

وقتی کم درآمدها با مسکن اجتماعی صاحب خانه می شوند

● پازل چند ضلعی مسکن اجتماعی

● چگونه دریابیم که کاندیدای مورد نظر ما آمادگی مدیر شدن دارد؟

● چالش های انتخاب سکان دار کسب و کار

● باید و نبایدهای تهیه Business plan برای هلدینگ های تجاری

● با برنامه پیش بروید

● استفاده از الگوی قیاسی و تئوری های اجتماعی

● در پیش بینی بحران های مالی

● شاخصی اقتصادی برای شیفتگان مک دونالد

● اقتصاد جهان در مختصات همبرگر!

● توسعه اقتصادی با گردشگری پایدار

● ضرورت برنامه ریزی برای افزایش بهره وری شغلی توسط دولت ها

● شغل بیشتر یا بهتر، مسئله این است

مجله فرهنگ و خانواده

● درباره بیل گیتس؛ خالق مایکروسافت

● نابغه

● خوب و بد محصول تازه کمپانی جنجالی اپل

● وداع با هدفون های گره خورده!

● لحظات مهم زندگی ماها تما گاندی

● مبارزه بدون خشونت

● فصل جانبازی

۲

۳

۵

۶

۸

۱۰

۱۱

۱۲

۱۴

● تا دریا

دکتر حجت اله صیدی، مدیر عامل شرکت سرمایه گذاری خوارزمی

● گزارش «خوارزم» از تحولات اقتصادی در دولت یازدهم؛

● کاهش نرخ تورم؛ رشد اقتصادی و ثبات نرخ ارز در سه سال

● قصه فریز نفتی از کجا آغاز شد و چه تاثیری بر بازار نفت گذاشت؟

● فریز نفتی دواي درد قيمت نيست

● وخارزم از بايدها ونبايدهای سرمایه گذاری در بورس گزارش می دهد

● فرصت ها و چالش های سرمایه گذاری کدام اند؟

● گزارشی از وضعیت سرمایه گذاری های خرد در دوران رکود اقتصادی

● سپرده های بانکی هم چنان جذاب در اقتصاد

● گفت و گو با دکتر محمد رضا ستایش، دبیر کمیته برگزاری مجمع عمومی سالانه خوارزمی

● خوارزمی، دارنده بیشترین سهام شناور در بازار سرمایه

● گفت و گو با مرتضی سامی، معاونت نظارت بر شرکت ها و مجامع گروه خوارزمی

● آینده روشن تر از گذشته است

● نگاهی به تاثیر برنامه های مسئولیت اجتماعی بر رفتار سهام داران شرکت های بورسی

● مدیریت سازمان با رویکرد فرهنگی - اجتماعی

● الزامات ورود به بازارهای بین المللی کدام اند؟

● بررسی موانع و راهکارهای توسعه صادرات غیر نفتی

ضوابط درج مقالات در ماهنامه "خوارزم"

ماهنامه خوارزم از دریافت مقالات علمی، تخصصی و کارشناسی در حوزه های مرتبط با اهداف راهبردی گروه سرمایه گذاری خوارزمی به ویژه در زمینه های اقتصاد کلان، تحولات بازار سرمایه، فناوری اطلاعات، برنامه ریزی و مدیریت منابع انسانی استقبال می کند. مقالات ارسالی باید شامل این موارد باشد: عنوان مقاله، نام و مشخصات نویسنده یا مترجم (شامل عناوین اصلی علمی و شغلی، شماره تلفن تماس و نشانی الکترونیکی). چکیده و متن کامل مقاله (مقدمه، متن، نتیجه) در قالب نرم افزار Word - فهرست منابع و پیوست های احتمالی. حجم مقالات ارسالی حداکثر تا ۱۰ صفحه (۴۴۰۰ کلمه) (معادل ۳۳۰۰ کلمه) باشد که با احتساب تصاویر، جداول، نمودارها و تیترها، نهایتاً از ۴ صفحه نشریه بیشتر نخواهد بود. تحریریه ماهنامه خوارزم، 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 نویسندگان یا نویسندگان است و ماهنامه از انتشار مقالات منتشر شده در سایر نشریات و رسانه ها معذور است.

vakharazm@kharazmi.ir

زیر نظر شورای سردبیری

دبیر اجرایی تحریریه: سینا قلیچ خانی

همکاران این شماره: مریم عربی، بنفشه چراغی،

نرگس فرجی، نسیم بنایی، امیر کاکایی، فرید

دانش فر، محمدحسین علی اکبری، صدیقه ثنائی،

بدری مشهدی، غزال بابایی، نیما بابایی

طراح جلد: مسعود ریسی

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 خوارزمی



شماره ۳۱ - مهر ۹۵

تادریا

دکتر حجت اله صیدی، مدیر عامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

از حکایت‌های خواندنی است که شخصی از کنار دیواری در حال ساخت گذر می‌کرد که سه کارگر بر آن کار می‌کردند. از اولی پرسید که چه می‌کند و پاسخ شنید که کارگری می‌کند تا روزی اهل خانه فراهم آورد و آنان شب‌هنگام سر گرسنه بر بالین نگذارند. دومی پاسخ داد که در حال ساخت دیوار است و آجر روی آجر می‌گذارد تا دیوار تمام شود. چون از سومی پرسید، پاسخ شنید که در حال ساخت بزرگ‌ترین و شکوهمندترین قصر جهان است. دانایان بر این باورند که گرچه هر سه کارگر، کار یکسان داشتند، ولی نوع و زاویه نگاه هر کدام، اهمیت، بزرگی و شکوه آن کار را معنی می‌بخشید و نشان می‌داد. نقش بنگاه‌ها در اقتصاد و در نتیجه در رشد، توسعه و آبادانی هر کشور، نقش همان دیوار یا ستون را دارد که بنای شکوهمند پیشرفتگی و رفاه بر آن استوار می‌شود و از این روی، اگرچه ممکن است یک بنگاه در یک اقتصاد بزرگ به مثابه قطره‌ای باشد در دریایی پهناور، اما مجموعه تصمیم‌گیری‌ها، اقدام‌ها و عملیات همان بنگاه‌هاست که رشد مثبت یا منفی کشور را رقم می‌زند و در نتیجه، چگونگی توجه به این حقیقت می‌تواند آثار گوناگونی را به دنبال داشته باشد.

بی‌تردید مأموریت اصلی و وظیفه اولیه هر بنگاه اقتصادی، دستیابی به سود قابل قبول و در نتیجه افزایش ثروت سهام‌داران است. ولی تلقی این که گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، به عنوان یکی از نقش‌آفرینان مهم بازار سرمایه، از منظر تصمیم‌ها و عملیاتش آثار قابل توجهی بر اقتصاد کشور و توسعه آن نیز دارد، جایگاه این گروه جوان و رو به رشد را از شرکتی که فقط در پی دستیابی به سود باشد تا شب‌هنگام سر گرسنه بر بالین نگذارد، به جایگاه ارزش‌آفرینی برای تمامی ذی‌نفعان ارتقا داده است که در شعار ثروت‌آفرینی پایدار برای نسل‌ها انعکاس می‌یابد. اکنون سهام‌داران، سیاست‌گذاران، مدیران، کارکنان و تمامی فعالانی که به نحوی از انحاء طرف قرارداد خوارزمی یا ذی‌نفع آن هستند، می‌دانند که نه در برپایی یک دیوار، بلکه در برافراشتن بنایی شکوهمند مشارکت دارند و این البته حسی خوش‌تر، دل‌نشین‌تر و پایدارتر را در هر سرمایه‌گذار، کارمند و فعالی ایجاد می‌کند، که بهایی گران دارد.

پاییز را می‌توان فصل برگ‌ریز دانست یا فصل طلایی شدن برگ‌ها و موسم برداشت محصول. آغاز پاییز طلایی نودوپنج، نوید مجمع عمومی عادی سالانه را می‌دهد و فصل برداشت کاشته‌ها و داشته‌ها را. و از آن‌جا که سومین سال برنامه راهبردی هفت ساله برای ثروت‌آفرینی پایدار در آن پایان می‌یابد، اهمیت ویژه‌ای دارد. اگرچه تا رسیدن به جایگاه بلند چشم‌انداز هفت ساله، چهار سال دیگر باقی است، اما می‌توان امیدوار بود و شکرگزار که درخت خوارزمی اکنون به بار نشسته است و به بلندگی ادامه خواهد داد. با تمامی دشواری‌های ریز و درشت اقتصادی، که بر هیچ فعال اقتصادی آگاهی پوشیده نیست، اکنون می‌توان سپاس‌گزار بود که به فضل الهی، وعده ارتقای کیفیت سود و افزایش سود قابل تقسیم، بار دیگر نیز تحقق یافته است، اگرچه از یک سو به دلیل شرایط خاصی که بازار سهام دارد و کاهش چشم‌گیری که در شاخص کل بورس رخ داده و از سوی دیگر، میزان حجم سهام شناوری که خوارزمی دارد و رفتارهای هیجانی رایج در بین خریداران و فروشندگان سهم، این موفقیت خود را در قیمت سهام نشان ندهد و به باور بسیاری از کارشناسان، سهام خوارزمی با نرخی به مراتب پایین‌تر از ارزش ذاتی آن معامله شود، که البته از اختیارات بازار است و از دست مدیران و سیاست‌گذاران خارج.

پاییز نودوپنج، غیر از آن‌که نوید دستیابی هلدینگ معدنی صدر جهان به طلا را به همراه دارد، که البته آثار سود و زیان آن در سال‌های آینده خود را ظاهر خواهد ساخت، نوید به بار نشستن بخشی از طرح تجاری‌سازی نیروگاه منتظر قائم را می‌دهد و در همین مسیر، نتایج مثبت فعالیت‌های بین‌المللی گروه را. و این همه البته در طرح‌های جدید است و سایر شرکت‌های گروه را که همچون گذشته به افزایش فعالیت‌ها و بهبود عملکرد خود پرداخته و همچنان در راستای برنامه راهبردی پیش می‌روند و گزارش آن‌ها در نوشته‌های پیشین بر حسب مورد ارائه شده، دربر نمی‌گیرد. در آستانه مجمع عمومی عادی سالانه، هلدینگ نفت و گاز و پتروشیمی «زیما» مراحل ثبت و سازمان‌دهی خود را با موفقیت پشت سر گذاشته و اکنون می‌رود که برای برافراشتن بنای آبادانی و توسعه و ثروت‌آفرینی، گام بردارد و نقش خود را ایفا کند. بر هیچ اهل فنی پوشیده نیست که برداشتن گام‌های بلندتر، به گونه‌ای که در برنامه راهبردی هفت ساله طرح‌ریزی شده، الزاماتی دارد که یکی از آن‌ها افزودن بر منابع شرکت است. در کنار تامین مالی از طریق نظام بانکی که گروه در راستای آن گام‌هایی اساسی برداشته، شرکت بر آن سر است که طرح افزایش سرمایه بعدی خود را مطابق آن‌چه در متن برنامه راهبردی پیش‌بینی شده و در مجامع قبلی نیز به اطلاع سهام‌داران رسیده، ارائه کند. این برنامه، که مقدمات آن فراهم است، گروه را در سرعت گرفتن برای دستیابی به اهداف و خلق ارزش بیشتر یاری غیرقابل انکاری خواهد کرد.

از این رهگذار است که گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، خود را برای گام‌های بلند بعدی آماده می‌کند تا نقش بنگاهی ارزش‌آفرین در اقتصاد کشور را به گونه‌ای اثرگذار بازی کند و در سال چهارم برنامه، اهداف عملیاتی پیش‌بینی شده را محقق سازد. اهدافی که هم انتظارات سهام‌داران ارجمند را برآورده کرده و هم ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت را امکان‌پذیر سازد. و این راه برگشت‌ناپذیر، جز با توکل و اهتمام و پشتیبانی سهام‌داران و ذی‌نفعان طی‌شدنی نیست. تکیه بر تقوی و دانش در طریقت کافری است راهرو گر صد هنر دارد توکل بایدش...

گزارش «وخارزم» از تحولات اقتصادی در دولت یازدهم؛

کاهش نرخ تورم؛ رشد اقتصادی و ثبات نرخ ارز در سه سال

سومین سال فعالیت دولت یازدهم در حالی به پایان رسید که گول تورم مهار شده است. با این حال اقتصاد ایران همچنان از رکود رنج می برد و کارشناسان معتقدند مهم ترین تدبیر دولت در ماه های آتی باید غلبه بر رکودی باشد که بخش های مختلف اقتصاد ایران را تحت تاثیر خود قرار داده است.

رشد مثبت اقتصادی در بهار سال جاری این امید را برای دولت و بخش خصوصی ایجاد کرد که رکود به زودی از عرصه اقتصاد رخت بربخاهد بست. در این میان آن چه برای بخش های مختلف اقتصادی از یک سو و تصمیم گیران و تصمیم سازان از سوی دیگر اهمیت دارد، این است که تدابیری برای تداوم رشد مثبت اقتصادی اندیشیده شود و ظرفیت های بالقوه به ظرفیت های بالفعل تبدیل گردد.

جهش در صادرات نفتی، توافقی های مختلف تجاری با شرکت های جهانی و کاهش تورم، مهم ترین دستاوردهای یک سال پس از مذاکرات ایرانی ها با کشورهای خارجی به دنبال برداشته شدن تحریم ها و توافقی هسته ای است. به باور اغلب کارشناسان اقتصادی، این توافقی موجب تحرک و انعطاف نسبی در اقتصاد کشور شده است و این خبر خوبی در اواخر دوره چهار ساله مدیریت دولت یازدهم است.

چهار دستاورد مهم

برنامه های اقتصادی که دولت یازدهم توانسته طی سه سال گذشته به اجرا بگذارد، چهار دستاورد مهم برای اقتصاد ایران داشته است. لغو تحریم های نفتی مهم ترین نکته در توافقی هسته ای بوده است. شش ماه پس از برداشته شدن تحریم ها ایران ۳.۸ میلیون بشکه در روز نفت تولید کرد که بیش از دو میلیون بشکه آن را صادر می کند.

۲۶ پروژه به میزان ۴.۵ میلیارد دلار حجم سرمایه گذاری های مستقیم خارجی است که در چهار ماه اول سال به ثبت رسیده که بالاترین چشم انداز در دهه اخیر برای ایران بوده است. اما این عدد هنوز کمتر از توقع دولت بوده است و دولت در تلاش است تا میزان سرمایه خارجی را از ۳۰ میلیارد دلار به ۵۰ میلیارد دلار افزایش دهد.

ارزش بورس تهران پس از افزایش سرمایه گذاری های خارجی مانند قراردادهایی که ایران خودرو بسته، افزایش یافته است. اما بازار همچنان منتظر ورود ارزهای بیشتر به کشور است. هر چند هیجانی که در خرید و فروش دلار وجود دارد، واقعی نیست و به طور موقتی در بازار دیده خواهد شد.

اقتصاد ایران در سال های آغازین دهه ۱۳۹۰ عملکرد ضعیفی را تجربه کرد. تورم بالا و شتابان، رکود عمیق اقتصادی، افت قابل ملاحظه رشد سرمایه گذاری و تلاطم بازار ارز مهم ترین ویژگی های اقتصاد ایران در این سال ها بوده است. پس از استقرار دولت یازدهم، رویکرد کلی سیاست ها مبتنی بر ارتقای انضباط مالی و پولی، مدیریت مناسب نقدینگی، افزایش سهم پول درونزا از رشد نقدینگی و سالم سازی ترکیب رشد نقدینگی، حفظ ثبات بازار ارز،

تامین مالی سالم اقتصاد و هدایت منابع به سمت فعالیت های تولیدی استوار شد. مهار انتظارات تورمی، ایجاد ثبات در بازارهای دارایی به منظور تقویت انگیزه های سرمایه گذاری مولد و ایجاد اشتغال پایدار نیز جنبه های دیگری از اقدامات صورت گرفته در این دوره را تشکیل داده است. در نتیجه اقدامات مزبور، نرخ تورم از وضعیت نگران کننده و پرنوسان فاصله گرفت و به سطح ۱۵.۴ درصد در مرداد ماه سال ۱۳۹۴ کاهش یافت. تولید ناخالص داخلی نیز پس از سپری کردن یکی از عمیق ترین رکودهای تاریخی خود، مثبت شد و سه درصد رشد داشت.

با این وجود، بررسی ها نشان می دهد اقتصاد کشور از ظرفیت های رشد و توسعه قابل توجهی برخوردار است و جهت تحقق اهداف مندرج در اسناد بالادستی به ویژه سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران می باید اقدامات اصلاحی و تکمیلی قابل توجهی در سال های آتی به اجرا درآید. تشدید رعایت انضباط پولی و مالی به منظور غلبه بر موانع ساختاری کاهش تورم، اصلاح بازار ارز و بازگشت به نظام نرخ ارز واحد، تعدیل نسبت سپرده های قانونی در چهارچوب اهداف رشد نقدینگی و تورم بر اساس تکالیف مقرر در مجموعه «سیاست های اقتصادی دولت به منظور خروج غیرتورمی از رکود» و در راستای افزایش توان تسهیلات دهی شبکه بانکی کشور، پی گیری پرداخت بدهی های دولت به پیمان کاران، بانک ها و بانک مرکزی، افزایش پایه مالیاتی و تکمیل اقدامات انجام شده برای اصلاح ساختار مالی دولت، اصلاح نظام تامین مالی و متناسب کردن سهم ابزارها و بازارها در تامین نیازهای مالی اقتصاد، اصلاح نظام بانکی و ارتقای کارایی آن و طرح ها و برنامه های مختلف تدوین شده برای تسریع حرکت اقتصاد و بهره گیری از فرصت هایی که لغو تحریم ها برای بخش های مختلف اقتصاد ترسیم کرده است، همگی مورد اهتمام دولت یازدهم بوده است.

شرکت های شبه دولتی تاکنون توانسته اند سرمایه خوبی را جذب کنند، اما روند جذب سرمایه از ابتدای سال تغییر زیادی را تجربه نکرده و نمی توان اظهار کرد که یک شرکت سرمایه زیادی کسب کرده است. به بیان بهتر سرمایه در بازار بورس از یک شرکت به شرکت دیگری منتقل شده و سرمایه گذاری در بازار سرمایه اتفاق نیفتاده و دولت باید به این سمت حرکت کند که سرمایه های بیشتری را به بورس تزریق کند



ثبات نرخ ارز

دکتر کامران ندری، کارشناس اقتصادی، به «وخارزم» گفت: یکی از اقدامات مثبت دولت یازدهم ثبات نرخ ارز در سال‌های اخیر بود. ثبات ماندن نرخ ارز در طول سال‌های اخیر باعث شد صادرکنندگان و واردکنندگان به اندازه نیاز جامعه و ظرفیت اقدام به فعالیت‌های بازرگانی کنند. اما در زمان نوسان نرخ ارز خواسته‌های جامعه نیز با تغییرات زیادی روبه‌رو می‌شود.

کاهش محسوس نرخ تورم نیز از میزان ۴۰ درصد به زیر ۱۰ درصد، دستاورد دیگر دولت یازدهم است که این جریان در اقتصاد بسیار ملموس است. بسیاری از مردم بر این باورند که کاهش نرخ تورم به معنای کاهش قیمت محصولات است، در صورتی که این اتفاق زمانی می‌افتد که تورم در کشوری منفی باشد. کاهش تورم به معنای آهسته شدن گرانی کالاهاست.

استاد دانشگاه امام صادق (ع) در ادامه گفت: دولت در سه سال گذشته با برقراری انضباط مالی توانست تا حد زیادی تورم را کنترل کند. به نظر می‌رسد دولت باید فعالیت خود را در این حوزه ادامه دهد و بخش پولی و مالی ایران را منضبط‌تر از پیش کند.

دولت تاکنون اقدامات زیادی را در اقتصاد انجام داده و با توجه به سال پایانی باید بتواند از دستاوردهای خود محافظت کند.

توجه به بنگاه‌های تولیدی برای خروج کشور از رکود از دیگر ملزوماتی است که دولت در سال پایانی فعالیت مورد توجه قرار می‌دهد. البته اقداماتی که تاکنون انجام شده، لازم بوده، اما کافی نیست و باید برای خروج از رکود طرف تقاضا در همه بخش‌ها تحریک شود.

دولت باید در سال آینده تلاش خود را برای تنوع سبد تامین نقدینگی و اعتبارات مورد نیاز بنگاه‌ها انجام دهد تا شاهد خروج از رکود باشیم. در حال حاضر بخش عمده تامین مالی توسط بانک‌ها صورت می‌گیرد و لازم است بازار سرمایه در این زمینه فعال‌تر از قبل وارد میدان شود.

کاهش نرخ تورم و افزایش رشد اقتصادی

در همین ارتباط دکتر مهدی پازوکی، اقتصاددان، به خبرنگار ما گفت: دولت نهم و دهم برای حسن روحانی، رئیس جمهوری دولت یازدهم، تورم ۴۰ درصدی و نرخ رشد منفی سه درصدی برجای گذاشت؛ یعنی هم نرخ رشد منفی و تورم بالا به مشکلات کشور اضافه شد و هم نیروی کار زیادی بی‌کار شد.

دولت یازدهم از زمانی که فعالیت خود را آغاز کرد، با دو معضل اساسی روبه‌رو بود؛ اول این که باید تورم ۴۰ درصدی را که از دولت گذشته به ارث رسیده بود، کاهش می‌داد. دوم این که نرخ رشد منفی سه درصد را مثبت می‌کرد. برای همین هم از همان ابتدا سعی کرد در این دو حوزه توفیقاتی را به دست آورد که موفق هم شد. اجرای برجام و رفع تحریم‌ها گشایش مثبت دیگری بود که در دولت یازدهم رخ داد. با توافق ایران و کشورهای ۵+۱ برای رفع تحریم‌ها، دولت موفق شد در دو حوزه نرخ رشد اقتصادی و تورم به گونه‌ای پیش برود که هم نرخ رشد اقتصادی منفی، مثبت شود و هم تورم بالای ۴۰ درصدی که چالش‌های زیادی را متوجه اقتصاد کشور کرد، تکریمی شود.

این مدرس دانشگاه علامه طباطبایی ادامه داد: موضوع مهم دیگر به تلاش دولت برای توسعه و همکاری با کشورهای خارجی برمی‌گردد. با اقداماتی که از سوی دولت یازدهم انجام شد، کشورها نیز بیش از پیش علاقه‌مندند با ایران همکاری داشته باشند و برای همین هم مذاکرات زیادی بین ایران و هیئت‌های تجاری صورت گرفت.

مسئله دیگر بحث صادرات نفت است. اگر تا قبل از تحریم‌ها ایران زیر یک میلیون بشکه نفت صادر می‌کرد، اکنون میزان صادرات نفت ایران به نزدیک دومیلیون بشکه و حتی بیشتر رسیده است. موضوع دیگر به وضعیت بازار دلار بازمی‌گردد. اگر در دولت‌های گذشته نرخ دلار روند رو به رشدی داشت و همین موضوع مشکلاتی را ایجاد کرد، امروز با کمک دولت یازدهم این نرخ کاهش یافته است. حال اگر نرخ دلار به زیر سه هزار تومان کاهش یابد، هم واردات ارزان می‌شود و هم نرخ تورم کاهش می‌یابد. چرا که هم‌اکنون هرچند تورم به زیر ۱۰ درصد رسیده، اما هنوز این نرخ بالاست و تورم بالا در هر کشوری نشان از اقتصاد بیمار آن کشور دارد. این در حالی است که تورم در بسیاری از کشورهای صنعتی دو تا سه درصد است.

فریز نفتی دوای درد قیمت نیست

قصه فریز نفتی از کجا آغاز شد و
چه تأثیری بر بازار نفت گذاشت؟

نفت

نیما بابایی

صحبت‌های خود ایران را از شرکت در این داستان معاف دانست. به این ترتیب پس از ماه‌ها سرگردانی و حرف بالاخره روس‌ها و سعودی‌ها تصمیم گرفتند بازار نفت را نجات بدهند و دست از افزایش تولید نفت بکشند تا قیمت نفت نفس راحتی بکشد. اما تحلیل‌گر ارشد نفت در مجله فوربز نوشت: «فریز نفتی تنها برای چند روز در بازار نفت پاسخ می‌دهد و قیمت‌ها را به صورت کوتاه‌مدت افزایش می‌دهد.» طبق صحبت‌های این کارشناس، آن‌چه در حال حاضر باعث کاهش قیمت نفت شده، عدم موازنه عرضه و تقاضا در بازار طلای سیاه است. به این ترتیب آن‌چه می‌تواند این بازار را نجات بدهد، فریز نفتی نیست. بر اساس گزارش فوربز، فریز نفتی یک راه‌حل کوتاه‌مدت است و نمی‌تواند تعادل را به بازار نفت بازگرداند. حجم نفتی که شرکت‌ها و کشورهای مختلف تولید و ذخیره کرده‌اند نیز به قدری زیاد است که جز کاهش عرضه، چیز دیگری دوای درد قیمت نفت نیست.

آسیب‌های زودتر از اوپکی‌ها دست به کار شدند

اوپکی‌ها به‌عنوان تولیدکنندگان اصلی در بازار نفت، اقدامی عملی و جدی برای کنترل قیمت نفت نداشته‌اند. اغلب کشورهایی که عضو این سازمان هستند، بیشترین وابستگی را به درآمدهای نفتی دارند، اما هم‌زمان با کاهش قیمت نفت از تابستان سال ۲۰۱۴ تا کنون تنها اقدامشان ابراز نگرانی بوده است. این در حالی است که تنها کاهش تولید نفت می‌تواند توازن را به بازار بازگرداند و باعث افزایش قیمت‌ها شود. اما نکته جالب توجه این است که پنج کشور اصلی شرق آسیا یعنی چین، هند، مالزی، اندونزی و ویتنام دست به کار شدند و میزان تولید نفت خود را کاهش دادند. بر اساس پیش‌بینی‌های بلومبرگ این پنج عرضه‌کننده بزرگ نفت در آسیا تا سال ۲۰۱۷ حدود ۸ درصد از تولید نفت خود را کاهش خواهند داد. این در حالی است که بر اساس بررسی‌های آژانس بین‌المللی انرژی، تولید نفت آسیا در سال گذشته به روزانه ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه در روز رسیده است. این کاهش عرضه می‌تواند تا حدودی به افزایش قیمت نفت در بازارهای جهانی به‌ویژه بازارهای آسیایی کمک کند. هر چند آسیایی‌ها تولید نفت خود را کاهش داده‌اند، روسیه و عربستان تولیدکنندگان بزرگ و مهمی هستند که نقش بیشتری در بازار نفت دارند و باید سهمی در کاهش تولید نفت داشته باشند تا قیمت نفت روندی صعودی را در پیش بگیرد. حالا بازار نفت چشم‌انتظار آمار تولید نفت در ماه جدید است تا تحقق وعده فریز نفتی را در آن ببیند.

«روسیه با فریز نفتی موافقت کرد.» این مهم‌ترین خبری بود که در چند مدت اخیر در بازار نفت شنیده می‌شد. بلومبرگ مصاحبه‌ای نسبتاً طولانی با ولادیمیر پوتین، رئیس جمهوری روسیه، داشت. پوتین در همین مصاحبه اظهار کرده بود روسیه با فریز نفتی موافق است. قصه فریز نفتی از ۹ ماه پیش آغاز شد و به کلافی سردرگم تبدیل شد. اما صحبت‌های پوتین بالاخره تکلیف را مشخص کرد. او اعلام کرد بهترین تصمیم برای بازار نفت، فریز نفتی است که باید بین تولیدکنندگان اصلی، به‌ویژه عربستان سعودی، صورت بگیرد. اما از آن‌جا که ایران پیش‌تر مخالفت خود را نسبت به این مسئله اعلام کرده بود، پوتین ایران را معاف از مشارکت در این داستان دانست.

قصه فریز نفتی از حدود ۹ ماه پیش آغاز شد. هنوز دو ماه از ابتدای سال ۲۰۱۶ نگذشته بود که قیمت نفت به پایین‌ترین سطح خود در ۱۳ سال گذشته رسید. رقم آن‌قدر پایین بود که اوپکی‌ها به تکاپو افتادند و در ماه فوریه رفته‌رفته زمزمه فریز نفتی در گوش بازار نفت پیچید. ماجرا از این قرار بود که روس‌ها و سعودی‌ها تصمیم گرفتند سطح تولید خود را به میزان تولید ماه ژانویه نگه دارند تا از این طریق مانع کاهش قیمت نفت شوند. اما مشکل کار این بود که یک ماه بعد آمار نه‌تنها حفظ سطوح تولید قبلی را نشان نداد، بلکه افزایش تولید نفت را نیز ثابت کرد. بهانه‌ای که این غول‌های تولیدکننده نفت دارند، این بود که سایر تولیدکنندگان بزرگ در این ماجرا شرکت نکرده‌اند.

منظور سعودی‌ها از این تولیدکنندگان بزرگ همان ایران و عراق بود. اما این دو کشور به‌تازگی تولید نفت خود را افزایش داده‌اند و در این برنامه هیچ مشارکتی نمی‌کنند. ایران که با برداشته شدن تحریم‌ها دوباره به بازار بازگشته تا سهم از دست‌رفته خود را پس بگیرد. به همین خاطر بود که بیژن نامدار زنگنه، وزیر نفت ایران، از فریز نفتی با عنوان «جوک مسخره» یاد کرد. به این ترتیب ایرانی‌ها آب پاکی را روی دست سایر تولیدکنندگان ریختند. عراق نیز بعد از تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران، جای این کشور را در سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) گرفته و حاضر نیست به این راحتی دست از سهم بادآورده خود بکشد. لیج‌بازی سعودی‌ها و حق‌خواهی ایرانی‌ها و سهم‌خواهی عراقی‌ها باعث شده روس‌ها نیز سرد شوند و جریان فریز نفتی متوقف شود.

هرچند بحث فریز نفتی متوقف شد، اما روند نزولی قیمت نفت متوقف نشد. ارزش طلای سیاه آن‌قدر پایین آمد که بالاخره پوتین در مصاحبه بلومبرگ اعلام کرد مناسب‌ترین تصمیم برای بازار نفت در شرایط فعلی، فریز نفتی است. اما او در



وخارزم از بایدها و نبایدهای سرمایه گذاری در بورس گزارش می دهد

فرصت ها و چالش های سرمایه گذاری کدام اند؟

بورس

غزال بابایی

تغییراتی جدی شده است و از آن جایی که سهام همه صنایع در آن عرضه می شود، کوچک ترین نوسان قیمتی می تواند سرمایه ها را جابه جا کرده یا در برخی موارد به کلی از این بازار خارج کند. از سوی دیگر نوسانات قیمتی هم چنین می تواند سرمایه های زیادی را به بورس جذب کند و این بازار را یک بازار متعادل قرار دهد. اما رکود ایجاد شده در اقتصاد، بازار سرمایه را هم که به عنوان نماد اقتصاد کشور از آن یاد می شود، تحت تاثیر قرار داده و این بازار برای سهام داران هنوز آن گونه که باید و شاید بی دغدغه نیست.

با تمام این اوصاف پرسشی که ذهن سرمایه گذاران تازه کار را به خود درگیر کرده، این است که اگر بخواهیم وارد بازار سرمایه شویم، در چه بخشهایی باید ورود کنیم که متضرر نشویم. برخی کارشناسان بر این باورند که در شرایط فعلی اقتصاد، باید یک سبد خرید در نظر داشت تا اطمینان سرمایه گذاری بالا باشد. برخی دیگر نیز به صورت موردی به این موضوع اشاره دارند و می گویند این یان صنعت می تواند به سهام داران خود سود خوبی بدهد. در هر حال برای این که در بازار سرمایه زیان را تجربه نکنیم، ابتدا باید تحقیق کاملی درباره ابعاد سرمایه گذاری در بخشهایی که ریسک کمتری دارند، انجام دهیم و بعد از آن به کارگزاری های رسمی مراجعه کنیم تا ضمن اخذ مشاوره با اطمینان بیشتری گام در راه سرمایه گذاری بگذاریم.

بازار سرمایه پس از برجام با رشد عجیب شاخص روبرو شد و برخی کارشناسان اعلام کردند که بازار دچار حباب قیمتی شده و به زودی قیمت ها تعدیل خواهد شد. اما طولی نکشید که سهام بسیاری از شرکتها با افت چشمگیر روبه رو شدند. در آن شرایط حتی ورود شرکت های حقوقی برای بالا نگه داشتن شاخص و متعادل کردن بازار نیز فایده ای نداشت و بورس تهران کاهشی چند هزار واحدی را تجربه کرد. به گزارش «وخارزم»، بازار سرمایه در بازه های زمانی مختلف دستخوش

بایدها و نبایدهای سرمایه گذاری در بورس

یکی از دغدغه های اقتصادی مردم، تصمیم گیری در مورد سرمایه گذاری است. بسیاری از افراد جامعه، کم و بیش دارای مقداری پس انداز هستند که نمی دانند با آن چه کار کنند. از طرفی ارزش پول نقد هر روز کم و کمتر می شود و از طرف دیگر نگرانی نسبت به گم شدن، دزدیده شدن یا خرج کردن پول، سبب تشویق افراد به سرمایه گذاری در حوزه های گوناگون است. یکی از حوزه های سرمایه گذاری در سال های اخیر، بورس اوراق بهادار بوده است. افزایش شاخص بورس یا همان بازار سرمایه در چند سال اخیر بسیار قابل توجه بوده و هم چنین روند شاخص کل بورس از سال ۸۷ تاکنون مثبت بوده است. به همین دلیل است که برخی کارشناسان بازار سرمایه را برای سرمایه گذاری پیشنهاد می کنند. عده ای هم ترجیح می دهند با خرید طلا و ارز ارزش سرمایه خود را حفظ کنند.

در پس کوچه های اقتصاد

شاهرخ ظهیری، فعال اقتصادی، در گفت و گو با خبرنگار ما با تاکید بر سودده بودن سرمایه گذاری در برخی صنایع گفت: برخی صنایع از کمترین حمایت های دولتی بهره مند می شود. مثلاً "اکنون واحدهای صنایع تبدیلی با ۲۰ درصد ظرفیت فعالیت می کنند و یکی از عمده ترین مسائلی که گریبان گیر این بنگاه های اقتصادی قرار دارد، نقدینگی است. با این که اعطای تسهیلات به این بخش آغاز شده، اما سرمایه در گردش مالی صنایع تبدیلی به قدری پایین است که تولیدات با هزینه های بالا و به سستی انجام می شود.

ظهیری به مشکلات تولید این گونه صنایع اشاره کرد و گفت: اگر شما تولیدکننده یک کارخانه لوازم خانگی یا کولر سازی باشید، می توانید بخشی از مواد اولیه مورد نیاز خود را به صورت اقساطی دریافت کنید. اما این امکان در صنایع تبدیلی (مانند صنایع غذایی و...) وجود ندارد و همه خرید و فروش ها به صورت نقد انجام می شود. مثلاً "برای تولید رب گوجه فرنگی باید گوجه از کشاورز خریداری شود و بعد از یک هفته همه مبلغ آن باید تسویه شود. در این صورت تولیدکننده باید همه خرید خود را به صورت انبوه و نقد انجام دهد و به صورت تکی عرضه کند تا بتواند سود کسب کند.

برخی از صنایع که در بورس هستند، می توانند در کوتاه ترین مدت سود را به سهام داران تحویل دهند. سرمایه گذاری در این بخش قطعاً با سود خواهد بود و دلیل این موضوع مصرف داخلی محصولات و افزایش و گشایش ظرفیت تولید است.

بازار سرمایه نماد اقتصادی کشور است و از آن جایی که رکود در اقتصاد کشور به رغم همه تلاش های دولت هنوز هم حضوری پررنگ دارد، همه صنایع را تحت الشعاع قرار داده و بنگاه های اقتصادی را با معضل روبه رو کرده است. در چنین شرایطی بیشترین بخشی که در حال حاضر می تواند برای سرمایه گذاران سود را در بازار سرمایه داشته باشد، صنایعی هستند که بخش عمده مواد اولیه مورد نیاز آنها در داخل تهیه و محصول نهایی نیز در درون کشور توزیع می شود و بخش خیلی اندکی از آن وارداتی است.

ظهیری در ادامه درباره ظرفیت های بالای صنایع تبدیلی در اشتغال زایی گفت:

صنایع تبدیلی در پس کوچه اقتصاد ایران قرار دارند و با کمی توجه به این بخش می توانیم هم سهام داران بازار سرمایه را منتفع کنیم و هم نیاز بازار داخلی را تامین کنیم. در صورت مزاد تولید نیز می توانیم با ورود به بازارهای صادراتی رقابت کنیم.

پتروشیمی و برق، روبه رشد

دکتر عباس هشی، کارشناس ارشد بازار سرمایه، به وخارزم گفت: مسلمان سرمایه گذاران برای انتقال سرمایه خود کسب سود بیشتر را در نظر می گیرند و هر جایی از اقتصاد که سود بیشتری به آن ها بدهد، می تواند برای سرمایه گذار

جذاب باشد. اکنون بازار سرمایه با افت شاخص روبه رو شده، اما با این حال برخی شرکت ها توانستند سود خود را در این زمینه حفظ و سهام داران خود را منتفع کنند.

افرادی که قصد دارند وارد بازار سرمایه شوند، باید یک سبد کامل از صنایع مختلف تهیه کنند که با افت قیمت سهام در یک محصول، طرف دیگر افزایش داشته باشد و سهام داران ضرر را تجربه نکنند.

به نظر می رسد از جمله صنایعی که اکنون دارای مزیت اقتصادی مناسبتری هستند، پتروشیمی ها و صنایع برق اند که توانسته اند جذب سرمایه زیادی در این بخش داشته باشند. اگر برق با قیمت آزاد توسط بخش خصوصی عرضه شود، قطعاً سرمایه گذاری در این بخش با رشد چشم گیری روبه رو خواهد شد. اما اکنون هم این بازار برای مردم جذاب است و هر کسی که این سهام را خریداری کند، می تواند انتظار سود معقولی داشته باشد.

در بخش صنایع پتروشیمی نیز اگر نرخ خوراک پتروشیمی ها کاهش یابد، قطعاً سهام داران بخش خصوصی سود بیشتری عایدشان می شود و این مسئله می تواند به جذب سرمایه های جدید کمک شایانی داشته باشد.

اقتصاد ایران با رکودی همراه شده که سرمایه گذاری در بخش های مختلف را با ریسک همراه کرده و همین موضوع باعث شده بنگاه های تولیدی کوچک و متوسط نتوانند از سرمایه در گردش مناسب برخوردار شوند.

دولت برای حل معضل بنگاه های تولیدی به اعطای تسهیلات روی آورده، اما هنوز نتوانسته در این زمینه موفق عمل کند و بازار را از رکود خارج کند.

سوددهی صنایع ملی

این کارشناس ارشد بازار سرمایه درباره دلایل سودده بودن صنایع پتروشیمی و برق گفت: از آن جایی که پتروشیمی و برق جزو صنایع ملی محسوب می شود و به صورت مستقیم با دولت سروکار دارد، توانسته در بازار سرمایه جذابیت هایی را ایجاد کند. در صنعت پتروشیمی بیشتر شرکت ها به صورت خصوصی فعالیت می کنند و صادرات آن ها به عنوان صادرات غیرنفتی یک افتخار ملی به حساب می آید. ضمن این که محصولات این صنعت می تواند کشور را در بخش هایی خودکفا کند و به جای صادرات، محصولات به داخل عرضه شود.

به عنوان مثال، برخی از شرکت های پتروشیمی با تولید بنزین هم می توانند بازار داخل را تامین کنند و هم در صورت تکمیل ظرفیت بازار داخل، اقدام به صادرات آن محصول کنند.

از سوی دیگر تولید و صادرات برق نیز برای شرکت های خصوصی به دلیل این که خریدار اصلی محصول آن ها دولت است و فعالیت آن ها به تامین برق مورد نیاز کل کشور کمک می کند، قطعاً می تواند تا حد زیادی کارساز باشد؛ موضوعی که در صورت تحقق آن، هم فعالان این عرصه منتفع می شوند و هم سهام داران.

بازار سرمایه نماد اقتصادی کشور است و از آن جایی که رکود در اقتصاد کشور به رغم همه تلاش های دولت هنوز هم حضوری پررنگ دارد، همه صنایع را تحت الشعاع قرار داده و بنگاه های اقتصادی را با معضل روبه رو کرده است





سپرده‌های بانکی هم‌چنان جذاب در اقتصاد

گزارشی از وضعیت سرمایه‌گذاری‌های خرد در دوران رکود اقتصادی

محدودیت‌های سیستم بانکی و عدم دسترسی به سیستم سوئیفت است. وقتی سوئیفت در ایران فعال نیست، مانند زمان تحریم باید کشوری به‌عنوان واسطه، وظیفه نقل و انتقال پول ایران به کشورهای دیگر را بر عهده بگیرد و این‌گونه اقدامات دلیلی شده تا هزینه‌های مرتبط با این امر کاهش نداشته باشد و برجام در بخش‌های اقتصادی تأثیرگذار نباشد. در چنین شرایطی و در غیاب سرمایه‌های خارجی، دولت به جای این که مردم را تشویق به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف و کلان اقتصاد کند، از مردم خواست تا در بنگاه‌های کوچک اقتصادی سرمایه‌گذاری کنند تا هم مشکل سرمایه در گردش این بخش حل شود و هم سرمایه‌گذاران منتفع شوند. حال این پرسش پیش می‌آید که سرمایه‌های خرد بیش از همه وارد کدام بخش اقتصادی می‌شوند.

رکود سنگین در اقتصاد باعث شده در سال‌های اخیر شاهد کاهش سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف باشیم و همین امر مزید بر علت شده تا بنگاه‌های اقتصادی از سرمایه در گردش لازم برخوردار نباشند و با معضلاتی دست‌وپنجه نرم کنند. دولت یازدهم با روی کار آمدن خود همه توانش را در بخش سیاست خارجی به کار گرفت تا بتواند اقتصاد را از راه سیاست درمان کند. زمانی که برجام به نتیجه رسید، رویای باورنکردنی دولت به حقیقت پیوسته بود و سریعاً شروع به گشایش‌های اقتصادی کرد. اما این گشایش طولی نکشید و این حباب امیدواری دوام نیاورد و باعث شد طرف‌های غربی با ایران وارد معامله نشوند. یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که اکنون اقتصاد ایران با آن مواجه است،

او با اشاره به باقی ماندن تحریم‌ها افزود: اکنون کشور در یک تحریم استراتژیک به سر می‌برد. تا مدتی پیش این جریان به صورت رسمی اعلام شده بود، اما در حال حاضر اعلام می‌شود که کشورها و شرکت‌هایی که با ایران همکاری داشته و قصد سرمایه‌گذاری در این کشور را داشته باشند، با جریمه‌های آمریکایی‌ها روبرو خواهند شد و همین موضوع باعث شده صاحبان صنایع وعده‌های حضور خود در ایران را تمدید کنند.

رکود زیاد، سرمایه‌گذاری کم

دکتر سیدحمید میرمعینی، کارشناس اقتصادی، به خبرنگار ما گفت: کشور در رکودی عمیق قرار دارد و سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف هرچه قدر اندک، به صورت شرطی انجام می‌شود. اگر اوضاع سیاست بین‌الملل تغییر کند و کشورهای غربی به وعده‌های خود در متن برجام عمل کنند، شاید وضعیت بهتری در انتظار ما باشد.

برداشتن تحریم‌های علیه ایران بنگاه‌های اقتصادی را با چالش‌های زیادی روبه‌رو کرده و سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف پرریسک شده است. به نظر می‌رسد با وجود تلاش‌های دولت برای خروج از رکود صنایع و همچنین ایجاد جذابیت برای بازار سرمایه، مردم باز هم سپرده‌ها را انتخاب کنند. سپرده‌های بانکی بدون ریسک هستند و با این‌که کاهش سود را تجربه کرده‌اند، همچنان مطمئن‌ترین بازار برای سرمایه‌ها عنوان می‌شوند.

اکنون سود سپرده بانک‌ها به ۱۸ درصد رسیده که زمزمه ۱۵ درصد آن نیز به گوش می‌رسد، اما با این حال بسیاری از افراد حاضر هستند پول خود را در این بخش سرمایه‌گذاری کنند.

او با اشاره به رکود سنگین در بازار مسکن افزود: اگر بخش مسکن در رکود قرار نداشت، قطعاً اکنون شاهد سرمایه‌گذاری کلان در این بخش بودیم. اما اکنون عرضه بیش از تقاضاست و مردم توان و قدرت خرید کافی برای تهیه مسکن ندارند و همین امر باعث شده سرمایه‌گذاری و خرید خانه از حداقل تقاضا برخوردار باشد.

بازار سرمایه با نوسانات زیادی همراه است و از آنجایی که شاخص کل بورس به منظور ایجاد جذابیت دستکاری می‌شود، باز هم با رکودی عظیم دست‌وپنجه نرم می‌کند و نتوانسته خیلی موفق عمل کند.

همچنین دکتر بهمن آرمان، کارشناس ارشد اقتصادی، به «وخارزم» گفت: بخش تولید کشور اکنون از کاهش ظرفیت‌های تولیدی رنج می‌برد و این اتفاق ارتباطی با سیاست‌های فعلی اقتصادی کشور ندارد و بیشتر به واقعیات نزدیک است. یک واحد تولیدی باید توان تولید انبوه را داشته باشد و از سوی دیگر سرمایه‌های فناوری خود را افزایش دهد که متأسفانه این موضوع مشاهده نمی‌شود.

او با اشاره به کاهش ظرفیت بنگاه‌های تولیدی افزود: هزینه تولید در کشور روند صعودی را طی می‌کند و از سوی دیگر پراکندگی تولید در بخش صنعت بسیار به چشم می‌خورد. در کشورهای پیشرفته تعداد تولیدکنندگان کوچک زیاد نیست، اما در ایران به‌وفور مشاهده می‌شود و برای برون‌رفت از این بحران باید بنگاه‌های کوچک ادغام و یک بنگاه اقتصادی بزرگ را تشکیل دهند.

به‌عنوان مثال در زمینه کاشی و سرامیک بیش از ۱۰۰ تولیدکننده وجود دارد و این در حالی است که در دیگر کشورها این میزان تولید ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون متر مربع در سال است که توسط دو یا سه تولیدکننده انجام می‌گیرد.

به‌بخش‌های اقتصادی بی‌توجهیم

آرمان در ادامه گفت: در زمینه لوازم خانگی هم بیش از ۲۰۰ بنگاه اقتصادی فعال است که همه این بنگاه‌ها ظرفیت‌های تولیدی پایینی دارند. این در حالی است که در تولید لوازم خانگی در یک کارخانه کره‌ای ۲،۵ میلیون یخچال ساخته می‌شود، اما در ایران ۲۰۰ واحد تولیدی بسیج می‌شوند برای ساخت یک میلیون و ۲۰۰ هزار یخچال. مدیران بخش صنعت هم این موضوع را در نظر نمی‌گیرند که ظرفیت بهینه تولید برای کارخانه‌های فولادسازی باید حدود دو میلیون تن در سال باشد، اما در ایران واحدهای فولادسازی با ظرفیت زیر ۱۰۰ هزار تن در سال فعالیت می‌کنند.

با همه این تفاسیر احداث واحدهای جدید با ظرفیت‌های پایین در کشور همچنان

ادامه دارد. در این میان دولت یازدهم در حالی شعار ملی حمایت از بخش تولید را در کشور سر می‌دهد که خود وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت موجب هدررفت منابع ارزی و سرمایه‌های ملی شده و این اتفاق در نهایت منجر به ایجاد واحدهای کوچک و غیراقتصادی در کشور می‌شود؛ واحدهایی که سرمایه‌گذاری روی آن‌ها سوددهی لازم را ندارد.

در شرایط فعلی هم واحدهای تولیدی تمام مشکلات خود را متأثر از کمبود نقدینگی در بخش تولید کشور می‌دانند، درحالی‌که مشکل اصلی در ماهیت خود واحدهای تولیدی است، چون به علت فشارهای سیاسی دولت ناچار شده واحدهای تولیدی را با تزریق منابع مالی سرپا نگه دارد. اما این سیاست در نهایت سیاست اشتباهی است. چون زمانی که چادر اکسیژن حمایتی از واحدهای تولیدی برداشته شود، توان رقابت با سایر واحدهای تولیدی را از دست خواهند داد.

دولت تلاش می‌کند با پرداخت تسهیلات ۱۶ هزار میلیارد تومانی چرخه بخش تولید را به حرکت وادارد، اما واقعیت این است که همه مشکل اصلی بخش تولید در ایران کمبود نقدینگی نیست، بلکه مدیریت‌های ضعیف موجب رکود بخش صنعت در کشور شده است. در حال حاضر بنگاه‌های فعال در ایران نه تولیدی هستند و نه اقتصادی، بنابراین در این شرایط پرداخت تسهیلات ۱۶ هزار میلیارد تومانی نمی‌تواند مشکلات بخش صنعت را در کشور حل کند. همه این اقدامات به منظور ایجاد جذابیت برای سرمایه‌گذاری مردم و بخش خصوصی صورت می‌گیرد، اما با این اقدامات نمی‌توان در این زمینه موفق عمل کرد.

به نظر می‌رسد سپرده‌های بانکی که به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری بدون ریسک تلقی می‌شود، برای مردم جذاب باشد و اگر بازار سرمایه از مشکل نظارتی رنج نمی‌برد، اکنون سرمایه‌های خرد را در خود جای داده بود.

سرمایه‌های سرگردان

آرمان در ادامه گفت: برخی عنوان می‌کنند که بخش مسکن می‌تواند سرمایه‌گذاری‌های زیادی را به دلیل خروج از رکود این صنعت، در خود جای دهد، اما به نظر می‌رسد اقدامات دولت برای خروج از رکود بخش مسکن کافی نیست و همه اقشار نمی‌توانند از تسهیلات دولتی برای تهیه مسکن به دلیل اقباس بالای آن استفاده کنند.

استاد دانشگاه علامه طباطبایی ادامه داد: بانک‌ها اکنون در سال‌های اخیر توانستند منابع زیادی از نقدینگی سرگردان جامعه را جمع‌آوری کنند، اما سرمایه‌گذاری در بانک‌ها نیز اقتصاد را قفل می‌کند و شرایطی مانند شرایط فعلی را به وجود می‌آورد. در کشورهایی که اقتصاد آن‌ها در شرایط تعادل قرار دارد، سرمایه‌گذاری‌های خرد در بخش صنایع و تولید هزینه می‌شود و در اغلب موارد سودده است.

برای این‌که بتوانیم اقتصادی شکوفا داشته باشیم، باید اقتصاد را به معنای واقعی به بخش خصوصی بسپاریم و از شعارها فاصله بگیریم. اکنون در مراسم دیدار بخش خصوصی و دولت عنوان می‌شود که بخش خصوصی باید گرداننده اقتصاد باشد، اما بعد از پایان مراسم به فراموشی سپرده می‌شود و این راه‌حل برون‌رفت از رکود نیست.

معاونین نیروگاه منتظر قائم معرفی شدند

به اهداف تعیین‌شده که تولید برق و خدمت درست به جامعه است، توفیق یابد.

در ادامه، معاونین با تشکر از حسن ظن مجموعه و مدیریت اظهار داشتند که امیدواریم بتوانیم در تحقق اهداف مجموعه آن‌گونه که شایسته و بایسته است، حرکت کنیم.

همچنین اشاره می‌شود آقایان جمال مهدوی، جمشید صاحبی و عباس کریمی در مجموعه نیروگاهی منتظر قائم در پست‌های مدیر امور مالی، مدیر نیروگاه سیکل ترکیبی و معاون نیروگاه بخار در مجموعه حضور داشتند.

لازم به ذکر است، آقایان محمدرضا قنبری و حمیدرضا گلشن به‌عنوان مدیران امور مالی و منابع انسانی منصوب شدند.

طی نشست یک‌شنبه ۹۵/۵/۳۱ در دفتر مدیرعامل شرکت مدیریت تولید برق منتظر قائم با حضور مدیران بخش‌های تعمیرات الکتریک، مکانیک و کنترل واحدهای بخار و سیکل ترکیبی و دیگر معاونین شرکت، آقایان مهندسین عباس کریمی و جمشید صاحبی به‌عنوان معاونین تعمیرات و بهره‌برداری نیروگاه معرفی شدند.

همچنین طی این نشست که با حضور مشاورین مدیرعامل در امور اداری - مالی و فنی برگزار شد، انتصاب آقایان جمال مهدوی و مهندس عبدالمجید ظفرمند منصوبین معاونت اقتصادی - مالی و بازرگانی شرکت، اعلام شد.

مهندس دهنوی با اشاره به سوابق و توانمندی‌های این معاونین اظهار امیدواری کرد با توجه به انرژی جدید ایجادشده در شرکت، مجموعه بتواند

گفت‌وگو با دکتر محمدرضا ستایش، دبیر کمیته
برگزاری مجمع عمومی سالانه خوارزمی

خوارزمی، دارنده بیشترین سهام شناور در بازار سرمایه

یکی از رویدادهای مهمی که هر ساله در سازمان‌های بورسی رخ می‌دهد، برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه است. این مجمع به‌طور سالانه برای رسیدگی به صورت‌های مالی شرکت، رسیدگی به گزارش مدیران و بازرسان شرکت و تقسیم سود و اندوخته میان صاحبان سهام برگزار می‌شود و فرصت مناسبی برای تبادل نظر مدیران و سهامداران و ارائه سوالات و نقطه نظرات سهامداران است. شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز در ۲۵ مهرماه امسال قصد برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه خوارزمی را دارد. در این ارتباط گفت‌وگویی با دکتر محمدرضا ستایش، معاونت مالی و اقتصادی گروه خوارزمی و دبیر کمیته برگزاری مجمع عمومی سالانه خوارزمی، داشته‌ایم.



مجمع عمومی عادی سالانه خوارزمی مربوط به کدام دوره مالی است، در چه تاریخی و در کجا برگزار می‌شود و چه مواردی در دستور کار است؟

با توجه به این‌که پایان سال مالی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی سی‌ویکم خرداد ماه هر سال است، مجمع پیش روی درگیرنده عملکرد شرکت از تاریخ اول تیر ماه سال ۱۳۹۴ تا سی‌ویکم خرداد ۱۳۹۵ است که لازم است حداکثر چهار ماه پس از پایان سال مالی تشکیل شود. بر این اساس و به منظور اتخاذ رویه یکسان، در سالیان اخیر شرکت سعی در برگزاری مجمع خود در حد فاصل زمانی بیستم تا بیست‌وهشتم مهر ماه داشته است.

اطلاعیه برگزاری مجمع از چه تاریخی و چگونه اطلاع‌رسانی خواهد شد؟

با توجه به الزامات قانونی و دستورالعمل‌های سازمان بورس و اوراق بهادار شرکت‌های پذیرفته‌شده لازم است ضمن انتشار دعوت‌نامه مجمع عمومی در روزنامه کثیرالانتشار شرکت نسبت به درج آگهی مجمع به همراه موضوعات دستور جلسه مجمع در سامانه اطلاع‌رسانی بورس با عنوان کدال نیز اقدام شود. فاصله بین انتشار دعوت‌نامه مجمع عمومی و تاریخ تشکیل آن حداقل ۱۰ روز خواهد بود. با توجه به برنامه‌ریزی‌های به‌عمل‌آمده برای برگزاری مجمع پیش‌بینی می‌شود آگهی دعوت مربوط به امسال، قبل از پایان نیمه اول مهرماه منتشر شود.

گزارش هیئت مدیره به مجمع طی چه فرایندی تدوین و نهایی می‌شود؟

یکی از اصلی‌ترین موضوعات مجمع عمومی عادی یک شرکت استماع گزارش هیئت مدیره است. با عنایت به عملکرد یک ساله هیئت مدیره و فرصت مغتنم تبادل اطلاعات با سهامداران شرکت، بدیهی است این گزارش عملکرد بایستی در برگیرنده دو محور اساسی باشد.

الف) گزارش از فعالیت‌های انجام‌شده در سال مالی مورد گزارش
ب) گزارشی از فعالیت‌های پیش روی شرکت و برنامه‌های دوره مالی آینده
طبعاً گزارش فعالیت‌های انجام‌یافته در برگیرنده صورت‌های مالی به همراه گزارش حسابرس مستقل و بازرسان قانونی نیز خواهد بود. در این راستا تدوین گزارش هیئت مدیره مستلزم تهیه، بررسی، حسابرسی و برگزاری مجامع تمامی شرکت‌های گروه با در نظر گرفتن پایان سال مالی هر یک از آنهاست.

به‌عنوان دبیر کمیته تدارک مجمع عمومی گروه خوارزمی و با توجه به تجارب سال‌های گذشته، چه توصیه‌هایی به سهامداران علاقه‌مند به حضور در مجمع دارید؟

همان‌گونه که خوانندگان محترم نشریه «خوارزم» مستحضرد، مدیریت محترم عامل شرکت در هر شماره در قالب سرمقاله گزارشی هر چند مختصر از اقدامات انجام‌شده و برنامه‌های پیش روی شرکت را جهت اطلاع‌رسانی به سهامداران محترم و خوانندگان «خوارزم» ارائه می‌کنند. اما یکی از بهترین فرصت‌ها که در برگیرنده تبادل نظرات دو سویه و نیز ارائه سوالات و نقطه نظرات سهامداران محترم است، فضای فراهم‌شده در مجمع عمومی شرکت است. حضور فعال سهامداران و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های شرکت به همراه ارائه نظرات و پیشنهادهای آنان فرصت مناسبی برای تدوین نقشه راه شرکت خوارزمی و گام برداشتن در راستای انتظارات این عزیزان است. لازم به ذکر است، مجمع عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی بنا بر اذعان بسیاری از اهالی بازار سرمایه و نهادهای مرتبط و نیز فعالین حوزه اطلاع‌رسانی یکی از پرشورترین مجامع در بین شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار و در برگیرنده حضور همیشگی تعداد کثیری از سهامداران محترم است. هر چند این مهم مسئولیت ما را در برگزاری و تدارک مجمع و حفظ شأن و منزلت این عزیزان سنگین‌تر می‌کند، اما امیدواریم آن‌چنان‌که به‌عنوان دارنده بیشترین سهام شناور در بازار سرمایه شناخته‌شده‌ایم، در آینده‌ای نه‌چندان دور به‌عنوان رکورددار بیشترین تعداد سهامدار حاضر در مجمع عمومی شناخته شویم و مجبور شویم برای مجامع خود از سالن‌های با ظرفیت بالاتری بهره‌مند شویم.

گزارش چگونگی برگزاری مجمع، نتایج و مصوبات آن از چه راه‌هایی به آگاهی سهامدارانی که فرصت یا امکان حضور در مجمع را ندارند، خواهد رسید؟

پس از برگزاری مجمع یکی از وظایف اصلی و قانونی شرکت اطلاع‌رسانی مناسب مصوبات و تصمیمات متخذه در مجمع است. با وجود حضور فعال سهامداران در مجمع، هستند افرادی که به هر دلیل فرصت حضور در این جمع را از دست داده‌اند و لازم است در جریان مصوبات مجمع قرار گیرند. بدین منظور ضمن انتشار بلادرنگ خلاصه‌ای از مصوبات مجمع عمومی روی سامانه اطلاع‌رسانی سازمان بورس، شرکت نسبت به ثبت صورت‌جلسه مجمع در اداره ثبت شرکت‌ها و انتشار آن در روزنامه کثیرالانتشار منتخب سهامداران اقدام می‌کند. ضمن آن‌که با توجه به حضور همیشگی اصحاب رسانه در مجمع و نیز با استفاده از نشریه «خوارزم» گزارش کاملی نیز از مذاکرات و تصمیمات مجمع به استحضار سهامداران محترم خواهد رسید. لازم به ذکر است، سایت اطلاع‌رسانی شرکت نیز همچون گذشته قبل، حین و بعد از مجمع و به صورت لحظه‌ای اخبار و تصاویر مجمع را در اختیار استفاده‌کنندگان قرار خواهد داد.

گفت‌وگو با مر تفضی سامی، معاونت نظارت بر شرکت‌ها و مجامع گروه خوارزمی

آینده روشن‌تر از گذشته است

در حال حاضر اکثر کشورها از لحاظ اقتصادی دچار رکود و بحران هستند. کشور ما نیز از این قاعده مستثنا نیست و در حال حاضر از لحاظ نقدینگی در وضعیت مناسبی به سر نمی‌برد. محدودیت‌های دولت از لحاظ اقتصادی به شرکت‌های خصوصی و فعالان اقتصادی نیز تسری پیدا کرده است و بخش خصوصی نیز دچار مشکلاتی شده است. بر این اساس داشتن یک نظام حسابرسی دقیق شاید بتواند شرکت‌ها را در برابر بحران پیش آمده تقویت کند و دورنمای خوبی از آینده برای آن‌ها ترسیم کند. دست‌یابی به شناخت بیشتر درباره عملکرد نظام حسابرسی شاید برای تمامی فعالان حاضر در یک مجموعه اقتصادی جالب توجه باشد. بر این اساس گفت‌وگویی با مر تفضی سامی، معاونت نظارت بر شرکت‌ها و مجامع گروه خوارزمی داشته‌ایم. سامی در این گفت‌وگو علاوه بر تشریح عملکرد نظام حسابرسی مجموعه خوارزمی، درباره وضعیت مالی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز نکاتی را بیان کرده که در ادامه می‌خوانید.



در آستانه برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه گروه خوارزمی هستیم. لطفا کمی درباره نظام حسابرسی از شرکت‌های زیرمجموعه گروه خوارزمی و نحوه اعمال استانداردهای مالی توضیح بفرمایید؟

با توجه به اصول حاکمیت شرکتی و در راستای حمایت از حقوق سهام‌داران، سلامت گزارشگری مالی، ایجاد نظم و انضباط سازمانی، اطمینان از تطبیق عملیات شرکت با استانداردها، برنامه‌ها و قوانین و مقررات مربوطه و در اجرای ماده ۰۱ دستورالعمل کنترل‌های داخلی برای ناشران پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران، منشور کمیته حسابرسی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در تاریخ ۳۹۳۱/۱۱/۵۲ شامل ۴۱ ماده و ۱ تبصره به تصویب هیئت‌مدیره رسیده و از تاریخ تصویب، لازم‌الاجرا شده است. بر همین اساس، کمیته حسابرسی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و شرکت‌های گروه با هدف افزایش پاسخ‌گویی و شفافیت و ارتقای سطح نظارت و کنترل شرکت‌های تابعه با حضور افراد متخصص و تجربه مالی تشکیل شده و حساب‌رسان داخلی به منظور ارزش‌افزایی و بهبود عملیات شرکت، اثربخشی فرایندهای راهبردی و سیستم کنترل‌های داخلی را در شرکت‌ها به‌طور مستمر مورد بررسی و ارزیابی قرار داده و نتایج را به کمیته حسابرسی و هیئت‌مدیره شرکت گزارش و روش‌های بهبود سیستم کنترل‌های داخلی را پی‌گیری می‌کنند. در این خصوص لازم به توضیح است که تعامل مناسب بین کمیته‌های حسابرسی و حساب‌رسان داخلی شرکت‌های گروه و شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی وجود دارد و همه گزارش‌های شرکت‌های گروه پس از طرح و بررسی در کمیته حسابرسی شرکت ذی‌ربط، جهت بررسی به کمیته حسابرسی شرکت اصلی ارائه می‌گردد.

اهم مسئولیت‌های کمیته حسابرسی عبارت است از:

نظارت بر موضوعات با اهمیت گزارشگری مالی، رویه‌های حسابداری عمده، قضاوت‌ها و برآوردهای عمده، نحوه افشا و افشای معاملات با اشخاص وابسته در گزارش‌های مالی شرکت.

کسب اطمینان معقول نسبت به قابلیت اطمینان و به‌موقع بودن گزارش‌های مالی شرکت.

کسب اطمینان معقول نسبت به رعایت استانداردهای حسابداری و سایر مقررات در گزارش‌های شرکت.

بررسی پیش‌نویس گزارش‌های مالی شرکت قبل از تصویب هیئت‌مدیره و پیشنهاد‌های حساب‌رسان مستقل در خصوص اصلاحات آن.

نظارت بر اثربخشی سیستم‌های کنترل داخلی شرکت و بررسی گزارش‌های

حسابرسی داخلی.

پایش اثربخشی عملکرد حساب‌رسان مستقل و بازرس قانونی شرکت.

بررسی پیش‌نویس گزارش حساب‌رسان مستقل و بازرس قانونی و بررسی «نامه مدیریت» حساب‌رسان مستقل و پی‌گیری اقدامات مدیریت ارشد در پاسخ به آن.

شرکت‌های زیرمجموعه گروه خوارزمی در سال مالی گذشته، برای حرکت در چهارچوب برنامه راهبردی هفت ساله گروه، با چه فرصت‌ها و چالش‌هایی مواجه بوده‌اند؟

اقتصاد کشور در دو سال گذشته با رکود چشم‌گیر مواجه بوده است. نظام بانکی کشور نیز به دلایل متعدد کارایی لازم را از دست داده و توان تامین نقدینگی مورد نیاز بنگاه‌های اقتصادی از طریق پرداخت تسهیلات با نرخ منطقی را ندارد. از طرفی دولت امکان بازپرداخت بدهی‌های خود به طلبکاران و پیمان‌کاران را ندارد. شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز یکی از طلبکاران بزرگ دولت است که نتوانسته مطالبات خود را به‌طور کامل وصول کند. لذا مشکل نقدینگی شرکت مادر به شرکت‌های گروه نیز منتقل گردیده است. در یک کلام می‌توان مشکل گروه خوارزمی را کمبود نقدینگی اعلام کرد. بعد از برجام تحریم‌ها به‌تدریج کاهش یافته و فرصت‌های خوبی برای حرکت در چهارچوب برنامه راهبردی هفت ساله فراهم شده است. امکان تعامل با صاحبان تکنولوژی و سرمایه در آن طرف مرزها فراهم و تدریجاً رو به گسترش است. در شرایط جدید امیدواریم بتوانیم سرمایه‌گذاری‌هایی را در حوزه‌های مختلف از جمله معادن، نفت و گاز و پتروشیمی، ICT و IT توسعه دهیم.

چه توصیه‌هایی به فعالان بازار سرمایه و سهام‌داران در زمینه نحوه ارزیابی کارنامه گروه خوارزمی دارید؟

خوشبختانه اکثریت فعالان بازار سرمایه از دانش و تجربه کافی برخوردارند و نیازی به توصیه ندارند، ولی به‌خاطر روشنتر شدن فضای حول و حوش قیمت سهام شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی یادآوری می‌کند که NAV هر سهم شرکت در شرایط بدبینانه حدود ۲۰۰۰ ریال است. این در حالی است که سهام شرکت در بازار در حد ۵۰ درصد NAV در حال معامله است. بهره‌برداری از برخی معادن طلای شرکت در سال جاری و توسعه بهره‌برداری از باقی‌مانده معادن در سال‌های آتی و همچنین بهره‌برداری از نیروگاه‌های مقیاس کوچک برق در سال جاری و برنامه‌های شرکت برای توسعه این نیروگاه‌ها با بازدهی خوب، چشم‌انداز شرکت را بسیار بهتر از گذشته ترسیم می‌کند.

مدیریت سازمان بارویکرد فرهنگی-اجتماعی

نگاهی به تأثیر برنامه‌های مسئولیت
اجتماعی بر رفتار سهام‌داران
شرکت‌های بورسی

مدیریت

امیر کاکایی
کارشناس ارشد MBA

نیز از این قضیه مستثنا نیستند. به عبارت دیگر اتخاذ برنامه‌های مناسب CSR می‌تواند ارزش ویژه برند سازمان‌های بورسی را ارتقا دهد و حتی این موضوع، بر افزایش قیمت سهام سازمان‌ها در بورس اوراق بهادار نیز تأثیر می‌گذارد.

امروزه برندهای معتبر دنیا برای دست یافتن به Top Of Mind یا سهم ذهنی بیشتر در میان مخاطبان روی برنامه‌های CSR (Corporate Social Responsibility) یا مسئولیت اجتماعی شرکت سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام می‌دهند و سازمان‌های سهامی عام

تکامل برنند از طریق مسئولیت اجتماعی

در حال حاضر برندهای تکامل یافته در سطح بین‌المللی پس از انجام اقداماتی در راستای افزایش شهرت برند، به دنبال اتخاذ رویکردی اجتماعی و فرهنگی در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی خود هستند. در رویکرد اجتماعی، برندها سعی می‌کنند با تشکیل اجتماعات برند و خلق ارزش برند در این اجتماعات، مسیر خود را ادامه دهند. برندهای نام‌آشنای دنیا که به صورت سهامی عام فعالیت می‌کنند، با ایفای نقش فعال در جریان‌های فرهنگی به یک تصویر ذهنی تبدیل می‌شوند. به همین دلیل برندهایی که در سیر تکاملی خویش به این نقطه رسیده‌اند، در راستای مسئولیت‌های اجتماعی و محیط زیست اقداماتی انجام می‌دهند و با رویکردهای به‌روز فرهنگی که دارند، به موضوعات و دغدغه‌های رایج در میان مردم مانند دغدغه‌های محیط زیستی توجه می‌کنند و از این طریق تبدیل به یک تصویر در ذهن مردم می‌شوند. اما آنچه در این مقوله بسیار دارای اهمیت است و به شکلی مستقیم بر ذهنیت مخاطبان اثر می‌گذارد، مدیریت برند با رویکرد فرهنگی و اجتماعی

در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی است. سازمان‌های بورسی باید برنامه استراتژیک یکپارچه‌ای را در زمینه مدیریت فرهنگی و اجتماعی برند اتخاذ کنند تا از این طریق مشتریان به آن‌ها تعلق خاطر داشته باشند. این موضوع هم‌چنین حس مناسبی را در بین سهام‌داران آن سازمان نیز ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر اگر سازمانی بتواند این حس را در بین سهام‌داران خود ایجاد کند که سازمانی که آن‌ها در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند، نسبت به چالش‌های اجتماعی و فرهنگی حساس است و این موضوع را در اولویت‌های خود قرار داده است، حس وفاداری به برند در بین آن‌ها تقویت می‌شود و حتی به سرمایه‌گذاری بیشتر روی سهام این سازمان در بورس ترغیب می‌شوند. به همین ترتیب، ترغیب سهام‌داران باعث افزایش تقاضا برای خرید سهام سازمان در بورس اوراق بهادار می‌شود و این موضوع افزایش قیمت سهام را برای سازمان به همراه دارد.

خلق ارزش مشترک

مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌های بورسی

ارتباط برنامه‌های مسئولیت اجتماعی با هویت برند سازمان

سازمان‌های بورسی باید استراتژی‌های CSR منسجم ایجاد کنند و در راستای این موضوع باید فعالیت‌های خود را به سه گروه بشردوستانه، ارتقای بازده عملکرد و تغییر مدل تجاری برای حصول منفعت مشترک تقسیم کنند. شناخت هر یک از برنامه‌های مسئولیت اجتماعی در رسیدن سازمان به برنامه‌ای منسجم بسیار می‌تواند تأثیرگذار باشد. به‌عنوان نمونه برنامه‌های بشردوستانه به منظور سود و بهبود مستقیم عملکرد تجاری سازمان نیست و سازمان‌ها با ارائه تجهیزات و کمک‌های مالی به مؤسسات خیریه می‌توانند در این راستا اقداماتی را انجام دهند. اما گاهی از مواقع این اقدامات بشردوستانه، به دلیل وجود علقه‌های سنتی مدیران سازمان‌ها و فشار گروه‌های ذی‌نفع، بدون هیچ ارتباطی با استراتژی‌های تجاری شرکت از جیب سهام‌داران شرکت پرداخت می‌شود که این موضوع باعث دلخوری برخی از سهام‌داران می‌شود. با توجه به این موضوع در برنامه‌های CSR، هم‌سو بودن برنامه‌ها با اهداف و ارزش‌های سازمان بسیار دارای اهمیت است و سازمان‌های ایرانی باید به این موضوع توجه ویژه‌ای داشته باشند و در تلاش باشند تا برنامه‌های مسئولیت اجتماعی که اتخاذ می‌کنند، با جوهره و هویت برند سازمانشان هم‌سو باشد.

ارتقای بازده عملکرد سازمان

نوعی دیگر از برنامه‌های مسئولیت اجتماعی، ارتقای بازده عملکرد سازمان‌های بورسی است که عملکرد این سازمان‌ها را در زنجیره ارزش ارتقا می‌دهد و افزایش کارایی و بازدهی را برای سازمان به همراه دارد. به‌عنوان نمونه اقداماتی در راستای توسعه پایدار به منظور صرفه‌جویی و کاهش مصرف انرژی یا صرف هزینه به منظور بهبود شرایط کاری، بهداشتی و درمانی و آموزشی کارکنان از جمله برنامه‌های مسئولیت اجتماعی در حوزه ارتقای بازده عملکرد سازمان‌ها به شمار می‌رود. به‌عنوان نمونه‌ای دیگر سازمان‌ها می‌توانند امکان آموزش و تحصیلات رایگان را برای کارمندی که فرصت تحصیل نداشته‌اند، فراهم کنند. این موضوع می‌تواند تصویر مناسبی از برند سازمان را در ذهن مخاطبان بیرونی و کارمندان سازمان ایجاد کند و در نهایت نیز موجب افزایش کارایی و بازدهی سازمان شود.

ایجاد مدل تجاری در راستای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی

تغییر مدل تجاری، یکی دیگر از برنامه‌های CSR است که برای رفع مسائل اجتماعی و محیطی نوع جدیدی از درآمد را برای سازمان‌های بورسی به همراه دارد. به‌عنوان نمونه یکی از شرکت‌های معتبر دنیا در کشور هندوستان برای ارائه محصولات خود به روستاهای دورافتاده، نوعی از مدل شبکه توزیع را طراحی کرد که از این طریق به جای حضور توزیع‌کنندگان عمده، خانم‌های خانه‌دار محصولات شوینده و بهداشتی را به دیگران می‌فروختند. این نوع از مدل تجاری هم برای خود سازمان مفید واقع شد و هم در راستای مسئولیت اجتماعی سازمان به شمار رفت و از طرفی نیز باعث اشتغال‌زایی شد. چون از طریق این مدل تجاری افراد بسیار زیادی سر کار رفتند و اشتغال‌زایی مناسبی برای زنان جامعه انجام شد. از طرفی این نوع از برنامه CSR

باعث افزایش سطح سلامتی جامعه نیز شد.

یکپارچگی و تداوم برنامه‌های مسئولیت اجتماعی

هر یک از سازمان‌های بورسی ممکن است یکی از این برنامه‌های CSR را اتخاذ کنند و انتخاب یکی از این برنامه‌ها قطعاً روی برنامه‌های دیگر سازمان تأثیر می‌گذارد و باعث ایجاد تصویر مناسبی از سازمان در ذهن مخاطبان ایرانی می‌شود. اما موضوعی که در این میان بسیار دارای اهمیت است، یکپارچگی برنامه‌های مسئولیت اجتماعی و تداوم آن است. به‌عنوان نمونه برخی از سازمان‌ها اقدامات مناسبی را در راستای مسئولیت اجتماعی انجام می‌دهند، اما این موضوع مقطعی است و با گذر زمان در ذهن مخاطبان ایرانی فراموش می‌شود. با توجه به این موضوع، پیشنهاد می‌شود سازمان‌های بورسی دید بلندمدت نسبت به برنامه‌های CSR داشته باشند تا از این طریق بتوانند در ذهن مخاطبان به‌خوبی نفوذ کنند.

ارزیابی از میزان تأثیرپذیری

سازمان‌های بورسی ممکن است در طول سال اقدامات مختلفی را در راستای مسئولیت اجتماعی انجام دهند، اما همان‌طور که پیش‌تر مطرح شد، این سازمان‌ها برای دست یافتن به برنامه‌ای مناسب در حوزه CSR باید در ابتدا برنامه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی را با ارزش‌ها و هویت سازمان هم‌سو کنند و انسجام مناسبی را بین برنامه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی ایجاد کنند. یکی از اقداماتی که سازمان‌های بورسی باید در این راستا انجام دهند، این موضوع است که معیارهایی را برای ارزیابی عملکرد برنامه‌های CSR شناسایی کنند و همواره نسبت به برنامه‌های مسئولیت اجتماعی حساس باشند و برای میزان اثربخشی آن‌ها ارزیابی‌هایی را انجام دهند. به‌عنوان نمونه سازمان‌های بورسی می‌توانند در گزارش‌های سالانه خود ارزیابی از میزان تأثیرپذیری این برنامه‌ها را ارائه دهند. این موضوع می‌تواند اعتماد سهام‌داران به برنامه‌های مسئولیت اجتماعی را افزایش دهد.

استخدام افراد متخصص

با توجه به این‌که امروزه دست یافتن به برنامه‌های مناسب و اثرگذار در حوزه مسئولیت اجتماعی برای سازمان پیچیده و سخت است، سازمان‌های بورسی می‌توانند فردی را که در این زمینه تخصص دارد، استخدام کنند و از این طریق ادغام و هماهنگی برنامه‌های CSR را انجام دهند. این فرد با حضور موثر در سازمان می‌تواند با افراد کلیدی سازمان ارتباط اثربخشی را در راستای رسیدن به برنامه مسئولیت اجتماعی مناسب برقرار کند.

به صورت کلی اجرای برنامه‌ای مسئولیت اجتماعی می‌تواند ارتباطی دوسویه بین جامعه و برند را برقرار کند، اما لازمه این امر آن است که این ارتباط از کانال‌های مختلفی اطلاع‌رسانی شود. با توجه به این موضوع، نقش مدیران روابط عمومی سازمان‌ها و فعالیت‌های Public Reation می‌تواند در معرفی اقدامات شایسته سازمان به مخاطبان جامعه بسیار اثربخش باشد تا اهداف مورد نظر سازمان از اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی به‌درستی محقق شود.

بازدید معاون طرح و برنامه گروه خوارزمی از نیروگاه منتظر قائم

دکتر سیداصغر ابن‌الرسول، معاون طرح و برنامه شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، و دو تن از کارشناسان این معاونت طی بازدیدی از بخش‌های مختلف نیروگاه بخار و سیکل ترکیبی نیروگاه منتظر قائم وابسته به گروه خوارزمی با ظرفیت‌ها و عملکرد این مجموعه توانمند از نزدیک آشنا شدند.

طی این بازدید که در نخستین روز شهریور ماه گذشته انجام شد، همکاران بخش‌های بهره‌برداری، تعمیرات، اداری و... به بیان مسائل، درخواست‌ها و دیدگاهشان پرداختند که پاسخ لازم از سوی دکتر ابن‌الرسول و همراهان ارائه شد.

در این بازدید، ابتدا مهندس دهنوی، مدیرعامل شرکت مدیریت تولید برق منتظر قائم، با اشاره به سوابق و توانمندی‌های فنی - تخصصی و دانش این مجموعه، به معرفی نیروگاه برای بازدیدکنندگان پرداخت و درباره نیروگاه و مسائل نیروی انسانی مجموعه سخن گفت و افزایش ۳۰ درصدی تولید و کاهش خروج‌های بی‌برنامه نیروگاه را از دستاوردهای زحمات کارکنان دانست. او همچنین به ضرورت تبدیل تهدیدها به فرصت اشاره داشت و طرح پیشنهادی ارائه‌شده از سوی نیروگاه به استانداری استان البرز تحت عنوان «طرح‌های سبز اقتصادی در جوار نیروگاه» را به‌عنوان یکی از این اقدامات نیروگاه بیان کرد. این طرح نیروگاه و مقامات استان البرز را قادر می‌سازد تا از پتانسیل موجود حاصل از فعالیت نیروگاه استفاده کرده و ضمن استفاده بهینه از منابع موجود منطقه، به حفظ سلامت محیط زیست هم توجه کنند.

مهندس علیرضا دهنوی در ادامه ضمن تشکر از حسن توجه مدیران ارشد شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، گفت: «شرکت خوارزمی الگوی یک کارفرما و سرمایه‌گذار حکومت اسلامی است که توجه این‌گونه به نیروی انسانی و مجموعه را در همراهی و هم‌دلی بیشتر مؤثر دانسته و آگاه است که این راهبرد، انرژی افزوده ایجاد کرده و بهره‌وری را بیشتر می‌کند. از ضروریات بحث‌های مدیریتی در هر مجموعه‌ای توجه به نیروی انسانی و پاسخ‌گویی به مطالبات به‌حق آنان است که امیدواریم بتوانیم با اقداماتی از این دست در تحقق اهداف مجموعه آن‌گونه که شایسته و بایسته است، حرکت کنیم.»

الزامات ورود به بازارهای بین‌المللی کدام‌اند؟

بررسی موانع و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی

نگاه

محمد رضا محمدی

تولیدی باشند. به همین دلیل است که ایجاد بازار تقاضا با تسهیل صادرات کالاهای تولیدی به کشورهای منطقه می‌تواند اقتصاد ما را از وضعیت کنونی خارج کند و آرام‌آرام به رشد پایدار برساند. توسعه همواره راهی طولانی در پیش دارد. بررسی مشکلات، راه‌کارها و موانع موجود می‌تواند در هموار کردن این راه و رسیدن به قله عظیم اعتبار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در سطح جهانی نقشی محوری داشته باشد. توسعه‌ای هدفمند و پویا خواهد بود که در کنار شاخصه‌های مهم اقتصادی، ابزارها و وسایل فرهنگی و اجتماعی لازم را نیز فراهم کند. تغییر نگرش‌ها، آموزش اساسی، تربیت نیروی متخصص و تلاش و همت عمومی از جمله عواملی هستند که می‌توان با تکیه بر آن‌ها، موانع موجود را برطرف کرد و دگرگونی لازم را پدید آورد. اگر بستر لازم در مقابله با این موانع فراهم شود، بدیهی است عظیم‌ترین مشکلات و جدی‌ترین تنگناها، دیگر چندان مقاومت‌ناپذیر نخواهند بود.

اتخاذ سیاست‌های راهبردی در زمینه صادرات کالاهای غیرنفتی می‌تواند اقتصاد ایران را از رکود خارج کند و آرام‌آرام به رشد پایدار برساند. سیاست‌های اقتصادی باید بر اساس شناخت درست از وضعیت و موقعیت تولید و صادرات تهیه و تدوین شود. صادرات کالاهای غیرنفتی یک فرصت مناسب برای خروج از رکود اقتصادی و رسیدن به رشد پایدار است و تا زمانی که ساختار صادرات به درستی اصلاح و ترمیم نشود، نمی‌توان انتظار داشت بنگاه‌های تولیدی بتوانند در تولید و اشتغال نقش مهمی ایفا کنند، زیرا تولید بدون بازار تقاضای موثر تقریباً محکوم به شکست است. از این‌رو پرداخت تسهیلات دولتی به بنگاه‌های تولیدی کوچک برای تامین سرمایه در گردش، اگر بدون توجه به تحرک بخش تقاضا صورت گیرد تأثیری جدی در بهبود تولید و اشتغال نخواهد داشت و مشکل رکود همچنان باقی خواهد ماند. زیرا زمانی بنگاه‌های تولیدی می‌توانند از رکود خارج شوند که دارای بازار تقاضای موثر برای کالاهای



ضرورت تقویت بازار تقاضا

یکی از مهمترین عوامل رکود در اقتصاد ایران ضعف مفرط از جانب بازار تقاضاست و تا زمانی که ساختار بازار تقاضا اصلاح نشود، نمی‌توان انتظار داشت به رشد پایدار اقتصادی دست یابیم. بر خلاف نظر گروهی از افراد مشکل بنگاه‌های تولیدی تنها نبود سرمایه در گردش نیست. برخی از بنگاه‌های تولیدی با وجود این که از تامین سرمایه مناسبی برخوردار هستند، نمی‌توانند بازار تقاضای موثری برای کالاهای تولیدشده داشته باشند. از این رو تا زمانی که بازار تقاضا به عنوان عامل اصلی رونق و توسعه ایجاد نشود، نمی‌توان انتظار داشت با تزریق نقدینگی برای تامین سرمایه در گردش برخی از بنگاه‌های تولیدی کوچک، تولید و اشتغال به وضعیت مناسب برسد.

اقتصاد ایران دارای مشکلات گوناگون اقتصادی است از این رو با وجود رشد اقتصادی خوب در زمینه‌های مختلف هنوز در تبادلات بازرگانی حتی با کشورهای همجوار با مشکلات عدیده‌ای روبه‌روست که به طور مسلم چنانچه راه‌حلی اساسی برای آن اندیشه نشود از موانع مهم در راه توسعه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی خواهد بود. درحقیقت شاید هنوز به مفهوم دقیق توسعه که نشان‌دهنده رشدی همه‌جانبه و گسترده درخصوص آگاهی، تعهد و احساس مسئولیت در جامعه و در سطح کلی جهان است، چندان که باید و شاید، توجه نشده است.

مسلم است که برای ایران در شرایط حاضر، به دلیل کاهش سرمایه‌های داخلی و تنگنای اقتصادی موجود که منجر به کاهش تولید و صادرات کالاهای غیرنفتی می‌شود، امکان رقابت جدی درخصوص توسعه صادرات، در سطح جهانی وجود ندارد. درواقع در موازنه اقتصادی، بیشتر واردکننده بوده‌ایم تا صادرکننده، این مسئله که از گذشته دور وجود داشته و ادامه یافته است.

اصلاح ساختار صادرات کالا

یکی از راه‌های تقویت بازار تقاضا، اصلاح ساختار صادرات کالا است که تولیدکننده ایرانی همواره در این زمینه با مشکلات گوناگونی روبه‌روست. بی‌تردید کشورهای همسایه و منطقه می‌توانند یکی از بازارهای فعال تولیدکنندگان ایرانی باشند، اما به دلیل ساختار نامناسب صادرات کالاهای ایرانی همواره با موانع چندگانه‌ای روبه‌رو هستند.

نبود آمار و اطلاعات دقیق علمی در بازار صادرات کالا و عدم شناسایی دقیق بازارهای منطقه یکی از مشکلات است. تقریباً آمار دقیقی در زمینه نیازها و تقاضاهای مشتریان بازارهای مختلف وجود ندارد. بنابراین نمی‌توان برنامه‌ریزی و مدیریت درستی بر صادرات کالا داشت.

یکی از مشکلات مهم در صادرات کالا ضعف کیفیت لازم و دوری از استانداردهای بین‌المللی

است. بسیاری از کالاهای تولید داخل دارای استاندارد واقعی نیستند، بنابراین در بازارهای منطقه مشتری ندارند و تا زمانی که کیفیت تولید به استانداردهای بین‌المللی نرسد، بازار جهانی از این کالاها استقبال نمی‌کند.

تغییر ساختار سنتی تولید

تولید ایران عموماً دارای ساختار سنتی است. از این رو مشتری‌مداری و خدمات پس از فروش اغلب معنا و مفهومی منطقی ندارد. بازار منطقه مایل نیست کالایی از ایران بخرد که کسی به صورت حرفه‌ای پس از خرید پاسخ‌گوی آن‌ها نباشد. یکی از مهم‌ترین مسائل ما در صادرات کالا، مسائل انسانی است که باید مورد توجه بسیار قرار گیرد. درواقع، متولیان امر که نهادها و سازمان‌هایی هستند که در صدور مجوز، تصویب قوانین، صدور کالا از کشور مثل مسائل گمرکی

و غیره نقش دارند، باید برای این امر برنامه‌ریزی داشته باشند. این‌ها همه باید کمیته‌های خاص تخصصی داشته باشند و به صورت جمعی، نظارت کامل بر فرآورده‌هایی داشته باشند که نیروی انسانی ما تولید می‌کند و درصدد است به خارج صادر کند. این که بر مسائل انسانی تکیه می‌شود، منظور نیروی متخصصی است که به منافع ملی اش متعهد باشد و ضابطه را فدای رابطه نکند.

هم‌چنین باید از ضعف تشکلهای و اتحادیه‌های صادراتی یاد کرد که نمی‌توانند در بازار جهانی حضور ثمربخشی داشته باشند. برخی از این اتحادیه‌ها حتی با وظایف و کارکرد خود آشنا نیستند و درک درستی از تولید و صادرات ندارند. دیپلماسی سیاسی و اقتصادی نیز در رشد صادرات کالاهای غیرنفتی مهم است. در دوره پسابرجام موقعیت مناسب‌تری برای صادرات کالا وجود دارد. از این رو هر چقدر دیپلماسی ما در عرصه‌های بین‌المللی فعال‌تر باشد، امکان حضور کالاهای ایرانی در کشورهای خارجی بیشتر می‌شود.

از بوروکراسی تا قیمت‌گذاری

قوانین موجود در گمرک یکی دیگر از موانع صادرات کالا به شمار می‌رود. گاه به دلیل ساختار بروکراتیک و اداری بسیاری از فرصت‌ها از دست می‌روند و امکان تازه‌ای برای صدور فراهم نمی‌شود. دولت می‌تواند با اصلاح این ساختار، شرایط را برای صدور کالا به کشورهای دیگر تسهیل کند.

در صادرات کالای غیرنفتی مسئله قیمت بسیار مهم است. هزینه تمام‌شده کالا در ایران به دلیل این که ساختار تولید در بسیاری از مواقع سنتی است، زیاد است. از این رو قیمت تمام‌شده کالا در ایران نیز با برخی از کشورها بسیار متفاوت است و همین عاملی است تا از کالاهای ایرانی استقبال زیادی نکنند. ساختار سنتی تولید در ایران آسیب‌های زیادی به صادرات کالا می‌رساند. اغلب صاحبان صنایع تولیدی در ایران دارای رویکرد مدرن نیستند. از این رو حاضر به صرف هزینه‌های تبلیغاتی و معرفی کالا به کشورهای دیگر نمی‌شوند و همین مسئله عاملی است تا کالای ایرانی در کشورهای خارجی غریب و مهجور باشد.

یکی دیگر از مشکلات صادرات نبود خلاقیت در تولید و توزیع است. بسیاری از تولیدکنندگان سنتی در ایران هنوز با همان نگاه قدیمی کالا را تولید، بسته‌بندی و توزیع می‌کنند. در صورتی که نوآوری و خلاقیت در تولید محصول جدید و ارائه بسته‌بندی مدرن و تدوین شیوه‌های نوین صادراتی می‌تواند به رشد صادرات کالاهای غیرنفتی ایران بسیار کمک کند.

ازجمله مشکلاتی که سال‌های گذشته مانع از تحقق توسعه صادرات غیرنفتی شده است ناهماهنگی و عدم نگاه سیستمی میان سیاست‌های بخش بازرگانی با بخش‌های دیگر، عدم ثبات اقتصادی در

سیاست‌های دولت در زمینه بازرگانی به‌خصوص در تغییر مستمر نرخ‌های تعرفه واردات و اعمال مجوزهای صادراتی، وجود نرخ‌های تعرفه بالا در برخی کالاهای خاص، عدم عضویت در سازمان جهانی تجارت و وجود قوانین متفاوت با کشورهای شریک تجاری، سطح پایین تعاملات و مناسبات سیاسی با کشورهای دارای قدرت اقتصادی، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب ازجمله ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای، هوایی، دریایی، ریلی و وجود مشکلات دیوان‌سالارانه در بنادر، گمرکات و فرودگاه‌ها، تعدد موافقت‌نامه‌های منعقدشده با کشورهای مختلف در حوزه بازرگانی بدون توجه به کارایی آن‌ها و اولویت نداشتن دیپلماسی تجاری در سیاست خارجی ازجمله موانعی است که می‌توان به‌اجمال بدان‌ها اشاره کرد. بی‌تردید تسهیل امور صادرات کالاهای غیرنفتی می‌تواند گام مهمی برای بهبود وضعیت تولید و اشتغال و خروج از رکود اقتصادی به شمار آید.

در دوره پسابرجام موقعیت مناسب‌تری برای صادرات کالا وجود دارد. از این رو هر چقدر دیپلماسی ما در عرصه‌های بین‌المللی فعال‌تر باشد، امکان حضور کالاهای ایرانی در کشورهای خارجی بیشتر می‌شود



اقتصاد

سهراب اکبری

وقتی کم‌درآمدها با مسکن اجتماعی صاحب‌خانه می‌شوند

پازل چند ضلعی مسکن اجتماعی

مسکن اجتماعی از کجا آمده؟

طرح مسکن اجتماعی که در دولت یازدهم متولد شد نیز مثل مسکن مهر هدف تامین مسکن برای کم‌درآمدها را دنبال می‌کند و قرار است اقشار کم‌درآمد را صاحب‌خانه کند. در این طرح با انتخاب بافت‌های فرسوده درون شهرها و تامین زمین مورد نیاز برای اجرای طرح، سامان‌دهی بافت‌های فرسوده شهری به عنوان نخستین هدف در دستور کار قرار گرفته است و از سوی دیگر با ساخت مجتمع‌های مسکونی علاوه بر سکونت مالکان این خانه‌های قدیمی، بخشی از متقاضیان کم‌درآمد مسکن نیز در واحدهای ساخته‌شده جای می‌گیرند. طرح مسکن اجتماعی که با نام «تامین مسکن اقشار کم‌درآمد» با تفاهم وزارت‌های راه و شهرسازی و تعاون، کار و رفاه اجتماعی نهایی شد، اسفند ماه گذشته با حضور اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس جمهوری، در شورای عالی رفاه به تصویب رسید و اکنون وارد مرحله اجرایی شده است.

با اجرای طرح مسکن اجتماعی قرار است سالانه ۱۲۵ هزار واحد مسکن برای اقشار کم‌درآمد در شهرهای مختلف ساخته شود که این روند تا شش سال به طول خواهد انجامید و مجموع واحدهای تولیدی این طرح ۷۵۰ هزار واحد در کل کشور خواهد بود. با وجود این که برخی از کارشناسان بیان می‌کنند که مسکن اجتماعی هنوز در اقتصاد ایران جایی ندارد، سال گذشته این طرح در کشور کلید خورد و چند واحد

موضوع طرح مسکن اجتماعی با روی کار آمدن دولت یازدهم مطرح شد و درباره جزئیات آن نیز وزیر راه و شهرسازی توضیحاتی را ارائه داد، اما اکنون همه مسئولان در وزارت راه و شهرسازی عنوان می‌کنند که تا تکمیل نشدن مسکن مهر، طرح مسکن اجتماعی قابلیت اجرا ندارد. در دولت نهم طرح مسکن مهر کلید خورد و بسیاری از دهک‌های کم‌درآمد توانستند طعم خانه‌دار شدن را بچشند، اما این طرح با مشکلات زیادی روبه‌رو شد و برطرف کردن این مسائل، هزینه‌های این طرح را بسیار افزایش داد. طرح مسکن مهر با وجودی که به ساخت بیش از یک میلیون واحد مسکونی در کشور منجر شد، اما به دلیل اجرای نادرست به خصوص در بخش تامین منابع مالی و هم‌چنین جانمایی اشتباه، نتوانست به اهداف پیش‌بینی‌شده خود دست یابد، چراکه به علت فاصله زیاد با شهرها و عدم وجود زیرساخت‌های ضروری، هم‌اکنون بسیاری از واحدهای مسکونی ساخته‌شده مسکن مهر خالی از سکنه است. حالا دولت یازدهم موظف است طرح مسکن مهر را به پایان برساند و در این شرایط از منابع مالی کافی برای اجرای مسکن اجتماعی برخوردار نیست و نمی‌تواند این طرح را به صورت گسترده اجرا کند. دولت با مطرح کردن مسکن اجتماعی با انتقادات زیادی مواجه شد که اصل حرف آن‌ها این بود: تکلیف مسکن مهرهای باقی‌مانده چه می‌شود؟ اما رویکرد دولت در این زمینه مشخص بود و از همان ابتدا اعلام کرده بود که به دلیل محدود بودن منابع مالی، اجرای طرح جدید در ابعاد گسترده به پایان مسکن مهر موکول می‌شود.

مسکونی به مستضعفان تحویل داده شد.

طبق گفتهٔ مسئولان وزارت راه و شهرسازی زمین مورد نیاز این واحدها تامین شده و واحدهای طرح مسکن اجتماعی هم استیجاری خواهد بود و هم ملکی. با آغاز ساخت مسکن اجتماعی در سال اول ۲۰ هزار واحد به نتیجه می‌رسد و سال بعد میزان ساخت‌وساز جبران می‌شود، چراکه مقدمات شروع ساخت مسکن اجتماعی (انتخاب زمین و ...) زمان‌بر است.

چه گروه‌هایی مشمول دریافت هستند؟

طبق اعلام وزارت راه و شهرسازی بهترین گروه‌های هدف قابل شناسایی توسط وزارت تعاون مشخص می‌شود و زمین مورد نیاز برای ساخت مسکن اجتماعی نیز از سوی وزارت راه تامین خواهد شد.

برای جلوگیری از آثار منفی استفاده از منابع بانک مرکزی که در طرح مسکن مهر عملیاتی شد، در طرح مسکن اجتماعی تکیه بر چندین محل مختلف برای تامین مالی این طرح است تا کمترین آثار تورمی را به همراه داشته باشد. براین اساس منابع مالی این طرح از محل‌های «پارانه‌های مسکن»، «مابه‌التفاوت نرخ تسهیلات»، «منابع داخلی وزارت‌های راه و شهرسازی و تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، «تسهیلات بانکی»، «آورده متقاضیان» و «خیران مسکن‌ساز» تامین خواهد شد. پیش‌بینی شده متناسب با پیشرفت کار با موافقت بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه ردیف‌های مناسب برای تامین مالی پروژه‌ها اختصاص یابد.

در این طرح که ویژهٔ اقشار کم‌درآمد و دهک‌های اول و دوم جامعه تدوین شده، روش‌های مختلفی برای تامین مسکن این خانوارها پیش‌بینی شده است که به مرور و در طول شش سال اجرایی می‌شود. طرح تامین مسکن اقشار کم‌درآمد علاوه بر این‌که افراد تحت پوشش نهادهای حمایتی مانند کمیتهٔ امداد و بهزیستی را شامل می‌شود، گروه‌های دیگری را نیز که تحت پوشش نهادهای حمایتی نیستند اما از اقشار کم‌درآمد محسوب می‌شوند، دربر می‌گیرد که شناسایی این گروه‌ها برعهده بنیاد مسکن انقلاب اسلامی است.

مسکن اجتماعی در تهران

محمد نادر محمدزاده، مدیر کل راه و شهرسازی استان تهران، دربارهٔ مسکن اجتماعی به خبرنگار ما گفت: مسکن اجتماعی در حال اجراست، اما همهٔ اقشار جامعه نمی‌توانند از آن بهره ببرند.

او به طرح‌های دیگر مسکن در دولت یازدهم اشاره کرد و افزود: مسکن ویژه نیز که در تهرانسر در حال انجام است و مراحل پایانی خود را می‌گذراند، در پاییز امسال تمام می‌شود. تعداد واحدهای ساخته‌شده در این بخش ۲۲۰۰ واحد است و خدمات زیربنایی و روبنایی آن بسیار خوب در نظر گرفته شده تا افراد به‌راحتی بتوانند در آن منطقه زندگی کنند. این خدمات شامل احداث پارک، مراکز درمانی و غیره است. متقاضیانی هم که برای مسکن ویژه ثبت‌نام کردند، اقشار ضعیف نیستند و هر خانوار حدود ۱۰۰ میلیون تومان آوردهٔ اولیه پرداخت کرده و مابقی به صورت اقساط دریافت می‌شود که در این بخش پارانه‌ای دیده نشده است.

در خصوص مسکن اجتماعی ابتدا باید به تعریف آن بپردازیم. اکنون یک نگاهی در جامعه وجود دارد و برخی بر این باور هستند که مسکن اجتماعی فراگیر برای همهٔ افراد است. اما این‌طور نیست و تنها افرادی که توانایی تامین مسکن را ندارند، در نظر گرفته شده‌اند. با توجه به وضعیت مسکن مهری که در دولت قبل شروع شده، اگر قرار باشد کار خاصی انجام دهیم، باید برای گروه‌هایی باشد که از منظر خانه‌دار شدن دچار مشکلات خاص نشوند. در کشور گروه‌هایی داریم که نمی‌توانند مسکن داشته باشند و برای بخشی از این‌ها کارهایی در حال انجام است، مانند خانوارهای دارای دو معلول. اما مهم‌ترین مطلبی که باعث شده دولت در این زمینه فعالیت گسترده انجام ندهد، این است که حجم مسکن مهر باقی‌مانده زیاد بوده و توانمندی بخش خصوصی و اعتباری بخش دولتی بسیار محدود است.

مسکن اجتماعی به صورت متمرکز اجرا نمی‌شود و بنیاد مستضعفان، وزارت راه و شهرسازی و بهزیستی در کنار هم برای اجرای این پروژه کمک می‌کنند. هدف مسکن اجتماعی همهٔ جامعه نیست و برای افرادی که برای داشتن سرپناه مشکل دارند، مسکن تهیه می‌کند. به این دلیل که این افراد قدرت وام‌پذیری ندارند و باید علاوه بر پارانه به آن‌ها کمک شود.

تاثیر کاهش سود تسهیلات بر بازار مسکن

محمد نادر محمدزاده با اشاره به کاهش نرخ سود تسهیلات مسکن گفت: سود بانکی اکنون با واقعیات جامعه مطابقت ندارد. تورم کاهش یافته و باید نرخ سود بانکی نیز کاهش یابد، اما این اتفاق نمی‌تواند به صورت ضرب‌الاجلی بیفتد. حقیقت این است که سود بالا به ضرر بانک‌هاست، به این دلیل که آن‌ها باید فعالیت اقتصادی داشته باشند که دو برابر سود به دست بیاورد و به‌زودی اعلام خواهد شد که باز هم رقم سود تسهیلات پایین‌تر خواهد آمد. درخصوص پرسش شما باید بگویم که تقاضا در بخش مسکن با کاهش سود وام بیشتر می‌شود، اما به همین میزان سپرده‌گذاری صورت می‌گیرد. یک ضرب‌المثل در بازار وجود دارد که می‌گوید: ارزان بفروش و زیاد، مسلمان بانک هم می‌تواند با استفاده از سپرده‌گذاری‌های انجام‌شده این کار را انجام دهد. ضمن این‌که دولت این مجوز را داده که بازپرداخت‌های مسکن مهر به دلیل این‌که از منابع دولتی بوده، در نظام بانکی باقی

با اجرای طرح مسکن اجتماعی قرار است سالانه ۱۲۵ هزار واحد مسکن برای اقشار کم‌درآمد در شهرهای مختلف ساخته شود که این روند تا شش سال به طول خواهد انجامید و مجموع واحدهای تولیدی این طرح ۷۵۰ هزار واحد در کل کشور خواهد بود. با وجود این‌که برخی از کارشناسان بیان می‌کنند که مسکن اجتماعی هنوز در اقتصاد ایران جایی ندارد، سال گذشته این طرح در کشور کلید خورد و تحویل داده شد

بماند و برای تامین تسهیلات جای نگرانی وجود ندارد.

مسکن در ایران نیز باید مانند کشورهای پیشرفته از لیست خانه‌های سرمایه‌ای خارج شود تا شاهد رشد و شکوفایی در اقتصاد باشیم. در گذشته وقتی یک خودرو خریداری می‌شد، بعد از چند سال استفاده با قیمت بالاتر فروخته می‌شد، اما اکنون چنین موضوعی معنا ندارد و خانه در کشورهای پیشرفته نیز به همین صورت است. تنها دلیل این موضوع ثابت ماندن تورم و نداشتن این معضل در جامعه است که دولت یازدهم توانسته با کاهش نرخ تورم به اقتصاد کشور کمک شایانی کند. مسکن در کشورهای پیشرفته بعد از استفاده ضرر می‌دهد، اما ما با این جریان فاصلهٔ زیادی داریم. قطعاً تامین مسکن منوط به تقاضا خواهد بود و بر اساس نیاز تولید می‌شود. تنها در چنین شرایطی است که می‌توان به بهبود اوضاع بازار مسکن امیدوار بود.



مدیریت

هدی رضایی
کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

چگونه دریابیم که کاندیدای مورد نظر ما آمادگی مدیر شدن دارد؟

چالش‌های انتخاب‌سکان‌دار کسب‌وکار

همه موارد بالا مهارت ندارد؟ آیا امکان دارد یکی از مهره‌های کلیدی سازمان خود را که قبلاً تجربه مدیریتی نداشته، برای هدایت کسب‌وکار آموزش دهید؟ برای این که نسبت به این چالش دیدگاهی عمیق‌تر به دست آورید، گزارشی در مورد مهارت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی افراد مناسبی که برای سمت مدیریت در جست‌وجوی آن‌ها هستید، پیش روی شماست.

هنگامی که مدیر جدیدی را برای شرکت خود استخدام می‌کنید، ریسک بالایی را متحمل می‌شوید. شاید در نگاه اول تصور کنید شما نیاز به فردی دارید که به‌طور موثر کارمندان را هدایت کرده، بودجه سازمان را مدیریت کند و با مدیران ارشد ازجمله خود شما به‌خوبی ارتباط برقرار کند و همه این مهارت‌ها را از روز اول بلد باشد. اما چه می‌شود اگر فردی را استخدام کنید که تنها پتانسیل مدیر شدن را دارد و در

کنید، چراکه اغلب اعضای تیم اعتقاد دارند که مدیرانشان کارها را بهتر انجام می‌دهند.
برقراری ارتباط با مدیر انتخابی به وسیله گزارش‌های مستقیم و آگاه کردن او از وظایف در صورت قصور.
موشکافی و بررسی‌های جزئی به صورتی که به اعضای تیم اجازه گسترش توانمندی‌هایشان را بدهد.

مهارت‌ها و علایق

یکی از بهترین روش‌ها برای سنجش این که آیا فرد کاندیدای شما برای مدیریت،

آگاهی از ماهیت مدیریت

اولین چیزی که در این موقعیت باید به دنبال آن باشیم، آگاهی از ماهیت مدیریت است. حرکت به سمت یک نقش مدیریتی نیازمند محروم کردن خود از بعضی وظایف فردی و اختصاص دادن زمان به وظایف جدید به‌عنوان رهبر تیم است. اگر مدیر جدید نتواند به‌درستی این وظایف را درک کند، باید رویکردهای زیر را پیش برد:

بعضی از وظایف به اعضای تیم تفویض شود.

پس از این که مدیر تجربه لازم را پیدا کرد، دوباره وظایف را به او محول

به خوبی این نقش را درک کرده یا خیر، این است که از او بپرسید چه تفکری درباره مدیریت دارد و نسبت به انجام چه وظایفی در مدیریت حریص و مشتاق است؟ از او در مورد مهارت‌ها و علایقش بپرسید. این به شما کمک خواهد کرد که بدانید چه تجارب مدیریتی و پتانسیل‌هایی خارج از محل کار دارد. مانند هدایت یک تیم ورزشی، فعالیت در مجله ادبی دانشگاه یا مدرسه، حضور داوطلبانه در یک تیم هنری، داشتن تعداد زیادی خواهر و برادر و... بدین ترتیب می‌توانید دیدگاهی مفید از مدیریت تاثیرگذار آن‌ها در نقش‌های قبلی‌شان دریابید. اگر از یک مدیر با سابقه در این خصوص بپرسید، او خواهد گفت که مهارت‌های اشخاص که شامل هم‌دلی و خودشناسی است، از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که هر مدیری باید داشته باشد. خودآگاهی به دست آمده از محیط زندگی یا تجربیات حرفه‌ای از پتانسیل‌هایی است که یک مدیر جدید باید در نگاه اول از آن برخوردار باشد. برای مثال این فرد باید درک کند که دانش او هدایت‌کننده تیمش است یا حتی می‌تواند منجر به کنکاش نامناسب و غیرموثر افرادی شود که تحت نظر او کار می‌کنند. (این یکی از شایستگی‌های اصلی است که می‌تواند به فرد مورد نظر در راه رسیدن به سمت مدیریت کمک کند).

برخورداری از هوش هیجانی

از نقطه نظر مدیریتی، بعضی از متخصصان عقیده دارند که وجود هوش هیجانی برای افرادی که در جست‌وجوی سمت مدیریتی هستند، لازم است. افرادی که به جایگاه‌های مدیریتی منصوب می‌شوند، باید توانایی مشاهده و درک افق سازمان و توانایی هر یک از اعضای سازمان برای فراتر رفتن از موقعیت جاری، و سایر ملاحظات را که برای مدیر می‌توان متصور شد، داشته باشند، یعنی دیدگاهی برای آینده سازمان و بخش‌های فرعی مرتبط با آن به همراه درک چگونگی اجرای تفکر تصویری. همچنین هم‌کاندیداهای مدیریت و هم‌اعضای تیم باید درک درستی از عناصر اصلی مدیریت در سازمان خود داشته باشند. آن‌ها باید بدانند که فرهنگ سازمان چیست، چه افرادی با چه تخصص‌هایی در این سازمان حضور دارند و چه منابع و محدودیت‌هایی در اختیار آن‌ها قرار دارد. درست است که این قبیل اطلاعات توسط کاندیداهای مدیریت داخل سازمانی بهتر درک می‌شود، اما یک گزینه مشتاق و علاقه‌مند و پایبند از خارج از سازمان که درک درستی از این عناصر داشته باشد نیز می‌تواند برای این هدف مفید باشد.

احساس تعلق و مثبت‌اندیشی

وقتی در بحران باشید، یا اوضاع کسب‌وکار چندان پررونق نباشد، شما به مدیر یا مدیرانی نیاز دارید که بتوانند روی وفاداری آن‌ها نسبت به سازمان خود حساب ویژه باز کنید. یک مدیر با احساس تعلق بالا به سازمان، فردی است که

همیشه و همه جا به موقع حاضر می‌شود، در کارش بی‌انگیزه و سست نمی‌شود و هر زمانی به حضورش احتیاج باشد، حتی تا دیروقت، در محل کار می‌ماند. کسی که شهامت لازم برای پایبندی و مقید بودن به هدف خود را دارد و هر سختی‌ای را برای رسیدن به آن تحمل می‌کند، پشتکار لازم برای تحمل هر نوع ناملایمی را نیز خواهد داشت. شما فردی می‌خواهید که وقتی کاری به او می‌سپارید، مطمئن باشید آن را درست انجام می‌دهد و کار را پیش می‌برد. شما قطعاً مدیری را نمی‌پسندید که آرام باشد و نسبت به همه چیز بی‌تفاوت باشد. شما مدیری

می‌خواهید که خط مشی‌هایش خوش‌بینانه و مثبت باشد. این خصیصه به ایجاد محیطی اخلاقی در کسب‌وکار شما کمک می‌کند و باعث می‌شود شما کارمندانی با رضایت شغلی بالاتر، بهره‌وری بیشتر و کسب‌وکاری پررونق‌تر داشته باشید.

پرسش در مورد مهارت‌ها

فارغ از هر ویژگی و خصلتی که شما درون یک مدیر جست‌وجو می‌کنید، چیزی که در اولین گام دنبال آن می‌گردید، این است که آیا فرد مورد نظر

مهارت‌های لازم برای رهبری افراد را دارد یا خیر. یک مدیر باید به این توانایی خود اعتقاد و اعتماد کامل داشته باشد. او باید در سخنوری چیره باشد، کارها را به بهترین شکل بین افراد تقسیم کند و طوری رفتار کند تا کارمندان به راحتی دستورات صادرشده از سوی او را قبول کنند. اگر شما درصدد ارتقای فردی به سمت مدیریت در داخل سازمان خود هستید، علاوه بر شناختی که از او دارید، می‌توانید از خود آن‌ها یا همکارانشان در مورد ویژگی‌های مدیریتی یا مهارت‌هایشان بپرسید. این سوال‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

چه زمانی مجبورید خودآگاهی خود را به منظور اطمینان از حرکت رو به جلوی سازمان افزایش دهید؟

چالش مدیریتی کنونی سازمان را در چه می‌بینید؟

آیا می‌توانید گروهی خارج از سازمان را مدیریت کنید که به شما در یادگیری مدیریت کمک می‌کنند؟

چه کسی از میان همکاران شما، توانایی‌تان برای مدیریت یک گروه یا پروژه را درک کرده است؟

چگونه آماده پذیرش تغییر از نقش فعلی در تیم به نقش مدیریتی در همان تیم می‌شوید؟

چگونه مهارت‌های افراد زیردست خود را توسعه می‌دهید؟

چگونه میان نگاهتان برای رسیدن به اهداف کلی و وظایف هر روزه تیمتان تعادل برقرار می‌کنید؟

با بررسی این مسائل و مشاهده و پرسش از افراد کاندیدا می‌تواند درکی از پتانسیل مدیریتی آن‌ها به دست آورید و بدین ترتیب می‌توانید نتیجه بگیرید که آیا آن‌ها می‌توانند مدیری با استعداد و موثر باشند یا خیر. و در نهایت باید تصمیم بگیرید آیا قصد استخدام آن‌ها به عنوان مدیر را دارید، یا خواهان این هستید که فعلاً مهارت‌های آنان را ارتقا دهید و سپس این افراد را به سمت مدیریت بگمارید. به همین دلیل نیاز دارید که در مورد منابعی که در دسترس دارید و پتانسیل‌های فرد کاندیدی خود بدانید. به آن‌ها اطمینان دهید که هوایشان را دارید و حمایت‌شان می‌کنید و طی جلساتی میزان و روال کار را با آن‌ها بررسی خواهید کرد. به یاد داشته باشید که باید از آن‌ها میزان پیشرفت را بخواهید و از نواقص و بهبود فرایندها اطلاع داشته باشید و به آن‌ها در بهبود مهارت‌هایشان یاری دهید.

ارتقای مهارت‌های مدیریتی

یکی از ویژگی‌هایی که کاندیداهای مدیریت شما باید دارا باشند، مهارت برنامه‌ریزی است. مهارت برنامه‌ریزی برای هر نوع کار و مسئولیتی لازم و مفید است. برنامه پروژه مانند نقشه‌ای راهنماست و نشان می‌دهد از ابتدا تا انتها، کار را چگونه باید

پیمود. برنامه‌ریزی امری است مستمر و مداوم و برای تمام سطوح سازمانی ضرورت دارد. تهیه یک برنامه کلی از فعالیت‌های پروژه و قبل از شروع عملیات پروژه یکی از مسئولیت‌های مدیر است. برای تعیین منابع مورد نیاز و برنامه‌ریزی صحیح، مدیر پروژه باید از مهارت‌های ارتباطی و پردازش اطلاعات، آگاهی داشته باشد و همچنین از توانایی مذاکره با مدیران و مقامات مربوط، برخوردار باشد و با افراد کلیدی در داخل و خارج سازمان ارتباط موثر برقرار کند.

در پایان در نظر داشته باشید فردی که استخدام می‌کنید، باید آن‌قدر انگیزه داشته باشد که بدون نیاز به نظارت مستمر شما، کارش را به خوبی انجام دهد. لازم است تا این فرد اهداف پایه و اصلی کار شما را بشناسد و استراتژی‌های مناسب برای رسیدن به آن‌ها را برگزیند و اجرا کند. این فرد باید بتواند کارهای روزمره را با تمام وجود و با اشتیاق انجام دهد و لازم نباشد مدیر مافوق از نزدیک کار او را رصد کند. تنها فردی با این ویژگی‌ها می‌تواند کاندیدی مناسبی برای سکان‌داری کسب‌وکار شما باشد.

منبع: HBR

وقتی در بحران باشید، یا اوضاع کسب‌وکار چندان پررونق نباشد، شما به مدیر یا مدیرانی نیاز دارید که بتوانند روی وفاداری آن‌ها نسبت به سازمان خود حساب ویژه باز کنید. یک مدیر با احساس تعلق بالا به سازمان، فردی است که همیشه و همه جا به موقع حاضر می‌شود، در کارش بی‌انگیزه و سست نمی‌شود و هر زمانی به حضورش احتیاج باشد، حتی تا دیروقت، در محل کار می‌ماند



مدیریت

امیر کاکایی

کارشناس ارشد MBA

باید و نبایدهای تهیه Business plan
برای هلدینگ‌های تجاری

با برنامه پیش بروید

امروزه با رقابتی شدن بازار، سازمان‌هایی می‌توانند از سهم بازار مناسبی برخوردار باشند که برنامه کسب‌وکار جامعی را اتخاذ و بر اساس آن استراتژی‌های بازاریابی مناسبی را دنبال کنند. شاید در گذشته مدیران ارشد برخی از سازمان‌ها بر این باور بودند که باید برای نوشتن طرح کسب‌وکار شش ماه وقت بگذارند و بخش قابل توجهی از زمان مدیران و مشاوران سازمان را بگیرند و در انتها نیز این طرح کسب‌وکار در کتابخانه سازمان خاک بخورد، اما در دهه گذشته سازمان‌های نوین به ضرورت طرح کسب‌وکار در سازمان‌ها پی برده‌اند و روی این بخش سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام داده‌اند و فعالیت خود را بر مبنای طرح مدون کسب‌وکار پیش می‌برند. طرح کسب‌وکار در سازمان‌ها، پتانسیل این را دارد که ماهیت وجودی سازمان‌ها را تعریف کرده و برنامه جامعی را در اختیار مدیران سازمان‌ها قرار دهد که شامل خلاصه مدیریتی، نوع صنعت و محصولات، برنامه بازاریابی، برنامه مالی، برنامه طرح و توسعه،

ساختار سازمانی و چگونگی ارتباط تمامی این موارد با یکدیگر می‌شود. این نکته نیز بسیار دارای اهمیت است که هیچ فرمول استاندارد برای تهیه برنامه کسب‌وکار وجود ندارد و هیچ استاندارد نیز برای حجم برنامه یا میزان جزئیات آن یافت نمی‌شود. با توجه به این موضوع، هر یک از سازمان‌های نوین باید جزئیات طرح کسب‌وکار خود را به خوبی کشف و تدوین کنند.

بخش از سایر بخش‌های طرح کسب‌وکار بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. به عنوان نمونه، برنامه بازاریابی سازمان در طرح کسب‌وکار که شامل استراتژی بازاریابی، بازارهای هدف، آمیخته بازاریابی، پیام‌رسانی، برنامه‌های اجرایی و مواردی از این دست می‌شود، نقطه عطف طرح کسب‌وکار قرار می‌گیرد و به سایر بخش‌های طرح کسب‌وکار توجه چندانی نمی‌شود. به همین دلیل توصیه می‌شود از مدیران بخش‌های مالی، R&D، منابع انسانی و... در تیم تهیه و تدوین طرح کسب‌وکار استفاده شود تا از این طریق بخش‌های مختلف طرح کسب‌وکار مورد توجه قرار گیرد. به عنوان نمونه در برخی از طرح‌های کسب‌وکار سازمان‌ها، جریان وجوه نقد در سازمان جایگاهی ندارد. این در حالی است که جریان وجوه نقد در طرح کسب‌وکار بسیار حیاتی است، چون به مواردی از قبیل منابع و مصارف جریان نقدی اشاره دارد. منابع جریان نقدی خود شامل درآمدهای ناشی از فروش، وام‌های بانکی و آورده‌های سهام‌داران می‌شود و مصارف جریان نقدی نیز هزینه‌های راه‌اندازی و جاری و سایر هزینه‌های سازمان را دربر می‌گیرد.

هدف‌های روبایی

یکی از معضلاتی که در بسیاری از طرح‌های کسب‌وکار دیده می‌شود، این موضوع است که انواعی از هدف‌های فروش، مالی و... تعیین می‌شود که با واقعیت و پتانسیل

هماهنگی طرح‌های کسب‌وکار در هلدینگ‌ها

تدوین طرح کسب‌وکار برای هلدینگ‌ها از این حیث دارای اهمیت است که باید برای هر یک از سازمان‌های زیرمجموعه هلدینگ، طرح کسب‌وکاری تهیه و تدوین شود و تمامی این طرح کسب‌وکارها با یکدیگر هماهنگ و در راستای اهداف و چشم‌انداز کلی سازمان باشد. به عبارت دیگر، هر هلدینگ چشم‌انداز و سند استراتژیکی دارد که باید طرح کسب‌وکار سازمان‌های زیرمجموعه آن، بر اساس این سند استراتژیک تدوین و تهیه شود.

بهره‌گیری از مدیران بخش‌های مختلف سازمان

برای تهیه و تدوین طرح کسب‌وکار برای هر یک از سازمان‌های زیرمجموعه هلدینگ، باید تیمی از مشاوران و مدیران سازمان جمع‌آوری شود تا از این طریق به بهترین طرح کسب‌وکار سازمان‌ها دست پیدا کنند. در این میان ذکر این نکته خالی از لطف نیست که اعضای این تیم باید متشکل از مدیران میانی واحدهای مختلف سازمان باشد تا طرح کسب‌وکار سازمان‌ها دچار مشکل و یک‌سونگری نشود، چون اگر مدیران و مشاوران دست‌اندرکار تهیه طرح در حوزه بازاریابی فعال باشند، طرح کسب‌وکار سازمان‌ها با رویکرد بازاریابی تدوین می‌شود و این

از اقدامات سازمان، به عنوان مزیت رقابتی به شمار می‌رود و صرف ارائه یک محصول یا خدمت خاص باعث شده مشتریان این سازمان را به سازمان‌های دیگر ترجیح دهند. این در حالی است که چون تحقیقات بازاری در این راستا انجام نگرفته، مدیران به درستی متوجه این موضوع نشده‌اند که از دید مخاطبان بیرونی، اقدامات سازمان به عنوان مزیت رقابتی به شمار نمی‌رود. با توجه به این موضوع نیز، به کارگیری مشاوران بیرونی برای سازمان، می‌تواند در راستای شناسایی مزیت‌های رقابتی مثمر ثمر واقع شود.

آموزش کارکنان

امروزه سازمان‌های نوین دائماً در حال آموزش و بهبود وضعیت کاری کارمندان هستند، اما این موضوع تحت برنامه‌ریزی‌های جامعی انجام نمی‌شود و معمولاً به صورت مقطعی به آن نگاه می‌شود. با توجه به این موضوع، در بخش برنامه‌سازی سازمانی طرح کسب‌وکار باید به صورت مفصل به برنامه‌های آموزشی سازمان اشاره شود و حتی در صورت نیاز از مشاوران آموزشی در این زمینه کمک گرفته شود. از طرفی ذکر این نکته بسیار دارای اهمیت است که باید رویکرد آموزشی در سازمان‌ها، مهارت‌محور باشد و این موضوع در طرح کسب‌وکار به خوبی لحاظ شود و برای آن برنامه‌ریزی‌های مناسبی اتخاذ شود. چون در برخی از سازمان‌های ایرانی دیده می‌شود که کارمندان صرفاً برای گرفتن گواهی‌نامه و پر کردن ساعت در دوره‌های آموزشی شرکت می‌کنند و در نهایت این دوره‌های آموزشی خروجی مناسبی را به همراه نخواهد داشت و صرفاً مباحث تئوریک در این دوره‌های آموزشی مطرح می‌شود. با توجه به این موضوع، تمرکز روی مهارت‌محوری بسیار می‌تواند دوره‌های آموزشی سازمان را با خروجی مناسبی همراه سازد.

بازبینی و اصلاح طرح کسب‌وکار

در پایان تهیه و تدوین طرح کسب‌وکار باید بازبینی و اصلاح طرح انجام شود و بر اساس تحقیقات انجام‌شده و بازخوردهای دریافت‌شده، تیم متشکل از مشاوران و مدیران سازمان‌های زیرمجموعه هلدینگ، اقدام به بازبینی طرح کسب‌وکار کنند. از طرفی بازبینی و اصلاح طرح در بازه‌های زمانی مشخص نیز باید در دستور کار این تیم قرار گیرد. به عنوان نمونه، استراتژی بازاریابی سازمان باید تبدیل به طرحی شود که شامل بازبینی ماهانه، پی‌گیری و اندازه‌گیری نتایج به‌دست‌آمده، پیش‌بینی فروش، بودجه‌های مبتنی هزینه و معیارهای غیرمالی برای پی‌گیری نتایج شود و در بازه‌های زمانی مشخص، متناسب با تغییرات صنعت و بازار دستخوش تغییرات و به‌روزرسانی شود. یا به عنوان نمونه دیگر، تامین‌کنندگان جدید و تازه‌واردها در بازاری که سازمان در آن حضور دارد، در بازطراحی طرح کسب‌وکار لحاظ شود. در این میان آن‌چه باید به آن توجه داشت، این است که هرچند طرح کسب‌وکار باید دائماً پایش و ارزیابی و در بازه‌های زمانی مشخص بازطراحی شود، اما کلیت طرح باید طبق اهداف سه تا پنج ساله سازمان تدوین شود و نگاه بلندمدتی نیز به آینده سازمان داشته باشد تا بهترین نتیجه را برای کسب‌وکار رقم بزند.

سازمان هم‌خوانی ندارد. به عنوان نمونه مدیران سازمان‌ها، در طرح کسب‌وکار خود مقادیر فروش را مشخص می‌کنند که آن سازمان هرگز به این مقادیر دست پیدا نمی‌کند و دست نیافتن به این مقادیر، باعث بی‌انگیزگی کارمندان و حتی مدیران سازمان می‌شود. این مسئله در هلدینگ‌ها با توجه به گسترش و تنوع دامنه و حوزه کاری شرکت‌های زیرمجموعه، بیشتر از سایر سازمان‌ها محسوس است. با توجه به این موضوع، استفاده از تحقیقات بازار و شناسایی پتانسیل‌های سازمان می‌تواند سازمان را از این گونه معضلات دور کند و دست یافتن به طرح کسب‌وکار اجرایی را امکان‌پذیر کند. به عنوان نمونه با به کارگیری تحقیقات بازار، می‌توان سهم بازار سازمان را مشخص و بر اساس آن برنامه‌ریزی آتی سازمان را اتخاذ کرد. از طرفی تحقیقات بازار در طرح کسب‌وکار استفاده‌های دیگری نیز دارد. به عنوان نمونه در بخش شناسایی تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف سازمان می‌توان از تحقیقات بازار استفاده کرد و هر یک از این آیتم‌ها را به خوبی شناسایی و کشف کرد و بر اساس آن برنامه‌ریزی‌های مناسبی را اتخاذ کرد. به عنوان نمونه دیگر، از تحقیقات بازار می‌توان در راستای شناسایی بازارهای جدید و رفتار مصرف‌کنندگان نیز استفاده و روی بازارهای کشف‌شده تمرکز کرد. تمرکز روی بازارهای جدید می‌تواند جایگاه ویژه‌ای را برای سازمان در آن بازارها به همراه داشته باشد.

طراحی هویت سازمان

در طرح کسب‌وکار باید هویت سازمان به خوبی شناسایی و کشف شود. به عبارت دیگر، تیم متشکل از مدیران و مشاوران سازمان باید فهرستی از نقاط ضعف، قوت‌ها و اهداف سازمان را تهیه کنند و هویت برند سازمان را طراحی کنند و بر اساس هویت سازمان، طرح کسب‌وکار را تهیه و تدوین کنند. به عنوان نمونه، این موضوع باعث می‌شود در بخش برنامه طرح و توسعه طرح کسب‌وکار، توسعه محصولات و خدمات سازمان بر اساس هویت برند سازمان انجام شود و سازمان هر محصول و خدمات نامرتبط و نامناسبی را تولید و به بازار عرضه نکند.

مزیت رقابتی

هر سازمانی باید مزیت رقابتی را برای خود تعریف کند و بر اساس این مزیت رقابتی، طرح کسب‌وکار را تهیه و تدوین کند. در هلدینگ‌ها مزایای رقابتی هر یک از شرکت‌های زیرمجموعه ترجیحاً باید در راستای مزیت اصلی سازمان تعریف شود. اگرچه در بازارهای بین‌المللی صرفاً کیفیت بالا نمی‌تواند مزیت رقابتی را برای سازمان به همراه داشته باشد، اما در بازار ایران، ارائه محصولات با کیفیت می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی پایدار تلقی شود. از طرفی کارایی و نوآوری برتر و روابط برتر با مشتری نیز می‌تواند برای سازمان‌ها مزیت رقابتی را به

همراه داشته باشد. با توجه به این موضوع، در صورت مشخص شدن مزیت‌های رقابتی، می‌توان طرح کسب‌وکار را بر پایه این موضوع تهیه و تدوین کرد و مزیت‌های رقابتی سازمان را در طرح کسب‌وکار لحاظ کرد. به صورت کلی یکی از معضلات برخی از سازمان‌های ایرانی این موضوع است که به درستی مزیت رقابتی سازمان را کشف نمی‌کنند و بر این باورند که برخی



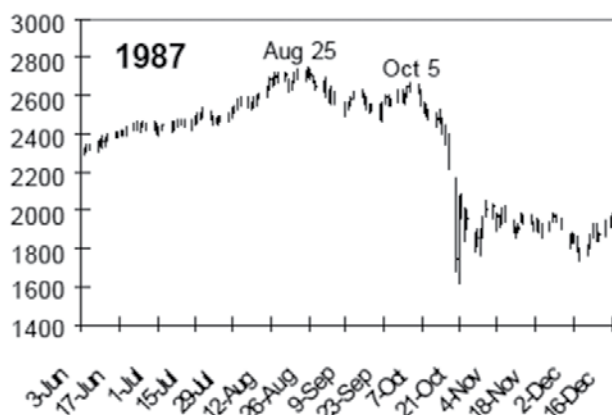
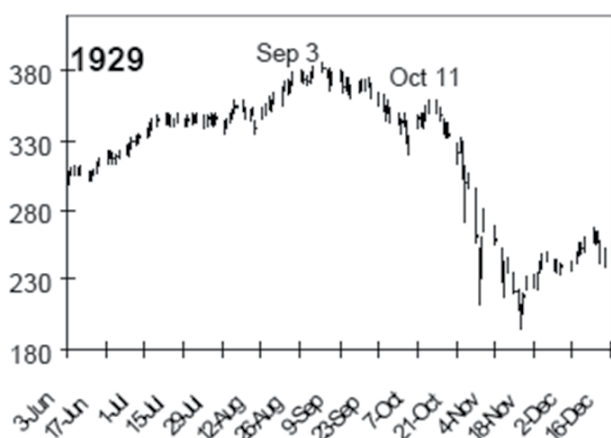
امروزه سازمان‌های نوین دائماً در حال آموزش و بهبود وضعیت کاری کارمندان هستند، اما این موضوع تحت برنامه‌ریزی‌های جامعی انجام نمی‌شود و معمولاً به صورت مقطعی به آن نگاه می‌شود. با توجه به این موضوع، در بخش برنامه‌سازی سازمانی طرح کسب‌وکار باید به صورت مفصل به برنامه‌های آموزشی سازمان اشاره شود

گردآورنده: سید محمدتقی پورمقیم
کارشناس سرمایه‌گذاری شرکت
سرمایه‌گذاری آتی نگر سپهر ایرانیان

استفاده از الگوی قیاسی و تئوری‌های اجتماعی در پیش‌بینی بحران‌های مالی

شرح ماجرا

در ۵ اکتبر است. تعداد روز بین نقطه اوج اول و دوم در ۱۹۸۷، ۳۸ روز و در ۱۹۲۹، ۴۰ روز است. بالاترین حجم روزانه سهام در ۲ روز قبل از بحران ۱۹۲۹ و روز ماقبل بحران ۱۹۸۷ است. هر دو بحران در روز دوشنبه در ماه اکتبر رخ داد. هرچند که بحران ۱۹۲۹ دو روز طول کشید.



بازار سهام آمریکا از سال ۱۹۸۲ رو به رشد نهاد. این رشد ادامه پیدا کرد و سال‌های ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷ اوج رشد بازارهای مالی آمریکا بود. شاخص داو جونز (که در مورد بحران ۱۹۸۷ به عنوان نمادی برای عمق فاجعه‌ای که اتفاق افتاد به کار می‌رود) در ۲۵ اوت سال ۱۹۸۷ به بالاترین مقدار خود از آغاز فعالیت بورس نیویورک رسیده بود (۲۷۲۲). افت شاخص‌های مالی جهان از روز ۱۴ اکتبر آغاز شد. در این روز شاخص داو جونز ۹۵،۴۵ واحد افت کرد. این سقوط تا جمعه ۱۶ اکتبر هم ادامه داشت و شاخص به ۲۲۴۶ واحد رسید. همان زمان رئیس خزانه‌داری آمریکا، جیمز بیکر (James Baker) اعلام کرد که ممکن است در تعطیلات آخر هفته بسیاری از سرمایه‌گذاران تصمیم به فروش سهام خود بگیرند. دوشنبه ۱۹ اکتبر، ساعت‌ها پیش از آن که بازار سهام آمریکا فعالیت خود را آغاز کند، بازار سهام کشورهای شرق دور با روندی منفی کار خود را آغاز کردند. با باز شدن سایر بازارهای سهام کشورها در اروپا این موج منفی همچون جریانی از هوای غبارآلود تا آمریکا ادامه پیدا کرد. نبردی که در یکی از حوزه‌های نفتی ایران نیز روی داد، اوضاع سیاسی را با پیش‌بینی‌های منفی مواجه کرد و زمانی که بازار آمریکا باز شد، همه چیز سیاه به نظر می‌رسید. سقوط شاخص در روزهای پیش، فرصت‌های آربیتراژی پیش رو در بازارهای معاملات آتی، سقوط بازارهای جهان و درگیری نظامی در خلیج فارس چنان قدرتی به این موج داده بود که شاخص داو جونز ۲۲،۶۱ درصد افت کرد و ۵۰۰ میلیارد دلار از ارزش خود را از دست داد.

بحران مالی ۱۹۸۷ نه تنها برای ایالات متحده، که برای تمام بازارهای مالی جهان هزینه‌های سنگینی در پی داشت. تا آخر اکتبر همان سال بازار هنگ کنگ ۴۵،۸ درصد، استرالیا ۴۱،۸ درصد، اسپانیا ۳۱ درصد، انگلستان ۲۶،۴ کانادا، ۲۲،۵ درصد سقوط کردند.

معمای اصلی

بحران ۱۹۸۷ با وجود فاصله زمانی ۵۸ ساله، شباهت زیادی به بحران ۱۹۲۹ دارد. با مقایسه نمودار شاخص داو جونز این دو سال، متوجه تشابهاتی در شیب، حرکات قیمتی و هم‌چنین زمان رخداد بحران و حوادث ماقبل آن در بازه زمانی سپتامبر - اکتبر می‌شویم.

تشریح تشابهات دو بحران

در هر دو دهه بازار رشد بلندمدتی را تجربه کرد که افزایش بی‌سابقه‌ای در قیمت سهام رخ داده است.

در ۲۵ اوت ۱۹۸۷ بازار به نقطه اوج می‌رسد که این نقطه در سال ۱۹۲۹ در ۳ سپتامبر رخ می‌دهد (تفاوت ۸ روزه).

نقطه اوج دوم که پایین‌تر از اولی است، در ۱۹۲۹ در تاریخ ۱۱ اکتبر و در ۱۹۸۷

۱۹۸۷ هم همین‌گونه بود. اگر اخباری که بازار را شکل می‌دهند و منجر به بحران ۱۹۸۷ در اکتبر شده‌اند، در آوریل ۲۰۰۷ رخ می‌داد، بحران صورت نمی‌گرفت. این تمایزات مهم بدان علت است که علت بحران ۱۹۸۷ را در ذهن آدمی می‌دانیم، نه در دنیای فیزیکی.

چرا اتفاقات سال‌های ۱۹۸۹ و ۱۹۹۷ منجر به بحران نشد؟ در ۲۷ اکتبر ۱۹۹۷ شاخص داو جونز ۷٫۲ درصد کاهش یافت. تشابهاتی بین ۱۹۹۷ و ۱۹۸۷ وجود دارد، اما بحران رخ نداد. چون: اوج بازار در ۱۹۹۷ فاقد close alignment در سال‌های ۸۷-۱۹۲۹ بود. وجود circuit breaker در بورس نیویورک پس از بحران ۱۹۸۷ وظیفه آرام ساختن بازار را بر عهده داشت. زمان زیادی از بحران ۱۹۸۷ نمی‌گذشت و اثر بازخوردی به اندازه کافی قوی نبود.

خاطره‌بازپروسی پس از بحران ۱۹۸۷ که در روزهای بعد از بحران بازار به ترتیب ۵ و ۱۰ درصد بهبود یافت، سبب می‌شد مردم در پایان دوشنبه ۲۷ اکتبر ۱۹۹۷ شروع به خرید کنند که مانع وقوع بحران می‌شد. هم‌چنین در جمعه ۱۳ اکتبر ۱۹۸۹ شاخص داو جونز ۶٫۹۷ درصد کاهش یافت. بحران ۱۹۸۷ نمی‌تواند ۱۹۸۹ را به وجود آورد، زیرا:

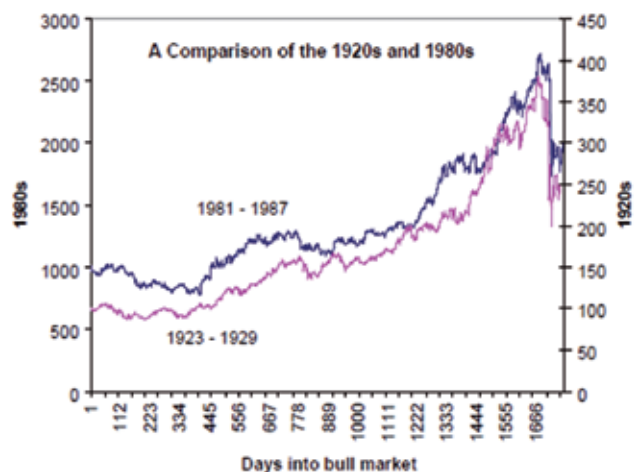
۱۹۸۹ در روز جمعه اتفاق افتاد نه دوشنبه. حرکات واقعی قیمت ۸۹-۱۹۸۷ به صورت lockstep (پیش‌روی آهسته) نبود. ۱۹۸۹ بلافاصله پس از دست‌یابی بازار به record high رخ داد، در صورتی که در ۱۹۸۷، ۱۹۲۹ و ۱۹۹۷ چندین ماه بعد از یک high اتفاق افتاد.

تغییرات بازارها به عنوان تابعی از ذهن انسان

بسیاری از مشاهدگان از روش‌های سنتی تحلیل استفاده می‌کنند که در جستجوی علل فیزیکی و تحلیل اثرات آن است. ما در این جا تغییر در بازارهای مالی را محصول ذهنی خود از محیط پیرامون می‌دانیم. این جا ادعا می‌شود که بیشتر کاهش در بازار تابعی از عقاید ما بوده است. در توضیح بحران ۱۹۸۷، باید بیان کنیم که بازارها به‌طور ذهنی ایجاد می‌شوند نه فیزیکی. عکس‌العمل متقابل ارزش‌ها و سیستم عقاید مختلف منجر به تصمیماتی برای خرید و فروش می‌شود و قیمت‌های بازار را به وجود می‌آورد. شرکت‌کنندگان در بازار می‌خواهند معاملاتی انجام دهند که عقاید آن‌ها را عملی کند. زمانی که عقایدی قیمت‌ها را به‌طور صحیح ایجاد کنند، این عقاید تعداد بیشتری از معتقدان به آن را بر می‌انگیزد و قیمت‌ها در آینده به گونه‌ای حرکت می‌کنند که منافع گروه اولیه را فراهم آورد. در روزهای عادی چون عده‌ای کافی از شرکت‌کنندگان بازار عقیده دارند بازار باید افزایش یابد، این عقیده، عقیده‌ای دیگر مبنی بر ریزش بازار را کنار می‌زند، بنابراین ریزش صورت نمی‌گیرد. در زمان‌هایی که بازار جهت ندارد، به علت نظرهای مثبت و منفی معادل هم در بازار به‌ندرت یک عقیده بر سایر عقاید بازار غالب می‌شود. قیمت‌ها به‌طور مستقیم توسط حوادث ایجاد نمی‌شوند، بلکه درک ذهن ما از آن حوادث تعدیل می‌شوند.

روش علمی در مقابل تئوری اجتماعی

روش علمی فرضیه‌ها را از طریق آزمایش مکرر در محیط آزمایشگاهی تایید می‌کند. در این مقاله در ابتدا کوشش‌ها به دنبال نتیجه‌ای در مورد علت بحران است که در آن از روش علمی (فرضیه‌ها و اثبات تئوری) استفاده می‌شود. قیاس ۸۷-۱۹۲۹ یک مثال خوب از تئوری اجتماعی است. آنالوگ توسط تعداد زیادی از شرکت‌کنندگان در بازار صورت می‌گیرد. تئوری‌های اجتماعی نه تنها براساس صحت آن‌ها سنجیده می‌شوند، بلکه باید در مواجهه آن با عقاید و تئوری‌های موجود سنجیده شود. به عبارت دیگر تئوری‌های اجتماعی تا جایی که توانایی ایجاد جهان را داشته باشد، معتبر است. این تئوری‌ها توسط افراد مشاهده و باور می‌شود و از طریق عمل بر جهان تاثیر می‌گذارد. آزمایش این تئوری‌ها در محیط بسته و کنترل‌شده نیست، بلکه در آزمایشگاه‌های انسانی صورت می‌گیرد. تئوری‌های علمی تنها توانایی پیش‌بینی براساس اطلاعات گذشته را دارد. اما این مقاله می‌گوید که علاوه بر پیش‌بینی می‌توان حوادث را خلق کرد. قیاس ۸۷-۱۹۲۹ را می‌توان تئوری مؤثری نامید، چون به‌طور تقریباً کامل خودش را در بازار شناسایی کرد.



تئوری این مقاله

تئوری این مقاله این است که قیمت‌ها در سال ۱۹۸۷ تحت تاثیر ۱۹۲۹ بوده است. چراکه خاطره ۱۹۲۹، سقوط و صعودهای آن، در دوشنبه سیاه ۱۹۸۷ تکرار شد. فرضیه این است که بحران ۱۹۲۹ بحران ۱۹۸۷ را به وجود آورد. بدین علت که این عقیده وجود دارد که معامله‌کنندگان، تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران به دنبال راه‌هایی برای سودآوری بوده‌اند و آن‌ها دسته‌بندی‌هایی از منابع اطلاعاتی را برای عملی کردن اندیشه‌های خود ایجاد می‌کنند. داده‌های ذخیره‌شده بازار از این جمله‌اند. معامله‌گران می‌توانند به این الگوها رجوع کرده و الگوهای را برای آینده ترسیم کنند. تعدادی از معامله‌گران بازار با استفاده از الگوی آنالوگ (قیاسی) از شباهت‌های بین دو بحران آگاه شدند. این اندیشه در بین این افراد رشد کرد. با پیش‌بینی بحرانی نظیر ۱۹۲۹، آن‌ها سفارشات فروش خود را اجرا کردند. تصمیم به فروش منجر به سقوط بازار شد. هم‌چنان که قیمت‌ها توسط افراد آنالوگ به وجود می‌آمد، عقیده توازن بین این سال‌ها قوت گرفت و در دوشنبه سیاه به اوج خود رسید.

شواهد تجربی

Tudor-jones معامله‌گر موفق که صندوق فیوچر را اداره می‌کرد، با استفاده از مدل قیاسی بحران را پیش‌بینی کرد. در صبح ۱۹ اکتبر ۱۹۸۷، روزنامه وال استریت قیمت‌های سهام ۱۹۸۷ را منتشر کرد که به‌طور خارق‌العاده‌ای شبیه قیمت‌های ۱۹۲۹ بود. لارسن، سردبیر روزنامه cash in on chaos از قرار گرفتن اتفاقی دو نمودار XMI ۱۹۲۹ و داو جونز ۱۹۸۷ در پرنتر روی هم از این آنالوگ آگاه شد. ۵ روز قبل از بحران ۱۹۸۷، راوی بنزائ، نویسنده the great depression of ۱۹۹۰ فرضیه‌ای را بیان کرد که تاریخ تاملیل دارد خودش را با جزئیات کامل تکرار کند. بنابراین بحران ۱۹۲۹ می‌بایستی خودش را تکرار کند.

قانون علت و اثر

قیاس ۸۷-۱۹۲۹ یک عقیده اصلی قوی بود (علت) که به اندازه کافی قدرت داشت که حادثه‌ای را که پیش‌بینی شده بود، عملی کند (اثر). طبق قانون علت و اثر، عقاید قوی شرکت‌کنندگان در تحلیل علت و اثر در بازار منجر به ظهور همین روابط شد. به نظر می‌رسد که قیمت‌های بازار که توسط انتخاب‌های مطابق با عقیده ما برای خرید و فروش ایجاد می‌شود، از طریق دسته‌ای از برهان‌های علی غلط اجرا می‌شوند. این قیمت‌های غلط که تابعی از دلایل اشتباه ماست، منبع جدیدی از اطلاعات برای برهان‌های اشتباه بیشتر می‌شود.

نتایج برگرفته از قانون علت و اثر

اگر هیچ‌کس به تقارن بین چهارچوب‌های زمانی بحران‌ها توجه نمی‌کرد، این قیاس ناگفته می‌ماند و عقاید مربوط به آن پدیدار نمی‌شد و بحران رخ نمی‌داد. اگر بحران ۱۹۲۹ اتفاق نمی‌افتاد، بحران ۱۹۸۷ هم رخ نمی‌داد. چون سابقه‌ای از کاهش ۲۲ درصدی وجود نداشت. اگر بحران ۱۹۲۹ ویژگی‌های متفاوتی داشت، مثلاً در آوریل رخ می‌داد، بحران

اقتصاد جهان در مختصات همبرگر!

شاخصی اقتصادی برای شیفتگان مک‌دونالد

مک‌دونالد به‌ویژه بیگ‌مک نیز از این قاعده مستثنا نیستند. البته این گرانی به جای این که سبب نگرانی مردم شود، یا به دغدغه آن‌ها تبدیل شود، باعث افزایش استانداردهای زندگی در این کشور شده است. مردم سوئیس یکی از شادترین و سالم‌ترین افراد در دنیا هستند. بیش از ۸۰ درصد مردم در سوئیس صاحب کار هستند و امید به زندگی آن‌ها ۸۳ سال است. این دو رقم هر دو از میانگین‌های جهانی بیشتر است. کشور ساعت و شکلات حتی در میان کشورهای توسعه‌یافته نیز از همه جلوتر است.

ونزوئلا این روزها ارزان‌ترین بیگ‌مک دنیا را دارد. اما در سال ۲۰۱۳ قیمت هر بیگ‌مک در این کشور بیش از ۹ دلار بود و جزو گران‌ترین بیگ‌مک‌های دنیا به شمار می‌آمد. در چند سال گذشته اقتصاد ونزوئلا سقوط آزادی را تجربه کرده است. یکی از بالاترین نرخ‌های تورم دنیا مربوط به ونزوئلاست. نرخ بالای تورم باعث شده قیمت بسیاری از کالاها و خدمات در این کشور سر به فلک بگذارد. بسیاری از خانواده‌ها تنها نان بخور و نمیری به دست می‌آورند و چیزی برای پس‌انداز ندارند. البته آن‌ها اگر دارایی خود را پس‌انداز کنند هم خیلی زود ارزش خود را از دست می‌دهد. اما نیکولاس مادورو، رئیس‌جمهوری این کشور، سیاست‌های جدیدی را برای کنترل قیمت معرفی کرده که قیمت بیگ‌مک نیز در آن قرار می‌گیرد. به همین خاطر است که قیمت این کالا پایین باقی مانده است. اگر کنترل‌های دولتی نباشد، قیمت بیگ‌مک نیز همراه با دیگر کالاها افزایش پیدا می‌کند.

ارزش ارزهای جهان مهم‌ترین چیزی است که از طریق شاخص بیگ‌مک سنجیده می‌شود. برای مثال با بررسی این شاخص می‌توان شاهد کاهش ارزش یوان در برابر دلار آمریکا بود. همچنین سقوط روبل روسیه نیز از طریق این شاخص به راحتی قابل مشاهده است. این در حالی است که ارزش ارز سوئیس بیش از ۳۰ درصد از دلار بیشتر است. بررسی‌های «وآرژم» نشان می‌دهد تنها ارزش ارز سه کشور سوئیس، نروژ و سوئد از دلار آمریکا بیشتر است و دیگر کشورها همگی ارزشی کمتر از دلار آمریکا را تجربه می‌کنند.

اقتصاد جهان در سال‌های اخیر ثابت کرده که میانهای با ثبات و پایداری ندارد. همه چیز مانند تاسی است که به هوا پرتاب می‌شود و هیچ کس نمی‌تواند پیش‌بینی کند کدام روی تاس به زمین می‌آید و چه اتفاقی در ادامه می‌افتد. اگر اقتصاد آمریکا دچار آشوب شود، قیمت‌های بیگ‌مک در این کشور نیز مانند ونزوئلا با فراز و فرودهای بسیاری همراه خواهد شد. اما اگر اقتصاد جهان با ثبات بیشتری همراه شود، بیگ‌مک در اکثر کشورهای دنیا به یک قیمت واحد در دسترس خواهد بود.

دلکی با لباس زرد و آستین‌هایی با راه‌های سفید و قرمز؛ ساندویچی در دستانش گرفته، اما این بار داخل این نان‌های گرد به جای همبرگر چیزی متفاوت و غیرقابل خوردن قرار دارد. روی لباسش حرف M جلب توجه می‌کند؛ او دلکی است که به نماد مک‌دونالد تبدیل شده، اما این بار به جای مک‌دونالد نماد یک شاخص اقتصادی شده است؛ «شاخص بیگ‌مک». هفته‌نامه اکونومیست در سال ۱۹۸۶ شاخصی را معرفی کرد که شاخص بیگ‌مک نامیده شد. این شاخص پایه خود را بر نظریه برابری قدرت خرید قرار داد، اما به غیر از آن دامنه خود را روی همبرگرهای مک‌دونالد

پهن کرد و به این ترتیب شاخص بیگ‌مک نامیده شد و تحلیل‌گران از آن با عنوان اقتصاد برگر یاد کردند. زمانی که این شاخص از سوی گروه اکونومیست معرفی شد،

کسی تصور نمی‌کرد تا این اندازه مورد استقبال

اهالی دنیای اقتصاد قرار بگیرد. این روزها از این شاخص برای سنجش میزان گرانی در کشورها تا ارزش ارز رایج آن‌ها استفاده می‌شود.

سنجش وضعیت اقتصاد یک کشور به کمک همبرگر به نظر مسخره می‌آید، اما سال‌هاست که قدرت خرید مصرف‌کننده به همین روش ساده سنجیده می‌شود. هر چه سبد قیمتی یک بیگ‌مک بین دو کشور به هم نزدیک‌تر باشد، آن دو کشور موقعیت برابری دارند. ایالات متحده آمریکا خانه اصلی این بیگ‌مک‌ها به شمار می‌آید و قیمت هر مک‌دونالد در آن ۴٫۷۹ دلار است. سوئیس گران‌ترین بیگ‌مک دنیا را دارد و در یک سر طیف قرار گرفته است. قیمت هر بیگ‌مک در سوئیس ۶٫۸۲ دلار است. اما نکته جالب توجه این است که همان بیگ‌مک در ونزوئلا ۰٫۶۷ دلار است و به همین خاطر ونزوئلا در سوی دیگر طیف قرار گرفته است. یک همبرگر نمی‌تواند حرف بزند و اقتصاد جهان را توضیح بدهد، اما به همین سادگی به پایه و اساسی برای بررسی اقتصاد جهان تبدیل می‌شود.

گران‌ترین بیگ‌مک دنیا در گران‌ترین کشور دنیا

اما چرا یک ساندویچ بیگ‌مک ساده در سوئیس تا این اندازه گران است؟ پاسخ در یکی از چیزهایی است که سوئیس شهرت خود را از آن وام گرفته، البته آن چیز ساعت یا شکلات نیست. سوئیس یکی از گران‌ترین نقاط دنیا برای زندگی به شمار می‌آید. بخشی از این مسئله به استانداردهای بالای زندگی در سوئیس باز می‌گردد. مردم به کمک پرداخت دستمزدها و مالیات‌های سنگین موفق شده‌اند استانداردهای زندگی اقتصادی خود را بالا ببرند. بسیاری از کالاها و خدمات به همین خاطر از قیمت بسیار بالایی برخوردار هستند؛ ساندویچ‌های

هفته‌نامه اکونومیست در سال ۱۹۸۶ شاخصی

را معرفی کرد که شاخص بیگ‌مک نامیده شد.

این شاخص پایه خود را بر نظریه برابری قدرت

خرید قرار داد، اما به غیر از آن دامنه خود را روی

همبرگرهای مک‌دونالد پهن کرد و به این ترتیب

شاخص بیگ‌مک نامیده شد و تحلیل‌گران از آن با

عنوان اقتصاد برگر یاد کردند



توسعه اقتصادی با گردشگری پایدار

قطب‌های گردشگری در جهان تبدیل می‌شوند. یکی از بزرگ‌ترین و سودآورترین صنایع در جهان همین صنعت گردشگری است. بر اساس گزارش سازمان ملل، گردشگری بین‌المللی به‌عنوان یکی از بخش‌های اصلی اقتصاد جهان در حال رشد و گسترش است. در دهه ۹۰ میلادی رشد گردشگری بین‌المللی به‌طور متوسط سالانه ۷٫۳ درصد بوده است. در سال ۱۹۹۹ این رشد به بالای ۸ درصد رسیده است. یکی از منابع اصلی کسب درآمد جزیره‌های کوچک نیز صنعت توریسم است. گردشگری مهم‌ترین بخشی است که می‌تواند شغل مورد نیاز زنان را تأمین کند. به‌علاوه کسانی که به دنبال شغل‌های پاره‌وقت هستند نیز از توریسم بهره می‌برند.

اما آن‌چه در مورد گردشگری پایدار اهمیت بسیاری دارد، این است که در کنار تمام این مزایای اقتصادی، مشکلاتی که این صنعت می‌تواند ایجاد کند و همچنین اثرات مخرب فرهنگی آن به حداقل برسد. مصرف و کاهش منابع طبیعی یکی از عمده‌ترین مشکلاتی است که توریسم در یک منطقه می‌تواند آن را تشدید کند. اکثر توریست‌ها در سفر مصرف خود را دو چندان می‌کنند و این جریان می‌تواند در کشور یا شهر مقصد مشکلات جدی را ایجاد کند. به این ترتیب مصرف منابع طبیعی و آسیب به اکوسیستم جزو دو مورد اساسی است که به‌عنوان مضرات گردشگری برای محیط زیست معمولاً به آن‌ها اشاره می‌شود. اما کشورهایی که صنعت آن‌ها به‌طور ویژه بر پایه گردشگری است، در حال حاضر به این مسائل به‌عنوان تهدیدی جدی نگاه می‌کنند. آن‌ها دریافته‌اند که گردشگری ناپایدار مشکلاتی را ایجاد می‌کند. به همین خاطر است که سازمان گردشگری جهانی مفهوم گردشگری پایدار را ایجاد کرد. گردشگری پایدار از یک سو باعث می‌شود توریست لذت بیشتری از سفر خود ببرد و از سوی دیگر مزایای اقتصادی توریسم را به حداکثر می‌رساند. اما برای این که گردشگری به این نقطه دست پیدا کند، همه باید برای آن تلاش کنند. در این سال‌ها که ایده گردشگری پایدار مطرح شده، سازمان‌ها و نهادهای مختلفی آن را پی‌گیری کرده‌اند. طبق تعریف، گردشگری پایدار باید مطابق با نیازهای اجتماعی، فرهنگی، اکولوژیکی و محیط زیستی جوامع پیش برود. بر اساس گزارش‌های سازمان ملل، رویکردهای مدرن در زمینه گردشگری می‌تواند تا ۲۵ سال آینده این صنعت را در اکثر کشورها به صنعتی پایدار تبدیل کند. البته نمی‌توان فرمولی جهان‌شمول در زمینه گردشگری پایدار ارائه داد. اما این مسئله می‌تواند تمامی کشورها و شهرهایی را که مقصد گردشگران هستند، به نوعی دربر بگیرد و به همین خاطر باید مقامات و مسئولان در این زمینه اقدام کنند. به‌رحال هر برنامه‌ای که برای گردشگری در نظر گرفته می‌شود، باید به نوعی گردشگری پایدار را مورد توجه قرار بدهد.

«اصفهان نصف جهان» همین عبارت کوتاه کافی است تا سفر و گردشگری در اصفهان را توجیه کند. اما واقعیت این است که اصفهان تنها شهر دیدنی در ایران نیست. شهرها و مناطق دیگری نیز وجود دارند که به اندازه شهر نصف جهان زیبایی‌های دیدنی را در خود جای داده‌اند. در همه جای دنیا مناطق دیدنی جذابی وجود دارد، اما در عالم واقع تنها شهرها و کشورهای خاصی هستند که مورد توجه گردشگران یا توریست‌ها قرار می‌گیرند و به همین خاطر مشکلات و موانعی را بر سر راه گردشگری پایدار ایجاد می‌کنند. این مناطق از یک سو به جایی برای کسب درآمد مردم بومی منطقه تبدیل می‌شوند و از سوی دیگر مشکلاتی را برای آن‌ها ایجاد می‌کنند. گردشگری پایدار مفهومی است که برای کاهش مشکلات و افزایش سود اقتصادی شکل گرفته است. این مفهوم که زیرمجموعه توسعه پایدار است، نه تنها به نیازهای فعلی مردم منطقه و توریست‌ها می‌پردازد، بلکه نیازها و فرصت‌های آینده را نیز مورد توجه قرار می‌دهد.

اروپا نخستین مقصد گردشگران است. طبق آمار رسمی به‌دست آمده از سازمان ملل، در سال ۲۰۰۰ حدود ۵۷٫۸ درصد از گردشگران به اروپا سفر کرده‌اند. این یعنی بیش از نیمی از توریست‌ها به اروپا رفته‌اند. پس از آن نیز شرق آسیا مورد توجه توریست‌ها قرار گرفته است. اما در کشورها و شهرهای اروپایی این مسئله به یک معضل تبدیل شده است. شهرهای گردشگری عموماً بسیار گران هستند و مردم بومی منطقه را به دردرسر می‌اندازند. به‌علاوه هجوم سیل گردشگران که هر کدام فرهنگ متفاوتی دارند نیز یکی دیگر از منابع مشکل است. گردشگران اغلب از فرهنگی کاملاً متفاوت از فرهنگ مردم کشور مقصد سفر کرده و مشکلاتی را در این زمینه ایجاد می‌کنند. بررسی‌ها از گزارش‌های اکونومیست نشان می‌دهد عمده‌ترین گردشگران، چینی هستند. طبق آمار از هر ۱۰ توریست یک نفر از چین سفر کرده است. یکی از غذاهای مورد علاقه چینی‌ها خرم‌چنگ است، اما این مسئله باعث شده اکثر آن‌ها عادت بدی داشته باشند. بسیاری از هتل‌داران، به‌ویژه در کشورهای اروپایی، از بوی بد کتری‌های داخل اتاق گلایه می‌کنند. طبق گفته آن‌ها چینی‌ها خرم‌چنگ‌های محبوب خود را در این کتری‌ها درست می‌کنند و باعث بوی بد آن‌ها می‌شوند. همین یک مثال ساده می‌تواند تا حدود زیادی نشان بدهد چطور توریست‌ها به مقصرهای اصلی بسیاری از کشورها و شهرهای توریستی تبدیل می‌شوند.

صنعت رو به رشد توریسم

هر چند توریسم می‌تواند هزینه‌هایی مانند بوی بد کتری هتل‌ها را به دنبال داشته باشد، اما سودهای کلانی را نیز به دنبال دارد و به همین خاطر برخی مناطق به

شغل بیشتر یا بهتر، مسئله این است

طریق رفع بی‌کاری تنها راه‌حل نیست، بلکه افزایش کیفیت مشاغل نیز جزو دغدغه‌ها در این بخش است. از آن‌جا که زنان عموماً قربانی اصلی کارهای بی‌کیفیت هستند، این برنامه‌ها ابتدا برای آن‌ها اجرایی می‌شود.

بر اساس اهداف توسعه هزاره، دولت‌ها نه تنها باید برای از بین بردن بی‌کاری و ایجاد شغل‌های بیشتر تلاش کنند، بلکه باید به فکر کیفیت شغل‌ها نیز باشند. در توسعه پایدار، دستیابی به رشد اقتصادی از

از آن‌جا که زنان عموماً قربانی اصلی کارهای بی‌کیفیت هستند، این برنامه‌ها ابتدا برای آن‌ها اجرایی می‌شود.

زنان قربانی کارهای بی‌کیفیت

تفاوت بین زنان و مردان در زمینه کار، در مناطق و بخش‌های مختلف به اشکال مختلفی وجود دارد. زنان عموماً نسبت به مردان فرصت‌های شغلی کمتری دارند. این مسئله به‌ویژه در جنوب آسیا، خاورمیانه و شمال آفریقا بیشتر حاکم است. به‌علاوه زنان به صورت کلی به شکلی نابرابر در بخش‌های کشاورزی و بخش‌های غیررسمی مشغول به کار هستند. نکته قابل توجه نیز این است که این دو بخش جزو بخش‌هایی هستند که کمترین سود و ثمربخشی را برای فرد شاغل به همراه دارند. اما اگر این زنان مانند مردان اجازه پیدا کنند که در بخش‌های کارآمدتری مشغول به کار شوند، می‌توانند در زمینه رشد اقتصادی بسیار موثر واقع شوند و به این ترتیب بسیاری از چالش‌های اهداف هزاره را برطرف کنند.

اما چطور می‌توان از طریق رشد اقتصادی، شغل‌های بیشتری ایجاد کرد؟ پاسخ ساده است: «از طریق افزایش بهره‌وری.» رشد اقتصادی پایدار از طریق افزایش سطوح بهره‌وری اتفاق می‌افتد و این امر در صورتی محقق می‌شود که دولت‌ها از شغل‌های کم‌بازده به کارآمد و پربازده تغییر جهت بدهند. بررسی‌ها از گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد کلید اصلی ماجرا در این است که دولت‌ها تمرکز خود را روی بخش خدمات قرار بدهند، چراکه در این بخش افراد بسیار زیادی مشغول به کار هستند. اما مشکل در این است که بازدهی این بخش عموماً پایین است. یافتن راه‌کارهایی برای افزایش بهره‌وری و کارآمدی در این بخش می‌تواند به تحقق هر چه سریع‌تر اهداف هزاره نیز کمک کند.

یافته‌های پژوهش‌گران بانک جهانی نشان می‌دهد بسیاری از افرادی که در سرتاسر جهان مشغول به کار هستند، با تمام ظرفیت خود کار نمی‌کنند. آن‌ها معمولاً چند ساعت در روز کار می‌کنند، درحالی‌که خودشان تمایل به شغل‌های تمام‌وقت دارند. در برخی موارد نیز سطح مهارت آن‌ها برابر با شغلی که می‌گیرند، نیست. مثل کسانی که با مدارک لیسانس و فوق‌لیسانس در بخش‌های خدماتی مشغول به کار هستند. به این ترتیب دولت‌ها باید این قضیه را از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار بدهند و راه‌کارهای موثر آن را پیدا کنند. شاید نخستین قدمی که دولت‌ها باید در این راستا بردارند، افزایش اطلاعات و داده‌ها در این زمینه است. درنهایت، دستیابی به شغل‌های بهتر و مطلوب‌تر یعنی ایجاد پول بیشتر، و این یعنی رشد اقتصادی بیشتر. و به این ترتیب کیفیت زندگی افزایش پیدا می‌کند.

«۶۰۰ میلیون» به‌تنهایی به نظر رقم کمی نمی‌آید؛ مثلاً ۶۰۰ میلیون تومان، ۶۰۰ میلیون کتاب، یا ۶۰۰ میلیون شغل! بر اساس جدیدترین گزارش بانک جهانی از میان یک‌میلیارد و ۸۰۰ میلیون جوانی که در جهان زندگی می‌کنند، حدود یک‌سوم آن‌ها نه صاحب کار هستند، نه فارغ‌التحصیل و نه حتی آموزشی برای آغاز کار دریافت می‌کنند. اما از این وحشتناک‌تر این است که ظرف یک دهه آینده بیش از یک‌میلیارد جوان دیگر وارد بازار کار می‌شوند و در میان آن‌ها تنها ۴۰ درصد به فرصت‌های شغلی دست پیدا می‌کنند. به این ترتیب اقتصاد جهان باید تا یک دهه آینده حدود ۶۰۰ میلیون شغل جدید ایجاد کند. یعنی هر ماه حدود پنج‌میلیون شغل جدید باید در جهان ایجاد شود. تنها در این صورت است که اقتصاد جهان می‌تواند هم‌پای نرخ پیش‌بینی‌شده در زمینه رشد بی‌کاری جوانان پیش برود. به همین خاطر است که بی‌کاری به اولویت همگانی در تمام نقاط دنیا تبدیل شده است.

هر چند صاحب شغل شدن و کسب درآمد کردن به نظر خوب می‌آید، اما مطلوب نیست. شغل داشتن زمانی مطلوب است که برای فرد مشغول به کار رضایت‌بخش باشد، حقوق کافی دریافت کند و از کیفیت کار خود راضی باشد. بررسی‌های «وکارزم» از گزارش سازمان بین‌المللی کار نشان می‌دهد ۲۱ میلیون نفر در جهان از کار اجباری رنج می‌برند. از میان این افراد، ۱۱ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر زن و دختر هستند. ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر نیز مرد و پسر هستند. نکته جالب توجه این است که در میان این ۲۱ میلیون نفر، حدود ۱۹ میلیون نفر از سوی شرکت‌ها و افراد در بخش‌های خصوصی به کار گماشته شده‌اند و دومیلیون دیگر نیز از سوی دولت‌ها و گروه‌های شورشی به کار اجباری و بدون مزد یا همان بیگاری مشغول هستند. این در حالی است که سالانه از کار اجباری حدود ۱۵۰ میلیارد دلار صرفه اقتصادی به دست می‌آید. به این ترتیب بسیاری از افرادی که مشغول به کار هستند و به رشد اقتصاد جهان کمک می‌کنند نیز درحقیقت بیگاری می‌کنند.

اما بیگاری بخشی از مشکل است. بخش دیگر مشکل در زمینه اشتغال، ایجاد شغل‌های باکیفیت است. بر اساس گزارش‌های بانک جهانی، زنان بیشتر مشغول کارهایی هستند که کمترین سود و صرفه اقتصادی را به دنبال دارد. بر اساس اهداف توسعه هزاره، دولت‌ها نه تنها باید برای از بین بردن بی‌کاری و ایجاد شغل‌های بیشتر تلاش کنند، بلکه باید به فکر کیفیت شغل‌ها نیز باشند. در توسعه پایدار، دستیابی به رشد اقتصادی از طریق رفع بی‌کاری تنها راه‌حل نیست، بلکه افزایش کیفیت مشاغل نیز جزو دغدغه‌ها در این بخش است.



نابغه

بعد از PC نام گرفت و کامپیوترهای امروزی نیز مبتنی بر آن هستند، بسازد و وارد بازار کند. IBM تصمیم گرفت کار نرم افزار آن را به عهده شرکت دیگری بگذارد. این بود که IBM قراردادی با شرکت مایکروسافت بست تا نرم افزارهای سازگار با کامپیوترهای شخصی IBM را تولید کند. گیتس زمانی که فقط ۱۹ سال داشت، مایکروسافت را مدیریت می کرد. او به قدری کار می کرد که حتی گاهی چند روز محل کار خود را ترک نمی کرد و به همراه کارمندان خود به سختی روی پروژه های مختلف و سفارش مشتریان کار می کرد. گیتس زمانی که در مایکروسافت کار می کرد، به خاطر زبان نیش دار و پر از طعنه اش شهرت داشت و لحن کلام او در جلسات و ای میل هایش نیز معمولاً همین گونه بود، اما مخاطب مستقیم او افراد نبودند. یکی از اشخاصی که با گیتس کار کرده، می گوید: «گیتس شاید عصبانی به نظر می رسید، اما هیچ گاه ندیدم که با فردی بد صحبت کند». ویدر سال ۲۰۰۰ از مدیرعاملی کنار می کشد و بالمر را جایگزین خود می کند و راه مادر خود را ادامه می دهد (تاسیس بنیاد خیریه). او با ۲۹ میلیارد دلار سرمایه، بنیاد خیریه بیل و ملیندا را تاسیس کرد. سال ۲۰۰۶ گیتس اعلام کرد از ژوئیه ۲۰۰۸ کار در مایکروسافت را رها می کند، ولی به دلیل علاقه زیاد در کارهای برنامه نویسی به مایکروسافت کمک خواهد کرد.

حقایق عجیب از بیل گیتس

بیل گیتس زمین خانه اش را در سال ۱۹۸۸ به مبلغ دویلمیون دلار خرید و ساخت خانه اش حدود هفت سال به درازا انجامید و در سال ۱۹۹۵ به پایان رسید. از خصوصیات این خانه آن است که به محض ورود هر مهمان یک microchip به سینه او نصب می گردد که ارکاندیشن و الکتریسیته و سایر احتیاجات در محل سکونت مهمان، با سلیقه و خواست مهمان، مرتباً به صورت اتوماتیک تنظیم می گردد. در ضمن تمام دکوراسیون و آثار هنری در قسمت اقامت مهمان مطابق با سلیقه شخصی مهمان بلافاصله تغییر می کنند و همیشه فقط نزدیک ترین دستگاه تلفن به آن شخص زنگ می زند.

گیتس حس شوخ طبعی فوق العاده ای دارد. برای نمونه زمانی ویدیویی عاشقانه را برای وبسایت سرگرمی ردیت روی یوتیوب قرار داد که مملو از نکته های نغز و لطیف بود و بسیاری را به خنده واداشت.

بیل گیتس جوان فردی بی باک بود. در دهه ۱۹۸۰ میلادی، زمانی که این مدیر جوان و شریکش آلن نتوانستند به موقع خود را به هواپیمایی در فرودگاه بین المللی سانفرانسیسکو برسانند، گیتس شروع به فشار دادن دکمه های کنترل در مسیر سر پوشیده ورود به هواپیما (جت وی) کرد تا مانع از پرواز آن شود. جالب است بدانید این کار به هیچ وجه باعث دستگیری او نشد و حتی مقامات فرودگاه اجازه ورودش را به هواپیما دادند.

او علاقه خاصی به خرید مدل های مختلف پورشه داشت و با جنونی وصف ناشدنی پشت فرمان این ماشین ها می نشست. جالب است بدانید که در دوران جوانی خود بارها و بارها به خاطر تخلفات رانندگی جریمه شد و همین مسئله او را مجبور کرد که وکیل را صرفاً برای حل این مسائل به استخدام خود در بیاورد. اما گیتس اصول جوانمردی را به خوبی رعایت می کرد و هر زمان با خودروهای پارک شده برخورد می کرد، کارت ویزیتش را برای راننده خودروی مقابل می گذاشت تا برای دریافت هزینه با او تماس بگیرد و این مسئله با چنان تناوبی اتفاق می افتاد که باعث دهان به دهان شدن یک جمله در منطقه سیاتل شد: بیل آدر زبان انگلیسی به معنای جریمه یا صورت حساب را برای بیل گیتس بفرست.

همه فعالیت های بشردوستانه گیتس از طریق بنیاد او انجام نمی شوند و او پروژه هایی را نیز شخصاً بر عهده می گیرد که می توانند برای شخص او نیز پول ساز باشند. یکی از این پروژه ها یافتن راهی برای تامین انرژی پاک در تمامی کشورهای فقیر دنیا است.

روزانه میلیاردها انسان از اختراع کسی که در ۱۳ سالگی اولین نرم افزار خود را که یک بازی ساده بود، نوشت، استفاده می کنند. دنیای مدرن مدیون این سیاتلی سختکوش هستند. ویلیام هنری گیتس سوم، مشهور به بیل گیتس، رئیس و مؤسس شرکت مایکروسافت، در ۲۸ اکتبر ۱۹۵۵ در یک خانواده متوسط در شهر سیاتل آمریکا متولد شد.

گیتس از همان دوران کودکی روحیه رقابت طلبی خود را نشان داد و سعی می کرد در هر زمینه ای از دوستان خود پیش باشد. او تحصیلات ابتدایی را در مدرسه عمومی پشت سر گذاشت و در آن جا بود که با کامپیوتر آشنا شد. در آغاز یکی از سال های تحصیلی، مسئولان مدرسه تصمیم گرفتند با کمک خانواده دانش آموزان، یک ترمینال کامپیوتر اجاره کنند و در اختیار دانش آموزان قرار بدهند. در این هنگام بیل گیتس با کامپیوتر آشنا شد و به سرعت در استفاده از آن مهارت کسب کرد. در ادامه با این میلیارد خلاق آشنا می شویم. او که تحصیلاتش را در دانشگاه هاروارد نیمه کاره رها کرد، برخلاف بسیاری از ثروتمندان که می گویند از هیچ شروع کرده اند و صرفاً با سعی و تلاش خود به ثروت رسیده اند، گیتس یک فرد معمولی نبود. پدر او یک وکیل موفق و سرشناس بود و پدر جدش هم یک بانک را بنیان گذاشت که بعدها مدیریت آن به پدر بزرگش رسید و عاقبت زمانی که تنها یک کودک بود، سرمایه ای یک میلیون دلاری را برای او بر جای گذاشت. بیل گیتس در سال ۱۹۷۵ به همراه دوست دوران کودکی خود، پل آلن، شرکت کوچکی به نام Microsoft با شعار در هر خانه یک کامپیوتر ایجاد کرد. مایکروسافت انواع زبان های برنامه سازی را برای کامپیوترهای مختلف تولید می کرد. در آن زمان مایکروسافت فقط ۴۰ کارمند داشت که شبانه روز کار می کردند و کل فروش آن فقط ۲/۴ میلیون دلار در سال بود. در سال ۱۹۸۰ شرکت IBM برای این که از بازار کامپیوترهای شخصی عقب نماند، تصمیم گرفت کامپیوتر خود را که



وداع با هدفون‌های گره خورده!

غیرمنتظره نیست، تب سوشال ژورنالیسم این روزها آن قدری بالا گرفته است که با تقریب خیلی خوبی می‌توان اعلام کرد که حالا ما ۷۰ میلیون ایرانی همدوس خودعکاس‌پندار داریم که ارتقای دوربین آیفون ۷، به راستی می‌تواند زندگی حرفه‌ای و هنری (معادل اینستاگرامی)‌شان را تحت‌الشعاع قرار دهد. در این میان هم، کم نیستند شوخی‌ها و انتقادهایی که این معرکه‌گیری تکراری اپل و این ذوق هرباره مردم از رونمایی‌های نخنما را نشانه می‌گیرند. هرچه می‌خواهید از این گوشی جدید و قابلیت‌ها و امکانات جدید و قیمتش بدانید را می‌توانید با جست‌وجویی ساده و پرثمر در انواع و اقسام جست‌وجوگرها به دست آورید، غرض ما از اشغال این صفحه، این بوده که دور هم بنشینیم و به آن دسته شوخی‌ها و نقدهای مذکور بپردازیم و بخندیم به ریش همه آن کسانی که از رونمایی تا حالا، از زندگی‌شان افتاده‌اند و با هزار جور قرض و التماس و خرید بلیت، آماده سفر به بلاد کفر شده، بلکه بتوانند پستی شبانه از ایستادشان در صف‌های پرازدحام پیش‌خرید گرفته، در صفحات اجتماعی‌شان منتشر کرده و چشم دنیا را کور کنند.

هنوز هم می‌توان به راحتی قیافه کج و کوله شده همه آیفون ۶ خریدده‌ها را به یاد آورد، به وقت رونمایی از آیفون ۶ موعودی که قرار بود این بار در بازتابی کنایی در رابطه با آن نمایه S، هیچ هم شبیه به مدل قبلی نباشد، اما کپی زشت و توهین‌آمیزی بود که هیچ کس درست‌وحسابی متوجه تغییراتش نشد. هنوز هم عکس‌ها از شلوغ‌کاری‌ها و صف‌های طول و پرتراکم جلوی اپل‌استورها از زمان را می‌توان با سرچی نیم‌دقیقه‌ای گیر آورد و به استدلالی استقرایی، از سیر رونمایی‌های گوشی موبایل‌های اپل و بازخوردهای هیجانی مردم در طول زمان، به راحتی استنتاج کرد که بلی، آیفون ۷ هم همان قدر اتفاق شگرفی است که آیفون ۶ بود و البته همان اندازه هیجان دارد که آیفون ۶ قرار است در آینده‌ای نه‌چندان دور با خود همراه داشته باشد. هرچند کمپانی اپل، از هیجان‌انگیزترین آگهی‌ها برای ایجاد شور و هیجانی مضاعف بهره می‌برد، اما حتی در آپشن‌های جدیدی که ارائه داده است هم اتفاق چنان خاصی چشم آدم را نمی‌گیرد. با این وجود هنوز هم می‌بینیم عکس‌العمل‌های عجیب و غریب هم‌وطنانی را که از سرمایه کنار گذاشته شده برای هزینه ازدواجشان می‌گذرند، بلکه بتوانند آیفون ۷ بخرند. خیلی هم

آینده‌ای همراه با پیش‌بینی افزایش شمار فوتوگراف‌های موبایلی!

همان‌طور که از قبل هم وعده داده شده بود، آیفون ۷ قرار است تحولات سخت‌افزاری را به همراه داشته باشد که پیش از این هرگز با این شیب اتفاق نیفتاده بودند. مهم‌ترین این تغییرها در راستای دوربین آیفون نوشکفته است. به این ترتیب که حالا علاوه بر رزولوشنی که کمافی‌السابق ۱۲ مگاپیکسل است، قرار است سنسوری در کنار لنز جلویی آن به کار رود که می‌تواند اوضاع را به نسبت قبل متحول کند. لرزش‌گر اپتیکال هم امکان ثبت عکس‌هایی واضح‌تر را در اختیار کاربران قرار می‌دهد. نکته قابل توجه دیگر در ارتباط با دوربین این گوشی تازه‌رونمایی‌شده، توانایی روشنایی فلشی است که ۵۰ درصد از دوربین‌های قبلی بیشتر شده است. سنسور «فلیکر»ی که اضافه شده است هم می‌تواند به‌صورت خودکار شاتر را تنظیم کرده و مانع از انباشت عکس‌های بی‌کیفیت با نور مصنوعی شود. دوربین‌های دوگانه اما پرحرف و حدیث‌ترین بخش از اخبار مرتبط با دوربین آیفون ۷ پلاس است. این گوشی قرار است دو دوربین با سنسور ۱۲ مگاپیکسلی داشته باشد با لنزهای متفاوتی که، برای دوربین اصلی عریض و برای دوربین دوم تله‌فوتو است. قابلیت تازه بوکه هم که قرار است کمی بعدتر از توزیع گوشی و در قالب یک آپدیت عملی شود، شامل امکان تغییر فوکوس، از ویژگی‌های دوربین‌های گران‌قیمت است. پیش‌بینی می‌شود بعد از ابداع دوربین‌های دوگانه تلاش در راستای رژیم و مصرف باورنکردنی فست‌فود در دنیا و کاهش چاقی، به طور چشمگیری کم‌رنگ شود. چراکه با این قابلیت تازه، بحران جا نشدن در قاب سلفی‌ها هم حل شود و به خوبی مدد می‌کند که آدم‌های تنها، تنها تر شوند.

نوستالژی هدفون‌های سیمی

هر کدام از ما هم‌عصرانی که تا قبل از ۲۰۰۰ میلادی متولد شده‌ایم، روزی برای نوه‌هایمان از خاطرات نوجوانی کردنمان با هدفون‌های سیم‌دار خواهیم گفت. از تایم روزانه‌ای که صرف باز کردن گره‌شان می‌کردیم و از خاطرات گیر کردن این سیم‌ها با بند و بساطمان در حدی که از حرکت انگشتانمان هم باز می‌ماندیم و مضحکه می‌شدیم. رونمایی از هدفون‌های بی‌سیم مخصوص آیفون ۷، به مهم‌ترین شایعه از جدیدترین نسل گوشی‌های اپل رنگ واقعیت زد و حیرت بسیاری را برانگیخت، در عین حال اما چالش‌های بسیاری را نیز از جانب کاربران شاهد بود که چندان هم از این قابلیت جدید، ابراز خوشحالی نکردند.

چندی از افراد طناز هم دست به ابتکاری جالب زده و با طراحی سایتی بسیار مشابه به سایت اپل (appleplugs.com)، پلاگ‌های کوچکی را می‌فروشد که با فرو رفتن در جای هدفون آیفون‌های قدیمی، آن‌ها را شکل

«ضد آب» یا «مقاوم در برابر آب»، مسئله این است!



بعد از پخش شدن اخبار مربوط به رونمایی از آخرین دستاورد تلفن همراه های اپل، مردم خوش خیالانه تابستان های جدیدی را برای خود متصور شدند که قرار است با آیفون هایشان به استخر و دریا بروند و همان تنها عکس هایی هم که تا به حال از حریم خصوصی شان در ارائه جهانیان قرار نداده بودند را نیز ثبت کنند. اما زهی خیال باطل که این خبر نه که شایعه باشد، بلکه ناشی از بی توجهی به توضیحات دقیق در رابطه با این محصول است. حقیقت ماجرا این است که آیفون ۷ دارای گواهی IP۶۷ است، به این معنا که می تواند تا عمق ۱.۵ متری آب، به مدت نیم ساعت غوطه ور بماند. به این ترتیب که من بعد خطری ندارد اگر گوشی تان از دستتان در چاه توالت بیفتد، یا اگر زیر باران خیس شود، یا حتی اگر یک بار با دهانی پر از نوشیدنی از خنده منفجر شوید و از قضا آیفون تان هم مورد اصابت واقع شود و از همه محتمل تر، اگر تاب زندگی بی تکنولوژی برای چند دقیقه را هم نیاورید و گوشی تان را در تمام مدت دوش گرفتن همراهتان داشته باشید، خیالتان می تواند راحت باشد که با اعتماد به سخنرانی برگزار شده در رونمایی، همه چیز امن و امان می ماند. آیفون ۷ فکر ریزترین محدوده های متعلق به حریم خصوصی شما را هم کرده است و هر مانعی در مسیر، اعم از آسیب در اثر برخورد با آب و گرد و غبار را هم دریده است. اصلاً چه معنایی دارد آدم ها در این عصر جهانی شدن، دمی را بخواهند فارغ از وابستگی های تکنولوژیک خود بگذرانند؟



به رنگ مشکی براق، مشکی تر از همیشه!

یا ۲۵۶ گیگابایت طراحی شده است، با اختلافی انکارناپذیر بالاتر از سایر رنگ ها قیمت گذاری شده است و جای تعجب است، که تئوری هرچی گران تر، بهتر، کماکان چنان زنده و جوشان است که اکثریت قریب به تمام داوطلبان پیش خرید آیفون ۷ در سراسر دنیا، یک صدا خواستار این جت بلک یا مشکی براق شده اند. این که مردم این چنان برای آیفون ۷ هیجان زده شدند و این که این چنین به دنبال خرید رنگ بی فایده ترند، انگار که اهمیتی ندارد که رویش را قاب می گیرد و اگر هم نگیرد، آسیب پذیرتر است، تاییدی بر این دیدگاه است که «ما که خرج می کنیم که خرج کرده باشیم» و همه این را بفهمند، نه این که از کیفیت بهتری برخوردار شویم. همان طور که هیجان زدگی کاذبمان برای کمک به شهرت یک کمپانی و صدای کرکننده جیغ و سوت هایمان برایش، همه و همه ناشی از فرایند یکپارچگی جهانی است. مردمی از سراسر دنیا که بر سر بدوی ترین قوانین بشری و ساده ترین اشکال تصمیمات مدنی درگیر و حشیه ترین نبردها شده اند، اما می توانند راس یک روز و یک ساعت میخکوب تبلیغ اربابی شوند که قرار است به زودی مرکبش شوند و اجازه راندنش دهند. انگار نه انگار که هیجان زده، در انتظار خرید ابزاری نشسته ایم که به خیالمان قرار است هویتمان را بازگوید، غافل از این که این ابزار/ارباب قرار است بیاید و برای سبک زندگی مان قوانین جدیدی وضع کند و برده وار، هویتمان را بزداید. با این یکسان سازی همگانی و القای بی نیازی نسبت به زندگی جمعی سابقمان، لشکری از سربازانی مطیع فراهم آورد که به وقت فرمانی که گاه در شکل یک آپدیت ظهور می کند و گاه در هیبت یک حرکت جمعی، تنها جوابی که از واژگان به یاد دارد، «بله، قربان» است.

این سری از آیفون های جدید دو دسته رنگ مشکی دارند که یکی مشکی مات و دیگری مشکی براقی یا به اصطلاح همان جت بلک است. این دو رنگ تفاوت های زیادی با هم دارند و به شدت توجه کاربران را به خود جذب کرده اند، اما پیش از هر چیز لازم است به خودمان یادآوری کنیم که کمتر کسی پیدا می شود که بعد از پرداختن هزینه آیفون خود، به فکر خریدن قابی برای محافظت آن نیافتد و در همین نقطه حساس است که رنگ بندی ها اهمیت خود را از دست می دهند. با وجود همه این ها، چونان که برمی آید مشکی براق به مراتب مشکی تر از مشکی مات است و آن هایی که عاشق سیاهی شب و رنگ پر کلاغ هستند و به راستی شدت سیاهی را معیاری برای انتخاب تلفن همراه خود لحاظ می کنند، حالا می توانند مطمئن باشند که مشکی ترین آیفون دنیا به زودی قرار است که از راه برسد. نکته دیگر در مورد آیفون مشکی براق این است که اگر بدون قاب استفاده شود، زودتر جای لک و رد انگشت را به خود می گیرد و امکان ایجاد خش رویش هم به مراتب محتمل تر از مشکی مات است. از طرفی اما از آن جایی که این رنگ تنها برای آیفون ۷ با حافظه ۱۲۸

آیفون ۷ جا می زند.

مهم زندگی شان را بر مبنای زمان تخمینی بقای شارژشان هماهنگ می کنند، چطور می توان انتظار داشت که حالا از ایرپادهای شارژی استقبال کنند؟

در میان قابلیت های آیفون ۷، ایرپادها می توانند پدیده مهمی به حساب آیند. در زمانه خشونت باری که این روزها تجربه می کنیم، تجهیز به موسیقی و انسداد راه های شنیداری اضافی در مقابل آلودگی های صوتی سطح شهر، از اهمیتی دوجندان برخوردار شده است و می توان تصور کرد که حالا با راحت تر شدن کار، همه مردم ایرپاد به گوش، به پیش بینی افسانه ای تبدیل آدم ها به ارواحی بیگانه و فردگرا و بدون کوچک ترین اعتنایی به دنیای پیرامون، محقق شود.

نخستین علت نارضایتی ها، از بابت اطمینان کاربران در مورد گم کردن این «ایرپاد» هاست. بدیهی است کسی که هدفون با آن اهبت و آن حجم از سیم های در هم تنیده را روزی چندبار گم می کند، دست کم یکی از این ایرپادهای پیشرفته را در کسری از ثانیه پس از بیرون آوردن از جعبه، برای همیشه از دست خواهد داد.

نکته دیگر هم شارژی بودن این ایرپادهاست. گویا اپل خیلی هم از کاربران خود شناخت ندارد، وگرنه بر همگان مبرهن است که از جمله دغدغه های همیشگی نسل تکنولوژیک، ناله کردن از بی شارژی است. از مردمی که ساعت قرارهای



لحظات مهم زندگی ماهاتما گاندی

مبارزه بدون خشونت

نامی به بزرگی تاریخ جهان، به بزرگی هندوستان. مردی که با عقاید و طرز فکر خود، جهان را متحیر و مسحور خود ساخت و تاثیری انکارنشدنی بر مردم سراسر جهان گذاشت. کسی که رهبری مبارزات استقلال طلبانه هند را به خوبی پیش برد و با نگرش خاص خود و استواری بر نگاه و عقیده اش، موفق شد به آن چه می اندیشید و هدف بزرگش بود، دست یابد. به بهانه ۱۰ مهر، زادروز ماهاتما گاندی، رهبر ملی و معنوی هند و بنیان گذار استقلال شبه جزیره هندوستان، نگاهی انداختیم به برخی از اتفاقات مهمی که رقم زد و همچنین برخی از سخنان ماندگارش.

گاندی که به آفریقای جنوبی رفته بود، در آن جا با برخوردهای نژادپرستانه و همچنین رفتارهای تبعیض آمیز روبه رو شد. در سال ۱۹۰۶ دولت ترانسوال، قانونی وضع کرد که بر اساس آن جمعیت هندی آن منطقه ناچار می شدند مجوز اقامت رسمی اخذ کنند. پس از این موضوع، در یازدهم سپتامبر تظاهراتی بزرگ در ژوهانسبورگ در اعتراض به تصویب این قانون برگزار شد. گاندی که پیرو روش ساتیاگراها (پیروی از حقیقت) بود، از هم وطنان خود درخواست کرد تا از مراجعه به مراکز ثبت خودداری کنند و به جای خشونت، قانون وضع شده را نادیده بگیرند. هرچند هندی ها می دانستند با قبول چنین نوع اعتراضی دچار مشکل می شوند، اما آن را پذیرفتند. به این ترتیب بود که هزاران هندی بازداشت و روانه زندان شدند که البته خود گاندی نیز از جمله آن ها بود. برخی شلاق خوردند و بعضی دیگر تیرباران شدند. با این وجود هندی ها به اعتراض غیرخشونت آمیز خود ادامه دادند. این مبارزه هفت سال به طول انجامید. هرچند مبارزه آن ها در آن زمان سرکوب شد، اما مدتی بعد به دلیل فشار افکار عمومی، ناچار شدند با گاندی وارد مذاکره شوند.

گاندی برای اعلام مخالفت خود با مالیات نمک در هند و همچنین جلب توجه مردم، در ۱۲ مارس از احمدآباد به سمت شهر داندی همراه با تعدادی از هم نظرانش پیاده روی کرد. گاندی با این حرکت می خواست مالیات نمک را بی اعتبار نشان دهد. فاصله ای که آن ها باید طی می کردند، چیزی حدود ۳۹۰ کیلومتر بود. به هر شهری که می رسیدند، گاندی برایشان سخنرانی می کرد و مالیات نمک را عملی غیرانسانی می خواند. او و همراهانش در هر شهر توقف می کردند، شب را در فضای باز می خوابیدند و حرکتشان را ادامه می دادند. در این راه، جمعیت بسیاری به آن ها ملحق



برخی از سخنان مهم و تاثیرگذار گاندی

- به دلیل ضعیف بودن هندوستان نیست که طرفدار برقراری آرامش در آن هستیم. من می‌خواهم هندوستان قدرت و نفوذ خود را آگاهانه در راه از میان برداشتن خشونت به کار گیرد. برای آگاهی به قدرت خویش، نیازی به اسلحه نیست.
- ما فقط به وسیله عشق می‌توانیم عقیده مخالفان خود را تغییر دهیم، نه با تنفر. تنفر وحشیانه‌ترین شکل خشونت است و خشونت به شخصی که تنفر دارد، آسیب می‌رساند نه فرد مورد تنفر.
- بسیار عادت بدی است که اندیشه‌های دیگران را بد و نادرست بدانیم و مال خودمان را نیک و درست، و باور داشته باشیم که هر کس عقیده و نظر ما را ندارد، دشمن کشور است.
- در زندگی مرحله‌ای می‌رسد که شخص نیازی ندارد اندیشه‌هایش را اعلان کند و طبعاً هیچ نیازی هم نخواهد بود که آن‌ها را با اعمال ظاهری خود

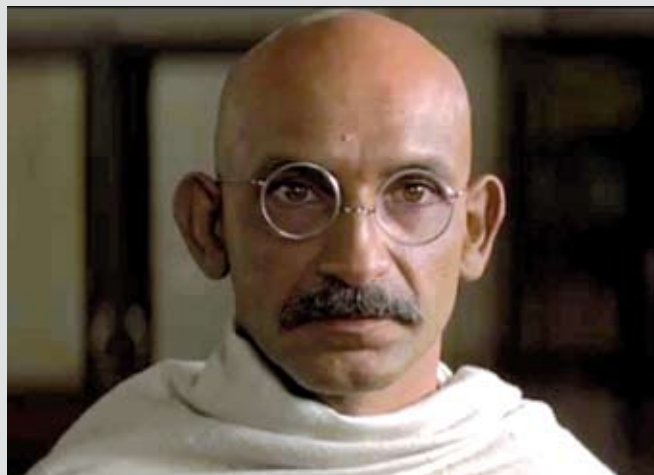
بیرون انداختند. گاندی که به ساده‌زیستی اهمیتی بسیار ویژه می‌داد و همیشه در کارها و رفتارهای سعی بر ترویج این حرکت داشت، لباسی را بر تن کرد که از پارچه‌های هندی تهیه شده بود. او و پیروانش پارچه لباسشان را از نخ که خودشان می‌رشتند، تهیه می‌کردند. این اقدام او در حالی بود که بسیاری از کارگران هندی لباس‌های خود را از تولیدی‌های تحت تملک انگلیس خریداری می‌کردند. گاندی لباس‌هایش را هم خودش می‌ساخت. با کارهایی از این قبیل، هم سعی در ترویج ساده‌زیستی داشت و هم حس مستقل بودن و استقلال‌طلبی را در مردمان کشورش زنده می‌کرد.

با وجود این که گاندی مخالف خشونت بود و اعتقاد داشت باید از راه مسالمت‌آمیز موانع و مشکلات را از میان برد، با این حال به دلیل این که با استقلال هند، منافع عده‌ای را قطع می‌کرد، دشمنانی هم داشت که قصد جان او را داشتند. او چندین بار مورد سوء قصد قرار گرفت. در آخرین آن‌ها، وقتی که عازم محل عبادت بود، مورد اصابت گلوله قرار گرفت و درگذشت. گفته می‌شود شخصی که چنین اقدامی انجام داده، از هندوهای افراطی بود که عقیده داشت گاندی نسبت به مسلمانان بیش از حد با تساهل و مدارا برخورد می‌کند. برنارد شو در تجلیلی کوتاه از گاندی نوشت: «قتل او نشان می‌دهد که خوب بودن چقدر خطرناک است.»

شدند. سرانجام در روز پنجم آوریل به ساحل داندی رسیدند و صبح روز بعد، گاندی مثنی گل نمک برداشت و گفت: «با این، پایه‌های امپراتوری بریتانیا را می‌لرزانم.» حرفی که به‌ظاهر ساده و اغراق‌آمیز به نظر می‌رسید، اما در عمل ثابت شد که پربیراه نگفته. پس از این اتفاق، انگلیسی‌ها مجبور به مذاکره با او شدند.

گاندی در دوران نوجوانی برای ادامه تحصیل به لندن رفت. او که به نظر می‌رسد از همان سنین به فکر جلالی روح و پیروی از تفکرات و اعتقادات خودش بود، به مادر و عمویش قول داد که در انگلیس گوشت نخورد، الکل مصرف نکند و هم‌چنین اسیر مسائل جنسی و بی‌بندوباری نشود. او بر سر حرفش ماند، گیاه‌خواری را ادامه داد و در همان کشور سعی در ترویج گیاه‌خواری داشت. او عقیده داشت خوراک گیاهی نه تنها نیازهای بدن را تامین می‌کند، بلکه در مقایسه با مصرف گوشت، بسیار مقرون به صرفه‌تر است. گاندی وقتی به سن میان‌سالی رسید، یک خام‌خوار تمام‌عیار بود. او مقاله‌ای در این باره نوشت که بخش‌هایی از آن در نشریه انجمن خام‌خواران لندن به نام گیاه‌خواری منتشر شد.

وقتی به هندوستان برگشت و به کار حقوقی مشغول شد، دیگر از پوشیدن لباس‌های غربی دست برداشت. حتی یک بار در دادگاهی از او خواسته شد تا دستاری را که به سر خود بسته، بردارد. اما چنین کاری نکرد و او را از دادگاه



فیلم سینمایی گاندی

در سال ۱۹۸۲ فیلمی که بر اساس زندگی مهاباتما گاندی ساخته شده بود، بر پرده سینماها رفت. این اثر سینمایی که با بازی زیبای بن کینگزلی در نقش اصلی همراه بود، با موفقیت چشم‌گیری روبه‌رو شد. فیلم «گاندی» توانست هشت جایزه اسکار، از جمله بهترین فیلم، بهترین کارگردانی، بهترین فیلمنامه غیراقتباسی و البته بهترین بازیگر نقش اول مرد را به دست بیاورد. کارگردان ریچارد اتنبرا که به جرئت می‌توان گفت این فیلم بهترین اثرش بود، دو سال قبل درگذشت.

فصل جانبازی...

ساقی‌ای است جان بر کف با مشکى پر از آب بر دوش،
مشكى سوراخ‌شده به تیر کین و عمودى آهنین بر فرق
سر.

نبردی تن به تن است با فاصله‌ای میان دو لشکر، فاصله‌ای
سپرده به برق شمشیر حبیب و رجز خوانی غلامی سفیانی.
خورشید علقمه است رسیده بر قلب آسمان، نظاره‌گر نبرد،
هنگامه فریضة ظهر رسیده و اذان است و نوا، نواى:

حی علی خیر العمل

حسین است ایستاده در برابر معبود به نماز، در میانه میدان
تیر و جماعتی اندک در پشت سر با حضور و خلوص
هنگامه عاشقی است، گاه شمشیر بر کشیدن نوبت به نوبت
رفیقان و رسیدن نوبت به علی اکبر با سینه‌ای سپر.
جوانی است در هیبت رسول الله، غلتیده در خون، با قامتی
رعنا، زخمی بر سینه پدر و نفرین بر اهل کین.

وداع آخر است، نگاه تشنه علی اصغر روی دست حسین و
ابلیسی تیر نشانده در کمان، به کمین گلوی نازک طفل.
حسین است ایستاده در برابر کفر، با مشتی خون پاشیده
سوی آسمان، و تیری سه شعبه، نشانه رفته از بند کمان.
صوت قرآنی است بر نی، لب‌هایی خشکیده از عطش، کمری
شکسته از داغی اکبر و صبری به عظمت نام زینب.
اسبی بی سوار است پیک مصیبت، شیهه‌کشان، روانه سوی
خیمه‌ها، و خیمه‌هایی بی عمود، فرو ریخته از ماتم.

زینب است لب بر رگ‌های گلوی برادر نهاده، با دلی شکسته
و اشکی سوزان، با صلابتی بی‌مثال، با فریاد کوبنده:
ما رایت الا جمیلا

حکایت، حکایت معرکه‌ای ماندگار است بر دل تاریخ، مباحله
حق و باطل، حماسه خون بر شمشیر، حماسه خون خدا.
قصه وادی عطشناک طف است میان دو نهر پر آب و
شرمناکی آفتاب علقمه هر گاه که به یاد می‌آورد معرکه
را.

حکایت، حکایت ایثار برادر است برای برادر، عشق پدر
و پسر، همراهی خواهر، فصل زیبا دیدن و ماندگاری
حق.

قصه رسیدن هلال ماه محرم است و فصل جانبازی...

بدری مشهدی

سوگواره نیست، از پستوی همین واژه‌هاست که نوای سوگ
برمی‌آید! غزل نیست، آوای نوحه چکاوکان ماتم‌زده‌ای است
که قافیه می‌جویند در پس قصیده‌ای حماسی! اندوه شاپرکان
سوخته‌بالی است بر گرد گل‌های نیلی دشت! حزن دلی است
جامانده در مذبوح منا! سودای سری است بی‌تن، روانه سوی
دباری غریب، تنی مقیم مشعر و مشتاق طواف...

حکایت این قصه، حکایت غروب دل‌گیری است، سنگین
از بوی خون و خاکستر. حکایت شامی غریب و قافله‌ای
بی‌قافله سالار. حکایت وادی وهم‌انگیز طف است با آسمانی
سرخ و زمینی تپ‌دار به هرم تن‌های چاک‌چاک، حکایت
این قصه حکایت...

شیبه غریبانه اسبی است بی‌سوار، خضاب‌کرده به خون و
کودکی وحشت‌زده و سرگردان در تاریکی خارزار.
انعکاس چکاچک نیزه‌هاست، جامانده در سکوت صحرا و
تازیانه باد شرعی شط بر گونه نیم‌سوخته خیمه‌ها.
حسرت کودکانه در آغوش کشیدن سر پدر است به هنگام
خواب و مشعلی که آتش می‌زند چادر به چادر که یغما
کند.

دورتر هلهله‌ای است، پیدادی بر تن‌های بی‌کفن، آتشی گرد
اهل حرم، سر می‌برند و عبا، خلخال و گوشواره و انگشتر.
کاروانی مصیبت‌زده است اسیر چنگ خصم و ساده‌لوحانی
سنگ بر دست در پس کوچه‌های انتظار نشسته به پیشواز
آفتاب علقمه است که شهادت می‌دهد این حکایت را، از آن
دم که برآمد و به تماشا نشست معرکه را و شنید ندای:

هل من ناصر ینصرنی؟ هل من ناصر ینصرنی؟

حسین است خطبه‌خوان از طلوع صبح عاشورا و کیست
جز حسین نواده محمد و پسر علی، پس کجاست گوش
شنوا؟

معرکه‌ای است میانه این صحرا، لشکری فریفته به برق
سکه‌ای، پیش روست و حری نشسته به استغاثه پیش
پای.

عمر سعد است مغرور و شادمان، فریفته ملک ری و گواهی
سپاه کفر بر اول شمشیری که برکشید بر لشکر حسین.

