهانی طلا، ویژگی‌ها و جنبه‌های اصلی این بازار را تبیین کند. در نوشتار بعدی سعی بر آن خواهد بود تا بازار طلای کشور مورد بررسی قرار گرفته و عملکرد تاریخی آن در مقایسه با بازارهای رقیب، تحلیل شود.

موثر برای متنوع‌سازی پرتفوی و مدیریت ریسک است. به‌طور کلی، طلا همواره هم‌بستگی کم یا منفی با دارایی‌های اصلی و نیز دارایی‌های بدیل از خود نشان می‌دهد.

سابقه تاریخی طلا نشان داده است که این فلز ابزار مطمئنی در حفظ ارزش پول به شمار می‌رود. برای مثال ارزش یک خانه متوسط در آمریکا در اوایل دهه ۱۹۷۰ حدود ۲۵۰۰۰ دلار بود و در همان زمان ۲۵۰۰۰ دلار قابلیت خرید ۷۰۰ اونس طلا را داشت. مقدار ۷۰۰ اونس طلا در بازار رو به افول طلا در زمان حاضر حدود ۸۰۰ هزار دلار ارزش دارد که توان خریدی بیش از مبلغ مورد نیاز برای خرید یک خانه متوسط در آمریکا را تامین می‌کند. قیمت طلا در بازه زمانی ۳۷ ساله ۱۹۷۸ تا ۲۰۱۵ با رشد متوسط سالانه‌ای معادل ۴٫۲۷ درصد از ۲۲۶ دلار در هر اونس در ابتدای سال ۱۹۷۸ به ۱۰۶۲ دلار به ازای هر اونس تقریباً در انتهای سال ۲۰۱۵ رسیده است.

موجودی طلای استخراج‌شده روی سطح زمین

در حال حاضر بر اساس برآوردها، در جهان حدود ۳۰۰۰ تن طلا در سال استخراج می‌شود. این در حالی است که تا پایان سال ۲۰۱۴ برآوردها حاکی از آن است که تمام طلای استخراج‌شده روی سطح زمین، بالغ بر ۱۷۶ هزار تن است. به دلیل حجم زیاد طلای استخراج‌شده موجود روی سطح زمین نسبت به تولید سالانه آن، قیمت طلا بیشتر متأثر از تغییرات در سمت تقاضای آن است تا ناشی از سمت عرضه. همان‌طور که در نمودار ۱ نشان داده شده است، حدود نیمی (۴۹ درصد) از کل طلای استخراج‌شده تاکنون، به شکل جواهرات و زیورآلات بوده و پس از آن سرمایه‌گذاری خصوصی به شکل شمش و سکه طلا (۲۰ درصد)، نهادهای رسمی مانند بانک‌های مرکزی (۱۷ درصد) و محصولات صنعتی (۱۲ درصد) از جایگاه‌های بعدی در سهم از کل طلای استخراج‌شده روی سطح زمین برخوردارند.

در حالی که در انتهای سال ۲۰۱۵ مجموع طلای نهادهای رسمی در حدود ۳۴٫۴ هزار تن برآورد می‌شود که از این میزان مجموع اتحادیه اروپا (۱۱ تن)، ایالات متحده (۸ تن) و پس از آن آلمان (۳٫۴ تن) جایگاه‌های اول تا سوم را در بین بانک‌های مرکزی جهان به خود اختصاص داده‌اند. طلای در اختیار سرمایه‌گذاران

ویژگی‌های طلا به عنوان ابزار سرمایه‌گذاری

ویژگی‌های منحصر به فرد طلا سبب شده است تا این فلز زرد در طول تاریخ از جایگاه ویژه‌ای در دارایی‌های انسان برخوردار باشد. در طول دهه‌های اخیر این ویژگی‌های منحصر به فرد در فرایند توسعه بازارهای مالی و اقتصادی در سرتاسر جهان مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گرفته و طلا و سایر ابزارهای مالی مبتنی بر طلا را به بخشی لاینفک از پرتفوی سرمایه‌گذاری در طیف وسیعی از سرمایه‌گذاران فردی و نهادی از جمله بانک‌های مرکزی تبدیل کرده است. ویژگی‌های عمومی طلا به عنوان یک ابزار انباشت ثروت و حفظ ارزش پول باعث شده این فلز برای سرمایه‌گذاران حقیقی و نیز نهادهای سرمایه‌گذاری به گزینه‌ای جذاب در سبد سرمایه‌گذاری‌ها مبدل شود. شواهد بسیاری در تایید ویژگی‌های منحصر به فرد طلا وجود دارد که طلا را به یک دارایی پایه متمایز تبدیل کرده است که در حالی که در زمان بحران‌های اقتصادی منجر به کاهش زیان می‌شود، عملکرد پرتفوی را بهبود می‌بخشد.

نوسان طلا نه تنها عموماً از نوسان شاخص کالاها و نوسان شاخص املاک و ساختمان کمتر است، بلکه از شاخص سهام شامل شاخص سهام بازارهای توسعه یافته (S&P ۵۰۰، FTSE یا DAX) و به‌ویژه شاخص سهام بازارهای نوظهور نیز کمتر است. این در حالی است که در این‌جا طلا، به عنوان یک دارایی منفرد، با شاخص‌هایی مرکب از تعداد زیادی از کالاها و سهام مقایسه شده است که طبیعتاً به دلیل تعداد بالای اجزای شاخص، بسیار متنوع شده‌اند. همچنین طی بحران مالی که شاخص‌های سهام به شدت سقوط کرده و نوسان افزایش می‌یابد، نوسان طلا همچنان بسیار پایین‌تر از سهام به کار خود ادامه می‌دهد. به علاوه توزیع بازدهی طلا، برخلاف بیشتر دارایی‌ها شامل سهام و کالا، چولگی Skewness مثبت دارد. به عبارت دیگر نوسان طلا زمانی که قیمت‌ها پایین می‌آیند، کمتر از زمانی است که قیمت‌ها بالا می‌روند.

علاوه بر حفظ ارزش پول، عملکرد طلا نشان داده است که در شرایط بحرانی و رکود اقتصادی، می‌تواند به عاملی برای پوشش یا کاهش زیان سبد دارایی‌ها تبدیل شود. روند تغییرات قیمت طلا در چرخه‌های اقتصادی رونق و رکود در طول ۴۰ سال گذشته، نشان‌دهنده هم‌بستگی منفی طلا با سهام است. هم‌چنین به دلیل عدم وابستگی طلا به دیگر طبقات سرمایه‌گذاری، طلا یک ابزار بسیار

۹۱	برزیل	۲۱۱	آمریکا
۳	ایران	۱۷۱	پرو
		۱۶۸	آفریقای جنوبی

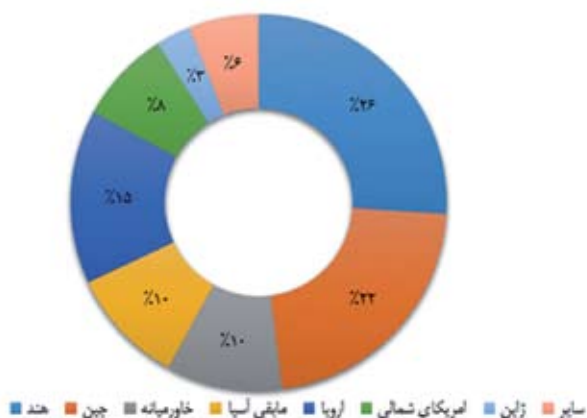
منبع: WWW.gold.org

تقاضای طلا

به صورت کلی می‌توان تقاضای طلا را بر خوردار از گونه‌های دوگانگی مثبت قلمداد کرد: سرمایه‌گذاری در طلا خلاف سیکل اقتصاد کلان عمل می‌کند و مصرف طلا موافق با سیکل اقتصاد کلان به جریان می‌افتد. به عبارت دیگر زمانی که اقتصاد گرفتار بحران و عدم قطعیت است، سرمایه‌گذاری در طلا به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری امن افزایش می‌یابد و زمانی که اقتصاد در دوران رونق خود قرار دارد، افزایش درآمد قابل تصرف به صورت سرانه منجر به افزایش تقاضای مصرفی طلا می‌گردد. به صورت کلی، در بلندمدت، طلا از جانب مصرف و پس‌انداز بلندمدت حمایت می‌شود.

افزایش درآمد سرانه منجر به افزایش تقاضای طلای زینتی می‌شود. تحلیل‌ها نشان می‌دهد که با فرض ثابت ماندن سایر متغیرها به ازای هر ۱ درصد افزایش در GDP جهان مصرف طلا به شکل جواهرات ۵ درصد افزایش می‌یابد. همچنین به ازای هر ۱ درصد افزایش در GDP با فرض ثابت ماندن سایر متغیرها، تقاضای طلا از محل تولید تجهیزات الکترونیکی ۵٫۱ درصد افزایش می‌یابد (WGC، ۲۰۱۴).

همان‌طور که در نمودار ۲ نشان داده شده است، هند (۲۶ درصد) و چین (۲۰ درصد) در مجموع در حدود نیمی از تقاضای سالانه طلا در طول پنج سال اخیر را به خود اختصاص داده‌اند. این در حالی است که مجموع سهم این دو کشور در ابتدای دهه ۹۰ میلادی در حدود ۲۵ درصد بوده است. مصرف‌کنندگان در چین و هند بیش از ۱۳۰۰ تن طلا در ۲۰۱۴ خریداری کرده‌اند که ۲۰ درصد بیشتر از کل طلای تمام ETFهای با پشتوانه طلاست که در آمریکا لیست شده‌اند. منطقه خاورمیانه نیز در حالی که حدود ۵ درصد از جمعیت جهان را در خود جای داده، به دلیل رویکردی که در سنت مردمان آن نسبت به طلا وجود دارد و شاید به دلیل عدم ثبات در این منطقه بیش از ۱۰ درصد از تقاضای پنج سال اخیر طلا را به خود اختصاص داده و از جایگاه چهارم در جهان پس از هند، چین و قاره اروپا قرار دارد. با در نظر گرفتن مصرف بیش از ۷۵ تن طلا در ایران در سال ۲۰۱۴ به دو شکل طلای کار شده و شمش یا سکه، ایران نیز از جایگاه هشتم مصرف در بین کشورهای جهان برخوردار است.



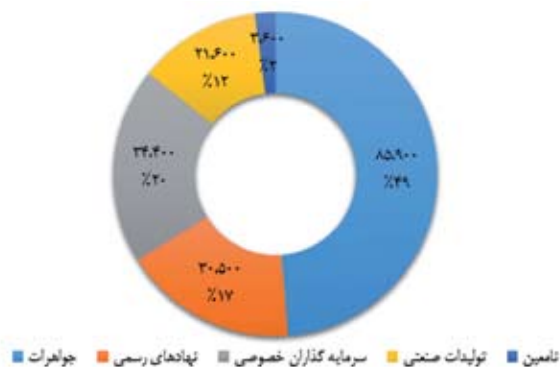
نمودار ۲. متوسط تقاضای پنج ساله طلا (غیر از بانک‌های مرکزی)

منبع: ۲۰۱۴ Sep, ۷ World Gold Council, Gold Investor, Vol

World Gold Council - ۱

۲- Exchange Traded Fund نوعی صندوق سرمایه‌گذاری که مانند سهام در بازار قابل معامله می‌باشد.

خصوصی و نهادهای رسمی (در مجموع حدود ۳۷ درصد) است که می‌توان آن را به‌عنوان بازار مالی طلا تلقی کرد. این میزان طلا با در نظر گرفتن متوسط قیمت طلا در سال ۲۰۱۵ (معادل ۱۱۵۱ دلار در هر اونس) بالغ بر ۲٫۴ هزار میلیارد دلار است. این عدد از ارزش بازار بدهی خارجی بخش عمومی تمام کشورهای اروپایی بزرگ‌تر و در سطح جهان تنها از بازار اوراق خزانه آمریکا و اوراق قرضه دولتی ژاپن کمتر است.



نمودار ۱. موجودی طلای استخراج شده روی سطح زمین ۲۰۱۴

منبع: The Boston Consulting Group, The Ups and Downs of Gold Recycling, Mar ۲۰۱۵

عرضه طلا

طلا در سمت عرضه از دو بخش تشکیل شده است. تولید معدنی تقریباً ۷۰ درصد از عرضه جهانی طلا را شامل می‌شود و ۳۰ درصد باقی‌مانده مربوط به بخش طلای بازیافتی است. با توجه به این که تولید معدنی طلا در سرتاسر جهان توزیع شده، ریسک‌های جغرافیایی نسبت به دیگر کالاها به میزان کمتری، عملکرد قیمتی طلا را تحت تاثیر قرار می‌دهند. طلای بازیافتی دائماً وارد بازار می‌شود، بنابراین نقش فاکتور متوازن‌کننده را در مواقعی که زنجیره تامین با شوک مواجه می‌شود، بازی می‌کند. در کل در سال ۲۰۱۴ عرضه طلا در حدود ۴۲۷۵ تن بوده است که از این میزان در حدود ۳۰۰۵ تن مربوط به طلای استخراج‌شده معدنی و در حدود ۱۲۷۰ تن نیز مربوط به طلای بازیافتی است.

صنعت بازیافت طلا از دو بخش تشکیل شده است که هر یک شامل بازار و زنجیره ارزش خاص خود است: طلای بازیافتی پرارزش که ۹۰ درصد از کل عرضه طلای بازیافتی را به خود اختصاص می‌دهد. اگرچه این بخش عمدتاً بر پایه بازیافت جواهرات استوار است، سکه‌ها و شمش‌های طلا نیز اغلب در فرایند بازیافت مورد استفاده قرار می‌گیرند. بخش دوم، طلای بازیافتی صنعتی است که ۱۰ درصد باقی‌مانده عرضه طلای بازیافتی را به خود اختصاص می‌دهد؛ سهمی که ۱۰ سال پیش به زحمت به ۵ درصد می‌رسید. طلای بازیافتی صنعتی عمدتاً از طلای موجود در قطعات و تجهیزات الکتریکی و الکترونیکی مستعمل تشکیل می‌شود.

استخراج طلا نیز به لحاظ جغرافیایی به شکل پراکنده در سطح جهان انجام می‌گیرد. طبق جدول ۱ از کل حدود ۳۰۰۵ تن تولید معدنی طلا در سال ۲۰۱۴، چین (۱۵ درصد)، استرالیا (۹ درصد) و روسیه (۹ درصد) جایگاه‌های اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در ایران در سال‌های اخیر در حدود ۳ تن طلا استخراج می‌شود که اندکی کمتر از ۰٫۱ درصد از کل طلای استخراجی جهان در سال است.

جدول ۲. حجم استخراج طلا در کشورهای منتخب (تن)

چین	۴۶۲	کانادا	۱۵۱
استرالیا	۲۷۲	مکزیک	۱۱۰
روسیه	۲۶۶	غنا	۱۰۴

شاخص های آزادی اقتصاد کدام اند؟

باشد. در برخی از کشورها، از جمله ایران، شرکت ها با استفاده از منابع دولتی و رانتی وارد بازار تولید و تجارت می شوند و امکان نابرابری در رقابت اقتصادی را فراهم می آورند. بنابراین آزادی اقتصادی به معنای حذف رانت های دولتی است، تا افراد در یک رقابت برابر بدون در نظر گرفتن موقعیت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بر پایه قوانین کسب و کار رقابت کنند.

فعالیت های اقتصادی در سایه آزادی اقتصادی در عصر پسارجم می تواند موجب رشد سرمایه گذاری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد مالیاتی دولت و رفاه جامعه شود. از این رو دولت نیز بر آن است تا با اجرای سیاست های مدون شده راه تازه ای برای تولید و اشتغال در ماه های پس از برجام بگشاید، اما در مسیر اجرای این سیاست ها، آزادی اقتصادی می تواند موجبات رشد و توسعه را تسریع و تسهیل کند.

آزادی اقتصادی پیش شرط ورود به عرصه های جهانی تولید و تجارت توصیف می شود. اقتصاد ایران پس از برجام فصل تازه ای از روابط بین المللی را آغاز کرده است و در این فصل جدید آزادی اقتصادی می تواند در جهانی شدن و رشد و توسعه اقتصاد ایران بسیار موثر باشد.

طبق گزارش وزیر صنعت، معدن و تجارت رتبه آزادی اقتصادی ایران در بین ۱۸۶ کشور جهان به ۱۷۱ رسیده است. شاخص های آزادی اقتصادی شامل حجم و اندازه حضور دولت در اقتصاد، ساختار قانونی امنیت حقوق مالکیت فردی و خصوصی، دسترسی به نقدینگی سالم و گردش آزاد در اقتصاد داخلی و آزادی در روابط تجارت بین المللی و قوانین مالی، بانکی و کسب و کار است. آزادی اقتصادی بدان معناست که فرد به لحاظ مالکیت و تصرف در همه مراحل بتواند بر مایملک خود اشراف و احاطه و اختیار کامل داشته باشد و موفقیت و شکست اقتصادی ناشی از تلاش و عملکرد فرد

اقتصادی و بهبود فضای فعالیت های ایجاد ارزش افزوده واقعی است نه فضای دور از واقعیت ها که مبتنی بر مولفه های دلالی و واسطه گری تورم زاست.

دولت بر مبنای ماده هشت قانون سیاست های اصل ۴۴ موظف است تمام امتیازهایی را که برای بنگاه های دولتی وجود دارد، حذف و به بنگاه های غیردولتی نیز تسری و تعمیم دهد. اجرای برجام و سیاست های اصل ۴۴ فرصت مغتنمی را برای بهبود فضای کسب و کار کشور در اختیار تمامی فعالان اقتصادی اعم از دولتی و غیردولتی قرار داده است تا با استفاده از ظرفیت های قانونی این سیاست ها جایگاه کشورمان در رتبه بندی های جهانی بهبود یابد، اما لازمه این بهبود وجود آزادی اقتصادی است.

بی تردید یکی از مهم ترین عواملی که باعث کاهش رتبه جهانی آزادی اقتصادی ایران شده، نبود قوانین استاندارد جهانی کسب و کار است. قوانین موجود بیش از آن که در رشد و توسعه اقتصاد ایران سهم داشته باشند، نقش بازدارندگی دارند. از این رو بنگاه های اقتصادی کوچک و بزرگ در مراحل تولید با موانعی روبه رو می شوند که موجب افت رشد اقتصادی و پیشرفت می شود.

مجلس دهم در اتفاقی مبارک می تواند با همراهی و همدلی دولت و تصویب قوانین تازه و حذف و اصلاح برخی از مقررات و قوانین دست و پاگیر راه را برای رشد اقتصاد ایران هموار کند. در سال ۹۵ حکومت، دولت و ملت در یک هدف مشترک بر آن هستند تا با اجرای درست قوانین کسب و کار، زمینه ها برای رشد و پیشرفت اقتصاد ایران فراهم شود و راهی تازه برای بخش های دولتی، خصوصی و تعاونی ها گشوده شود تا از این طریق بتوان با افزایش نرخ تولید و اشتغال زمینه ها را برای رشد پنج درصدی اقتصاد در سال ۹۵ فراهم کرد.

جایگاه ایران در اقتصاد آزاد

در ایران به دلیل پیچیدگی ها و تناقضات درونی قوانین کسب و کار، گاهی امکان اتخاذ تصمیم های اقتصادی شفاف و مطمئن از افراد گرفته می شود. این وضعیت سبب شده است ایران در رتبه بندی آزادی اقتصادی پایین تر از کشورهایی مانند انگولا، بروندی، گینه، بنگلادش و کنگو قرار گیرد. شاید دسترسی به رتبه کشورهایی مانند هنگ کنگ، کانادا، استرالیا، سنگاپور، سوئیس و نیوزلند در فرصت کوتاه پس از برجام برای اقتصاد ایران بسیار دشوار باشد، اما ماندن در آخرین رتبه های جهانی و پس از آن گولان نیز پذیرفانی نیست.

وضع تولید ناخالص داخلی در ایران نشان می دهد که اولاً از همه مزیت ها نمی توانیم خوب استفاده کنیم و دوم این که خیلی از فرصت های تولید جای خود را به تهدیدهای اقتصادی می دهد، مانند قاچاق کالا و رشد اقتصاد زیرزمینی و رشد فعالیت های دلالی. برای این که تاکنون قانون کارآمدی برای جلوگیری از قاچاق تدوین نشده و مقررات پیچیده فعلی نیز پاسخگوی نیاز بازار اقتصادی نیست.

سه مولفه «مجزو، انگیزه و اطمینان» برای شکل گیری فضای کسب و کار در کشور لازم است و تا زمانی که در صدور مجوزها محدودیت داریم، محروم از خلاقیت ها و نوآوری های بخش غیردولتی اعم از خصوصی یا تعاونی خواهیم بود.

برنامه ریزی برای بهبود فضای کسب و کار

نامساعد بودن فضای کسب و کار سال هاست که اقتصاد کشور را رنج می دهد، چون نتوانسته ایم از مزیت های نسبی اقتصادی خود در بستر و فضای واقعی و علمی بهره برداری کنیم. این در حالی است که پیش زمینه هر گونه سیاست اقتصادی، آزادی

موانع برون‌رفت از بحران

دولت تدبیر و امید در ماه‌های پس از برجام بسیار امیدوار است تا بتواند با جذب سرمایه خارجی و مشارکت در تولید، نرخ بی‌کاری را در ایران کاهش و تولید داخلی و اشتغال را افزایش دهد. اما به باور بسیاری از فعالان اقتصادی، تا هنگامی که قوانین غیراستانداردی که نقش بازدارنده دارند، حذف و اصلاح نشوند و ضریب امنیت سرمایه‌گذاری با تهیه و تدوین و تصویب قوانین جدید بالا نرود، سرمایه‌گذار خارجی رغبت جدی به سرمایه‌گذاری در فضای سیال اقتصادی نخواهد داشت.

طبق گزارش‌های اخیر حدود ۸۶۰۰ طرح با پیشرفت ۶۰ درصد به بالا در کشور وجود دارد که در صورت راه‌اندازی می‌تواند ۳۰۰ هزار فرصت شغلی مستقیم ایجاد کند. هم‌چنین ۶۲ هزار معدن در کشور وجود دارد که در صورت رسیدگی، ظرفیت ایجاد ۱۲۴ هزار شغل را دارد. اما زمانی این طرح‌ها عملیاتی می‌شود که سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی بتوانند با تکیه بر قوانین کسب‌وکار احساس امنیت کنند. مجلس دهم برای ایجاد زمینه‌های ضریب افزایش آزادی اقتصادی نقشی محوری و تعیین‌کننده دارد. دولت می‌تواند با ارائه پیشنهادها اصلاحی در قوانین کسب‌وکار، راه را برای فعالان اقتصادی فراهم کند. در شرایط فعلی تولیدکننده بخش خصوصی رقیب دولت به شمار می‌رود، در صورتی که تولید و اشتغال در همه بخش‌ها می‌تواند موجبات رشد اقتصاد ایران را فراهم کند و این مهم با ایجاد آزادی اقتصادی ممکن است.

طبق آمارهای ارائه‌شده در بخش صنعت و معدن، از سال ۷۹ تا ۹۰ به تدریج سرمایه‌گذاری رو به افزایش بوده، اما از سال ۹۱ افت کرده است. درحقیقت فاجعه امروز در بخش صنعت نتیجه عدم سرمایه‌گذاری در سال‌های اخیر بوده است. برای این‌که سرمایه‌گذاری بدون قانون و حمایت و امنیت امکان‌پذیر نیست.

اشتغال‌زایی به روایت آمار

در ۸۸ هزار واحد تولیدی کشور در واحدهای کوچک زیر ۵۰ نفر که در مرکز آمار تعریف شده، یک میلیون اشتغال و واحدهای بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر حدود ۳۰۰ هزار اشتغال و واحدهای بالای ۱۰۰ نفر گرچه تعداد آن‌ها ۲۵۰۰ است، اشتغال آن بیشتر و حدود ۱،۲ میلیون نفر است. طبق

یکی از مهم‌ترین عواملی که باعث کاهش رتبه جهانی آزادی اقتصادی ایران شده، نبود قوانین استاندارد جهانی کسب‌وکار است. قوانین موجود بیش از آن‌که در رشد و توسعه اقتصاد ایران سهم داشته باشند، نقش بازدارندگی دارند. از این‌رو بنگاه‌های اقتصادی کوچک و بزرگ در مراحل تولید با موانعی روبه‌رو می‌شوند که موجب افت رشد اقتصادی و پیشرفت می‌شود

همین آمار در حال حاضر حدود دو میلیون و ۱۸۰ هزار اصناف و کسبه رسمی و حدود ۸۰۰ هزار صنف و کسبه غیررسمی در کشور وجود دارد.

تسهیلات اعتباری ارائه‌شده به بخش تولید از ۶۳ هزار میلیارد تومان به ۱۲۲ هزار میلیارد تومان افزایش یافته، که البته نیاز این بخش به تسهیلات در حدود ۱۸۰ هزار میلیارد تومان است که متأسفانه سهم بخش خدمات به دلیل مسائل بانکی از سهم تسهیلات ارائه‌شده به نسبت بیشتر بوده است.

این آمار و ارقام نشان می‌دهد که کشور ایران از نظر اقتصادی دارای آمادگی کامل برای جهش اقتصادی و رسیدن به رشد حداقل پنج درصدی است، اما به دلیل نبود قوانین استاندارد کسب‌وکار و آزادی‌های اقتصادی هنوز نتوانسته ایم به جایگاه واقعی خود دست یابیم.

ایران رتبه ۷۴ در فهرست رقابت‌پذیری جهانی در میان ۱۴۴ کشور را دارد که در بخش صنعتی شرایط بهتر بوده و دارای رتبه ۶۷ در بین ۱۴۲ کشور است. در زمینه رونق اقتصادی نیز ایران بین ۱۲۹ کشور رتبه ۱۰۶ را داراست که نشان‌دهنده وجود شکالاتی در رونق اقتصادی کشور است. اما ایران ظرفیت آن را دارد تا بتواند در رتبه‌های بالای اقتصاد جهانی قرار گیرد. برای رسیدن به پله‌های موفقیت در رتبه‌بندی جهانی، آزادی اقتصادی شرط مهم و اساسی است.

بی‌شک آزادی اقتصادی دارای محورهای تعیین‌کننده دیگری در بخش‌های مالی، بانکی و حقوقی است، اما مهم‌ترین عاملی که می‌تواند در تحقق آزادی اقتصادی و دسترسی به رشد اقتصاد ایران موثر باشد، حذف یا اصلاح قوانین دست‌وپاگیر کسب‌وکار است تا تولیدکننده بتواند با ضریب امنیت مالی و روحی مناسب در این بخش سرمایه‌گذاری کند. با رشد آزادی اقتصادی در ایران توانمندی‌ها و قابلیت‌های بخش خصوصی نمایان می‌شود و این بخش می‌تواند در یک فضای رقابتی و آزاد، امکان مناسبی برای افزایش سطح تولید و اشتغال فراهم کند و اقتصاد ایران را به رشد پنج درصدی برساند.

با مدیریت و هدایت پروفیسور جلیلود انجام شد؛

برگزاری کارگاه آموزشی «مدیریت ریسک» در گروه خوارزمی



کارگاه آموزشی «مدیریت ریسک» برای مدیران و کارشناسان ارشد شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی با تدریس و راهنمایی پروفیسور ابوالحسن جلیلود، عضو هیئت علمی دانشگاه ایالتی شیکاگو، برگزار شد. در این کارگاه که در خردادماه امسال در سالن کنفرانس این شرکت برپا شد، مفاهیم پایه مدیریت ریسک و نتایج پیاده‌سازی مدیریت ریسک در شرکت‌های بزرگ بین‌المللی مورد بررسی قرار گرفت.

هدف از برگزاری این کارگاه، پیاده‌سازی سیستم مدیریت ریسک در شرکت‌های زیرمجموعه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی اعلام شده است. پروفیسور جلیلود پیش از این در تابستان و پاییز سال ۱۳۹۳ و هم‌چنین تابستان سال ۱۳۹۴ سه دوره کارگاه آموزشی درباره مباحث پیشرفته مدیریت مالی را برای مدیران و کارشناسان ارشد شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی برگزار کرده بود.

اولین کارگاه آموزشی پروفیسور جلیلود برای مدیران و کارشناسان ارشد گروه خوارزمی در تابستان ۱۳۹۳ بر مسائل ویژه سرمایه‌گذاری در ایران و در سطح جهان متمرکز بود و در آن، به‌طور کلی مسائل و فرایندهای امور بورس اوراق بهادار تهران و بورس سایر کشورها مرور شد. هم‌چنین یک‌سری مدل‌های مدیریتی و کاربردهای آن مدل‌ها مورد بررسی قرار گرفت.

تمرکز دومین قسمت کارگاه آموزشی که از ۸ تا ۱۲ آذرماه ۱۳۹۴ برگزار شد، بر کار مدیریت شرکت‌ها بود. در این بخش به مسائل سرمایه‌گذاری شرکت‌ها و به فاکتورهایی در مورد شرایط صدور اوراق قرضه شرکت‌ها توجه شد. هم‌چنین مسئله نرخ بهره سرمایه و مدل‌هایی که این نرخ سرمایه را به وجود می‌آورد نیز مورد توجه قرار گرفت.

در سومین قسمت کارگاه آموزشی که در تابستان سال ۱۳۹۴ برگزار شد، پروفیسور جلیلود، مسائل مربوط به مدیریت ریسک ترانزنامه شرکت‌ها را مطرح و تلاش کرد به شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در پیاده‌سازی برنامه مدیریت ریسک آن کمک و الگوی موجود برای مدیریت ریسک در این شرکت را تکمیل کند.

لازم به ذکر است، دکتر ابوالحسن جلیلود با بیش از ۳۰ سال تجربه اجرایی در سطح بین‌المللی، رئیس دانشکده و پژوهش‌گر ارشد در دانشگاه‌های دولتی و خصوصی برتر آمریکا (دانشگاه لویولا شیکاگو) و کانادا (دانشگاه دالهوری) است. هم‌چنین انجام پروژه‌های پژوهشی در مورد سیاست‌های تامین مالی از طریق استقراض، مدیریت ریسک، بدهی‌های مستقل، تجدید ساختار و حاکمیت بخشی از فعالیت‌های او را شکل می‌دهد.

گفت و گوی اختصاصی انجام شده با ایشان در همین شماره و خازرم جداگانه منتشر شده است.



مسکن

غزال بابایی

بازار مسکن؛ شمارش معکوس برای خروج از رکود

صنعت خودرو تعریف کرده است که البته این نشانه‌گیری برای هدف خروج از رکود پاسخ مثبت نداده است. کارشناسان دیگر حوزه مسکن بر این باور هستند که کاهش نرخ سود بانکی قطعاً روی بازار مسکن تأثیرگذار خواهد بود و می‌تواند روزانه امیدوی برای خروج از رکود این بخش باشد. برخی صاحب‌نظران هم می‌گویند تا زمانی که در اقتصاد کشور شاهد پویایی نباشیم و اقتصاد در دست بخش خصوصی به شکلی واقعی اداره نشود، نمی‌توان خروج از رکود را انتظار داشت.

بازار مسکن در هفته‌های اخیر با نوساناتی همراه شده که برخی آن را زمزمه خروج از رکود می‌دانند. کارشناسان حوزه مسکن تنها راه خروج از بحران را چاره‌جویی برای افزایش معاملات مسکن می‌دانند. بازار مسکن پنج سال است که در رکود غرق بوده و به تبع آن، بازارهای زیرمجموعه آن نیز با کاهش تولید همراه شده‌اند. برخی کارشناسان بر این باورند که نسخه دولت برای خروج از رکود کارآمد نیست، به این دلیل که موتور محرک اقتصاد ایران مسکن است، اما دولت با برنامه‌ریزی‌ها و اجراییاتی که در این بخش داشته، نشان داده که موتور محرک اقتصاد ایران را

کم‌توجهی به بازار مسکن

دکتر مجتبی بیگدلی، رئیس کانون انبوه‌سازان ایران، درباره وضعیت بازار مسکن به وخارزم گفت: اگر نگاهی گذرا به ارقام بودجه در سال‌های مختلف بیندازیم، هر سال افزایش رقم را شاهد هستیم و این یک نشانه است از گران‌آداری شدن کشور؛ تا زمانی که اقتصاد کشور عمدتاً توسط دولت اداره شود و بخش خصوصی واقعی در حاشیه باشد، نمی‌توان انتظار خروج از رکود را داشت.

کشورهای اروپایی به جای این‌که فضای رکودی کشور را درک کنند و موتور محرک اقتصاد را به حرکت درآورند، بیشتر به بخش‌هایی توجه می‌کنند که تحرک چندانی در اقتصاد ایجاد نمی‌کند.

وضعیتی که می‌توان شرایط فعلی را به آن تشبیه کرد، دوران پس از جنگ است که به کشور ۱۲۰۰ میلیارد تومان خسارت وارد شده بود و تحریم‌ها تأثیر زیادی در اقتصاد ایران داشت و کشور ضررهایی متحمل شد که نمایان است. اقتصاد باید مبتنی بر یک اقتصاد خصوصی باشد و با بضاعت مستقل جلو برود. کشورهای دیگر این راه را رفته و به نتیجه رسیده‌اند، درحالی‌که از درآمد نفتی

محروم بودند، اما ایران مزیتی دارد که از درآمد نفتی برخوردار است و می‌تواند به راحتی اقتصاد خود را سروسامان ببخشد.

تکرار چرخه مدیریتی در سال‌های مختلف باعث شده تا کارایی لازم در دولت به وجود نیاید. رئیس یک سازمان بعد از پایان خدمتش یک پست دیگر را تحویل می‌گیرد و مدیران ثابت و در حال چرخش هستند. تا زمانی که اقتصاد توسط مردم اداره نشود، نمی‌توان شاهد شکوفایی در بخش‌های مختلف از جمله مسکن که موتور محرک اقتصاد ایران است، بود.

بخش مسکن مدت‌هاست در رکود است و به شکل مطلوب مورد توجه دولت قرار نمی‌گیرد. حتی تسهیلاتی هم که اعلام و ارائه می‌شود، آن قدر از اقساط بالایی برخوردار است که هر کسی توان پرداخت آن را ندارد. در نتیجه با اقدامات فعلی نمی‌توان شاهد خروج از رکود در سال جاری بود.

دولت اکنون اعلام می‌کند که تورم را از ۴۰ درصد به ۱۰ درصد کاهش داده که مهم‌ترین دستاورد دولت در سال‌های اخیر در زمینه اقتصادی محسوب می‌شود. اما چرا با کاهش تورم نرخ سود تسهیلات و همچنین جریمه دیرکرد کاهش نمی‌یابد تا تولید رونق بگیرد؟ اکنون نرخ سود تسهیلات نزدیک به ۴۰ درصد

است، درحالی که در دوران تورم ۴۰ درصدی تولیدکنندگان مسکن می‌توانستند با نرخ ۱۲ تا ۱۵ درصد تسهیلات دریافت کنند، اما اکنون این موضوع معکوس شده است.

بازار در حال خروج از رکود

علی قائدی، کارشناس مسکن، نیز در این باره به خبرنگار ما گفت: قیمت مسکن در چند سال اخیر ثابت بوده، اما با توجه به رفع بخشی از تحریم‌های اقتصادی تا حدودی شاهد خروج از رکود در بخش تولید هستیم.

کاهش نرخ سود بانکی از ۲۰ به ۱۸ و هم‌چنین زمزمه‌های تعدیل بیشتر نرخ سود تا ۱۵ درصد باعث می‌شود تا این پول‌ها از بانک‌ها به سمت تولید حرکت کند و مردم به جای این‌که بخواهند سالانه ۱۵ درصد از مبلغ پس‌انداز خود سود دریافت کنند، ترجیح می‌دهند جای دیگری سرمایه‌گذاری کنند که در ایران غالباً سرمایه‌گذاری‌ها در بخش مسکن است.

امسال سال خروج از رکود مسکن است و با برنامه‌ریزی‌هایی که دولت انجام داده، قطعاً از رکود خارج خواهیم شد و تسهیلاتی که در این زمینه در نظر گرفته شده است، می‌تواند کمک بزرگی به این بخش باشد.

این کارشناس مسکن در پاسخ به این پرسش که خروج از رکود با افزایش قیمت همراه خواهد بود یا خیر؟ گفت: از آنجایی که در حال حاضر واحدهای مسکونی خالی در بازار زیاد است و ذخیره قابل توجهی در این زمینه وجود دارد، به نظر می‌رسد که رونق بازار را با ثبات قیمت شاهد باشیم.

برنامه‌ریزی دولت در بخش مسکن نشان می‌دهد که به این بخش توجه می‌کند و قصد دارد این بخش مهم و تاثیرگذار را از رکودی که کل اقتصاد کشور را درگیر کرده است، خارج کند. سیاستی که وزارت راه و شهرسازی دنبال می‌کند، این است که قدرت خرید مردم را افزایش دهد و این کار نیز از طریق اعطای تسهیلات محقق خواهد شد، اما راه بهتری در این زمینه وجود دارد. در این بخش نیاز به این است که دولت بخشی از بارانه مربوط به تفاوت سود تسهیلات را به‌خصوص به اقشار میانی و کم‌درآمد پرداخت کند، اما در شرایط فعلی دولت از توان مالی مناسبی برخوردار نیست.

این کارشناس مسکن در پاسخ به پرسشی مبنی بر این‌که آیا تغییر سود تسهیلات می‌تواند بازار مسکن را از رکود خارج کند یا خیر؟ گفت: تسهیلات تنها یک مولفه برای خروج از رکود در بازار مسکن بوده و بحث مهم‌تر ثبات قیمتی است که اکنون در بازار حاکم است و سال‌هاست شوک افزایش قیمت را مشاهده نمی‌کنیم.

رشد قیمت در کار نیست

از سوی دیگر حسام عقبایی، رئیس اتحادیه مشاوران املاک تهران، به خبرنگار ما گفت: چشم‌انداز روشنی برای خروج بخش مسکن از وضعیت رکودی دیده نمی‌شود و به نظر می‌رسد این موضوع تا پایان سال تداوم داشته باشد. میزان معاملات مسکن در سال ۹۵ نسبت به مدت مشابه سال ۹۴ کاهش را به دنبال داشته است، اما این به معنای تشدید رکود نیست و در خرداد ماه و تیر ماه به نظر می‌رسد رشد معاملات را در زمینه خرید و اجاره داشته باشیم که البته این رشد هم به معنای رونق نخواهد بود.

زمانی می‌توانیم بگوییم که بخش مسکن از رکود خارج شده که اقتصاری از جامعه توان خرید داشته باشند، اما هنوز این امکان فراهم نیست.

وی بر این باور است تا زمانی که اقتصاد کشور متحول نشود و بخش‌های واقعی اقتصاد به حرکت درنیايد، بخش مسکن هم از رکود خارج نخواهد شد.

با توجه به تاثیر دیرنگام آثار برجام در اقتصاد کشور حداقل زمان منطقی برای رونق بخش واقعی اقتصاد را می‌توان یک سال فرض کرد. بنابراین خروج مسکن از رکود بعد از این مدت دور از انتظار نیست.

عقبایی با اشاره به این‌که خریداران مسکن معمولاً از خرداد ماه وارد بازار مسکن می‌شوند، گفت: البته افزایش حجم معاملات در تابستان سال ۹۵ و رونق گرفتن این بخش به معنی افزایش قیمت نخواهد بود، چراکه با توجه به وضعیت اقتصادی کشور افزایش قیمت اتفاق نخواهد افتاد و در صورت رشد قیمت، رکود تشدید خواهد شد.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک به کاهش میزان صدور پروانه ساخت از سال‌های ۹۲ تا اوایل سال ۹۴ به میزان ۴۰ تا ۵۰ درصد اشاره کرد و گفت: خوشبختانه در دو ماه اخیر بسیاری از سازنده‌ها اقدام به خرید خانه‌های کلنگی کرده‌اند تا در سال ۹۵ اقدام به ساخت کنند که این می‌تواند موجب رونق ساخت‌وساز شود.

او در رابطه با وضعیت اجاره‌بها در سال ۹۵ نیز گفت: کاهش نرخ سپرده‌های بانکی می‌تواند موج‌های افزایش قیمت اجاره‌بهای مسکن را برطرف کند، چراکه همواره مالکین، اجاره‌بهای مسکن را با نرخ سود سپرده‌های بانکی و منافع خود تطبیق می‌دهند. بنابراین با توجه به کاهش نرخ سود بانکی پیش‌بینی می‌شود اجاره‌بهای مسکن در سال ۹۵ متعادل شود.

به گفته عقبایی یکی از مباحثی که همواره در رشد اجاره‌بهای مسکن در این سال‌ها موثر بوده، قطعاً شاخص قیمت مسکن نبوده است، چراکه با وجود این‌که از سال ۹۲ قیمت مسکن رشد نداشته است، نرخ اجاره‌بها افزایش یافته است. کاهش سود بانکی می‌تواند این موج به‌وجودآمده در اجاره‌بها را برطرف کند و قطعاً اجاره‌بهای مسکن در سال آینده متعادل می‌شود.



امسال سال خروج از رکود مسکن است و با برنامه‌ریزی‌هایی که دولت انجام داده، قطعاً از رکود خارج خواهیم شد و تسهیلاتی که در این زمینه در نظر گرفته شده است، می‌تواند کمک بزرگی به این بخش باشد

نفت

نسیم بنایی

قیمت نفت چه رابطه‌ای با افزایش نرخ بهره و ارزش دلار دارد؟

جنگ روانی در بازار نفت

ماه نوامبر ۲۰۱۵ قیمت بالای ۵۰ دلار را تجربه کرده بود. از آن طرف فدرال رزرو آمریکا به دنبال نشانه‌هایی برای تقویت اقتصاد جهان است تا در مورد نرخ بهره در ایالات متحده آمریکا تصمیم‌گیری کند.

برین میلن، مدیر شرکت تولیدکننده انرژی در آمریکا، در گفت‌وگو با هلنیک‌نیوز گفته است: «برای فدرال، نفت ۵۰ دلاری یعنی اقتصاد جان گرفته و اگر اقتصاد دوباره زنده شده باشد، این نهاد می‌تواند نرخ بهره را در ماه آینده افزایش بدهد.» به این ترتیب نفت ۵۰ دلاری درحقیقت چراغ سبز را برای افزایش نرخ بهره روشن می‌کند. اما افزایش نرخ بهره چه تأثیرات اقتصادی در آمریکا و در جهان خواهد داشت؟

زمانی که فدرال رزرو نرخ بهره را افزایش می‌دهد، دلار را تقویت می‌کند. نکته جالب توجه این‌جاست که هم‌زمان با تقویت دلار، ارزش نفت به‌ویژه نفت دبیوتی‌آی آمریکا سقوط می‌کند، چراکه این کالا با دلار معامله می‌شود. به این ترتیب افزایش نرخ بهره به‌طور غیرمستقیم قیمت نفت را تحت فشار قرار می‌دهد. اکنون که نفت قیمت بالای ۵۰ دلار را تجربه کرد، زمزمه‌ها در مورد افزایش نرخ بهره در نشست ماه ژوئن فدرال رزرو نیز افزایش یافت. هم‌زمان با این زمزمه‌ها ارزش دلار نیز روندی صعودی را در پیش گرفت. دلار بلافاصله پس از افزایش قیمت نفت در هفته نخست خرداد، ۲,۳ درصد افزایش ارزش داشت.

همراه با افزایش ارزش دلار، تمامی کالاهایی که با این ارز معامله می‌شوند تحت فشار قرار می‌گیرند و در این بین نفت از همه مهم‌تر است. نفت خام به دلیل افزایش تقاضا و اختلال در عرضه با افزایش قیمت روبه‌رو شد. هرچند تولیدکنندگان نفت از این روند راضی و خوشنود بودند، آن دسته که در ایالات متحده آمریکا راندگی می‌کنند، ناراحت شدند، چراکه باید پول بیشتری را برای بنزین خود پرداخت کنند. اما نکته جالب در مورد این رانندگان این است که یکی از فاکتورهای اصلی فدرال رزرو برای افزایش نرخ بهره هستند. این یعنی ژانت یلن، رئیس فدرال رزرو آمریکا، برای آن‌که نرخ بهره را افزایش بدهد، به راحتی رانندگان نیز توجه می‌کند.

البته ناگفته نماند که تعداد اندکی از تحلیل‌گران در این مورد نظر دیگری دارند. آن‌ها معتقدند نفت ۵۰ دلاری دلیل کافی برای افزایش نرخ بهره برای فدرال رزرو نخواهد بود. برای مثال، زمانی هم که در سال ۲۰۱۴ نفت بالای ۱۰۰ دلار در ازای هر بشکه بود، فدرال نرخ بهره را افزایش نداد. پس اکنون نیز ممکن است نفت ۵۰ دلاری هیچ تأثیری روی تصمیم فدرال نداشته باشد. آن‌چه مسلم است، این است که در حال حاضر قیمت نفت چشم به این نشست‌ها از جمله نشست فدرال و اوپک دارد و همراه با هر حرف مقامات مسیر صعود و نزول را طی می‌کند.

«۵۰ دلار» به عددی رویایی تبدیل شده و در بازار طلای سیاه جنگ روانی به راه انداخته است. البته در اوایل خرداد ماه نفت به این عدد رویایی دست یافت و حدود یک روز امید را در دل تولیدکنندگان نفت روشن کرد، اما دوامی نداشت و دوباره به زیر ۵۰ دلار سقوط کرد. قیمت نفت در روز ششم خرداد برای نخستین بار در حدود هفت ماه گذشته به ۵۰ دلار در ازای هر بشکه رسیده بود. بسیاری از رسانه‌ها از بلمبرگ گرفته تا وال‌استریت ژورنال و از گاردین تا فایننشال تایمز همگی خیلی سریع این خبر کوتاه و امیدبخش را تیترو یک خود قرار دادند: «نفت برای نخستین بار در سال ۲۰۱۶ به بالای ۵۰ دلار رسید.»

عمده‌ترین دلایلی که تحلیل‌گران این رسانه‌ها برای صعود ناگهانی قیمت نفت داشتند، در درجه نخست به کانادا، نیجریه و ونزوئلا مربوط می‌شود. تولید نفت این کشورها که جزو مهم‌ترین تولیدکنندگان نفت به شمار می‌آیند، با اختلالات جدی مواجه شد. بازار نفت نیز مثل همیشه با کوچک‌ترین تزلزلی در عرضه، با افزایش قیمت روبه‌رو می‌شود. اما این همه دلیل افزایش قیمت نفت و عبور آن از مرز ۵۰ دلار نبود. تقاضا نیز از طرف هند و چین افزایش داشته است. این دو کشور جزو مهم‌ترین مصرف‌کنندگان نفت به شمار می‌آیند و به همین خاطر افزایش تقاضا از سوی این کشورها به سرعت با واکنش بازار و افزایش قیمت نفت همراه می‌شود. درنهایت تشدید تنش‌های منطقه خاورمیانه به‌عنوان منطقه‌ای که کشورهای اصلی تولیدکننده نفت جهان در آن قرار دارند، دیگر دلیل افزایش قیمت نفت بود، چراکه سرمایه‌گذاران تزلزل در این منطقه را برابر با کاهش عرضه نفت می‌دانند که با افزایش قیمت نفت همراه می‌شود. اما چرا نفت ۵۰ دلاری تا این اندازه حساس و بااهمیت شده است؟

نفت ۵۰ دلاری یعنی چه؟

قیمت ۵۰ دلار برای هر بشکه نفت خام، چیزی نیست که تولیدکنندگان نفت را جادو کند و آن‌ها را وادار کند ناگهان تولید نفت خود را افزایش بدهند. اما اگر قیمت نفت از این مرز عبور کند، می‌تواند تأثیرات مهمی روی تصمیم‌های فدرال رزرو آمریکا برای تصمیم‌گیری در مورد نرخ بهره داشته باشد. هرچند قیمت نفت برنت حوزه دریای شمال و شاخص نفت دبیوتی‌آی آمریکا موفق شدند خود را به بالای مرز ۵۰ دلار برسانند، اما خیلی زود به زیر این قیمت سقوط کردند. اما همین صعود یک‌روزه در بازار معنای بسیاری داشت. نفت دبیوتی‌آی آخرین بار در ماه ژوئیه سال ۲۰۱۵ به این قیمت رسیده بود. نفت برنت نیز آخرین بار در



آیا ترانزیت کالا سوددهی کافی دارد؟

ترانزیت؛ از جاده ابریشم تا ناکجاآباد

ترانزیت

صدیقه ثنایی

حیات ترانزیت در گرو رونق بازار

ترانزیت کالا در ایران، با وجود تاریخ و پیشینه بسیار خوبی که دارد، در حال حاضر از شرایط خوبی برخوردار نیست. طبق گفته سیدحسن موسوی‌نژاد، مدیرعامل شرکت حمل‌ونقل ریلی، درآمد ترانزیتی ایران در دوره پیک (اوج) آن چیزی حدود ۱۵ تا ۲۰ میلیارد دلار بوده است که نسبت به ظرفیت‌های موجود در این کشور و تاریخ حضور ایران در جاده ابریشم بسیار ناچیز است. البته او در صحبت‌های خود تاکید کرده است که درآمد ترانزیتی ایران وابستگی بالایی به اقتصاد جهان و قیمت‌های جهانی کالا دارد. برای مثال در ایران پنبه جزو مهم‌ترین کالاهای ترانزیتی است؛ گزارش‌ها نشان می‌دهد بیش از ۱۰۰ هزار تن عدل پنبه تولیدی کشورهای آسیای میانه تنها از طریق بندر شهید رجایی به کشورهای اروپایی و آسیای شرقی ترانزیت می‌شود. اما اگر تغییری در میزان تولید و صادرات این کالا ایجاد شود، روی درآمد ترانزیتی کالا در ایران تاثیر می‌گذارد. علاوه بر آن نفت نیز از دیگر کالاهای مهمی است که در مسیرهای ترانزیتی ایران ردوبدل می‌شود، اما از آن‌جا که از سال ۲۰۱۴ تاکنون قیمت این کالا روندی نزولی داشته، روی درآمدهای ترانزیتی آن نیز تاثیر گذاشته است.

اما مسئله سود ترانزیتی در ایران تنها به نوع کالاها مربوط نیست. سیده فاطمه مقیمی، عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران معتقد است حمل‌ونقل ایران نیازمند اجرایی شدن قوانین سهل است. او با تاکید بر این که شاهراه ترانزیتی ایران می‌تواند منبع درآمد بسیار خوبی باشد، می‌گوید: «اگر مسئولان کمی از شعار فاصله بگیرند و بیشتر عمل کنند، آینده درخشانی را برای حوزه حمل‌ونقل کشور رقم خواهند زد.» بسیاری از کارشناسان حوزه حمل‌ونقل معتقدند ایران نباید از پتانسیل‌هایی که برای ترانزیت کالا دارد، چشم‌پوشد. از نظر آن‌ها حق ترانزیت

درآمد ترانزیتی ایران در دوره پیک (اوج) آن چیزی حدود ۱۵ تا ۲۰ میلیارد دلار بوده است که نسبت به ظرفیت‌های موجود در این کشور و تاریخ حضور ایران در جاده ابریشم بسیار ناچیز است

تنها یکی از مزایای ترانزیت کالا در کشور است. برای مثال اشتغال‌زایی یکی از مسائل مهمی است که در زمینه ترانزیت کالا باید مورد توجه قرار بگیرد. از نظر این کارشناسان اکنون که تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران برداشته شده است، می‌توان با تسهیل قوانین و مقررات از مرحله شعار به عمل رسید.

تقابل میان مخالفان و موافقان ترانزیت کالا همیشه وجود داشته است. اما آن‌چه مسلم است، این است که ایران زمانی شریان اصلی در منطقه به شمار می‌آمده و اکنون نیز می‌تواند از این موقعیت جغرافیایی خود استفاده کند و دوباره به روزهای اوج جاده ابریشمی بازگردد. این کشور زمانی در جاده‌ای قرار داشته که شرق را به غرب متصل می‌کرده، پس چرا اکنون نتواند در آن راه قرار بگیرد؟

گره‌ای برنقشه جهان به نام ایران که از شمال به دریای خزر و از جنوب به خلیج فارس می‌رسد؛ به باور بسیاری از کارشناسان عرصه حمل‌ونقل در بهترین موقعیت جغرافیایی برای ترانزیت

کالا قرار دارد و می‌تواند از منافع اقتصادی بسیاری برخوردار شود. ایران از طریق مرزهای آبی و خاکی خود با بیش از ۱۵ کشور جهان در ارتباط است و می‌تواند یکی از بزرگ‌ترین شاهراه‌های ترانزیتی جهان باشد. این کشور در گذشته از جاده ابریشم نفع می‌برد؛ جاده‌ای که شرق کره زمین را به غرب آن وصل می‌کرد. آسیا، آفریقا و اروپا همگی از طریق همین جاده با هم تبادل کالا داشتند و مهم‌ترین کالایی که در این بین از ایران می‌گذشت، ابریشم چین بود که سود کلانی را روانه خزانه حاکمان ایرانی می‌کرد. اما اکنون این کشور از آن روزها آن قدر دور شده که با وجود موقعیت جغرافیایی خوبی که دارد، دیگر جایگاه چندانی در ترانزیت کالا در جهان ندارد.

این روزها چین به دنبال اجرای طرح جدیدی به نام «جاده ابریشم جدید» است. در این بین ایران نیز در اوایل خرداد سعی کرد با توافق‌نامه چابهار و سپس جاده ریلی قزوین-رشت-استارا توانایی خود را در عرصه حمل‌ونقل و ترانزیت کالا به نمایش بگذارد. در حالی که ایران از این موقعیت بسیار مناسب برخوردار است، برخی از تحلیل‌گران نظراتی متفاوت ارائه می‌دهند. برای مثال یکی از فعالان عرصه حمل‌ونقل در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایران اظهار کرده روابط ترانزیتی ایران در حال حاضر محدود به چند کشور همسایه است. از نظر او ترانزیت کالا در شرایطی که بین دو یا چند قاره صورت بگیرد، می‌تواند سودهای کلانی را به دنبال داشته باشد، اما وقتی این روابط محدود به چند کشور همسایه باشد، تنها حق ترانزیت ناچیزی را به همراه خواهد داشت که به جبران هزینه ترمیم و نگهداری جاده‌ها نیز نخواهد رسید.

برخی دیگر از منتقدان ترانزیت کالا نیز معتقدند ترانزیت کالا یعنی یک طرف تنها نظاره‌گر روابط تجاری سایر کشورهاست و چشم خود را به حق ترانزیتی می‌دوزد که قرار است به آن کشور بدهند. این دسته از منتقدان بر این باورند که به جای ترانزیت کالا باید روی صادرات کالا تمرکز کرد. به اعتقاد آن‌ها فعالان اقتصادی و مسئولان می‌توانند روی بازارهای هدف تمرکز کنند و کالاهای خود را در آن بازارها به فروش برسانند. البته سایر کارشناسان نیز در مقابل این دسته بر این باور هستند که ترانزیت کالا نافی صادرات کالا نیست. از نظر آن‌ها باید ترانزیت کالا را هم‌پای صادرات کالا در کشور پیش برد، چراکه هر دو طرف می‌تواند سود و مزایای بسیاری را برای کشور به دنبال داشته باشد.

منافع اجرای هوش
تجاری در سازمان‌ها

هوش تجاری؛ ابزار مدیریت در شرایط پیچیده کسب و کار

شرکت‌ها از هوش تجاری برای شناسایی فرایندهای تجاری ناکارآمدی که هزینه روی دست سازمان می‌گذارد نیز استفاده می‌کنند. اما هوش تجاری به چه معناست و نفعی که کسب و کارهای مختلف از آن می‌برند، چیست؟

مزیت رقابتی در بازار در حال تغییرند، از طرفداران پروپاقرص استفاده از سیستم‌های هوش تجاری هستند.

مجریان هوش تجاری در سازمان چه کسانی هستند؟

به‌اشتراک‌گذاری دانش در موفقیت پروژه‌های هوش تجاری حرف اول را می‌زند، چراکه هر فردی که در این فرایند درگیر است، می‌بایست اطلاعات کاملی در اختیار داشته باشد تا به واسطه آن قادر به تغییر روش‌های کاری باشد. پروژه‌های هوش تجاری باید با مدیران ارشد سازمان آغاز شود. دومین گروه که پروژه هوش تجاری را پیش می‌برند، مدیران بازاریابی هستند. وظیفه آن‌ها این است که فروش را بالا ببرند و به دلیل این‌که آن‌ها اغلب شایستگی انجام این کار را دارند، بنابراین باید بیشتر با هوش تجاری آشنا شوند و اطلاعات مشتری را برای سازمان فراهم کنند. کار با ابزارهای هوش تجاری زیاد سخت نیست و می‌توان به داده‌های آن‌ها اعتماد کرد.

کارمندان چه نفعی می‌برند؟

کارمندان با استفاده از سیستم‌های هوش تجاری به اصلاح وظایف خود و تیم کاری‌شان خواهند پرداخت و این رویکرد در نهایت منجر به بهبود عملکرد تمام تیم‌ها و تیم فروش خواهد شد. تیم‌های فروشی که بیشتر از هوش تجاری استفاده می‌کنند، معمولاً یک سر و گردن بالاتر از اعضای دیگر تیم‌ها هستند و با اطلاعاتی که گرد می‌آورند، بقیه اعضا را به سطح مطلوب خود می‌رسانند. شما نیز به‌عنوان مدیر با اطلاعاتی که از اعضای تیم فروش خود کسب می‌کنید، می‌توانید در مورد محصول یا خدمتتان تصمیم‌های بزرگی بگیرید.

امروزه کسب و کارهای مختلف از هوش تجاری برای بهبود فرایند تصمیم‌گیری، کاهش هزینه‌ها و شناسایی فرصت‌های جدید کسب و کار استفاده می‌کنند. هوش تجاری چیزی فراتر از مجموعه ابزارهای گردآوری داده‌هاست و

فرایندی تکنولوژی محور برای تحلیل داده‌ها

هوش تجاری یک فرایند تکنولوژی محور برای تحلیل داده‌ها و ارائه اطلاعات اجرایی برای کمک به مدیر کسب و کار و مقامات اجرایی و دیگر کاربران نهایی در آگاهانه کردن تصمیم‌های مدیریتی است. هوش تجاری مجموعه‌ای از ابزارها، عملیات و روش‌های خاصی را به کار می‌گیرد تا سازمان قادر باشد داده‌هایی از سیستم‌های داخلی و منابع خارجی برای تحلیل گران و توسعه تحقیقات و تکمیل گزارش‌ها جمع‌آوری کند. درواقع هوش تجاری مجموعه‌ای از متدولوژی‌ها، فرایندها، معماری‌ها و تکنولوژی‌هایی است که داده‌های خام را به اطلاعات مفید و معنادار برای مدیران و دیگر ذی‌نفعان تبدیل می‌کند.

چه کسب و کارهایی از هوش تجاری استفاده می‌کنند؟

مدیر یکی از رستوران‌های زنجیره‌ای می‌گوید ما همیشه از نرم‌افزارهای هوش تجاری برای گرفتن تصمیم‌های استراتژیک نظیر اضافه کردن محصول غذا به منو استفاده می‌کنیم. خود این تصمیم منجر به حذف وعده‌های غذایی غیرمحبوب و حتی بسته شدن بعضی شعب می‌شود. هم‌چنین مدیران این کسب و کارها از هوش تجاری برای مسائل تاکتیکی نظیر قراردادهای مذاکره با تامین‌کنندگان غذا و شناسایی فرصت‌ها برای بهبود فرایندهای ناکارآمد استفاده می‌کنند. رستوران‌های زنجیره‌ای از این نظر که بسیار عملیات محور و به‌شدت متکی به کسب اطلاعات و داده هستند، یکی از گروه‌های کسب و کار هستند که ارزش این سیستم‌ها را می‌دانند. یکی از اجزای حیاتی هوش تجاری - یعنی تحلیل‌های تجاری - کاملاً برای موفقیت شرکت‌ها در صنعتشان لازم است. بسیاری از شرکت‌های خودروسازی، شرکت‌های فناوری و سازمان‌هایی که در پی کسب

چارت اجرای سیستم‌های هوش تجاری

هنگامی که چارت اجرای سیستم‌های هوش تجاری را در سازمان خود می‌کشید، باید به این نکته توجه داشته باشید که ابتدا روش تصمیم‌گیری خود را تحلیل کنید و اطلاعاتی را که کارمندان برای تسهیل امور و گرفتن سریع‌تر تصمیم نیاز دارند (مانند گزارش‌ها، چارت و نمودارها و...)، در اختیارشان قرار دهید. این اطلاعات منجر به این امر خواهد شد که چه بخش‌هایی نیاز به جمع‌آوری اطلاعات، تحلیل و انتشار آن در سیستم‌های هوش تجاری دارند. سیستم‌های هوش تجاری نیاز به محتوا دارند. این که به کارمندان گزارش دهید فلان محصول در این تاریخ فروخته شده، برای آن‌ها کافی نیست. بلکه باید شرح دهید که چه عواملی بر فروش محصول X در فلان تاریخ تاثیر داشته که بر محصول Y در همان زمان تاثیر گذار نبوده است.

گام‌هایی برای اجرای هوش تجاری

اجرای هوش تجاری در سازمان نیز همانند بسیاری از پروژه‌های فناوری دیگر اگر با همکاری اعضا و وجود زیرساخت‌ها همراه نباشد، با شکست مواجه خواهد شد. لازم است ذهن کارمندان خود را نیز برای اجرای آن آماده کنید. به آن‌ها بگویید که با اجرای استراتژیک این برنامه، چه تغییراتی در عملیات سازمان رخ خواهد داد و چگونگی تغییر تصمیم‌های سازمان را با استفاده از این ابزارها برای آن‌ها شرح دهید. مدیران

نیاز دارند که از حس کاربران نیز بعد از اجرای این سیستم‌ها آگاه شوند.

برای اجرای سیستم‌های هوش تجاری بهتر است چند گام را مدنظر قرار دهید:

۱. از درست بودن داده‌های گردآوری‌شده خود مطمئن شوید.

۲. به کارمندان خود آموزش دهید.

۳. آن را اجرا کنید و به سرعت پیش ببرید.

زمان زیادی برای توسعه گزارش‌ها نگذارید، به

محض اجرای سیستم هوش تجاری در سازمان کارمندان خود را موظف کنید که گزارش‌های خود را تحویل دهند و در آن‌ها اشتیاق ایجاد کنید.

۴. از ابتدا رویکردی یکپارچه برای ایجاد انباره داده خود داشته باشید. مطمئن شوید که استراتژی شما از کارآمدی لازم برای این کار برخوردار باشد.

۵. قبل از شروع کار، نرخ بازگشت سرمایه خود را شرح دهید و مزایای خاصی را که قرار است به آن‌ها نائل شوید، ذکر کنید و این لیست را هر چهار یا شش ماه بازبینی کنید.

۶. بر اهداف تجاری خود تمرکز کنید.

۷. نرم‌افزارهای هوش تجاری را نخرید، چراکه احساس نیاز به آن پیدا می‌کنید. هوش تجاری را با این ایده اجرا کنید که اعداد زیادی در آمار سازمان شما وجود

دارند و در پی درک این هستید که آن‌ها کجا به کار شما می‌آیند.

مزایای استفاده از هوش تجاری

استفاده از سیستم‌های هوش تجاری در شرکت‌ها، به نحو موثری نرخ بازگشت سرمایه را جابه‌جا می‌کند. هوش تجاری برای شناسایی ایده‌های کم‌هزینه، پوشش فرصت‌های تجاری، تبدیل داده‌های ERP (برنامهریزی منابع انسانی) به گزارش‌های قابل دسترس، واکنش سریع به تقاضای خرده‌فروشی‌ها و بهینه‌سازی قیمت‌ها به کار می‌رود. هوش تجاری، علاوه بر دسترسی به داده‌ها، به شرکت امکان بیشتری برای تسهیل مذاکره و ارتباط با تامین‌کنندگان و مشتریان می‌دهد. از دیگر مزایای آن می‌توان به صرفه‌جویی در هزینه‌ها با بهینه‌سازی فرایندهای کسب‌وکار اشاره کرد.

مدیر همانند یک خلبان

برای درک عمیق‌تر این موضوع مثال یک هواپیما را به ذهن بیاورید که از مقصد دالاس به نیویورک در حال پرواز است. با وجود توفانی بودن مسیر، گردباد و شرایط جوی، خلبان طوری هواپیما را مدیریت می‌کند که به مقصد می‌رسد. هدف سازمان از اجرای هوش تجاری، رسیدن به نتیجه مورد نظر با وجود تمام مشکلات و توفانی بودن محیط سازمانی است. مدیران می‌توانند با استفاده از این ابزار انتظار نتیجه‌ای بهتر از نوآوری‌های ناشی از اجرای هوش تجاری در سازمان خود داشته باشند. اما خلبان چگونه موفق به رساندن هواپیما به مقصد شد؟ او شش متغیر حیاتی را به‌طور موثر مدیریت کرد که عبارت‌اند از: نقطه شروع، مقصد، برنامه، تغییرات، اجرای سریع و اجرای با تفکر. اجرای هوش تجاری در سازمان نیز شبیه به رساندن هواپیما به مقصد است. از نقطه‌های این کار را شروع می‌کنید. شرایط سازمان را می‌دانید و داده‌هایی در دست دارید. شما از مقصد آگاهی دارید و انتظارات خود را از اجرای

این سیستم به خود یادآوری می‌شوید. هوش تجاری باید از دیدگاهی روشن، اهداف مشخص و استراتژی بهره‌مند باشد و ابزار مناسب این کار را برای رسیدن به مقصد نهایی به کار بگیرد. بعد از مشخص شدن مسیر باید برنامه‌های برای ورود و طی کردن آن داشته باشید. هواپیما هم بدون وارد کردن برنامه پرواز مشخص بلند نخواهد شد. بنابراین مدیر هوش تجاری باید همانند یک خلبان از لحظه اجرای هوش تجاری تا مرحله آخر برای آن برنامه داشته باشد و تغییرات را پیش‌بینی کند. او باید جوی در سازمان ایجاد کند که کارمندان ارزیابی خود را بعد از اجرای سیستم هوش تجاری به مدیر خود به‌راحتی گزارش کنند. مدیر هوش تجاری باید نشانه‌های بصری و داده محور را بعد از اجرای این سیستم‌ها فراهم کند. یک چارت میله‌ای از بازه زمانی فراهم کرده و دسترسی به نتایج مورد انتظار خود را روی آن ترسیم کند. مدیر باید برای هر اقدام و تفکر خود برنامه داشته باشد و در کنار سرعت‌بخشی به اجرای پروژه هوش تجاری، عدم اطمینان را کاهش دهد و با تمرکز بر اجرای درست آن به اهداف خواسته‌شده خود از اجرای هوش تجاری در سازمانش برسد. هوش تجاری امروزه توانسته تغییری شگرفت در فرایند سازمان‌ها ایجاد کند. مدیرانی که هوش تجاری را به‌درستی در سازمان خود اعمال می‌کنند، فرایندهای کسب‌وکار خود را بسیار بهتر و فراتر از ابزارهای اولیه گزارش‌دهی و جمع‌آوری سنتی داده‌ها بهبود می‌بخشند.

کارمندان با استفاده از سیستم‌های هوش تجاری به اصلاح وظایف خود و تیم کاری‌شان خواهند پرداخت و این رویکرد دزنیات منجر به بهبود عملکرد تمام تیم‌ها و تیم فروش خواهد شد. تیم‌های فروشی که بیشتر از هوش تجاری استفاده می‌کنند، معمولاً یک سر و گردن بالاتر از اعضای دیگر تیم‌ها هستند و با اطلاعاتی که گرد می‌آورند، بقیه اعضا را به سطح مطلوب خود می‌رسانند

منبع: برگرفته از مقالات HBR

چندوچون حضور شرکت‌ها در شبکه‌های اجتماعی

امروزه مزایای حضور کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی بر کسی پوشیده نیست. گسترش اینترنت و ورود مخاطبان ایرانی به شبکه‌های اجتماعی در چند سال گذشته، فرصت بسیار مناسبی را در اختیار سازمان‌های ایرانی قرار داده تا هم‌گام با مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشند و از این بستر، استفاده‌های بازاریابی و تبلیغاتی مناسبی را ببرند. شبکه‌های اجتماعی این امکان را به سازمان‌های ایرانی می‌دهند تا با کلیک کردن یک دکمه به میلیون‌ها کاربر دسترسی داشته باشند و از طریق تولید محتوای مناسب، Brand Awareness یا آگاهی از برند سازمان خود را افزایش دهند. قطعاً با افزایش آگاهی مخاطبان، سازمان‌ها شناخته‌شده‌تر می‌شوند و مشتریان بیشتری را با خود همراه می‌کنند.

هر سازمانی با توجه به حیطه فعالیت خود می‌تواند استراتژی‌های مناسبی را در خصوص حضور در شبکه‌های اجتماعی اتخاذ کند. با توجه به این موضوع در ادامه به تقسیم‌بندی کلی سازمان‌های ایرانی اشاره خواهد شد و بر اساس این تقسیم‌بندی برای شرکت‌های سرمایه‌گذاری استراتژی‌های مناسبی در خصوص حضور در شبکه‌های اجتماعی پیشنهاد خواهد شد.

تقسیم‌بندی سازمان‌ها

به صورت کلی سازمان‌های (B2C) (Business To Consumer) به سازمان‌هایی گفته می‌شود که کسب و کار آن‌ها در ارتباط تنگاتنگی با مصرف‌کنندگان نهایی است و محصولات ارائه‌شده این سازمان‌ها توسط مشتریان نهایی خریداری می‌شود. این در حالی است که برخی از سازمان‌ها به صورت (B2B) (Business To Business) فعالیت‌های خود را پیش می‌برند و محصولاتی را برای دیگر شرکت‌ها تولید می‌کنند؛ به عبارت دیگر این سازمان‌ها برای مصرف‌کنندگان نهایی محصولاتی را به بازار عرضه نمی‌کنند و شرکت‌های مختلف گروه هدف این سازمان‌ها هستند. برخی از شرکت‌های سرمایه‌گذاری در ایران، شرکت‌های زیرمجموعه بسیار زیادی دارند که برخی از این شرکت‌ها به صورت B2B و برخی دیگر به روش B2C فعالیت‌های خود را پیش می‌برند. به همین دلیل باید برای هر یک از این شرکت‌های زیرمجموعه استراتژی‌های مناسبی را در خصوص حضور در شبکه‌های اجتماعی اتخاذ کرد. در این میان شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهامی عام، با تعداد بسیار زیادی از سهام‌داران مواجه هستند که برای ارتباط مناسب با این سهام‌داران نیز در شبکه‌های اجتماعی می‌توان برنامه‌ریزی‌های مناسبی را اتخاذ کرد.

برنامه‌ریزی مجزا برای هر یک از شرکت‌های زیرمجموعه

با وجود تاکید فراوانی که بر اهمیت حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌شود، برخی از مدیران سازمان‌های ایرانی بر این باورند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی صرفاً برای سازمان‌های B2C مناسب است، چون در شبکه‌های اجتماعی کاربران حضور دارند و این کاربران می‌توانند با سازمان‌های B2C ارتباط مناسبی را برقرار کنند. این در حالی است که در واقع سازمان‌های B2B نیز می‌توانند در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشند و محتواهایی را متناسب با این شبکه‌های اجتماعی تولید و در دسترس مخاطبان

قرار دهند. قطعاً تدوین استراتژی حضور سازمان‌های B2B در این شبکه‌ها در مقایسه با سازمان‌های B2C با تفاوت‌هایی همراه است. از طرفی این موضوع نیز بسیار دارای اهمیت است که هر یک از شرکت‌های زیرمجموعه در یک گروه باید صفحه مجزایی برای خود در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند و بر اساس نوع سازمان، محتواهای تخصصی را برای حضور در شبکه‌های اجتماعی تولید کنند.

تمایل خریداران

بر اساس تحقیقات انجام‌شده در بازارهای بین‌المللی در مورد حضور سازمان‌های B2B در شبکه‌های اجتماعی، ۶۴ درصد این سازمان‌ها در شبکه‌های اجتماعی حضور فعال‌نمای دارند و از آن استفاده می‌کنند. بیشتر این سازمان‌ها با سه هدف آگاهی از برند، حفظ مشتری و افزایش تقاضا در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. این موضوع بسیار دارای اهمیت است که بسیاری از خریداران تمایل بیشتری دارند از شرکت‌هایی محصولات مورد نیاز خود را خریداری کنند که در شبکه‌های اجتماعی حضور فعال و موثری دارند.

تمرکز بر فرهنگ سازمانی

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، سازمان‌های B2B ارتباط تنگاتنگی با شرکت‌های

را به صورت شفاف مورد بررسی قرار داد. این موضوع نیز بسیار دارای اهمیت است که منبع اصلی فرهنگ سازمانی در هر سازمانی، بنیان‌گذاران و مدیران آن سازمان هستند.

تعامل اثربخش با مخاطبان و سهام‌داران

تولید محتوای مناسب از جنس فرهنگ سازمانی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اعتماد مشتریان به سازمان را افزایش دهد. برخی از شرکت‌های سرمایه‌گذاری عام که با سهام‌داران بسیار زیادی همراه هستند، با حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند اعتماد این سهام‌داران را جلب کنند، چون بسیاری از سهام‌داران در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند و تمایل دارند از چند و چون فعالیت‌های داخلی سازمانی که سهام‌دار آن هستند، مطلع شوند. حضور سازمان‌های B2B در شبکه‌های اجتماعی قطعاً می‌تواند با تعامل کاربران و سازمان‌های مختلف همراه شود. به عبارت دیگر Engagement یا درگیری مخاطبان با سازمان افزایش پیدا خواهد کرد و مخاطبان می‌توانند ارتباط مناسب‌تری را با سازمان برقرار کنند.

کاهش هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات

حضور شرکت‌های B2B در کاهش هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات نیز بسیار می‌تواند مثر و ثمر واقع شود. البته هر سازمانی باید برای اتخاذ استراتژی‌های مناسب در این حوزه، گروه هدف خود را شناسایی کند و بر اساس این گروه هدف برنامه‌ریزی‌هایی را برای تولید محتوای خود داشته باشد. در شبکه‌های اجتماعی از بودجه‌های سنگین و سرسام‌آور تبلیغاتی و برندینگ خبری نیست و با تخصیص بودجه بسیار کم هم می‌توان در این شبکه‌های اجتماعی حضور داشت. اما نکته‌ی دارای اهمیت، به کارگیری متخصصان در حوزه شبکه‌های اجتماعی است. قطعاً واحد روابط عمومی هر سازمانی شرح وظایف خاص خودش را دارد، اما این واحد سازمانی می‌تواند متخصصانی را نیز در حوزه شبکه‌های اجتماعی به کار گیرد و با برنامه‌ریزی‌های لازم مقدمات حضور موثر سازمان در شبکه‌های اجتماعی را مهیا سازد.

تحقیقات بازار

علاوه بر مواردی که به آن اشاره شد، حضور سازمان‌های B2B در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اطلاعات زیادی درباره‌ی جمعیت، الگوی رفتاری کاربران و روند گفت‌وگوهای آن‌ها در اختیار سازمان‌ها قرار دهد. برای سازمان‌های B2B، دانستن این اطلاعات در فعالیت‌های تحقیقات بازار آن‌ها بسیار می‌تواند مثر و ثمر واقع شود. به عبارت دیگر سازمان‌های B2B می‌توانند فعالیت‌های شرکت‌های خریدار را دنبال کنند و اطلاعات مناسبی را از مشتریان خود دریافت کنند. البته این موضوع نیازمند اتخاذ برنامه‌ریزی‌های مناسب است که تیم پژوهش و اجرا بتواند از اطلاعات به‌دست‌آمده مشتریان Data Base مناسبی جمع‌آوری کند.

تمرکز بر محصول

برخی از زیرمجموعه‌های شرکت‌های سرمایه‌گذاری، سازمان‌های B2C هستند. همان‌طور که پیش‌تر مطرح شد، این نوع سازمان‌ها برای حضور در شبکه‌های اجتماعی روی محصولات خود متمرکز می‌شوند و در تلاش هستند که محتوایی تخصصی را در حوزه محصولات ارائه‌شده به بازار تولید کنند و در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند. به‌عنوان نمونه، شرکت‌های ارائه‌دهنده دارو می‌توانند محتوای آموزشی و درمانی را در خصوص سلامت مخاطبان تولید کنند و در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند. بحث‌های مرتبط با سلامتی و ویژگی‌ها و عوارض داروها این روزها در شبکه‌های اجتماعی مخاطبان فراوانی دارد و به‌راحتی توسط کاربران بازنشر و به اصطلاح «ویروسی» می‌شود و به شهرت و اعتبار سازمان دامن می‌زند.

یکی از اقدامات دیگری که سازمان‌های B2B و B2C در راستای افزایش تعامل کاربران با سازمان می‌توانند انجام دهند، طراحی و راه‌اندازی کمپین‌های مسئولیت اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی است. این کمپین‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که مخاطبان تعامل بیشتری با کمپین برقرار کنند و در آن مشارکت داشته باشند. در پایان شرکت‌های سرمایه‌گذاری که دارای زیرمجموعه‌های بسیار زیادی هستند، باید استراتژی یکپارچه‌ای را برای حضور شرکت‌های زیرمجموعه در شبکه‌های اجتماعی اتخاذ کنند و هر یک از این شرکت‌های زیرمجموعه، با راه‌اندازی صفحه‌های مشخصی در شبکه‌های اجتماعی و پیروی از دستورالعملی یکپارچه، محتواهای مناسبی را تولید و در شبکه‌های اجتماعی منتشر کنند تا به نتیجه دل‌خواه برسند.



دیگر دارند و به عبارت دیگر، برای مصرف‌کنندگان نهایی محصولاتی را به بازار عرضه نمی‌کنند، بلکه گروه هدف این سازمان‌ها، شرکت‌های دیگر هستند. این نوع سازمان‌ها باید روی فرهنگ سازمانی خود تمرکز کنند و در تلاش باشند فرهنگ سازمانی خود را در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام معرفی کنند. برای شرکت‌هایی که جزو مشتریان سازمان‌های B2B محسوب می‌شوند، اطلاع از فعالیت‌های درون‌سازمانی این نوع سازمان‌ها بسیار دارای اهمیت است. مشتریان همواره تمایل دارند از فرهنگ سازمانی این نوع سازمان‌ها آگاه باشند و بدانند درون این سازمان‌ها چه خبر است و این سازمان‌ها از چه فرهنگ سازمانی پیروی می‌کنند.

لزوم تعریف هویت سازمانی برای ورود به شبکه‌های اجتماعی

Organizational Culture یا فرهنگ سازمانی مقوله گسترده‌ای است و هر سازمانی باید فرهنگ سازمانی را برای خود تعریف کند تا این موضوع نوعی حس هویت‌مندی را به کارمندان سازمان اعطا کند. از طرفی این موضوع بر فرایند تصمیم‌گیری و حل مسئله، انگیزش، رضایت، میزان خلاقیت و نوآوری کارمندان تأثیر می‌گذارد. با توجه به این موضوع، سازمان‌های B2B برای حضور در شبکه‌های اجتماعی در ابتدا باید فرهنگ سازمانی را به صورت مشخص و مدون برای کارمندان شفاف‌سازی کنند. اگرچه در بسیاری از سازمان‌های ایرانی فرهنگ سازمانی به صورت قوانین نانوشته است، اما برای تدوین برنامه‌ریزی‌های مناسب برای حضور در شبکه‌های اجتماعی باید این موضوع

گوش دادن، ابزاری که اغلب مدیران از آن غافل اند

معجزه شنیدن!

مدیریت

آبئین ایزدی

نظر شما چیست؟

مدیر یکی از سازمان‌های بزرگ دنیا می‌گوید: «من جملهٔ بالا را بسیار به کار می‌برم، چرا که دوست دارم نظر اعضای تیمم را بدانم. اعضای تیم من می‌دانند هنگامی که با مسئله یا سوالی نزد من می‌آیند، من همان سوال را به خودشان بازتاب می‌دهم. حتی گاهی به آن‌ها می‌گویم که «نمی‌دانم» تا آن‌ها را وادار به فکر کردن و خودم را وادار به گوش دادن کنم. به‌عنوان یک مدیر در سازمان، گاهی نیاز است که همکاران و کارمندان خود را از طریق یافتن جواب توسط خود آن‌ها هدایت کنید. بیشتر اوقات هنگامی که این سوال را از زیردستان خود می‌پرسم، اعضای تیمم جواب بهتری نسبت به خودم پیدا می‌کنند؛ جوابی که شاید هیچ‌گاه به ذهن خود نمی‌رسید! بدین ترتیب هم فرصت فکر کردن به آن‌ها داده‌ام و هم مهارت گوش دادن خود را تقویت کرده‌ام.»

تمرکز روی متغیرهای قابل کنترل

تکنیک برگرداندن پرسش به کارمندان یک ابزار قدرتمند خصوصاً برای مواقعی است که هیچ پاسخ منفرد درستی وجود ندارد. این روش در سازمان‌هایی که هر کدام از اعضای تیم تا حدودی روحیهٔ مدیریتی دارند و در آن‌ها برای گوش دادن ارزش نهاده می‌شود، مناسب است. در سازمان‌های متغیر و در حال رشدی مانند توئیتر، امکان ندارد که مسائلی مشابه برای مدت زمانی طولانی ادامه یابند. بلکه به‌طور مداوم تیم‌های جدید شکل می‌گیرند و اعضای جدیدی به آن‌ها اضافه می‌شوند و پروژه‌ها طبق اولویت‌بندی‌های جدید تغییر می‌کنند. در سازمان‌هایی با چنین فضایی و محیط متغیر بهتر است روی متغیرهایی تمرکز کنیم که می‌توانیم کنترلش کنیم، چرا که کنترل همهٔ مسائل و متغیرها از دست ما خارج است.

اهمیت گوش دادن در ارتباطات

گوش دادن، توانایی دریافت صحیح پیام و تفسیر آن در فرایندهای ارتباطی و کلید همهٔ ارتباطات موثر است. بدون این مهارت، پیام‌ها مورد سوء برداشت واقع شده و در پروسهٔ ارتباط خلل وارد می‌شود. اگر قرار باشد که تنها یکی از مهارت‌های ارتباطی را فرابگیرید، گوش دادن موثر یکی از آن‌هاست. گوش دادن یکی از اساسی‌ترین مهارت‌های ارتباطی بین فردی محسوب می‌شود. این مهارت با شنیدن تفاوت دارد و به صورت اتفاقی رخ نمی‌دهد، بلکه فرایند فعالی است که براساس تصمیم آگاهانه و درک پیام‌های گوینده شکل می‌گیرد. فردی که به صحبت‌ها گوش می‌دهد، بایستی بی‌طرف بماند و قضاوت از پیش نداشته باشد، به این معنی که جانبداری یا اظهار عقیده به‌ویژه در اوایل صحبت‌ها صورت نگیرد.

مهارت فراموش شده

گوش دادن یکی از آن مهارت‌ها و ابزارهایی است که از سوی بسیاری از مدیران در ایجاد محیط سازمانی مناسب چشم‌پوشی می‌شود. مطالعات زیادی طی دهه‌های اخیر به انجام رسیده که ثابت می‌کند ما دوسوم وقت خود در زندگی را به گوش دادن اختصاص می‌دهیم. محققان در سال ۱۹۵۷ دریافتند که معمولاً افراد تنها نیمی از آن‌چه را که می‌شنوند، به ذهن خود می‌سپارند. گوش دادن یکی از مهارت‌های چالشی مدیران است که باید در آن به سطح بالایی برسند. در جلسات توسعهٔ مدیریتی سه مرحله از گوش دادن برجسته‌تر از دیگر مراحل است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

گوش دادن درونی

این نوع گوش دادن بر افکار، نگرانی‌ها و اولویت‌های شما متمرکز است. معمولاً این نوع گوش دادن، از روی غریزه و ساده است. در مکالمات میان دو نفر، یکی چیزی می‌گوید و دیگری می‌شنود و می‌خندد، این خنده به این دلیل نیست که آن چیز خنده‌دار است، بلکه به این دلیل است که او تشخیص می‌دهد این کاری است که باید به صورت غریزی انجام می‌داده است.

گوش دادن متمرکز

در این نوع گوش دادن شما قادر به تمرکز بر شخص دیگر هستید، اما به‌طور کامل با آن‌ها ارتباط برقرار نمی‌کنید. ممکن است پس از تماس با یک فرد و گوش دادن به صحبت‌ها، حرف‌هایش را با تکان دادن سر تایید کنید، اما بعد از قطع کردن گوشی به دنیای خودتان برگردید. در این حالت حین مکالمه با او همراه بوده‌اید و به سخنانش گوش داده‌اید، اما پس از قطع مکالمه، تمرکزتان به جای

دیگری منتقل می‌شود.

گوش دادن ۳۶۰

این گوش دادن همانند معجزه است! در این نوع گوش دادن شما نه‌تنها آن‌چه را که دیگری می‌گوید، می‌شنوید، بلکه به چگونگی لحن و بیان آن‌چه می‌گوید و حتی آن‌چه نمی‌گوید و در ذهنش

هست نیز گوش می‌کنید. این نوع گوش دادن شبیه به زمانی است که تمام زوایای سخن طرف مقابل حتی لحن کلامش را نیز متوجه می‌شوید و تحلیل می‌کنید. اما چگونه می‌توانید این گوش دادن را به نحو موثرتر به انجام برسانید. پیشنهادهای زیر می‌تواند کمک‌کننده باشد.

مستقیم به چشمان طرف مقابل نگاه کنید

یکی از محققان مدیریت که مطالعه‌ای در خصوص روابط آن‌لاین کرده است، در کتابش بیان می‌کند

کردن پرسش‌ها و نظرات خود، تمرکز او را مختل کنند. در گوش دادن موثر باید به طرف مقابل زمان داده شود تا بتواند افکار و احساسات خود را بیان کند. گوش دادن موثر نه تنها مستلزم توجه کامل شنونده به گوینده است، بلکه باید علامت‌های کلامی و غیرکلامی نیز به او ابراز شود. به‌طور کلی گویندگان از شنوندگان انتظار دارند که با گوش کردن فعال خود، پاسخ‌های مناسبی را به صحبت‌های آن‌ها بدهند.

زمان خالی ایجاد کنید

تقویم خود را مدیریت کرده و خودتان را از انحصار قرار گرفتن در یک روز کاری فشرده خلاص کنید. می‌توانید جلسات طولانی را برای بهره‌وری بالاتر به تعدادی جلسه کوچک‌تر با زمان نیم ساعته تقسیم کنید تا هم اعضای تیم دچار خستگی نشوند و هم شما بتوانید به‌طور کامل حرف و نظرات آن‌ها را با تمرکز و فعالانه گوش دهید. بعد از جلسات زمانی را برای ریلکس‌سازی و تفکر در مورد سخنانی که در جلسه به انجام رسید، اختصاص دهید و بازخورد خود را ارائه کنید. شنونده خوب از نقش و اهمیت نشانه‌های بازخورد آگاه است و بر اهمیت اطمینان خاطر دادن به گوینده درخصوص این‌که پیام او را دریافت کرده، واقف است. این پاسخ‌ها باید در جهت افزایش یا تقویت بیشتر ارتباط عمل کنند.

تمرکز ایجاد کنید

گوش دادن موثر تمرکز ایجاد می‌کند؛ تمرکزی که برای انجام کار بهتر به آن احتیاج داریم. برعکس این امر نیز حقیقت دارد. وقتی تمرکز داریم، بهتر می‌توانیم گوش دهیم. پس هنگامی که مکالمه‌ای رودرو دارید، سعی کنید هدف‌تان اختصاص زمان کافی برای تمرکز بر گفته‌های دیگران باشد. زمانی که به صورت استراتژیک یک فضای زمانی در تقویم خود برای انعکاس مکالمات و آماده‌سازی جلسه بعدی ایجاد کنید، در درک و نزدیک شدن به کارمندان خود موفق‌تر خواهید بود.

سوال‌های بیشتری بپرسید

وقتی با کارمند یا شریک خود در حال گفت‌وگو هستید، به او اطمینان دهید که حرف‌هایش و موقعیت را درک می‌کنید. سپس به جای پاسخ دادن به صحبت‌هایش، از او سوال بپرسید. آن‌چه را نیاز دارد، به‌روشنی بپرسید. شنونده با پرسیدن سوال‌های مرتبط یا بیان نظراتی که باعث روشن شدن مطالب گفته‌شده می‌شود، می‌تواند توجه خود را به گوینده نشان دهد. هم‌چنین با پرسیدن سوال‌های مرتبط، شنونده علاقه خود را به گوش دادن ابراز می‌کند. روشن کردن ابهام معمولاً با استفاده از سوال‌های باز است که باعث می‌شود گوینده نقطه نظرهای ضروری خود را بیان کند. البته همیشه پس از سوال پرسیدن و جواب دادن انتظاراتی وجود دارد. به طرف مقابل خود نشان دهید که حرف‌هایش را فهمیده‌اید و نیازهایش را جهت‌دهی و راهنمایی کنید و حتی به او دیدگاه مستقیم دهید.

آثار مثبت گوش دادن موثر در سازمان

بسیاری از رهبران و مدیران موفقیت خود را مدیون مهارت گوش دادن موثر هستند. یکی از مدیران معروف سازمانی در این خصوص می‌گوید: «گوش دادن موثر، یکی از مهارت‌هایی است که زیربنای تمام ارتباطات مثبت انسانی است. به‌عنوان یک مدیر باید وقت بیشتری برای تفکر و کسب مهارت در گوش دادن و توسعه مهارت‌های مرتبط اختصاص دهید. با این مهارت سنگ بنای موفقیت را خواهید ساخت.» گوش دادن موثر و تعاملی در نهایت آثار مثبتی چون افزایش رضایت مشتری و کارمندان، بهره‌وری بیشتر با میزان اشتباه کمتر، افزایش به‌اشتراک‌گذاری دانش و ایجاد محیطی نوآور و خلاقانه را به دنبال خواهد داشت.



که ما با انتخاب‌های زیادی در گوش دادن موثر روبه‌رو هستیم و راه‌های زیادی برای عملی کردن آن وجود دارد. گوش دادن تنها قطع کردن تلفن هنگام جلسه یا بستن لپ‌تاپ نیست. گوش دادن شما باید به گونه‌ای باشد که علاوه بر خودتان در طرف دیگر نیز انگیزه ایجاد کرده و او را تشویق به بیان ادامه سخنانش کند. ضرب‌المثل قدیمی «مستمع صاحب سخن را بر سر ذوق آورد» اشاره به اهمیت همین موضوع دارد. در گوش دادن فعال مواردی مانند حوصله، مکث و سکوت‌های کوتاه بایستی مورد توجه قرار گیرد. شنوندگان نباید هنگام سکوت چند ثانیه‌ای طرف مقابل، با مطرح



نگاهی توامان به کوپا آمریکا و یورو جام جهانی بدون عربستان و هندوراس

دیگر بهتر از این نمی‌شود! رقابت‌های جام ملت‌ها در دو قاره‌ای شروع شد که هر کدام از آن‌ها خود را برتر از قاره دیگر می‌بیند؛ جام ملت‌های آمریکای جنوبی یا کوپا آمریکا و جام ملت‌های اروپا یا همان یورو. یک ماه هیجان، تفریح، گه‌گاهی هم استرس نباختن تیم‌های مورد علاقه‌مان، شور و شوق می‌خکوب شدن پای تلویزیون تا سحرهای ماه مبارک رمضان، سرگرم بودن به لحظه‌شماری برای شروع بازی‌ها و تفسیرهای خودمانی بعد از بازی، لذت تماشای هنرنمایی ستارگان فوتبال جهان، کیف کردن از شعبده‌بازی بعضی فوتبالیست‌ها با توپ، کارهایی می‌کنند که به عقل ما هم نمی‌رسد، ذوق دیدن طنزهای مسی با توپ و یک‌ه‌تازی رونالدو با توپ پر، اما هر کدامشان در یک گوشه از دنیا، یکی در نیم‌کره شمالی و دیگری نیم‌کره جنوبی. هنوز هم با همان عشق و علاقه‌ای که از کودکی به تماشای فوتبال داشتیم، به تماشای رقابت‌های یورو ۲۰۱۶ می‌نشینیم تا بتوانیم با تماشای جشنواره بهترین‌های فوتبال، فقط کیف کنیم و کیف کنیم.

بازی‌های این دوره به چشم می‌خورد، افزایش تعداد تیم‌های شرکت‌کننده در مرحله نهایی به ۲۴ تیم است که برای نخستین بار بازی‌ها با این تعداد از تیم‌ها برگزار خواهد شد. این مسئله را از دو جهت می‌توان بررسی کرد. اول این‌که با افزایش تعداد تیم‌ها، ناگزیر برخی تیم‌هایی که سطح متوسط و پایین‌تری دارند، در رقابت‌ها حاضر شده و این مسئله می‌تواند بر کیفیت کلی بازی‌ها تأثیر منفی داشته باشد. از سوی دیگر، این افزایش می‌تواند به توسعه هرچه بیشتر فوتبال در قاره اروپا و بهبود و ارتقای سطح فنی سایر کشورها کمک کند. حال باید منتظر ماند و حاصل کار را مشاهده کرد.

آیا باز هم میزبانی برای فرانسه خوش‌یمن خواهد بود؟

فرانسه میزبان این دوره از رقابت‌هاست. این برای سومین دوره‌ای است که فرانسوی‌ها عهده‌دار میزبانی جام ملت‌ها یا رقابت‌های یورو هستند. آن‌ها پیش از این در اولین دوره در سال ۱۹۶۰ و در هفتمین دوره در سال ۱۹۸۴ میزبانی بازی‌ها را برعهده داشته‌اند. در این دوره، بازی‌ها در ۹ شهر فرانسه برگزار خواهد شد که این شهرها عبارت‌اند از پاریس، لیل، ماریس، لن، بوردو، لیون، نیس، سنت اتین و سنت دنیس. در اکثر مواقع، میزبانی برای فرانسوی‌ها خوش‌یمن بوده است. تیم ملی فرانسه در دو میزبانی آخر خود به مقام قهرمانی دست یافته و جام را در خانه نگه داشت که اتفاقاً هر دو تورنمنت هم جزو بهترین دوره رقابت‌ها بوده است. جام جهانی ۱۹۹۸ به میزبانی فرانسه برگزار شد و

نبرد بزرگان و تقابل اندیشه‌ها

در این آوردگاه همه بزرگان فوتبال جهان، به جز برزیل و آرژانتین، رقابتی سخت و جانانه با یکدیگر خواهند داشت. رقابت‌های یورو که به غیر از یکی دو دوره، همواره سیر صعودی و روند رو به رشدی را دنبال کرده، محفلی برای جنگ بازیکنان در درون زمین و نبرد اندیشه‌های مربیانی که در هر دوره سعی می‌کنند تاکتیک یا سیستم جدیدی را ابداع کرده و آن را به فوتبال جهان معرفی کنند. رقابت‌های یورو را می‌توان مثل نمایشگاهی در نظر گرفت که در آن صاحبان کالا و خدمات سعی می‌کنند بهترین محصول خود را برای عرضه به دیگران به نمایش بگذارند. رقابت‌های یورو از نظر کیفیت، پس از جام جهانی دومین تورنمنت برتر دنیاست. در یورو ۲۰۱۲، خبرنگاری در مورد کیفیت رقابت‌های یورو، سوالی از ژاوی، هافبک تیم ملی اسپانیا، پرسید. ژاوی هم در جواب این سوال گفته بود: بازی‌های جام ملت‌های اروپا و یورو از کیفیت هم‌سطح جام جهانی برخوردارند، تنها تفاوتی که یورو با جام جهانی دارد، این است که در یورو دیگر تیم‌هایی مثل هندوراس و عربستان را نداریم که هشت تا هشت تا گل بخورند و سطح بازی‌ها را دچار افت کنند. (اشاره به هشت گلی که عربستان در جام جهانی ۲۰۰۲ از تیم ملی آلمان دریافت کرد). قهرمانی در رقابت‌های یورو، اگر دشوارتر از قهرمانی در جام جهانی نباشد، بدون شک آسان‌تر هم نیست. حتی در رقابت‌های جام جهانی بخش اعظم بار فنی و کیفی رقابت‌ها بر دوش تیم‌های اروپایی است. از این نظر، این رقابت‌ها همیشه می‌تواند جذاب و دیدنی باشد. تفاوت دیگری که در برگزاری

میزبان در آن دوره تیمی بسیار فوق‌العاده با حضور فوق‌ستاره‌ای به نام زین‌الدین زیدان داشت. در پایان بازی‌ها، فرانسه برای نخستین بار قهرمان جهان شد. دیگر میزبانی فرانسوی‌ها به رقابت‌های یورو ۸۴ برمی‌گردد که میزبان در آن دوره هم تیمی هماهنگ و یکدست با حضور مثلث ستارگان خود، یعنی میشل پلاتینی، آلن ژیرس و ژان تیگانا، همه حریفان را از پیش رو برداشت و قهرمان اروپا شد. باید منتظر آغاز بازی‌ها بمانیم تا عیار خروس‌ها محک بخورد و مشخص شود آیا فرانسه در این دوره از توان کافی برای قهرمان شدن برخوردار است یا نه. اما آنچه از شرایط میزبان پیش از شروع رقابت‌ها برمی‌آید، کار شاگردان دیدیه دشامپ نسبت به سایر دوره‌هایی که فرانسه میزبان بوده، دشوارتر خواهد بود. مسئله دیگری که باید به آن اشاره کنیم، این است که

یورو ۲۰۱۶ آخرین دورهای است که میزبانی رقابت‌ها به یک یا دو کشور به صورت مشترک واگذار می‌شود. قرار است در دور بعدی رقابت‌های یورو، ۲۰ کشور به صورت مشترک میزبان این بازی‌ها باشند. یعنی در هر کشور میزبان، فقط چند بازی انجام شده و سایر بازی‌ها بین کشورهای برگزیده به عنوان میزبان تقسیم می‌شود. این طرح از جمله برنامه‌های ابتکاری میشل پلاتینی بود و هدف از اجرای این طرح را این‌گونه بیان کرد که رقابت‌های یورو باید به میزبانی کل قاره اروپا برگزار شود نه یک یا دو کشور. از جمله مزایای این شیوه برگزاری این است که تماشاگران بیشتری در سراسر قاره خواهند توانست حداقل چند مسابقه از یورو را مشاهده کنند و هزینه‌های سرسام‌آوری را برای سفر به دیگر کشورها متحمل نشوند.

طغیان حواشی بر سر فرانسه

اگر سال گذشته در مورد شرایط و عملکرد فرانسه در یورو ۲۰۱۶ سوال می‌شد، پاسخ‌ها کاملاً متفاوت و البته امیدوارکننده‌تر بودند. از سال گذشته تاکنون حاشیه‌های بسیار زیادی برای فرانسه ایجاد شد که بدون شک تاثیر منفی روی عملکرد شاگردان دشامپ خواهد داشت و قهرمانی خروس‌های میزبان در رقابت‌های امسال به چیزی شبیه معجزه نیاز دارد. اولین شوکی که بر پیکره این تیم وارد شد، رسوایی‌های مالی در سطح مدیران فیفا و یوفا بود که دامن میشل پلاتینی، رئیس سابق یوفا را هم گرفت. پلاتینی به جرم پرداخت رشوه و اعمال نفوذ در جریان انتخاب میزبان جام جهانی ۲۰۲۲ از سمت ریاست یوفا برکنار و هشت سال از هرگونه فعالیت مرتبط با فوتبال محروم شد. پلاتینی هم پشتوانه روحی مناسبی برای فرانسه بود و هم در آخرین مصاحبه خود به عنوان رئیس یوفا گفته بود: حیف از این که سال آینده دیگر رئیس یوفا نیستم و نمی‌توانم بازی‌های پسران سرزمینم را (به‌عنوان رئیس یوفا) ببینم. پس از این اتفاق، ماجرای عجیبی

در اردوی فرانسه رخ داد که کریم بنزما به‌عنوان مهاجم نوک و امید اول گل‌زنی خروس‌ها در بطن ماجرا قرار داشت. بنزما به دلیل تهدید به انتشار عکس‌های خصوصی و خانوادگی یکی از بازیکنان تیم ملی، و سعی در اخاذی از او مقصر شناخته شد. انتشار این خبر آن قدر سریع و در سطحی گسترده انجام شد که همه مقامات ورزشی فرانسه، از وزیر ورزش این کشور گرفته تا دیدیه دشامپ، از تصمیم قاطع خود برای حذف نام بنزما از ترکیب فرانسه برای رقابت‌های یورو ۲۰۱۶ سخن می‌گفتند و درنهایت با قاطعیت تصمیم خود را عملی کردند. اما مهم‌ترین و حیاتی‌ترین مسئله‌ای که می‌تواند تاثیرات منفی نه‌تنها بر تیم فرانسه، بلکه روی تمام تیم‌های شرکت‌کننده داشته باشد، مسئله امنیت بازی‌ها و برگزاری رقابت‌ها در فضایی امن و آرام است.

حدود هفت ماه پیش گروه تروریستی داعش هنگام برگزاری یکی از بازی‌های دوستانه تیم ملی فرانسه در پارک دو پرنس، دو حمله تروریستی انجام داد و در دو نقطه شهر پاریس انفجارهایی صورت گرفت. یکی از این انفجارها در نزدیکی ورزشگاه پارک دو پرنس رخ داد که فرانسوا اولاند هم برای تماشای بازی به ورزشگاه رفته بود. تماشاگران فرانسوی هم که برای این بازی به ورزشگاه رفته بودند، با شنیدن صدای انفجار از نزدیکی ورزشگاه، تا یک ساعت پس از پایان بازی هم ورزشگاه را ترک نکرده و در فضایی مرعوب و وحشتناک در محوطه زمین چمن ورزشگاه جمع شدند تا اوضاع امن شود. بلافاصله پس از این انفجارها، گروه تروریستی داعش مسئولیت حملات و انفجارهای صورت‌گرفته را برعهده گرفت و علت این اقدام خود را دخالت‌های نظامی

فرانسه در سوریه عنوان کردند. در این بیانیه، به مقامات فرانسوی با قطعیت هشدار داده شد که داعش اجازه نخواهد داد یورو در فضایی امن و در کمال آرامش برگزار شود. نگرانی زیادی بابت امنیت رقابت‌های یورو وجود داشت و حتی بحث لغو برگزاری بازی‌ها یا واگذاری میزبانی به کشوری دیگر هم به‌طور جدی مطرح شد، اما سرانجام مقامات یوفا و مسئولان فرانسوی تصمیم گرفتند با تشدید شرایط امنیتی، رقابت‌ها را طبق برنامه از پیش تعیین شده در فرانسه برگزار کنند. هفته گذشته مسئولان امنیتی فرانسه و یوفا به همه تماشاگران و تیم‌های شرکت‌کننده اطمینان دادند با خیالی آسوده فقط به فکر انجام بازی‌های زیبا و تماشاگرپسند باشند و هیچ نگرانی از نظر امنیت خود نداشته باشند. اما با این حال، رقابت‌های امسال در فضایی کاملاً امنیتی و آکنده از رعب و وحشت برگزار خواهد شد که همین مسئله تاثیرات منفی زیادی روی کیفیت بازی‌ها خواهد داشت.

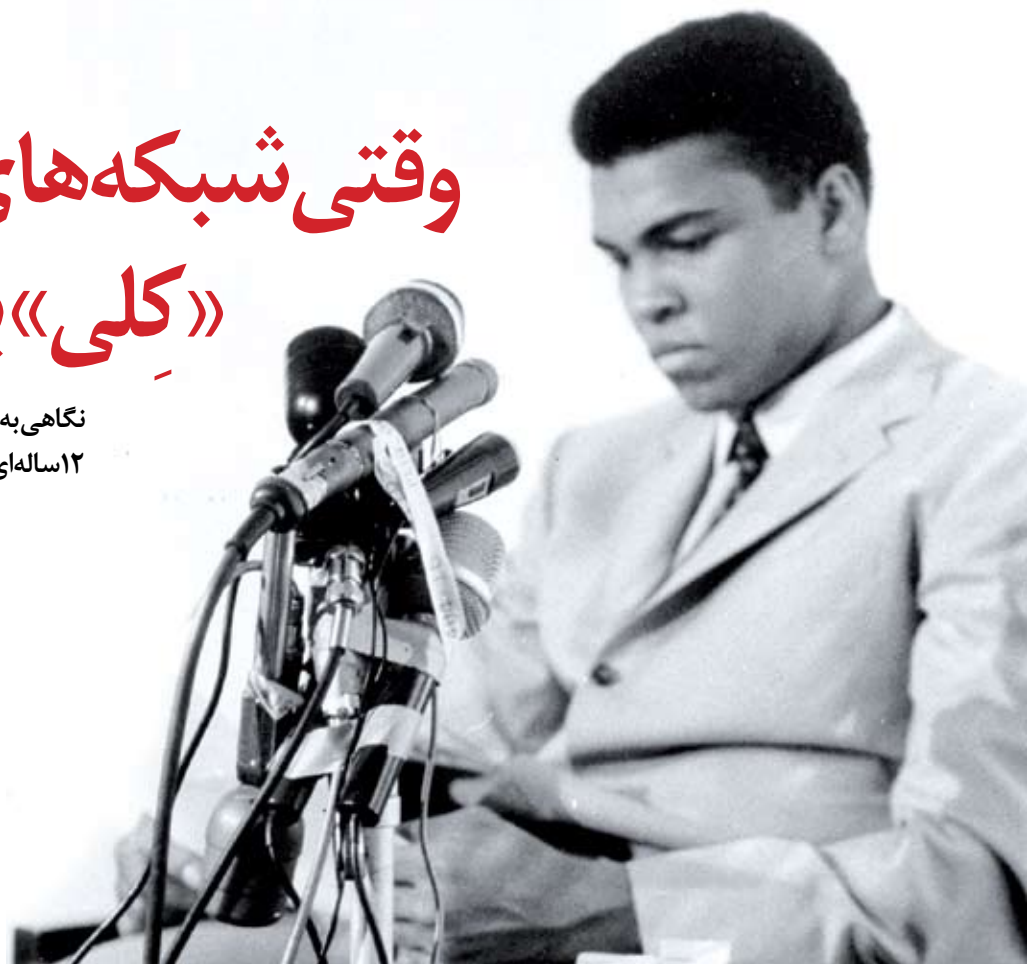


وقتی شبکه‌های اجتماعی «کلی» باران شد

نگاهی به دلایل محبوبیت پسر بچه
۱۲ ساله‌ای که با مشت به قلب‌ها راه یافت

رینگ

صدیقه ثنائی



شادی ایرانی با برنده آمریکایی

«فردا صبح ساعت پنج کله‌پاچه، ساعت شش مسابقه مشت‌زنی محمدعلی کلی با فریزر در تلویزیون این قهوه‌خانه، در صورت برنده شدن محمدعلی چای و قلیان مجانی است.» این متن نوشته‌ای روی دیوار یک قهوه‌خانه ایرانی در سال‌های دور است که عکس آن بلافاصله پس از مرگ کلی در شبکه‌های اجتماعی دست‌به‌دست شد. عکس‌هایی از این قبیل نشان می‌دهد که محمدعلی در ایران از محبوبیت بالایی برخوردار بوده است. این محبوبیت به اندازه‌ای بود که کلی را وادار کرد به ایران سفر کند؛ به این ترتیب او در سال ۱۳۷۲ به ایران آمد. اما این محبوبیت نه در ایران، بلکه در کل جهان از کجا آغاز شد؟ شاید ماجرا از جنگ‌ستیزی شروع شد؛ از «ویتنام». آمریکا در یک دوره ۲۰ ساله درگیر جنگی تمام‌عیار با ویتنام بود. این کشور در دوران جنگ بیشترین نیاز را به نیروهای انسانی داشت. در این بین حضور شخصیتی مانند محمدعلی کلی بوکسور قدرتمندی می‌توانست تاثیر بسیاری روی جذب نیروهای انسانی برای ادامه جنگ داشته باشد. اما «کلی» به جنگ ویتنام نرفت! او که به اسلام روی آورده بود، به عدم شرکت در جنگ بسنده نکرد، بلکه به صورت رسمی و علنی مخالفت خود را با جنگ ویتنام اعلام کرد و آن را خلاف آموزه‌های دینی و عقیدتی خود دانست. به دنبال این جریان، پلیس آمریکا او را به اتهام «فرار از خدمت» بازداشت کرد. پس از آن نیز عناوین قهرمانی از کلی سلب شد تا این‌که سال‌ها بعد دادگاه عالی آمریکا این محکومیت را لغو کرد. محمدعلی چندی پیش در آخرین بیانیه‌اش از دونالد ترامپ به علت اظهاراتش در مورد «ممنوع‌الورود کردن مسلمانان به آمریکا» انتقاد کرده بود. البته در کنار این دلایلی که به نظر می‌رسد برای کسب شهرت جهانی تا حدودی قانع‌کننده است، افسانه‌ها و داستان‌هایی نیز از این شخصیت وجود دارد که ممکن است به محبوب‌تر شدن او کمک کرده باشد، مانند داستان مادرش از دوران نوزادی محمدعلی، یا داستان‌هایی که از مبارزات او در نوجوانی و جوانی دهان به دهان نقل می‌شود. کلی با تمام محبوبیتش به هر دلیلی که از آن برخوردار شده بود، از دنیا رفت. واشنگتن‌پست نوشت مردم مانند یک رئیس‌دولت به بدرقه محمدعلی رفتند. آن‌ها ورزشکار محبوب خود را به دل خاک سپردند، ولی قطعاً نام او را برای همیشه تاریخ در یاد خود نگه داشته‌اند؛ قهرمانی که آن سوی خطوط مرزی کشورها به قلب‌ها راه یافته بود.

پسر بچه‌ای ۱۲ ساله اشک‌ریزان و با لحنی شاکلی نزد پلیس رفته و گفته بود: «تا بفهمم کی لباس منو دزدیده، مشت می‌کوبم توی شکمش!» دست بر قضا آن پلیس مارتین بود، صاحب باشگاه مبارزان که به دنبال چنین استعدادهایی بود. او در پاسخ گفته بود: «خب بهتره قبلش شیوه مبارزه رو یاد بگیری!» و این اتفاق آغازی بر داستان محمدعلی کلی شد. امروز ۳۲ کتاب، یک تئاتر، دو کتاب مصور، پنج کتاب کودک، ۱۱ فیلم، چهار بازی ویدیویی و ۲۵ قطعه موسیقی تنها بخشی از آثار هنری، فرهنگی و رسانه‌ای هستند که نامی از محمدعلی را در خود دارند. اسطوره‌ای که مادرش ادعا می‌کرد از زمانی که نوزادی ۱۸ ماهه بود، استیل بوکسورها را به خود می‌گرفت و به سوی او مشت می‌زد، هفته گذشته در سن ۷۴ سالگی از دنیا خداحافظی کرد. خبر درگذشت افسانه مشت‌زنی ابتدا در صدر خبرهای رسانه‌های بزرگ جهان قرار گرفت، طوری که از واشنگتن‌پست گرفته تا وال‌استریت ژورنال و بی‌بی‌سی همگی از «بزرگ‌ترین» آیکون ورزش سنگین‌وزن‌ها با تیرهایی جلب توجه‌کننده نوشتند. هم‌زمان با آن فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و دنیای واقعی پر شد از عکس‌ها و خاطرات کلی. صفحات اینستاگرام و تلگرام ناگهان از عکس‌های کلی لبریز شد و به همین راحتی صفحات و شبکه‌های اجتماعی «کلی‌باران» شد. از عکس او با گروه بیتلز و مشت‌هایی که به صورت نمایی نثار آن‌ها کرده تا تصاویری از حضور او در مشهد و حرم امام رضا (ع) همه نمونه‌هایی از بارش کلی در فضای مجازی بود.

اما در آن زمان که خبری از تلگرام و اینستاگرام یا دیگر شبکه‌های اجتماعی نبود هم محمدعلی در دل توجه مردم و رسانه‌های جهان بود. تعداد بسیار زیاد آثار فرهنگی و هنری که با محوریت محمدعلی خلق شده، دلیل روشنی بر این ادعاست. اما آن‌چه در کنار این بارش توجه و نگاه به شخصیت «کلی» کمتر مورد توجه قرار گرفته، دلایل محبوبیت این بوکسور سیاه‌پوست است. چه چیزی پشت مشت‌های گره‌کرده، دندان‌های به‌هم‌فشرده و رجزخوانی‌های یک مشت‌زن وجود داشته که پای او را به دل‌های مردمی در قاره‌های دیگر باز کرده است. قطعاً هر آن‌چه بوده، بیش از ورزش و مشت‌زنی بوده است.

سه تفنگدار

نویسندگانی بودند که مسیر ادبیات را با کتاب‌هایشان تغییر دادند و دنیای جدیدی برای علاقه‌مندان این حوزه آفریدند؛ از متاخرین مانند سوفوکل، شکسپیر و دانته تا متقدمینی مانند مارکز و بورخس. در این بین هم بوده‌اند نویسندگانی که سبک جدیدی در ادبیات داستانی پایه‌ریزی کردند. این ماه تولد سه نفر از آن‌هاست؛ آنتوان چخوف، فرانتس کافکا و ارنست همینگوی. به همین مناسبت نیم‌نگاهی انداختیم به زندگی ادبی این سه شخصیت.

آنتوان چخوف

اولین نوشته او که در آن زمان دانشجوی رشته پزشکی بود، در سال ۱۸۸۰ چاپ شد. او در نامه‌ای به دوستش می‌نویسد: نخستین تکه ناچیزم در ۱۰ تا ۱۵ سطر در نشریه «دارگون فلای» در ماه مارس یا آوریل ۱۸۸۰ درج شد. اگر آدم خواهد مدارا کند و این نوشته ناچیز را آغازی به حساب بیاورد، بنابراین سالگرد (۲۵ سال نویسنده‌گی) من زودتر از ۱۹۰۵ فرا نخواهد رسید. چخوف در اوایل محافظه‌کارتر بود و در نوشته‌های خود چندان به سیاست وارد نمی‌شد. اما کم‌کم میزان تمسخرهای سیاسی در نوشته‌هایش افزایش یافت و دو داستان مشهورش «هزاررنگ» و «سرجوخه پریشیبیف» را با مایه‌های هجوآمیز سیاسی نوشت. از بد حادثه در همان ابتدای شهرت به مرض سل مبتلا شد و در همین هنگام بود که برادر محبوبش در اثر همین بیماری جان سپرد. او در اثر مرگ برادر و آگاهی از فرجام ناگوار بیماری خود، به افسردگی دچار شد. چخوف در ادامه به تدریج نمایشنامه‌های مشهور خود، «مرغ دریایی»، «باغ آلبالو»، «دایه وانیا»، «ایوانف» و «سه خواهر» را منتشر کرد؛ آثاری درخشان با تمرکز بر روحیات و عواطف شخصیت‌هایشان که عمدتاً تنها، دل‌تنگ و فرورفته در افکار خود توصیف می‌شدند و در موقعیت‌هایی سوءتفاهم‌آمیز با مایه‌های طنزآلود قرار می‌گرفتند. حماقت انسانی، ایجاد موقعیت تراژیک برای مواردی به‌ظاهر کم‌اهمیت و افسردگی ناشی از آن از خصوصیات دیگر آثار او هستند. جزئیات واقع‌گرایانه موجود در آثار چخوف بر ادبیات قرن بیستم تأثیر فراوانی گذاشت و نمایشنامه‌های او در این صد سال بارها بر صحنه تئاتر کشورهای مختلف از جمله ایران اجرا شده‌اند.

فرانتس کافکا

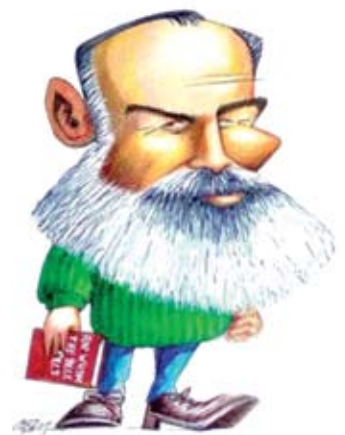
فرانتس کافکا به دوست نزدیک خود ماکس برود وصیت کرده بود که تمام آثار او را نخوانده بسوزاند. ماکس برود از این دستور وصیت‌نامه سرپیچی کرد و بیشتر آثار کافکا را منتشر کرد و دوست خود را به شهرت جهانی رساند. پرآوازه‌ترین آثار کافکا، رمان کوتاه «مسخ» و رمان «محاکمه» و رمان ناتمام «قصر» هستند. اصطلاحاً به فضاهای داستانی که موقعیت‌های پیش‌پافتاده را به شکلی نامعقول و فراواقع‌گرایانه توصیف می‌کنند — فضاهایی که در داستان‌های کافکا زیاد پیش می‌آیند — کافکایی می‌گویند. زندگی‌نامه‌نویسان گفته‌اند که خیلی پیش می‌آمده که کافکا قسمت‌هایی از کتاب‌هایی را که رویشان کار می‌کرده، برای دوستان نزدیکش بخواند، و در این خوانش‌ها همیشه بر جنبه طنزآمیز نثر متمرکز بوده. میلان کوندرا طنز کافکا را در اساس فراواقع‌گرایانه و الهام‌بخش هنرمندانی چون فدریکو فلینی، گابریل گارسیا مارکز و کارلوس فونتنس می‌داند. مارکز می‌گوید با خواندن «مسخ» کافکا بود که فهمید «می‌توان جور دیگری نوشت».

ارنست همینگوی

از مهم‌ترین رمان‌های همینگوی «پیرمرد و دریا» است که جایزه نوبل را برایش به ارمغان آورد. او در این کتاب به حوزه زندگی پیرمردی چنگ می‌اندازد که روزی قلمرو بزرگ دریا در حیطه اقتدارش بود و عروسکان خوش‌خرام دریا بیوه‌هایی بوده‌اند درمانده در تاروپود تورش و اینک که زندگی او به پایان خود می‌رسد، در آرزوی بزرگ‌ترین صیدش دل به دریای بزرگ می‌سپارد و بزرگ‌ترین صیدش را به چنگ می‌آورد. ولی آن قدرتی که بتواند شاهکار آخرین خود را به ساحل بکشد، ندارد و چیزی جز اسکلت به ساحل نمی‌آورد. همینگوی در «پیرمرد و دریا» شکوه قلمرو دریا را با افت‌وخیز زندگی دراز یک صیاد در هم می‌آمیزد و از این آمیزش زندگی‌نامه‌ای سرشار از اندوه برای صیادی از پافتاده فراهم می‌کند. برخی از نقادان گفته‌اند این کتاب با «موبی دیک» اثر هرمان ملویل برابری می‌کند.

همینگوی در اکتبر ۱۹۱۷ به‌عنوان خبرنگاری تازه‌کار در روزنامه استار کانزاس سیتی مشغول به کار شد. این نشریه درجه یک به کارکنان خود کتاب راهنمایی می‌داد که در آن توصیه شده بود: «جملات کوتاه... پاراگراف‌های موجز و فشرده... قاطع و صریح... منفی‌بافی نکنید.»

بدین‌گونه سبک همینگوی شکل گرفت. روزنامه‌نگاری با ذوق او جور درآمد، اما او شور و شوق حیطه گسترده‌تری را در سر می‌پروراند. نقص در چشم پیش موجب عدم صلاحیت خدمت در ارتش شد، ولی در صلیب سرخ آمریکا در آوریل ۱۹۱۸ نام‌نویسی کرد و با سمت راننده آمبولانس، نخست در جبهه فرانسه و سپس در جبهه ایتالیا در جنگ جهانی اول شرکت کرد. این بخشی از زندگی او بود که به «وداع با اسلحه» جان بخشید.



بیرون زدن شاخ قرن بیست و یکم



مبلغی نزدیک به پنج میلیون تومان برای این بازی بچه‌ها از همین الان کنار بگذارید. حالا بچه‌ها با استفاده از این ابزار کاملاً در متن بازی سه‌بعدی هستند. فاصله‌ای بین آن‌ها و کاراکتر بازی نیست. بچه‌ها و البته احتمال نزدیک به یقین بزرگ‌ترها نیاز به محوطه‌ای دارند که بتوانند به کمک همدست واقعیت افزوده در آن بچرخند و بازی کنند. آن گجت‌های همراه یا Lighthouse که به دیوارها نصب شد هم کارشان کنترل حرکت گیرم است. دیوارهای محوطه در همدست بازنمایی می‌شود و احتمال برخورد گیرم با دیوار را منتفی می‌کند. شاید فکر کنیم که ما یک بازی را مدیریت می‌کنیم. اما شاید برعکس باشد. گویا ما به مدیریت ابزارهای مجازی درآمده‌ایم!

قصه پرغصه باتری‌های خالی

گویا وارد هر دوره‌ای که شویم، یک دغدغه تمامی ندارد. چه در عصر خودروها باشیم، چه در عصر تلفن‌های هوشمند یا لپ‌تاپ و تبلت و گجت‌های دیگر؛ دغدغه باتری. مخصوصاً وقتی که صدای اخطار هم بلند می‌شود. بسیاری از خریداران گجت‌ها یکی از مواردی که برای خرید در نظر می‌گیرند، اندازه مصرف انرژی و ماندگاری باتری است. کم نبوده‌اند اپلیکیشن‌هایی که برای تلفن‌های هوشمند طراحی شدند که کاربران با آن بتوانند از نحوه مصرف شارژ باتری ابزارشان مطلع شوند و بتوانند این مصرف را بهتر مدیریت کنند. اما مشکل باتری یکی دو تا نیست. یکی هم عمر باتری است. این که بعد از مدتی مجبور باشید باتری ابزارتان را عوض کنید، شاید باعث دل‌چربی شما و حتی جدایی شما از ابزارتان شود. حالا صحبت از باتری‌های مادام‌العمر به میان آمده. محققان در دانشگاه کالیفرنیا باتری‌ای اختراع کرده‌اند مبتنی بر تکنولوژی «نانوسیم» که دیگر کنتور ندارد و هر چند صد هزار بار که بخواهید، می‌توانید شارژش کنید و نگران خرابی آن نباشید. هر روز باید برای یک پدیده جدید پول خرج کرد. حالا منتظر نانوسیم باشید!

اعتیاد به اینترنت خیلی هم مجازی نیست

وقتی از معتادان حرف می‌زنیم، فقط منظور معتادان به مواد مخدر نیستند. عادت و وابستگی بیش از حد به هر چیز که زندگی روزمره را مختل کند، اعتیاد است و کسی که به آن مبتلاست، باید تحت مداوا باشد. شاید این روزها وقتی از معتادان مجازی حرف می‌زنیم، خیلی هم بحث جدی گرفته نشود. شاید معتاد مجازی را یک نوع اغراق و شلوغ کاری در کلمه بدانیم. اما وقتی همین عادت بیش از حد به فضای مجازی زندگی روزمره را مختل می‌کند، تفاوت چندانی با اعتیاد به مخدرها ندارد. چه بسا که این هم یکی از مخدرها باشد. البته که سروکله مخدرهای مجازی و صوتی هم پیدا شده است. حالا در کشورهایی مثل ژاپن و چین کمپ‌های ترک اعتیاد مجازی راه‌اندازی شده.

عجیب نیست که این دو صفحه را مطالبی درباره گوشی‌های هوشمند بردارد. به گفته بسیاری از صاحب‌نظران قرن بیست و یکم با پدیده گوشی‌های هوشمند شناخته می‌شود. همان‌طور که قرن قبل به قرن خودرو مشهور شد. تا همین چند سال پیش نسل ما با کارت‌هایی بازی می‌کرد که اطلاعات مربوط به خودروها را ارائه می‌کرد. چیزی که می‌شد به دانستنش افتخار کرد و سری توی سرها درآورد، اطلاعات مربوط به خودروها بود. حالا اما مردم بیشتر درباره ویژگی‌های تلفن‌های هوشمند با هم گفت‌وگو می‌کنند. خیلی‌ها هم تا جدیدترین نمونه یک گوشی به بازار بیاید، آن را روی هوا خریدند. چنان‌که در قرن گذشته در بازار ماشین همین حکایت بود. هر چند که هنوز طرفداران و علاقه‌مندان به خودرو یا به قول خودمان «ماشین‌بازها» سرشان در همان بازار می‌چرخد.

البته برای قضاوت کردن درباره قرن بیست و یکم زود است. تازه ۱۶ سال از شروع قرن گذشته و علم و تکنولوژی با شتاب پیش می‌روند و معلوم نیست که در ۸۴ سال باقی‌مانده چه اتفاقی‌هایی بیفتد.

همین حالا هم حتی بود و نبودهای مجازی با ما و اگرها روبه‌روست. خیلی عجیب نیست که پدیده‌ای که میدان‌دار بوده، ناگهان با یک اتفاق از میدان به‌در شود. مثلاً فکر کنید به وبلاگ‌ها که با همه فراگیری ناگهان خاموش شدند. یا حتی ابزار ارتباطی وایبر که چراغ عمرش (دست‌کم برای ما ایرانی‌ها) خیلی زود غروب کرد. یا حتی یاهو و گوگل که دو غول بزرگ اینترنت بودند و حالا دیگر نیستند. کمی نزدیک‌تر فیس‌بوک بود. با این‌که هنوز از پرجمعیت‌ترین فضاهای مجازی و از پول‌سازترین پدیده‌های اینترنتی است، اما کم‌کم نشانه‌های افول فیس‌بوک هم ظاهر می‌شود.

پس خیلی عجیب نیست که ناگهان به توفانی تکنولوژیک تلفن‌های هوشمند هم از زندگی ما بیرون بروند.

همین روزها صحبت از گجت‌های «واقعیت مجازی» می‌شود. رئیس بخش Vive در کمپانی HTC پیش‌بینی کرده که کم‌کم تلفن‌های هوشمند از اوج فرود می‌آیند و جای آن را هدست‌های واقعیت مجازی می‌گیرد. او حتی توی دل تولیدکنندگان گوشی‌های هوشمند را هم خالی کرد و گفت: رایانه‌های خانگی پس از دو تا سه دهه از صدر بازار فروش پایین آمدند. اما گوشی‌های هوشمند خیلی زودتر باید با صدر خداحافظی کنند و جایشان را بدهند به این هدست‌ها. حالا فکر کنید به کشورهایی که تازه به این فکر افتاده‌اند که بروند توی نخ تولید گوشی‌های هوشمند و تبلت‌های بومی! تا برسند، تمام شده!

یک نوک پا رفتن توی بازی

احتمالاً به زودی زود پدرها و مادرها با اجبار بچه‌ها باید به سراغ گجت‌های واقعیت افزوده هم بروند. بعد از آن باید فضای بیشتر به بچه‌ها بدهند که از بازی کردن با این گجت لذت بیشتری ببرند. باید کم‌کم آماده شوند که گجت‌های همراه با عنوان Lighthouse هم به دیوارهای خانه نصب شود. و البته آماده شلوغ پلوغی‌های این گجت باشند. البته گجت واقعیت افزوده گران هم از آب درمی‌آید که در برابر اصرار و پافشاری بچه‌ها موضوع مهمی نیست.



در چین ۲۴ میلیون معنادار به اینترنت شناسایی شده. البته موضوع خیلی هم جدید نیست. اولین کمپ ترک اعتیاد اینترنتی در چین سال ۲۰۰۴ راهاندازی شد. در این مرکز که یک روان‌شناس با نام تائو ران آن را راهاندازی کرد، معتادان تحت نظر سربازان و افسران سابق نظامی قرار می‌گیرند و فعالیت‌های فرهنگی و ورزشی را دنبال می‌کنند تا ترک کامل اعتیاد. مسئولان این مرکز می‌گویند هدف از راهاندازی کمپ، دور کردن نوجوانان و جوانان از یکجانشینی و وادار کردن آن‌ها به تحرک و نشاط و فعالیت است. شینج لیمنینگ، یکی از مقامات مسئول در این اردوگاه، می‌گوید: نوجوانانی که به اینترنت اعتیاد دارند، به لحاظ جسمی به شدت ضعیف می‌شوند. هیجان و علاقه به اینترنت به سلامت آن‌ها آسیب می‌زند و در نهایت آن‌ها توانایی زندگی عادی و ارتباط با دیگر را از دست می‌دهند. آموزش و زندگی در محیط نظامی باعث می‌شود آن‌ها دوباره توانایی زندگی طبیعی را بازیابند. در کنار تمرینات جسمانی در این مرکز، نوجوانان در کلاس‌های موسیقی و رقص اژدهای شیر نیز شرکت می‌کنند. این کمپ برنامه‌های دیگری مثل سفال‌گری، کلاس‌های موسیقی، کلاس‌های اختصاصی روان‌کاوی و مشاوره‌های درمانی برای تقویت اعتمادبه‌نفس و ارتباط بهتر با خانواده و افراد فامیل هم اجرا می‌کند. عکس‌هایی که از یکی از این کمپ‌ها منتشر شده، برای ما که از بیرون نگاه می‌کنیم، بامزه است. معتادان اینترنتی لباس نظامی به تن دارند. مثل سربازها لباس‌ها و ظرف‌هایشان را باید بشویند. گاهی پدرها و مادرها به آن‌ها نامه می‌دهند.

پیوند تاریخی اینترنت و تاریخ

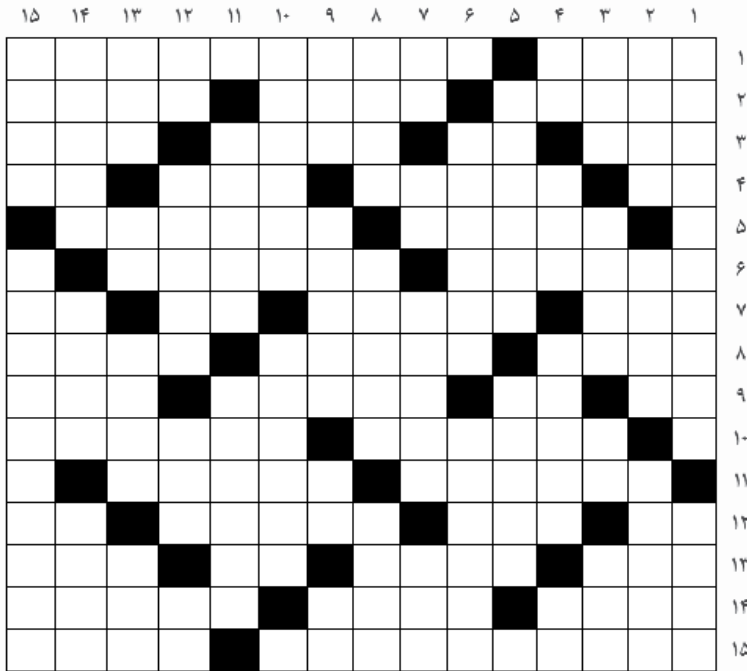
در چین و ژاپن برای ترک اعتیاد به اینترنت کمپ می‌سازند، در انگلستان ماجرا به رنگ دیگر است. در انگلستان قرار است «موزه اینترنت» تاسیس کنند. موزه‌اش هم این جور نیست که مجازی باشد و شما نشانی‌اش را حک کنید و بروید در موزه مجازی بچرخید. چراکه فراخوان خطاب به طراحان و معماران نوشته شده. این موزه فضایی خواهد بود برای نگاه کردن به گذشته و تاریخچه اینترنت و احتمالا تکنولوژی‌های ارتباطی و البته فضایی برای بررسی آینده اینترنت. طراحی موزه اینترنت سه برنده خواهد داشت و در مجموع ۵۰۰۰ دلار جایزه به این سه نفر تعلق می‌گیرد. برنده‌ها هم همین روزهای خردادی معرفی می‌شوند. می‌بینید؟ جهان چنان شتاب گرفته که در فاصله یک یا دو دهه ابزارهای مدرن هم راهی موزه می‌شوند. موزه جایی برای نمایش اشیای چند هزار ساله نیست. اشیایی هم که تا چند سال پیش در دست شما بوده، حالا یک شیء تاریخی است.

بیمار اینترنت با توام؛ بیشتر بخند!

معمولا تا صحبت از یک بیماری و علائم می‌شود، خیلی‌ها احوال خودشان را بررسی می‌کنند که از وضعیت سلامتشان خبردار شوند. البته عموماً همه فکر می‌کنند همه بیماری‌ها را دارند. فقط کافی است آقای پزشک توی تلویزیون لب تر کند. اما این یکی گویا واقعا همه‌گیر شده است. شاید یک تست شخصی برای



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



عمودی

- ۱- بازمانده این کاخ ایرانی هنوز در کشور کنونی عراق به‌جاست ابوجعفر منصور خلیفه‌عباسی کوشید تا آن را ویران کند ولی در این کار ناکام ماند - خانه زنبور عسل
- ۲- تعلیم او ظاهراً صورت اصلاح شده تازه ای از دیانت مانی بوده و یا دست کم در اصول و مبانی از آن پیروی می‌کرده است - هدایت‌کننده - سه تن از شاهان ساسانی این نام را داشته‌اند
- ۳- به جا آوردن - روز بعد از امروز - درد، رنج - روزی
- ۴- منزل ، مأوا - مفهومی که نشان دهنده پایان حیات موجودات چند سلولی است اما برای موجودات تکسلولی صدق نمی‌کند - کم‌خردی - حرف نفی
- ۵- هویدا، آشکار - انداختن
- ۶- گیاهی که دانه ندارد و از طریق هاگ تولید مثل می‌کند - باغ مصفا
- ۷- گرداگرد دهان - دوست داشتن - بلندترین کوه کره زمین - تخیلی نویسنده فرانسوی
- ۸- جایی که در آن کارهای اداری یا بازرگانی انجام گیرد - دادخواهی - آتش شعله دار
- ۹- موسیقیدان آلمانی - طبق نوشته‌های اوستا ، خدایی است که نگاهبان خانه است و انسان و چهارپایان را فزونی می‌بخشد - ریشه - سطح داخلی دست
- ۱۰- انبار کردن و نگاهداشتن کالا به قصد گران فروختن - بمب خانمان برانداز
- ۱۱- از شهرهای استان کرمانشاه که مردمش به زبان لکی سخن می‌گویند - یکی از چهار شهر ولایت باستانی توس
- ۱۲- معبود، معشوق - دو دندان نیش همیشه در حال رشد در آرواره‌های بالا و پایین دارد - فلز آسپزخانه - فلز سرخ رنگ
- ۱۳- زندانی کردن - قدم یک پا - عشوہ گر - تختگاه
- ۱۴- حیوان معروف به مکر و حیله - پنهان ، مخفی - حرکت و فعالیت پی‌گیر در جستجوی چیزی
- ۱۵- اولین طبقه اعداد - او را آموزگار منطق و فلسفه انوشیروان و دارای رساله‌ای به زبان سریانی، در فلسفه دانسته‌اند

افقی

- ۱- نشانه، هدف - از شخصیت‌های هزارویکشب که احتمالاً ریشه در شخصیت و خاطرات سلیمان تاجر، دریانورد ایرانی قرن نهم میلادی دارد
- ۲- خداوند - خونریز - تنها غزه‌ای بود که علی در آن شرکت نکرد
- ۳- کتاب مقدس هندوان - ضمیر وزنی - چوب پهن و مسطح - حکومت باستانی عرب که بین قرون ۹ قم تا ۶ بعد میلاد در یمن فرمانروایی می‌کردند
- ۴- آسیب ، آفت - از دستگاه‌های موسیقی - چاک پیراهن - زمان اندک
- ۵- آواز بلند - از شهرهای بخش مرکزی شهرستان فومن واقع در استان گیلان
- ۶- پس از نوروز بزرگترین جشن ایرانیان باستان بوده‌است - عکس تلخی و ترشی
- ۷- بخشش ، عطا - رفتار پسندیده - بوی خوشی مرکب از مشک و عنبر و عود - پرنده فریاد کش
- ۸- سنن و روش‌ها - گم‌گشته - ماه نو
- ۹- حرف دهن کجی - عضو گوش‌تالوی صورت - سروری ، فرماندهی - عاشق رامین بود
- ۱۰- چوب بند، چوب بست - معادلی است برای وب سایت
- ۱۱- اصل این میوه از ایران است واز این کشور به آسیای صغیر و اروپا برده شده - تندرستی
- ۱۲- ویتامین انقراض خون - کاسه مسی، بادیه - نوعی رنگ قرمز - پوشش بدن پرنده‌گان
- ۱۳- عدد گنگ معروف - کسی که از دنیا بریده و به خدا پیوسته و نیز از ازدواج‌خودداری کند - حرف شک - جدا از هم
- ۱۴- فیلمی به کارگردانی تهمنه میلانی، با بازی نیکی کریمی و محمدرضا فروتن- مرکز استان مرکزی - ملیج ، زیبا
- ۱۵- پسر عموی خدیجه، هسرس محمد(ص) پیامبر اسلام بود که بر کتاب‌های مقدس تورات و انجیل احاطه داشت - غذای معروف ژاپنی

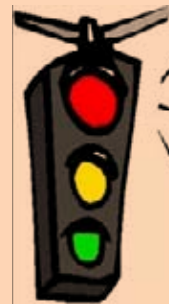


با مسابقه چهره شناسی در خدمت شما خوانندگان و همراهان همیشگی مجله هستیم. شما می‌توانید نام چهره مورد نظر را حدس و برای ما ارسال نمایید.



راهنمایی: یکی از کارگردان های سینمای ایران

سرگرمی هوش



چراغ راهنمایی و رانندگی که روبروی خیابان است قرمز است، افسر راهنمایی هم در آنجا ایستاده است، با این حال راننده‌ای از چراغ قرمز می‌گذرد و کسی مزاحم او نمی‌شود. چطور چنین چیزی ممکن است؟

پاسخ جدول سخت و برنده شماره گذشته

برنده این ماه آقای نعمت‌اله ترکی. از بانک صادرات شعبه فولادشهر اصفهان هستند که برای دریافت جایزه با ایشان تماس گرفته خواهد شد.

