

وصال

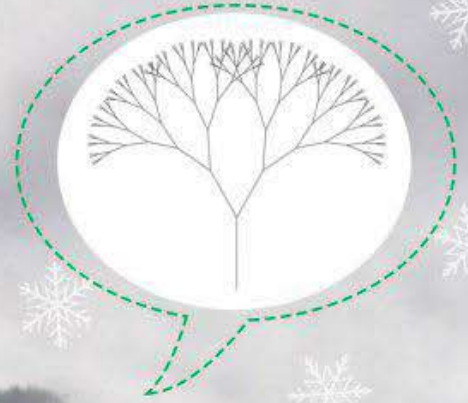


وخارزم - ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
برای خانواده بزرگ شرکت سرمایه گذاری خوارزمی
شماره ۴۶ - دی ۱۳۹۶

بورس در ماهی که گذشت
آرامش بعد از التهاب

سخن نخست

فصل سپید انتظار





نگاهی به اولین کارنامه اقتصادی دولت دوازدهم

کارنامه ۱۰۰ روزه زیر ذره بین

مربوط به گزارش صفحه ۶ همین شماره

چالش های کسب و کار در شبکه های اجتماعی در گفت و گو با دکتر ابراهیم اسکندری پور

۱۴ مجازی شدن کافی نیست

نگاهی به مهم ترین روندهای کاری پیش روی سازمان های تجاری در سال ۲۰۱۸

۱۶ سال تعامل بین فردی میان کارمندان

۱۸ بیت کوین؛ تجربه ای تازه در خلق پول

خوب، بد، زشت «بیت کوین»

۲۰ غیر رسمی، اما پر کاربرد

۲۱ بایدها و نبایدهای مدیریت ریسک در هلدینگ های تجاری

مجله فرهنگ و خانواده

۲۴ پدر خستگی ناپذیر پلی استیشن کیست؟

۲۶ تبلیغاتی که بیدارمان می کند!

۲۸ مایکروسافت و مسئولیت پذیری اجتماعی

۳۰ هموردی ایران با گول های فوتبال جهان

۳۳ یک فنجان چای

۲ فصل سپید انتظار دکترحجت اله صیدی، مدیر عامل شرکت سرمایه گذاری خوارزمی

۳ تجربه موفق خوارزمی در استقرار صورت های مالی تلفیقی

۴ اخبار خوارزمی

۵ گفت و گو با افشین صنعتی مقدم، عضو هیئت مدیره کانون بازنشستگان بانک صادرات:

بازنشستگان و انتظارات از بازار سرمایه

۶ نگاهی به اولین کارنامه اقتصادی دولت دوازدهم

۷ کارنامه ۱۰۰ روزه زیر ذره بین

۸ بورس در ماهی که گذشت

۹ آرامش بعد از التهاب

۱۰ تمدید محدودیت عرضه نفت چه تاثیری بر بازار می گذارد

سایه روشن های بازار نفت در سال جدید میلادی

۱۱ نگاهی به اقتصاد جهان در سال نو میلادی

۱۲ سر اومد زمستون!

زیر نظر شورای سردبیری

دبیر تحریریه: مریم عربی

همکاران این شماره: بنفشه چراغی، نرگس

فرجی، نسیم بنایی، امیر کاکایی، فرید دانش فر،

محمدحسین علی اکبری، صدیقه ثنایی، غزال

بابایی، نیما بابایی

طراح جلد: مسعود ربیسی

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:



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



شماره ۴۶ - دی ۱۳۹۶

ضوابط درج مقالات در ماهنامه "خوارزم"

ماهنامه خوارزم از دریافت مقالات علمی، تخصصی و کارشناسی در حوزه های مرتبط با اهداف راهبردی گروه سرمایه گذاری خوارزمی به ویژه در زمینه های اقتصاد کلان، تحولات بازار سرمایه، فناوری اطلاعات، برنامه ریزی و مدیریت منابع انسانی استقبال می کند.

مقالات ارسالی باید شامل این موارد باشد:

عنوان مقاله، نام و مشخصات نویسنده یا مترجم (شامل عناوین اصلی علمی و شغلی، شماره تلفن تماس و نشانی الکترونیکی).

چکیده و متن کامل مقاله (مقدمه، متن، نتیجه) در قالب نرم افزار Word - فهرست منابع و پیوست های احتمالی.

حجم مقالات ارسالی حداکثر تا ۱۰ صفحه A4 (معادل ۳۳۰۰ کلمه) باشد که با احتساب تصاویر، جداول، نمودارها و تیتراژ، 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

vakharazm@kharazmi.ir

فصل سپید انتظار

دکتر حجت اله صیدی، مدیر عامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

زمستان با تمام صحبت سرما و دندانی که دارد، از آن روی که خبر از آمدن بهار سبز می‌دهد، فصل سپید انتظاری شیرین نیز هست. گرچه درختان را خواب زمستانی فرا می‌گیرد، اما رویای شیرین سبز برخاستن، زخم تیغ هرس را التیام می‌بخشد و اشتیاقی دوچندان برای رویش جوانه‌ها می‌آفریند. زمستان امسال نیز ارائه برنامه مالی دولت دوازدهم، امیدی دل‌نشین را در فضای تا حدودی سرد و پیچیده اقتصاد کشور فراهم آورده است.

لایحه بودجه نودوهفت، ضمن آن که نشان از رویکرد توسعه‌گرایی دولت تدبیر و امید و ارتقای شفافیت عملیات مالی دستگاه‌های مختلف دارد، برای سرمایه‌گذاران، بنگاه‌ها و فعالان بازار سرمایه پیام‌های امیدوارکننده‌ای نیز به ارمغان می‌آورد. کاستن از سهم درآمدهای نفتی در بودجه عمومی و افزودن این درآمدها به منابع صندوق توسعه ملی در صورت پای‌بندی به اجرای دقیق آن، گام بلندی برای تقویت زیرساخت‌ها و توسعه‌یافتگی است که در کنار معقول ساختن اعتبار طرح‌های عمرانی می‌تواند به رونق مناسبی در بخش ساخت‌وساز و سرمایه‌گذاری منجر شود. مفاد تبصره هجده لایحه نیز نشان از توجه عملیاتی دولت به حمایت از تولید و اشتغال دارد که علامتی امیدوارکننده برای بنگاه‌هایی است که از رکود سال‌های اخیر رنج فراوان بردند. به‌علاوه، ارقام مربوط به واگذاری دارایی‌های مالی و سرمایه‌ای، رونق بازار بدهی و بازار سهام را نوید می‌دهد که در صورت اجرای کامل، می‌تواند بازار سرمایه را از افقی به مراتب امیدوارکننده‌تر برخوردار سازد. در این رابطه، توجه به دو نکته کلیدی متفاوت از نکات پیش‌گفته ضرورت دارد، که نخستین آن، مواردی از بودجه است که بیشتر مورد نقد اقتصاددانان، صاحب‌نظران و فعالان اقتصادی و سیاسی طرفدار عدالت اجتماعی قرار گرفته و آن، تورم‌زا بودن لایحه به دلیل افزایش قیمت حامل‌های انرژی است و نکته بعدی چگونگی برخورد مجلس شورای اسلامی با این لایحه است که ممکن است در نسخه نهایی، برخی ارقام و ردیف‌های پیشنهادی از سوی دولت را دچار تغییر کند.

افزایش تدریجی نرخ ارز، بروز علایمی جسته و گریخته از افزایش معاملات واحدهای مسکونی و گزارش‌های میان‌دوره‌ای برخی شرکت‌های مهم بورسی، در کنار توفیق نسبی بانک مرکزی در مهار نرخ سود سپرده، امیدواری به رشد شاخص کل در بازار سرمایه را نیز افزایش و استحکام بخشیده است، و از این منظر است که گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز برای برخورداری از این فرصت‌ها، که در کنار تهدیدها و محدودیت‌هایی مانند عدم تعادل‌های ساختاری محیط کسب‌وکار و اقتصاد ایران، تنگنای مالی، وضعیت بانک‌ها و همچنین ریسک سیستماتیک مربوط به مسائل سیاسی بین‌المللی و منطقه‌ای قرار دارند و مانند همیشه پایه‌پای هم نیز پیش می‌روند، برنامه عملیاتی خود را برای ارتقای ترکیب سبد سرمایه‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت و بهبود عملکرد شرکت‌های فرعی و وابسته گروه به‌روز می‌کند تا بتواند حداکثر بهره را از فضای پیش رو برد و گام‌های مشتاق خود را برای ثروت‌آفرینی پایدار بردارد.

سه ماه باقی‌مانده تا پایان سال خورشیدی که پایان سال مالی بسیاری از شرکت‌های گروه است، فصلی چالشی برای دستیابی به بیشترین نتایج مثبت عملکرد است. در این میان، شرکت نیرو پارسه با بهره‌برداری از نیروگاه تنکابن در بهمن ماه، رشد فروش و سودآوری را رقم خواهد زد که البته بخش مهمی از نتایج آن در سال آینده رخ می‌نماید و شرکت را برای ورود به بورس آماده می‌سازد. تلاش لابراتوارهای سینادارو برای تکمیل پروژه سالن‌ها و خطوط جدید تولید برنامه مهم دیگری در ماه‌های آتی است. برنامه شرکت توسعه معادن صدر جهان برای نهایی کردن مشارکت‌های بین‌المللی برای استخراج و فرآوری طلا و مس از معادن شادان و رشیدآباد در این دوره به انجام می‌رسد و شرکت‌های مالی و تجاری گروه اعم از آتی‌نگر سپهر ایرانیان، کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی، تجارت گستران خوارزمی و همچنین شرکت توسعه مدیریت سرمایه خوارزمی تلاش خواهند کرد در بازارهای سرمایه و کالا، نقشی به مراتب فعال‌تر را برای بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور ایفا کنند. با توجه به گزارش عملکرد میان‌دوره‌ای شرکت‌های توسعه فن‌آوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر) و داده‌پردازی خوارزمی، هدف افزایش سود این شرکت‌ها در سال جاری در حال تحقق است و زمینه را برای ورود گروه به حوزه‌های جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات فراهم می‌کند. در این میان عدم تحقق برنامه‌های بخش نفت و گاز کشور در شروع طرح‌های جدید و عدم نهایی‌سازی تصمیم‌های مربوط به اجرای طرح‌های معینی که مناقصه‌های آن‌ها نیز برگزار شده، تاکنون مانع از دستیابی شرکت نفت و گاز و پتروشیمی زیما به اهداف تعیین‌شده بوده و رکود بخش ساخت‌وساز و ساختمان نیز شرکت توسعه ساختمان خوارزمی را از تحقق اهداف سودآوری خود باز داشته، که امید می‌رود در ماه‌های آینده، با ایجاد تحرکی مناسب در این بخش‌های مهم از اقتصاد کشور، فرصت برای هلدینگ‌های نفت و گاز و ساختمان گروه در مسیر ارزش‌آفرینی نیز فراهم گردد. در کنار تمامی این موارد، شرکت توسعه برق و انرژی سپهر که شش ماه تا پایان سال مالی خود فرصت دارد، به موازات تلاش برای افزایش فروش برق در اثر بهبود راندمان و ایفای نقشی فعال‌تر در بازار برق، به مدیریت دو چالش بزرگ خود که نخست وصول طلب بیش از یک هزار میلیارد تومانی از وزارت نیرو و سپس نهایی کردن توافق به‌عمل آمده با بانک صادرات ایران در خصوص اقساط سررسید شده و باقی مانده است، خواهد پرداخت تا پایان سال مالی خود را به گونه‌ای رضایت‌بخش رقم زند و پی‌گیری‌های خود برای اجرای طرح افزایش ظرفیت پانصد مگاواتی را به سرانجام برساند.

رتوس برنامه‌های ستاد مرکزی گروه در دستیابی به اهداف برنامه راهبردی هفت ساله نیز همچنان در برابر دیدگان مدیران و کارکنان گروه در ماه‌های آتی خواهد بود که از آن جمله است توسعه فعالیت‌های بین‌المللی، ارتقای ترکیب سبد سرمایه‌گذاری، افزایش کارآمدی نظام روابط سهام‌داران و همچنین ارتقای سرمایه‌های انسانی. به تحقق رساندن برنامه‌های پیش‌گفته برای استفاده از فرصت‌هایی که بودجه سال آینده فراهم می‌کند و مهار تهدیدهای پیش رو نیازمند تلاشی دوچندان و خستگی‌ناپذیری از سوی تمامی کارکنان گروه و پشتیبانی سهام‌داران ارجمند است تا با خلق دارایی‌های جدید و افزایش ارزش خالص دارایی‌ها و سود سال، اکنون که اقبال سرمایه‌گذاران جدید به سهام نیز افزایش و خرید و فروش آن رونق یافته، ظرفیت‌های نهفته در گروه خوارزمی بیش از پیش رخ نموده و ارزش سهام را به میزان واقعی خود رساند تا بازدهی بیش از سال گذشته را نصیب سهام‌داران سازد.

در یک سمینار تخصصی معرفی شد

تجربه موفق خوارزمی در استقرار صورت‌های مالی تلفیقی

پس از تجربه موفقیت‌آمیز استقرار راه‌کار حسابداری و صورت‌های مالی تلفیقی همکاران سیستم در چند شرکت سرمایه‌گذاری و هلدینگ، از جمله شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی (سهامی عام) روز سه‌شنبه ۱۲ آذر، این راه‌کار با برگزاری یک سمینار تخصصی، به مدیران هلدینگ‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری و متخصصان حوزه حسابداری و حسابرسی معرفی شد. در این سمینار که با حضور نزدیک به ۲۱ نفر از مدیران ارشد و متخصصان برگزار شد، همکاران سیستم ضمن معرفی راه‌کار صورت‌های مالی تلفیقی، تجربه موفق استقرار این راه‌کار در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی را نیز با حضار به اشتراک گذاشت.

تسریع و تسهیل تهیه صورت‌های مالی تلفیقی

دکتر محمدرضا ستایش، معاونت مالی و اقتصادی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، به بیان تجربه موفق این شرکت در استفاده از راه‌کار ارائه‌شده توسط شرکت همکاران سیستم پرداخت. او با اشاره به چالش‌های تهیه صورت‌های مالی تلفیقی پیش از سیستماتیک کردن آن گفت: «سرفصل‌های مالی متنوع، تعدد فایل‌های اکسل پشتیبان تلفیق، حجم بالای اطلاعات و دشواری ردیابی آن‌ها، امکان از دست رفتن اطلاعات، تعدد مبادلات و دشواری مغایرت‌گیری‌های فیما بین، پیچیدگی‌های محاسبات و عدم کشف اشتباهات تا مراحل نهایی، اصلی‌ترین چالش‌های ما در محاسبه صورت‌های مالی تلفیقی بودند.»

معرفی تجربه همکاران سیستم

دکتر ستایش با بیان تجربه استقرار راه‌کار صورت‌های مالی تلفیقی همکاران سیستم افزود: «با استفاده از این راه‌کار، صدور محاسبات و اسناد تلفیق به صورت سیستمی انجام شده که در نتیجه آن، سرعت محاسبات افزایش پیدا کرده و فرایندهای پیچیده مرتبط، تسهیل شده است. ما دیگر با تعدد فایل‌های اکسل و پراکندگی اطلاعات مواجه نیستیم و اطمینان داریم که تمامی اطلاعات مورد نیازمان در یک جا موجود و در دسترس است. ما اکنون می‌توانیم نظارت دقیق بر فرایند تلفیق داشته باشیم و اطلاعات را ردیابی و راستی‌آزمایی کنیم و در نهایت، دغدغه‌های برای ارائه صورت‌های مالی تلفیقی به حسابرس نداریم.»

به گفته دکتر ستایش، صورت‌های مالی تلفیقی دوره منتهی به ۱۳ خرداد سال ۹۳۱۶، با استفاده از این راه‌کار تهیه و در سایت کدال به انتشار رسیده است و در حال حاضر این شرکت در حال تهیه صورت‌های مالی تلفیقی شش ماهه با استفاده از همین راه‌کار است.

فریبی با اشاره به پیاده‌سازی موفق راه‌کار تلفیق در چندین شرکت هلدینگ افزود: «راه‌کار تلفیق همکاران سیستم با ایجاد بستر یکسان و زبان مشترک، صورت‌های مالی تلفیقی را برای شرکت‌های هلدینگ، در صنایع مختلف، با ساختارهای شرکتی - مالی متفاوت و در شرایط یکسان نبودن سرفصل‌های مالی محاسبه می‌کند. با استفاده از راه‌کار حسابداری و صورت‌های مالی تلفیقی همکاران سیستم، علاوه بر افزایش دقت و کاهش خطاهای محاسباتی، فرایند تلفیق با سرعت بیشتری انجام می‌شود. همچنین، اطلاعات ذخیره‌شده در سیستم، همواره قابل دسترسی است و در هر زمان، امکان انجام محاسبات تلفیق فراهم است.»

پس از ارائه ویژگی‌های سیستمی توسط ملیحه نوروزی، تحلیل‌گر ارشد راه‌کار، فریبی اعلام کرد که پیاده‌سازی راه‌کار صورت‌های مالی تلفیقی برای هلدینگ‌ها بسیار انعطاف‌پذیر است، به شکلی که مستقل از سیستم‌های نرم‌افزارهای شرکت‌های هلدینگ بوده و قابل ارائه به هلدینگ‌های دارای کسب‌وکارهای متنوع است. ضمن این‌که با استفاده از نرم‌افزارهای همکاران سیستم، سرعت و امکانات مکانیزه شدن فرایند تلفیق نیز بسیار قابل توجه خواهد بود.

این سمینار با برگزاری پنل پرسش و پاسخ و مشارکت فعالانه حضار به پایان رسید. چالش‌های تهیه صورت‌های مالی تلفیقی، زمان و هزینه راه‌اندازی راه‌کار صورت‌های مالی تلفیقی، استانداردهای تهیه صورت‌های مالی تلفیق و میزان وابستگی هلدینگ به شرکت ارائه‌دهنده راه‌کار نرم‌افزاری از مهم‌ترین موضوعاتی بود که در بخش پرسش و پاسخ، مورد سوال قرار گرفت.

دکتر محمدرضا ستایش، معاونت مالی و اقتصادی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، به بیان تجربه موفق این شرکت در استفاده از راه‌کار ارائه‌شده توسط شرکت همکاران سیستم پرداخت. او با اشاره به چالش‌های تهیه صورت‌های مالی تلفیقی پیش از سیستماتیک کردن آن گفت: «سرفصل‌های مالی متنوع، تعدد فایل‌های اکسل پشتیبان تلفیق، حجم بالای اطلاعات و دشواری ردیابی آن‌ها، امکان از دست رفتن اطلاعات، تعدد مبادلات و دشواری مغایرت‌گیری‌های فیما بین، پیچیدگی‌های محاسبات و عدم کشف اشتباهات تا مراحل نهایی، اصلی‌ترین چالش‌های ما در محاسبه صورت‌های مالی تلفیقی بودند.»

دکتر ستایش با بیان تجربه استقرار راه‌کار صورت‌های مالی تلفیقی همکاران سیستم افزود: «با استفاده از این راه‌کار، صدور محاسبات و اسناد تلفیق به صورت سیستمی انجام شده که در نتیجه آن، سرعت محاسبات افزایش پیدا کرده و فرایندهای پیچیده مرتبط، تسهیل شده است. ما دیگر با تعدد فایل‌های اکسل و پراکندگی اطلاعات مواجه نیستیم و اطمینان داریم که تمامی اطلاعات مورد نیازمان در یک جا موجود و در دسترس است. ما اکنون می‌توانیم نظارت دقیق بر فرایند تلفیق داشته باشیم و اطلاعات را ردیابی و راستی‌آزمایی کنیم و در نهایت، دغدغه‌های برای ارائه صورت‌های مالی تلفیقی به حسابرس نداریم.»

به گفته دکتر ستایش، صورت‌های مالی تلفیقی دوره منتهی به ۱۳ خرداد سال ۹۳۱۶، با استفاده از این راه‌کار تهیه و در سایت کدال به انتشار رسیده است و در حال حاضر این شرکت در حال تهیه صورت‌های مالی تلفیقی شش ماهه با استفاده از همین راه‌کار است.

کاربردهای صورت‌های مالی تلفیقی

در بخش اول این سمینار، دکتر ابراهیم نوروزبیگی، مدیر اجرایی مرکز آموزش حسابداران خبره، روند روبه‌افزایش تشکیل هلدینگ‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری را توضیح داد. او در ادامه، کاربردها و چالش‌های استفاده از صورت‌های مالی تلفیقی برای ذی‌نفعان این شرکت‌ها شامل سهام‌داران، اعتباردهندگان، دولت، مدیران و تصمیم‌گیران کسب‌وکار و حسابرسان و بازرسان قانونی را تشریح کرد. او با تأکید بر اهمیت بررسی صورت‌های مالی توسط حسابرسان گفت: «اگر شرکت‌ها بتوانند به حسابرسان این اطمینان را بدهند که صورت‌های مالی تلفیقی،



امضای توافق نامه فاینانس ساخت کارخانه فرآوری طلا و مس در معدن شادان

یک گام دیگر برای استحصال طلا برداشته شد

حضور مدیران عامل شرکت‌های یادشده صورت گرفت. این توافق نامه به صورت EPCF یا به عبارتی شامل مهندسی پایه، مهندسی جزئیات، ساخت کامل، احداث ساختمان، نصب ماشین‌آلات، راه‌اندازی خط تولید، تست، تولید و تامین مالی است که طبق توافق نامه ۲۰ ماه طول خواهد کشید.

شرکت سیتیک، فاینانسر صددرصدی این پروژه، هم‌چنین برای خرید محصولات کنستانت‌ر طلا و مس اعلام آمادگی کرده است. مدیران ارشد هلدینگ معدنی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز از این پیشنهاد به دلیل کاهش ریسک نرخ ارز استقبال کرده‌اند. برآوردهای اولیه حاکی از این است که پس از نصب ماشین‌آلات و راه‌اندازی کارخانه فرآوری طلا و مس، در فاز اول حدود یک تن شمش طلا و ۱۸ هزار تن کنستانت‌ر طلا و مس استحصال شده و حدود ۱۵۰ فرصت شغلی نیز ایجاد شود. حفاری‌های اولیه معدن شادان جنوبی واقع در اطراف شهرستان بیرجند به میزان ۷ هزار متر منجر به صدور گواهی کشف ۱۵،۶ تنی طلای خالص از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت شد. اما با افزایش حفاری‌ها به ۱۵ هزار متر مربع در سال ۱۳۹۵، شواهد و مدارک تازه‌ای برای وجود دست‌کم دو برابر این مقدار طلای خالص به دست آمد که به‌زودی به وزارت صنعت، معدن و تجارت برای صدور گواهی اکتشاف جدید ارائه خواهد شد.



توافق نامه فاینانس صددرصدی پروژه ساخت کارخانه فرآوری طلا و مس شادان میان شرکت «کارند صدر جهان» و کنسرسیومی شامل دو شرکت چینی سیتیک (Citic) و ژینهای (Xinhai) و شرکت ایرانی میم تیم امضا شد. بر اساس برآوردهای اولیه، ارزش این توافق نامه ۴۸ میلیون یورو است.

شرکت کارند صدر جهان یکی از شرکت‌های هلدینگ توسعه معدن صدر جهان است. این هلدینگ نیز زیرمجموعه شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی (سهامی عام) به شمار می‌رود. شرکت سرمایه‌گذاری سیتیک نیز یک شرکت دولتی چینی است که طی ۲۵ سال گذشته در ایران فعال بوده است. شرکت مهندسی ژینهای نیز زیر نظر سیتیک فعالیت می‌کند. شرکت ایرانی میم تیم نیز در حوزه ساخت‌وساز فعالیت دارد.

مراسم امضای این توافق نامه عصر پنج‌شنبه در محل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و با



سومین نشست ماهانه هم‌اندیشی مدیران گروه خوارزمی برگزار شد

سراسری مدیران گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در شهر ارومیه مطرح شد و به تصویب رسید، اولین دوشنبه هر ماه در ساختمان مرکزی شرکت برگزار می‌شود. اما به دلیل تعطیلی دوشنبه هفته گذشته، سومین نشست، دوشنبه ۱۳ آذر ماه برگزار شد. هدف از برگزاری این جلسات ماهانه تبادل اخبار، هم‌افزایی و هم‌فکری مدیران در جهت بررسی و ارائه راه‌حل برای مشکلات جاری گروه در فضای کسب‌وکار و هم‌چنین استفاده شرکت‌ها از ظرفیت و توانمندی دیگر شرکت‌های گروه در تمامی زمینه‌ها، عنوان شده است.

سومین نشست از نشست‌های هم‌اندیشی مدیران خوارزمی، صبح روز دوشنبه ۱۳ آذر ماه ۹۶ با حضور مدیرعامل و معاونان شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و مدیران عامل شرکت‌های وابسته به این گروه، برگزار شد.

در این نشست، پس از مرور تحولات اقتصاد ایران و جهان، حاضران درباره مسائل و مشکلات شرکت‌های گروه و مسئله هم‌افزایی بین شرکت‌ها گفت‌وگو و درباره محتوا و برنامه‌های دهمین همایش سراسری مدیران گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی تبادل نظر کردند. این جلسات پیرو پیشنهادی که در نهمین همایش

گفت‌وگو با افشین صنعتی مقدم،
عضو هیئت مدیره کانون بازنشستگان بانک صادرات:

بازنشستگان و انتظارات از بازار سرمایه

تغییر هیئت مدیره کانون بازنشستگان بانک صادرات، برنامه‌های هیئت مدیره جدید و انتظارات کارکنان شاغل و بازنشسته بانک که از سهامداران حقیقی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی محسوب می‌شوند، از جمله موضوعاتی است که آن را در گفت‌وگو با افشین صنعتی مقدم، عضو جدید هیات مدیره این کانون مطرح کرده‌ایم.

افشین صنعتی مقدم که از سال ۱۳۶۳ تا سال ۱۳۸۸ سمت‌های مختلفی در بانک صادرات ایران داشته، در این گفت‌وگو تأکید کرد که کمک به دستیابی اعضای کانون به سود مناسب از مهمترین اهداف هیئت مدیره جدید کانون بازنشستگان بانک صادرات ایران است. ماحصل گفت‌وگو با افشین صنعتی مقدم، عضو هیئت مدیره کانون بازنشستگان بانک صادرات، را در ذیل می‌خوانید.



به دنبال تغییرات در هیئت مدیره کانون بازنشستگان بانک صادرات، هیئت مدیره جدید بیشتر چه برنامه‌ها و اهدافی را مدنظر دارد؟

هدف ما در هیئت مدیره جدید این است که در ساختار تشکیلاتی کانون بازنشستگان بانک صادرات تغییراتی را ایجاد کنیم و به سمت و سویی برویم که به تدریج کانون را از حالت انفعال خارج کرده و به سمتی ببریم که درآمدزایی برای افراد بازنشسته ایجاد کنیم. در اساس نامه کانون هم یکی از بندها، ارتقای وضعیت معیشتی کارکنان بازنشسته است. این موضوع مستلزم آن است که از محلی مانند صندوق بازنشستگی کارکنان بانک‌ها، بانک صادرات یا مراجعی غیر از این، در جهت درآمدزایی کارمندان و بازنشستگان بانک اقداماتی را انجام داد. البته می‌توان برای تحقق این موضوع یک شرکت سهامی یا یک شرکت تعاونی ایجاد کرد و از پتانسیل علمی، تخصصی، حرفه‌ای و حتی تجربی بازنشستگان بانک صادرات استفاده کرد و خدماتی را ارائه داد که منافع آن به خود بازنشستگان برگردد.

چه آینده‌ای را برای سهام شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی متصور هستید؟

برای هیئت مدیره جدید کانون بازنشستگان بانک صادرات، سوددهی این شرکت برای سهامداران آن بسیار حائز اهمیت است. در واقع هیئت مدیره جدید کانون علاقه‌مند است شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، به‌عنوان شرکتی که از بدنه بانک صادرات شکل گرفته و عمده سهامداران حقیقی آن بازنشستگان بانک صادرات هستند، بتواند با یک مدیریت و عملکرد خوب، سوددهی بالا داشته باشد و با توجه به وضعیت اقتصادی کشور، این سود سالانه برای بازنشستگان رفاه و آسایش ایجاد کند؛ به گونه‌ای که آن‌ها به این موضوع فکر نکنند که اگر پول خود را در جای دیگری گذاشته بودند، یا سهام دیگری خریده بودند، یا سهام را در بانک گذاشته بودند و سود آن را می‌گرفتند، منافع بیشتری برای آن‌ها داشت. بنابراین ما به دنبال سود بیشتر برای بازنشستگان هستیم.

تحلیل شما از وضعیت فعلی و آینده بازار سرمایه چیست؟

در مورد بازار سرمایه مطمئننا باید یک خوش‌بینی در سهام‌داران وجود داشته باشد و اگر این خوش‌بینی وجود نداشته باشد، اصولا سرمایه‌گذاری بی‌معنا خواهد شد. به نظر من اگر سهام‌داران با کنکاش و تجزیه و تحلیل منطقی و قوی در مورد سهام اقدام کنند، در همین وضعیت موجود شاید بتوانیم تصور سود ماهانه قابل قبولی را برای آن‌ها داشته باشیم.

نظر شما در مورد سرمایه‌گذاری در بورس و کسب درآمد مطمئن در دوران بازنشستگی چیست و بازنشستگان باید در این رابطه چه اقداماتی را انجام دهند؟

اگر بتوانیم مکانیسمی را از طریق سازمان بورس یا از طریق دانشگاه‌ها یا از طریق سازمان‌هایی که بازنشسته‌ها در آن کار می‌کرده‌اند، ایجاد کنیم و به‌ویژه در پنج سال آخر فعالیت افرادی که قرار است بازنشسته شوند، یک پتانسیل آموزشی برای آن‌ها ایجاد شود که هم با فرایند بازنشسته شدن آشنا شوند و هم آموزش‌هایی ببینند که بتوانند در دوران بازنشستگی از بورس و سایر مکانیسم‌ها در جهت سرمایه‌گذاری و کسب سود استفاده کنند، اتفاق بسیار خوبی خواهد بود. منتها این موضوع مستلزم آن است که همه دست به دست هم بدهیم و اقدامات لازم را انجام دهیم. در واقع اگر کسی بتواند در دوران بازنشستگی به بازار سرمایه ورود کند و ارزش سهام را رصد کند و سرمایه خود را در چرخش بگذارد، می‌تواند سود مناسبی کسب کند. در حال حاضر هم افراد زیادی هستند که از طریق کارگزاری‌ها یا راسا^۱ از طریق فضای مجازی به فعالیت در بورس مشغول هستند. این در حالی است که هم‌اکنون در اغلب خانه‌ها یک دستگاه کامپیوتر یا لپ‌تاپ وجود دارد و اگر افراد از یک پشتوانه تجزیه و تحلیل خوب برخوردار باشند و بازار سرمایه را بشناسند، می‌توانند سرمایه خود را بچرخانند و فقط بر یک سهام متمرکز نشوند. البته نکته مهم این است که فعالیت در بورس و بازار سرمایه مستلزم آموزش اصولی است، زیرا ممکن است آموزش اشتباه یا ندانم‌کاری موجب از دست رفتن سرمایه یک فرد شود.

هیئت مدیره جدید کانون علاقه‌مند است شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، به‌عنوان شرکتی که از بدنه بانک صادرات شکل گرفته و عمده سهامداران حقیقی آن بازنشستگان بانک صادرات هستند، بتواند با یک مدیریت و عملکرد خوب، سوددهی بالا داشته باشد



اقتصاد

محمدحسین علی اکبری

نگاهی به اولین کارنامه اقتصادی دولت دوازدهم

کارنامه ۱۰۰ روزه زیر ذره بین

رکود؛ آری یا نه؟

طبق گزارش حسن روحانی، رئیس‌جمهور، وزارت اقتصاد هم‌چنان باید بحث کاهش و تکریمی کردن تورم را در برنامه داشته باشد. رئیس‌جمهور ثبات اقتصادی را یکی از دستاوردهای ۱۰۰ روزه خود معرفی کرد. اما به نظر می‌رسد در طول چهار سال گذشته برخی از مردم از شرایط اقتصادی رضایت کامل نداشته باشند. برخلاف اعلام کارشناسان و اقتصاددانان دولتی که معتقدند طی چند دوره گذشته رشد اقتصادی وجود داشته و با این تفاسیر از رکود خارج شدیم، برخی کارشناسان و اقتصاددانان منتقد و حتی حامی دولت می‌گویند که اقتصاد هم‌چنان در رکود قرار دارد و دولت باید برنامه‌ای برای آن در نظر بگیرد. محمد خوش‌چهره، اقتصاددان و استاد دانشگاه تهران، در این باره می‌گوید که اقتصاد در رکود است و باید برای آن چاره اندیشید، در غیر این صورت هم‌چنان بی‌رونی در اقتصاد حاکم خواهد بود و ادامه این روند با سونامی تورمی مواجه خواهد شد.

او اضافه می‌کند: در زمانی که رکود در اقتصاد وجود دارد، دولت‌مردان باید تمهیداتی را برای خروج از این بحران در نظر داشته باشند، و از آنجایی که رکود و تورم نقطه مقابل یکدیگر هستند و با کاهش یکی، دیگری افزایش می‌یابد، خطر بیشتری اقتصاد ایران را تهدید می‌کند. به این دلیل که اکنون تورم در نزدیکی ۱۰ درصد و تکریمی قرار گرفته و اگر به‌موقع معضل رکود درمان نشود، ممکن است تورم دوباره روند فزاینده به خود بگیرد و چالش اساسی را برای اقتصاد به همراه داشته باشد. ادامه یافتن تلاش برای تکریمی

حسن روحانی، رئیس‌جمهور، مثل ۱۰۰ روز اول فعالیتش در دولت یازدهم، گزارش ۱۰۰ روزه دولت دوازدهم خود را نیز به صورت تلویزیونی رسانه‌ای کرد. برخی کارشناسان عملکرد دولت دوازدهم را در ۱۰۰ روز ابتدایی، قابل قبول دانستند و برخی دیگر نیز اظهار داشتند که دولت با توجه به زیورساخت‌هایی که تغییر نکرده، می‌توانست عملکرد بهتری از خود نشان دهد. اگر حسن روحانی در دولت دوازدهم انتخاب نمی‌شد، می‌توانستیم این انتظار را داشته باشیم که حتی تا شش ماه ابتدای فعالیت دولت جدید، ساختار دولت نتواند با اهداف اعلام‌شده در یک راستا قرار بگیرد، اما از وقتی حسن روحانی در دور دوم انتخابات ریاست‌جمهوری انتخاب شد، انتظار می‌رود که دولت با زیورساختی که در طول چهار سال گذشته فراهم کرده، عملکرد خوبی را از خود به معرض نمایش بگذارد. با این‌که در عالم سیاست ۱۰۰ روز زمان بسیار کمی برای بررسی و انجام اقدامات است، اما برخی از کارشناسان مانند علی قنبری، معتقدند این‌که دولت گزارش ۱۰۰ روزه خود را ارائه می‌کند، بسیار مناسب و خوب است. به این دلیل که می‌توان سنجد در این مدت عملکرد تا چه حد بر اساس شعارهای انتخاباتی پیش رفته است. البته رئیس‌جمهور در زمان انتخابات اعلام کرده بود راه‌کارهای کوتاه‌مدت برای بحث اقتصاد، سیاست خارجی، اجتماعی و فرهنگی ارائه کرده و تا حدی به آن جامعه عمل پوشانده است.

ماندن نرخ تورم در عین رونق دادن به اقتصاد، از جمله نشانه‌های خوبی است که می‌تواند موبد آن باشد که دولت دوازدهم می‌تواند وعده‌های انتخاباتی روحانی را تا حدود زیادی عملیاتی کند. اما باین‌حال باید دید شرایط کشور در مدت پیش رو چه مسیری را طی می‌کند. البته که افزایش سه برابری مستمری قشر آسیب‌پذیر عضو کمیته امداد و بهزیستی در دولت دوازدهم در جهت تحقق وعده ریشه‌کنی فقر مطلق، تصویب لایحه تخصیص مجموع بودجه سه میلیارد دلاری برای اشتغال در روستاها و شهرهای زیر ۱۰ هزار نفر و تدوین آیین‌نامه اجرایی آن و نیز تلاش دولت برای تک‌رقمی نگه داشتن تورم در برنامه‌های دولت قرار دارد، اما نباید فراموش کرد که کارشناسان زیادی درباره قطع یارانه نقدی ثروتمندان و اختصاص آن به افراد نیازمند تاکید داشتند و بهتر بود در برنامه ۱۰۰ روزه دولت دوازدهم قرار می‌گرفت. یارانه نقدی که اکنون بالای جان اقتصاد شده، خرد شدن درآمدهای کلان دولت و همچنین کاهش سرمایه‌گذاری در پروژه‌های عمرانی را به دنبال دارد. به نظر می‌رسد اگر حذف یارانه ثروتمندان در برنامه دولت بود، مردم از گزارش ارائه‌شده رضایت بیشتری داشتند.

یکی دیگر از وعده‌های روحانی در زمان انتخابات حضور زنان در کابینه بود، که البته بعد از معرفی وزرا این وعده به معاونان وزیر تقلیل پیدا کرد و رئیس‌جمهور معتقد است زنان را در کابینه دولت به کار گرفته است. او در صحبت‌های خود اشاره کرد تلاش‌هایی صورت گرفت تا حضور زنان، به‌خصوص در معاونت وزارت‌خانه‌ها، افزایش یابد. همچنین به‌کارگیری اقلیت‌های مذهبی در مسئولیت‌های متعدد از جمله اقدامات خوبی است که در این دولت انجام شده است. به نظر می‌رسد مهم‌ترین و اساسی‌ترین اقدامی که دولت در گزارش ۱۰۰ روزه ارائه کرد، هدایت جوانان به اشتغال از مسیر طرح کارورزی بود و این اقدام می‌تواند موجب تربیت افراد متخصصی در جامعه شود.

از انتخابات تا گزارش عملکرد ابتدایی

در زمان انتخابات شعارها و اهداف زیادی عنوان می‌شود، اما مهم این‌جاست که کدام به سرمنزل مقصود می‌رسد. در زمان رقابت‌های انتخاباتی وعده‌های مختلفی برای اقشار مختلف از جمله دانشگاهیان، اساتید، مردم و کارگران داده می‌شود، اما بعد از انتخاب شدن نه فقط افرادی که به شخص مورد نظرشان رأی دادند، بلکه همه جامعه توقع دارند شعارهای داده‌شده عملی شود.

اکنون ایران در شرایط عادی قرار ندارد و یکی از کشورهای همسایه (عربستان سعودی) خیالات واهی در سر دارد و قصد دارد ایران را با پشتوانه آمریکا و رژیم صهیونیستی منزوی کند که راهبرد رئیس‌جمهور و حاکمیت در این زمینه بسیار موثر خواهد بود. البته ایران تاکنون در منطقه کارنامه قابل قبول و مناسبی از خود به جای گذاشته است، اما باید هوشیار باشد تا مشکلات اقتصادی آن کشورها به ایران نفوذ نکنند. به گفته فعالان سیاسی و کارشناسان منطقه کشورهای غربی و عربستان قصد داشتند با سرکوب کردن انصارالله در یمن و بشار اسد در سوریه نفوذ خود را در منطقه گسترش دهند، اما ناکامی آن‌ها باعث اشاعه بیشتر قدرت ایران در منطقه شد.

البته نباید فراموش کرد که در کنار برخی مشکلات داخلی، بهانه‌جویی‌ها و تحرکات خارجی هم ضرورت توجه به حفظ وحدت را دوچندان کرده است. به‌خصوص که هیئت حاکمه آمریکا و ائتلاف‌هایی که با حمایت این کشور و اسراییل و با رهبری ولیعهد

جوان و کم‌تجربه عربستان علیه ایران در حال شکل‌گیری است و در عین حال موفقیت‌هایی که در سال‌های اخیر در حوزه دیپلماسی حاصل شده است، نشان‌دهنده بروز و ظهور تهدیدها و در عین حال فرصت‌های قابل توجهی برای منافع ملی است. در این شرایط طبیعی است که آقای روحانی یکی از راهبردهای به حداقل رساندن تهدیدها و به حداکثر رساندن فرصت‌های بین‌المللی را در تحکیم و تقویت انسجام و وحدت ملی می‌داند و هم‌زمان کاستن از تنش‌ها و اختلافات داخلی را به‌عنوان یک راهبرد دیگر انتخاب کرده است.

همه کارشناسان معتقدند که فرصت ۱۰۰ روزه زمان مناسبی برای ارزیابی وعده‌ها نیست، اما واقعیات نشان از آن دارد که رئیس‌جمهوری از مسیر تحقق برنامه‌ها و وعده‌های خود خارج نشده است؛ اگرچه در انطباق آن وعده‌ها به عمل کمی لگنت دیده می‌شود. اغلب این کارشناسان همچنین توصیه می‌کنند که رئیس‌جمهوری باید در گفت‌وگوهای خود با مردم از ادبیات و صورت‌بندی رسمی فاصله بگیرد و به گفتمان واقعی جاری نزدیک شود.

غربی‌های غیرقابل اعتماد

به دنبال سیاست‌های ضدایرانی آمریکا، برخی کشورها محدودیت‌هایی را برای حساب‌های ایرانی در کشورهای دیگر مانند ترکیه، امارات، چین و انگلستان اعمال کردند که در گزارش ۱۰۰ روزه دولت خالی بود. همین موضوع نشان‌دهنده این است که نباید خیلی به کشورهای غربی اعتماد کرد. خوش‌بختانه در قبال آن اقدامات مواضعی گرفته شد که رنگ و بوی انفعال نداشت، بلکه نشان‌گر ایستادگی و مقاومت در مقابل زیاده‌خواهی آمریکایی بود و درنهایت هم سبب شد آن‌ها از برخی تصمیمات خود در مورد تشدید تحریم‌ها علیه برخی از نهادها و افراد ایرانی صرف نظر و عقب‌نشینی کردند.

برخی کارشناسان سیاست خارجی معتقدند دولت روحانی اساساً ریلی را که کشور به اشتباه می‌رفت، تغییر داد و وارد مسیر درست شد و ایران اینک توانسته است روابط تخریب‌شده با اروپا را ترمیم کند، روابط با ژاپن، کره جنوبی، هند، چین و کشورهای دیگری را که طرف‌های اصلی تجاری ایران هستند، ارتقا دهد و درباره رابطه با روسیه نیز جهش فوق‌العاده داشته است. همچنین باید تاکید کرد که ایران توانست مشخصاً درباره ارتباط با اروپا و در مواجهه با سیاست ضدبرجامی آمریکا با تقویت روابطش با اروپا یک سیاست منسجم را به وجود آورد. همچنین یک اتحاد قوی میان ایران، روسیه و ترکیه شکل گرفت، آن هم در شرایطی که قبل از آن مشکلات زیادی میان ایران با هر دو کشور یادشده وجود داشت و ایران تا حدودی توانست هم از لحاظ روابط دوجانبه و هم سه‌جانبه پیش رود. در همین چهارچوب ایجاد یک فضای مناسب همکاری و انعقاد قراردادهای متعدد با این کشورها قابل توجه بوده است، البته در خصوص ارتباط با همسایه‌ها، ناکامی‌هایی وجود داشته که عامل آن دولت نیست و هدف‌گذاری بعدی دولت باید در این زمینه باشد. بسیاری از کارشناسان می‌گویند تیم مذاکره‌کننده ایرانی در روند مذاکرات با کشورهای ۵+۱ به شکلی رفتار کرده که جامعه بین‌الملل به سمت کاهش تحریم‌های اعمال‌شده علیه کشورمان پیش بروند و در مجموع فضای خوبی در عرصه جهانی برای حل‌وفصل مشکلات اقتصادی به وجود آمده است. از طرف دیگر، به نظر می‌رسد با استقرار دولت

روحانی، سرمایه‌های اجتماعی کشور نیز رو به افزایش است. همه این موارد در کنار هم، آینده روشن‌تری را پیش روی اقتصاد کشور قرار داده است.

همه کارشناسان معتقدند که فرصت ۱۰۰ روزه زمان مناسبی برای ارزیابی وعده‌ها نیست، اما واقعیات نشان از آن دارد که رئیس‌جمهوری از مسیر تحقق برنامه‌ها و وعده‌های خود خارج نشده است؛ اگرچه در انطباق آن وعده‌ها به عمل کمی لگنت دیده می‌شود

بورس در ماهی که گذشت

آرامش بعد از التهاب

ماه گذشته، بازار سرمایه با توجه به نوسان نرخ سکه و دلار، با نوسان حداقلی روبه‌رو بود و همین امر باعث شد دل سرمایه‌داران نسبت به سود سرمایه‌های خود گرم شود. چند وقت پیش، با کاهش نرخ سود بانکی برخی کارشناسان تصور می‌کردند که این پول ممکن است از سپرده‌های بانکی به بازار سرمایه مهاجرت کند. اما زمان خروج این سپرده‌ها با نوسان قیمت سکه و دلار همراه شد و همین موضوع دلیلی بود تا علاوه بر ورود نقدینگی به این بازار واسطه‌ای، بازار سرمایه نیز از این سرمایه‌های خرد محروم بماند.

البته نباید فراموش کرد که در طول این مدت نوسان در بازار سرمایه بسیار کم بود و سرمایه‌داران این بازار با وجود نوسان رو به رشد نرخ سکه و دلار، باز هم به آن بازار ورود نکردند و تولید ملی را به سود شخصی ترجیح دادند. فعلاً از رونق خبری نیست

دکتر مسعود دانشمند، دبیرکل خانه اقتصاد ایران، با اشاره به وضعیت بازار سرمایه تا سه هفته آینده به خبرنگار ما گفت: نوسان قیمت در بازار طلا و ارز باعث شده تا کمی سرمایه‌های خرد به سمت این بازارها هدایت شود و صاحبان این سرمایه کمتر به بازار سرمایه توجه کنند.

او با تأکید بر این که رشد قیمت ارز می‌تواند تا حدی به نفع اقتصاد ایران باشد، افزود: سرکوب کردن نرخ ارز باعث خواهد شد واردات بیشتر از صادرات به‌صرفه باشد، اما وقتی قیمت ارز متعادل در بازار داد و ستد شود، میل به صادرات بیشتر می‌شود و واردات روند نزولی خواهد داشت. البته نباید فراموش کرد که نرخ ارز رابطه مستقیمی با تجارت و تولید دارد، و اگر قیمت آن به صورت غیرواقعی، چه ارزان و چه گران، باشد، تجارت و تولید را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

دانشمند با بیان این که نوسان قیمت در بازار طلا و سکه باعث شده سرمایه‌های مردم جذب این بازار شود، گفت: اکنون در مورد دلار می‌توان اظهار نظر کرد که قیمت دلار در شرایط خوب و متعادلی قرار دارد، اما به نظر نمی‌رسد بیش از ۴ هزار و ۲۰۰ تا ۴ هزار و ۳۰۰ تومان افزایش قیمت داشته باشد. این در حالی است که قیمت سکه به‌زودی روند نزولی را طی خواهد کرد.

دبیرکل خانه اقتصاد ایران تأکید کرد: سکه در حساب

دبیرکل خانه اقتصاد ایران، با اشاره به وضعیت بازار سرمایه تا سه هفته آینده به خبرنگار ما گفت: نوسان قیمت در بازار طلا و ارز باعث شده تا کمی سرمایه‌های خرد به سمت این بازارها هدایت شود و صاحبان این سرمایه کمتر به بازار سرمایه توجه کنند.

او با تأکید بر این که رشد قیمت ارز می‌تواند تا حدی به نفع اقتصاد ایران باشد، افزود: سرکوب کردن نرخ ارز باعث خواهد شد واردات بیشتر از صادرات به‌صرفه باشد، اما وقتی قیمت ارز متعادل در بازار داد و ستد شود، میل به صادرات بیشتر می‌شود و واردات روند نزولی خواهد داشت. البته نباید فراموش کرد که نرخ ارز رابطه مستقیمی با تجارت و تولید دارد، و اگر قیمت آن به صورت غیرواقعی، چه ارزان و چه گران، باشد، تجارت و تولید را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

دانشمند با بیان این که نوسان قیمت در بازار طلا و سکه باعث شده سرمایه‌های مردم جذب این بازار شود، گفت: اکنون در مورد دلار می‌توان اظهار نظر کرد که قیمت دلار در شرایط خوب و متعادلی قرار دارد، اما به نظر نمی‌رسد بیش از ۴ هزار و ۲۰۰ تا ۴ هزار و ۳۰۰ تومان افزایش قیمت داشته باشد. این در حالی است که قیمت سکه به‌زودی روند نزولی را طی خواهد کرد.

دبیرکل خانه اقتصاد ایران تأکید کرد: سکه در حساب

یکی از دلایلی که برخی صاحبان سرمایه‌های خرد تمایلی به ورود به بازار سرمایه نشان نمی‌دهند، این است که برخی سودجویان در بازارهای واسطه‌ای مانند طلا و ارز این ذهنیت را در جامعه ایجاد کردند که بازار سرمایه جای افراد عادی نیست و باید در این بازار حرفه‌ای بود. در صورتی که افراد اگر قصد ورود به این بخش را داشته باشند، هم سود خوبی نصیبشان خواهد شد و هم در رشد اقتصاد کشورشان شریک می‌شوند



بر این که کدام بخش از بازار سرمایه برای سرمایه‌گذاران جذاب است، گفت: به نظر می‌رسد با توجه به این که بازارهای سکه و ارز بخشی از نقدینگی سرگردان جامعه را به خود اختصاص داده‌اند، هنوز مخاطب برای بازار سرمایه خیلی زیاد نباشد، اما اگر کسی قصد ورود به این بازار را داشته باشد، اکنون وضعیت پتروشیمی‌ها که با رشد قیمت ارز صادرات بیشتری خواهند داشت، می‌توانند میزبان خوبی باشند.

افزایش نرخ ارز مطابق با تورم عباس آرگون، کارشناس بازار سرمایه، دربارهٔ رشد نرخ ارز و تاثیر آن در بازار سرمایه به «وخارزم» گفت: از آن جایی که هر بار افزایش نرخ ارز صادرات توجیه بیشتری پیدا می‌کند و از این جهت تولید در کشور رونق می‌گیرد، می‌توان امیدوار بود با رشد نرخ ارزی که اکنون اتفاق افتاده است، رویهٔ تولید با تغییر رو به مثبت مواجه شود. بیشتر شرکت‌های بوری در زمینهٔ صادرات فعال هستند و رشد نرخ ارز می‌تواند تا حد زیادی روی فعالیت آن‌ها تاثیرگذار باشد.

آرگون با اشاره به شرکت‌های سودده در بازار سرمایه گفت: اکنون شرکت‌های بزرگی مانند پتروشیمی، مخابرات و نیروگاهی توانستند نظر مخابرات را به خود جلب کنند، اما تبلیغات کمی که در این حوزه می‌شود، باعث شده مخاطبان زیادی جذب این گروه نشوند. اگر بخواهیم به صورت کارآمدی وضعیت بازار سرمایه را ارزیابی کنیم، باید گفت که شرکت‌های صادراتی بوری اکنون مطلوب هستند، که بخش پتروشیمی و نیروگاه نیز جزو این دسته‌اند.

او به افزایش نرخ سکه و دلار در بازار اشاره کرد و گفت: نوسان در این بازار باعث شده بخشی از نقدینگی جامعه صرف خرید سکه و دلار شود، که این بخش سودی به حال اقتصاد کشور ندارد و تنها باعث رونق دلالی و سوداگری خواهد شد. البته برخی کارشناسان معتقدند که دولت به صورت مستقیم باید به این بخش ورود کند، اما باید توجه داشت که ورود مستقیم دولت باعث خواهد شد عنوان سرکوب قیمتی برای یک بازار واسطه‌ای استفاده شود و نباید از ابتدا اجازهٔ چنین نوسانی را می‌داد.

این کارشناس بازار سرمایه به دلایل افزایش نرخ سکه و دلار در بازار اشاره کرد و افزود: بارها کارشناسان به دولت‌های مختلف تاکید کردند که نرخ ارز مطابق با نرخ تورم افزایش داشته باشد، اما هیچ دولتی این قانون را اجرا نکرد و هر کدام با آسیب‌های زیادی در این زمینه روبه‌رو شدند. اگر نرخ ارز سالانه مطابق با نرخ تورم افزایش یابد، دیگر این گونه افزایش قیمت‌ها که یک‌باره موجب جمع‌آوری سرمایه‌های خرد سرگردان می‌شود، اتفاق نخواهد افتاد.

سیاستی که دولت اکنون باید در نظر داشته باشد، این است که نقدینگی نزدیک به هزار و ۴۰۰ هزار میلیارد تومان را به سمت تولید و بازار سرمایه هدایت کند در غیر این صورت، این نقدینگی تبدیل به یک سونامی تورمی خواهد شد که دوباره برگشت به این کانال سخت خواهد بود. اقتصاد ایران سال‌ها با مشکل تورم زیاد روبه‌رو بود و همین موضوع مشکلاتی را برای تولید و تجارت فراهم آورده بود. اما در طول فعالیت دولت یازدهم و سیاست‌های وزارت امور اقتصادی و دارایی تورم تکریمی شد و بعد از سال‌ها رشد قیمت‌ها کندتر شد.

به نظر می‌رسد دولت و وزارت امور اقتصادی و دارایی در دولت دوازدهم نیز باید همین رویه را دنبال کنند و تورم را کنترل کنند، اما از سوی دیگر مراقب تولید، بازار سرمایه و بازارهای دلالی و واسطه‌ای مانند سکه و ارز باشند. دولت دوازدهم اگر این پیشنهاد کارشناسان را مبنی بر افزایش نرخ ارز مطابق با نرخ تورم اجرایی کند، دیگر شاهد نوسان قیمتی در این بخش نخواهیم بود.

او با تاکید بر این که اقتصاد ایران چند سالی است با رکود دست‌وپنجه نرم می‌کند، گفت: از ابتدای فعالیت دولت دوازدهم نوسانات در بازار سرمایه به حداقل رسید و همین موضوع نشان می‌دهد رویکرد دولت نسبت به بازار سرمایه مثبت است. وزارت امور اقتصادی و دارایی اگر تمهیداتی را برای فعالیت هرچه بهتر بازار سرمایه و سیاست‌هایی را برای هدایت سرمایه‌های خرد و کلان و سرگردان جامعه به بازار سرمایه در نظر بگیرد، این بازار از جمله بازارهای سوددهی خواهد شد که محلی امن برای ورود سرمایه‌ها می‌شود.



تمدید محدودیت عرضه نفت چه تاثیری بر بازار می گذارد

سایه روشن های بازار نفت در سال جدید میلادی

که محدودیت تولید خود را تا پایان ۲۰۱۸ ادامه دهند، قیمت طلای سیاه در بازارهای جهانی اوج گرفت و تا حدود ۶۰ دلار در هر بشکه رسید. تحلیل گران توافق اوپک را بر این افزایش قیمت موثر ارزیابی کردند، اما کارشناسان می گویند این افزایش قیمت تداوم ندارد و حتی ممکن است در سال ۲۰۱۸ که چند روز بیشتر به آغاز آن نمانده، قیمت نفت حتی کاهش پیدا کند.

اما در شرایطی که اوپک یک سوم از میزان تولید نفت جهان را در اختیار دارد، کارشناسان بر این باورند که نقش این سازمان در یک دهه اخیر کم رنگ شده و حالا کم رنگ تر از قبل هم هست. تحلیل گران معتقدند که حالا فقط اوپک نیست که تصمیمات آن بر بازار نفت تاثیر بگذارد و عوامل دیگری هم در این موضوع دخیل است. البته درحالی که برخی نگاه خوش بینانه ای نسبت به تداوم نفت ۶۰ دلاری دارند، بعضی دیگر از کارشناسان معتقدند در بودجه سال آینده حتی باید قیمتی کمتر از ۵۰ دلار برای هر بشکه نفت لحاظ شود، بنابراین دولت باید هزینه ها دقت بیشتری کند. زیرا تحلیل این گروه از کارشناسان آن است که باید منتظر سقوط قیمت ها در سال آینده میلادی باشیم و حتی ممکن است قیمت

اعضای اوپک در نشست که نهم آذر ماه امسال داشتند، تصمیم سال گذشته خود مبنی بر کاهش میزان تولید نفت را تمدید کردند. ۱۴ عضو کشورهای صادرکننده نفت در نشست سی ام نوامبر در مورد کاهش یک میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه ای تولید نفت تا پایان سال ۲۰۱۸ به توافق رسیدند. نوامبر سال گذشته میلادی هم اوپکی ها تصمیم گرفتند میزان تولید خود را به سطح ۲۲ میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه در روز برسانند. در همین حال در سومین نشست مشترک تولیدکنندگان نفت عضو و غیرعضو اوپک هم، غیراوپکی ها در مورد کاهش میزان تولید توافق کردند.

در همین حال خالد الفاتح، وزیر نفت عربستان، پس از پایان این نشست عنوان کرد که تصمیم گیری بر سر این موضوع به اتفاق آرا انجام شده و همه اعضای اوپک قویا تصمیم گرفته اند این توافق را تا دسامبر ۲۰۱۸ تمدید کنند. او در عین حال گفت که این انتظار وجود دارد که در نیمه دوم سال آینده میلادی، ذخایر انبارهای نفت تا سطح هدف مطلوب اوپک کاهش بیابد. اما یک روز پس از این که اوپک و سایر تولیدکنندگان مهم نفتی توافق کردند

نفت در سال ۲۰۱۸ میلادی به کمتر از ۴۰ دلار برسد و درآمدهای نفتی ایران کاهش بیشتری را تجربه کند.

نقش اوپک در بازار نفت کم‌رنگ شده است

در همین رابطه محمود خاقانی، کارشناس نفت و انرژی، در گفت‌وگو با خبرنگار ما در مورد تاثیر توافق اوپک بر بازار نفت می‌گوید: به نظر من در آینده بازار نفت به‌طور کلی دست‌خوش برخی از تحولات خواهد شد و هنوز باید منتظر بود و دید که این بازار در چه مسیری حرکت می‌کند.

خاقانی که معتقد است از یک دهه قبل، نقش اوپک در بازار نفت کم‌رنگ شده و در حال حاضر این نقش بسیار کم‌رنگ‌تر از گذشته است، تاکید می‌کند که باید در رابطه با آینده بازار نفت به اقدامات دولت آمریکا هم توجه کرد.

به گفته او اگر به ترکیب دولت آمریکا نگاه کنیم، می‌بینیم که مشاور انرژی دونالد ترامپ یکی از صاحبان بسیار ثروتمند شرکت شیل اویل است، وزیر انرژی آمریکا هم یکی از بلیونرهای نفتی آمریکاست و وزیر امور خارجه هم قبلاً رئیس اکسین موبیل بوده که بزرگ‌ترین و ثروتمندترین شرکت نفتی جهان محسوب می‌شود. بنابراین ترامپ رئیس‌جمهور صنایع نظامی و صنعت نفت آمریکاست و سیاست‌های خارجی او هم در همین راستا در حال شکل گرفتن است.

قیمت نفت به شکل مصنوعی بالا نگه داشته شده

این کارشناس با اشاره به سخنرانی رئیس‌جمهوری آمریکا در ژوئن امسال می‌گوید: ترامپ در آن سخنرانی عنوان کرد که سیاست جدید انرژی آمریکا تسلط بر بازار نفت و انرژی بین‌المللی است. از سوی دیگر، با توجه به صادرات نفت و گاز طبیعی از آمریکا که به یک رکورد جدید رسیده و همچنین رقص شمشیر ترامپ با شاه عربستان، به نظر می‌رسد که آمریکا در حال برنامه‌ریزی است که مانع از خروج دلار از صحنه اقتصاد بین‌المللی شود.

به گفته خاقانی، از همین روست که در حال حاضر در بازار نفت، قیمت‌ها به‌طور مصنوعی و دستکاری شده در سطح بالایی نگه داشته شده و از سویی تلاش‌هایی در حال انجام است که باز هم ایران را از بازار نفت بیرون کنند.

تحلیل دیگر این کارشناس آن است که بدهی خارجی بیش از ۲۰ تریلیون دلاری آمریکا که بدهی بسیار سنگینی است و همچنین بحران‌هایی که دلار با آن دست به گریبان است، موجب شده قیمت نفت به صورت مصنوعی بالا نگه داشته شود. این در حالی است که برخی کشورها درصدد هستند که دلار را به‌عنوان یک ارز استراتژیک و ذخیره‌ای حذف کنند، که شاید مهم‌ترین آن کشور چین باشد، که اگر به واردات نفت خام این کشور توجه کنیم، متوجه می‌شویم که چین خیلی بی‌سروصدا در حال تبدیل ذخایر دلاری خود به ذخایر نفتی است و این‌ها همه نگرانی‌هایی است که آمریکا دارد.

اما در مورد این که آیا توازن در بازار نفت برقرار خواهد شد یا خیر، خاقانی معتقد است که در بازار نفت عرضه به اندازه کافی است و کمبودی وجود ندارد و حتی بیشتر از تقاضا در بازار، نفت وجود دارد و شواهد و قراین هم نشان می‌دهد که این وضعیت تداوم خواهد داشت.

نفت ۵۰ دلاری در بودجه خوش‌بینانه است

اما در شرایطی که برخی تحلیل‌گران، پیش‌بینی‌هایی در مورد افزایش قیمت نفت در سال آینده میلادی و به‌تبع آن افزایش درآمدهای نفتی ایران دارند، خاقانی

معتقد است که دولت دوازدهم باید در هزینه‌ها دقت کند و در بودجه سال ۹۷ هم نفت را بشکله‌ای ۵۰ دلار لحاظ کردن، خیلی خوش‌بینانه می‌تواند باشد. زیرا باید منتظر سقوط قیمت‌ها در سال آینده میلادی باشیم و حتی ممکن است قیمت نفت در سال ۲۰۱۸ میلادی به کمتر از ۴۰ دلار برسد و بنابراین درآمدهای نفتی ایران کاهش بیشتری را تجربه کند.

به گفته خاقانی از آن‌جا که ممکن است کسری بودجه دولت بیشتر شود، بنابراین دولت باید با مدیریت اقتصاد، هزینه‌های خود را پایین بیاورد و حتی برای یارانه نقدی فکر اساسی بکند.

این کارشناس در عین حال تاکید می‌کند که کاهش درآمدهای نفتی برای کشورمان یک نعمت است، زیرا بخش عمده‌ای از رانت‌خواری‌ها و فساد و اختلاس از محل همین درآمدهای نفتی بوده و هست و شاید کاهش این درآمدها راهی باشد تا میزان این رانت‌خواری‌ها و فسادها کاهش بیابد.

نمی‌توان در مورد افزایش قیمت نفت امیدوار بود

اما محسن قمصری، کارشناس امور بین‌الملل نفت، هم در مورد تاثیر تصمیم اخیر اوپک بر قیمت نفت به خبرنگار ما می‌گوید: هدف اوپک از تمدید کردن محدودیت عرضه، افزایش قیمت نفت است، و اگر این تصمیم عملیاتی شود، با توجه به این‌که عرضه نفت محدود خواهد شد، قاعدتاً باید قیمت تثبیت شود و کاهش قیمت، رخ ندهد.

به گفته قمصری اگر قیمت هر بشکه نفت که در حال حاضر ۶۰ دلار است، ثابت بماند، درآمدهای نفتی ایران کاهش نمی‌یابد، اما در عین حال نمی‌توان نسبت به افزایش قیمت نفت امیدوار بود، زیرا هم‌چنان خطر افت قیمت وجود دارد و این در حالی است که تصمیم اوپک هم بیشتر مبتنی بر تثبیت قیمت است.

این کارشناس در مورد این موضوع که نوسانات درآمدهای نفتی ایران چه تاثیری می‌تواند بر صنایع مختلف داشته باشد، می‌گوید: البته درآمد نفتی ما تقریباً ثابت است و از آن‌جا که در آینده نزدیک و پیش رو این درآمد خیلی افزایشی نخواهد بود، تاثیر آن بر صنایع هم به تصمیم‌گیری مدیران کشور برمی‌گردد که بخواهند از این درآمد، برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها استفاده کنند، یا طبق معمول برای هزینه‌های جاری مورد استفاده قرار دهند.

تثبیت قیمت در صورت همراهی غیراوپکی‌ها

اما در شرایطی که کارشناسانی مانند محمود خاقانی معتقد به کم‌رنگ شدن تاثیر سازمان اوپک بر بازار نفت هستند، قمصری تاکید می‌کند که در حال حاضر یک‌سوم تولید نفت دنیا در اختیار اوپک است و قاعدتاً این سازمان نمی‌تواند نقش قوی و بزرگی مانند گذشته داشته باشد. بنابراین در حد همین یک‌سوم، تلاش این سازمان آن است که بتواند قیمت‌ها را تثبیت کنند. به همین دلیل در اجلاس اخیر، اوپک سعی کرد تولیدکنندگان اوپکی و غیراوپکی را با هم همراه کند، و اگر تولیدکنندگان غیراوپکی با اوپک همراه شوند، می‌تواند منجر به تثبیت قیمت نفت شود.

قمصری در مورد این موضوع که در حال حاضر قیمت نفت به شکل دستکاری شده و به صورت مصنوعی بالا نگه داشته شده است، می‌گوید: این یک تئوری جدید است که در بازار غیر از عرضه و تقاضا، مدیریت قیمت هم وجود دارد و بنابراین قیمت نفت، قابلیت دستکاری هم دارد. ولی در عین حال، نمی‌توانیم منکر تاثیر تقاضا هم شویم.

نگاهی به اقتصاد جهان در سال نو میلادی

سراومدز مستون!

توسعه یافته گرفته تا اقتصادهای نوظهور، در مسیر پیشرفت خواهند بود. یعنی هر چند میانگین جهانی پایین تر از سال ۲۰۱۷ خواهد بود، اما اقتصادهایی که ستون اصلی جهان را تشکیل می دهند، در مسیر پیشرفت خواهند بود و رشد خوبی را تجربه خواهند کرد. رشد اقتصاد آمریکا و همچنین کشورهای اروپایی تقریباً ۲ درصد خواهد بود، که این رقم قابل قبول است. برزیل و روسیه به عنوان دو اقتصاد نوظهور بزرگ دنیا که مدت هاست با چالش های بزرگ اقتصادی مواجه هستند، بر اساس پیش بینی ها در سال ۲۰۱۸ از دوره رکود اقتصادی خود بیرون می آیند و بالاخره بحران را پشت سر می گذارند. اقتصادهای مهم آسیایی مانند اندونزی و مالزی در سال ۲۰۱۸ رشد ۵ درصدی را تجربه خواهند کرد. هند هم واقعا به رشد اقتصادی ۸ درصد خواهد رسید که در نوع خود جالب توجه است. تنها اقتصادی که هم چنان در سال نو نیز وضعیتی ظاهراً نگران کننده خواهد

یک دهه از بحران بزرگ اقتصادی می گذرد، ۱۰ سال از روزی که اقتصاد جهان به بستر بیماری افتاد و حال ناخوشش همه دنیا را در هم پیچید. حالا بعد از گذشت این ۱۰ سال به نظر می رسد حال اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۸ خوب شود. بررسی ها و پیش بینی های مختلف از وضعیت اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۸ این طور نشان می دهد که روزهای خوبی در راه است. رکود تورمی کم کم از میان می رود، دستمزدها بالا می روند و اقتصاد در همه نقاط جهان رشد خواهد کرد. بانکداران که هر کاری به جز بانکداری می کردند، دوباره در نقش بانکدار فرو می روند و کمتر نگرانی ای در این باره وجود خواهد داشت. اما حالا که همه چیز خوب پیش می رود و روزهای خوبی برای اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۸ پیش بینی می شود، آیا می توان انتظار رکود و بحران ناگهانی دیگری برای اقتصاد جهان داشت؟ از اکونومیست گرفته تا بانک جهانی، صندوق بین المللی پول و سایر سازمان ها و رسانه ها برای آغاز سال نو میلادی، گوی پیش بینی خود را به میان آورده اند و آینده اقتصاد جهان را پیش بینی کرده اند. برخی از حال خوب اقتصاد جهان می گویند و برخی هم با استناد به تاریخ، روزهای تلخی را پیش بینی می کنند. آن دسته که حال خوب را پیش بینی می کنند، صرفاً به وضعیت اقتصادی فعلی کشورها نگاه می کنند و این طور نتیجه می گیرند که وضعیت کلی خوب خواهد بود. اما آن دسته که تاریخ اقتصاد جهان را مطالعه کرده اند، در انتظار توفانی بزرگ هستند. از نگاه آن ها هر هشت تا ۱۰ سال یک مرتبه اقتصاد جهان گرفتار بحران می شود. آخرین باری که اقتصاد جهان دوره بحرانی اش را پشت سر گذاشت، سال ۲۰۰۹ بود و حالا طبق همان محاسبات احتمالاً زمان بحران بعدی فرا رسیده است. اما آیا واقعا این چرخه در سال ۲۰۱۸ کامل خواهد شد؟

خوب ها، خوب تر و بد ها، بدتر می شوند

۲۰۱۷ سال بدی نبود؛ آن طور که بررسی ها و گزارش های مختلف نیز نشان می دهد، رشد اقتصادی در سال ۲۰۱۷ رشدی قابل ملاحظه بود؛ از سال ۲۰۱۰ تا کنون، این سریع ترین رشد اقتصادی جهان بود. اما اوضاع آن قدر هم دل چسب نبود. به گفته اقتصاددان ها بهترین رشد اقتصادی برای جهان زمانی است که روی ۳ درصد باشد. با وجود همه خوبی هایی که در سال ۲۰۱۷ شاهد آن بودیم، باز هم بررسی ها نشان می دهد که رشد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۷ حدود ۲٫۹ درصد و در نتیجه زیر ۳ درصد بوده است. این ۳ درصد زمانی متوسط جهانی به شمار می آمد و نشان می داد که حال همه اقتصادهای جهان تقریباً خوب است. بر اساس گزارش اکونومیست، رشد اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۸ از این هم کمتر خواهد شد و به حدود ۲٫۷ درصد خواهد رسید، اما واقعیتی مهم و جذاب در دل این رقم مخفی شده است: تمامی اقتصادهای بزرگ جهان، از اقتصادهای

داشت، اقتصاد چین است. با این وجود چشم‌بادامی‌ها دست از تلاش برای رشد اقتصادی برنخواهند داشت و احتمالاً به رشد ۶ درصدی در سال نو خواهند رسید.

بهار اقتصادی در راه است

حوزه یورو یکی از حوزه‌های شگفتی اقتصاد است. اما این شگفتی نسبتاً مطلوب و شیرین خواهد بود. در یک دهه گذشته، کشورهای حوزه یورو دو دوره رکود و بحران را پشت سر گذاشته‌اند. اما با این وجود سر خود را بالای آب نگه داشته‌اند و از مهلکه جان سالم به در برده‌اند. حالا به نظر می‌رسد زمستان به سر آمده و بهار در راه است. مصرف‌کنندگان پویاتر شده‌اند و هیجانات اقتصادی که می‌تواند محرکی بزرگ برای اقتصاد باشد، به بالاترین حد خود در ۱۰ سال گذشته رسیده است. نرخ بی‌کاری در حال کاهش است و احتمالاً در سال ۲۰۱۸ به حدود ۸٫۵ درصد سقوط خواهد کرد. این در حالی است که تا سال ۲۰۱۳ نرخ بی‌کاری در حوزه یورو حدود ۱۲ درصد بود. اروپا دقیقاً وارد دوره رونق اقتصادی خواهد شد. جمعیت جوان می‌شود و نیروی کار در اختیار دولت‌ها قرار می‌گیرد؛ سرمایه‌گذاری دوباره رونق می‌گیرد و خاطره تلخ جدایی بریتانیا از اتحادیه اروپا (برگزیت) رفته‌رفته از خاطره‌ها محو می‌شود. اروپایی‌ها سال جدید را نه تنها با این حس که بحرانی در کار نیست شروع خواهند کرد، بلکه قدم در دوره آرامش و طبیعی بودن می‌گذارند.

یک سال دیگر با ترامپ

آمریکا با حضور دونالد ترامپ به‌عنوان رئیس‌جمهوری قدم به دوره‌های جدیدی می‌گذارد. ترامپ رفته‌رفته قصد دارد به وعده‌های خود عمل کند. بحث مالیات در آمریکا ادامه پیدا خواهد کرد و برنامه‌های زیرساختی که میلیاردها دلار سرمایه می‌خواهد، کم‌کم آغاز خواهد شد، اما بعید به نظر می‌رسد به صورت جدی به مرحله اجرا دربیاید. اما به‌رحال ترامپ تلاشش را در این موارد خواهد کرد. رئیس‌جمهور آمریکا قصد دارد این کشور را روی رشد اقتصادی ۳ درصد به صورت پایدار نگه دارد، اما چنین چیزی تقریباً محال به نظر می‌رسد. بسیاری از افراد از محیط کار خود رانده شده‌اند و بسیاری از شرکت‌ها دیگر به‌قدر کفایت سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. تنها چیزی که در آمریکا هنوز حال خوبی دارد، بازار کار

است. دستمزدها کمی افزایش پیدا می‌کند، اما تغییر بزرگ اقتصادی دیگری رخ نخواهد داد.

ظهور دوباره نوظهورها

اقتصادهای نوظهور چند سالی است که کابوس می‌بینند. اما بر اساس گزارش اکونومیست این اقتصادها نیز در سال نو میلادی بهترین روزهای خود را از سال ۲۰۱۴ تا کنون تجربه خواهند کرد. برزیل به‌قدر کافی از رسوایی‌ها و فسادهای مالی آسیب دیده، روسیه هم به‌قدر کافی از تحریم‌های غربی ضربه خورده است. هر دو کشور در سال نو میلادی رشد اقتصادی حدوداً ۲ درصد را تجربه خواهند کرد. هرچند این رشد خیلی هیجان‌انگیز نیست، اما پیشرفت خوبی نسبت به سقوطهای اخیر اقتصاد این کشورها به شمار می‌آید. نیجریه و آفریقای جنوبی هم بالاخره از دل رکود اقتصادی بیرون خواهند آمد و در کنار دیگر کشورهای آفریقایی رشد ۳ درصدی را تجربه خواهند کرد. هرچند متوسط رشد اقتصادی این کشورها در فاصله سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ حدود ۵ درصد بوده و این ۳ درصد نسبت به گذشته رقم بسیار کمی به شمار می‌آید، اما باز هم در مسیر پیشرفت خواهد بود.

سال تلخ چشم‌بادامی‌ها

چین تنها کشوری است که در رابطه با رشد اقتصادی، داستان‌های پیچیده‌ای دارد. شی جین‌پینگ، رئیس‌جمهوری این کشور، به دنبال راهی برای از بین بردن بحاب اقتصادی در این کشور است. دولت چین تا کنون روی ظرفیت‌های صنعتی خود کار کرده است و سعی دارد قدم‌هایی در رابطه با افزایش نرخ بهره بردارد. برنامه پنج ساله فعلی در چین تا سال ۲۰۲۰ ادامه پیدا خواهد کرد و قرار است رشد اقتصادی این کشور را به ۶٫۵ درصد برساند. اما این‌طور که به نظر می‌رسد، در سال ۲۰۱۸ به چنین رقمی دست نخواهد یافت. به‌رحال در چین شرایط قدری نگران‌کننده است. بعید نیست که همه چیز خیلی بد پیش برود. بحاب اقتصادی احتمالاً نمی‌ترکد و امکان دارد به برخی از کشورها نیز سرایت پیدا کند. به‌رحال دولت سعی دارد با کنترل بانک‌ها تا حدودی شرایط را کنترل کند. باید ببینیم چشم‌بادامی‌ها در سال نو چه خواهند کرد.

چرخه غم‌انگیز اقتصاد جهان

همه چیز که به نظر خوب می‌آید! پس چرا نگران باشیم؟ وقتی همه چیز در مسیر پیشرفت است، چه چیزی منشأ نگرانی می‌شود؟ نگرانی از آن‌جا آغاز می‌شود که اقتصاددان‌ها و تحلیل‌گران اقتصادی به تاریخ نگاه می‌کنند. مروری بر تاریخ سرآغاز نگرانی‌ها می‌شود. در واقع آن‌ها یک چرخه اقتصادی را می‌بینند که اکنون به پایان یکی از دوره‌های خود نزدیک می‌شود. آن‌طور که به نظر می‌آید، اقتصاد جهان در این چرخه، هر هشت تا ۱۰ سال یک بار وارد بحران می‌شود. آخرین باری که این چرخه کامل شد، سال ۲۰۰۹ بود. حالا یک دهه گذشته و به همین خاطر است که برخی انتظار شروع بحران تازه در حال‌وهوای خوب اقتصاد جهان را دارند.

*زلزله در بازارهای جهانی

بحران‌های بزرگ اقتصادی معمولاً از بانک‌های مرکزی شروع می‌شود. آن‌ها دوست دارند سرخود حرکت‌هایی در دل اقتصاد جهان داشته باشند، غافل از این‌که همین حرکت‌ها گاهی ترمز اقتصاد جهان را می‌کشد. بانک‌دارها و سیاست‌گذاران اقتصادی، بدون تامل نرخ بهره را دستکاری می‌کنند، خیلی سریع و ناگهانی آن را افزایش می‌دهند و همین امر جرقه بحران را می‌زند. برای مثال انتظار می‌رود فدرال رزرو آمریکا (بانک مرکزی آمریکا) در سال ۲۰۱۸ دست‌کم سه بار نرخ بهره را افزایش بدهد... این بانک در سال ۲۰۱۷ نیز سه مرتبه همین اقدام را کرد. البته فدرال وعده داده که همه حرکت‌هایش حساب‌شده و باتامل باشد. افزایش نرخ بهره در ایالات متحده آمریکا، معنای زیادی برای اقتصاد جهان دارد. اتفاقی که تنها در آمریکا رخ می‌دهد، می‌تواند دوردست‌ترین بازارهای جهان را نیز به لرزه دربیآورد. حال باید در انتظار زمان بود؛ آیا یک فوت ناگهانی می‌تواند زلزله‌ای در بازارهای جهان به راه بیندازد و حال اقتصاد جهان را دوباره خراب کند، یا دنیا به کام سرمایه‌داران خواهد بود؟



چالش‌های کسب‌وکار در شبکه‌های اجتماعی در گفت‌وگو با دکتر ابراهیم اسکندری پور

مجازی شدن کافی نیست

به این موضوع مهم اقدام به راه‌اندازی صفحه‌ای کرده و نتایج منفی را به دست می‌آورند. برای بررسی باید و نبایدهای حضور کسب‌وکارها در شبکه‌های اجتماعی گفت‌وگویی را با ابراهیم اسکندری پور، دکترای مدیریت رسانه و متخصص رسانه‌های اجتماعی، داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

فعالیت گسترده شبکه‌های اجتماعی دغدغه تازه‌ای را برای کسب‌وکارها ایجاد کرده است؛ دغدغه‌ای که نیاز به برنامه‌ریزی و توجه دقیق‌تر دارد. این ابزار باعث تحقق ارتباطی بهتر با مخاطبان کسب‌وکارها خواهد شد، اما انتخاب بهترین شبکه اجتماعی و ایجاد صفحه‌ای در آن معضلی است که این روزها برندها با آن دست به گریبان‌اند. بسیاری از آن‌ها بی‌توجه

است؛ تردیدی که باید به‌سرعت برطرف شود و برند با آمادگی در شبکه‌های اجتماعی حضور به هم رسانند. برندهای ایرانی تا به حال در جامعه‌ای فعالیت می‌کردند که حضور رسانه‌های تک‌صدایی در آن بیداد می‌کرد. آن‌ها به این سبک عمل‌گرایی عادت کرده‌اند. چنین برندهایی در حال حاضر پا به عرصه‌ای گذاشته‌اند که مخاطبان روبه‌روی آن‌ها نیز قادر به اظهارنظر هستند. این مخاطبان دیگر مقابل برندها قرار گرفته‌اند و بی‌پروا نظرشان را ابزار می‌کنند. برندهایی که آمادگی این فضا را ندارند، مطمئناً بازخوردهای منفی را دریافت کرده و در شبکه‌های اجتماعی آن‌چه را که می‌خواهند، به دست نمی‌آورند. برندها باید یاد بگیرند در شبکه‌های اجتماعی در معرض قضاوت قرار می‌گیرند. بنابراین اگر برند تحمل شنیدن نظرات منفی مخاطبان را ندارد، بهتر است وارد شبکه‌های اجتماعی نشود.

به نظر تان همین عامل باعث شده برندهای صاحب‌نام، صفحه‌های اجتماعی پرمخاطبی نداشته باشند؟

مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی حق انتخاب دارند، یعنی به راحتی به جای صفحه اجتماعی برند به سراغ صفحه‌ای می‌روند که محتوای مورد علاقه‌شان را تولید کرده است. در نتیجه مخاطبان به صرف این‌که برند خوش‌نام و بزرگ است، به سراغ صفحه آن نمی‌روند. مخاطب باید محتوای مورد علاقه‌اش را در صفحه برند بیابد. برند شاید در ابتدا بتواند از نامش تعدادی دنبال‌کننده به دست بیاورد، اما به مرور باید محتوایی تولید کند که دنبال‌کننده را نگه دارد. محتوایی که دوطرفه باشد و مخاطب را جذب خود کند. در غیر این صورت مخاطب به راحتی صفحه برند را ترک می‌کند و به سراغ صفحه دیگری می‌رود.

آیا برندها برای ورود به شبکه‌های اجتماعی باید اقدام خاصی انجام دهند؟

این ورود باید با برنامه‌ریزی و تولید محتوای مدون باشد. معمولاً برنامه‌هایی که در سایت‌های خود صفحه‌های اجتماعی‌شان را معرفی می‌کنند، چنین برنامه‌ریزی کرده‌اند. در صفحه‌های اجتماعی این برندها، هم‌بستگی مشخصی دیده می‌شود و آن‌ها از طرح و رنگ یکسانی برای نشان دادن پیامشان بهره‌برداری می‌کنند. بر این اساس برندها فقط به خاطر حضور نباید به سراغ شبکه‌های اجتماعی بروند و باید گام به گام ویا نقشه راه جلو بروند. هم‌چنین نکته مهم دیگر، این است که برندها باید پیش‌بینی حجم پیام‌ها

این روزها حضور برندها در فضای مجازی از واجبات حرکت در بازار شده است، اکثر آن‌ها صفحه‌ای را در اینستاگرام و تلگرام راه‌اندازی و بی‌توجه به سایر شبکه‌های اجتماعی در حرکت‌اند، روند حرکتی چنین برندهایی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اگر برای برندها، شخصیت حقیقی و حقوقی در نظر بگیرید، برای حضورشان در شبکه‌های اجتماعی نه تنها مشکلی وجود ندارد، بلکه دستاوردهای خوبی نیز به همراه خواهد داشت. چالش مهم در این‌جا، زمانی پیش می‌آید که برندها با همان شخصیتی که در بیرون از خود نشان می‌دهند، وارد فضای مجازی نمی‌شوند. چنین روندی مخاطبان برندها را دچار تناقض می‌کند، چون آن‌ها با برند دو شخصیتی روبه‌رو هستند که در بیرون یک چیز می‌گویند و در شبکه‌های اجتماعی چیز دیگر. نکته مهم دیگر عدم تقسیم‌بندی شبکه‌های اجتماعی توسط برندهاست. برندها بدون در نظر گرفتن ماهیت متفاوت هر شبکه وارد آن و شروع به فعالیت می‌کنند. برای مثال آن دسته از برندهایی که خدماتشان را به برندهای دیگر ارائه می‌دهند و در اصطلاح B2B عمل کنند، بهتر است وارد لینکدین شوند. چنین برندهایی به نسبت برندهایی که با توده مخاطبان سروکار دارند، در لینکدین نتیجه بهتری را به دست خواهند آورد. در مقابل برندهایی که با عامه مردم سروکار دارند، از شبکه‌های دیگر با محتواسازی مناسب می‌توانند بهره‌برداری کنند.

از حفظ هویت برندها در شبکه‌های اجتماعی گفتید، کمی در این‌باره توضیح بفرمایید.

برندها در شبکه‌های اجتماعی مانند شخصیت‌هایی هستند که از این پس باید مستقیم با مخاطبان‌شان صحبت کنند. چون مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی به همین منظور وارد چنین فضاهایی می‌شوند. اگر برندی توانایی برقراری این سبک از ارتباط را ندارد، بهتر است با همان روش قبلی خود ادامه دهد. ورود به شبکه‌های اجتماعی الزاماتی دارد. برندی که وارد این شبکه‌ها شده، باید توانایی ارائه چهره‌ای شفاف از خود را داشته باشد. در راستای این مورد مهم، برند باید توانایی پاسخ‌گویی به سوالات مختلف را بدون هیچ جبهه‌گیری نیز داشته باشد. برندهای بسیاری بدون در نظر گرفتن این الزامات در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند و همین موضوع برای آن‌ها نتایج منفی را به بار می‌آورد. حرکت این‌گونه برندها باعث ایجاد تردید آن‌ها برای حضور در شبکه‌های اجتماعی شده

و بازخوردهای مخاطبان را نیز داشته باشند. آن‌ها باید توانایی پاسخ‌گویی و احیانا" مقابله با این پیام‌ها را داشته باشند. برای مثال مدتی یکی از اپراتورها با این چالش روبه‌رو بود. این اپراتور هر روز با انبوهی از پیام‌ها روبه‌رو بود که توانایی پاسخ به آن‌ها را نداشت. حضور این برند به چالشی لاینحل تبدیل شده بود که به مرور توانست آن‌ها را حل کند. اپراتور متوجه شد که یکی از راحت‌ترین کانال‌های ارتباط با مشتریانانش صفحه‌های اجتماعی است و باید چاره‌ای برای آن بیندیشد.

برندها معمولا از سنجش اثربخشی آسان‌تر در شبکه‌های اجتماعی صحبت می‌کنند، آیا این موضوع صحت دارد؟

برند ذهنیتی است که مخاطبان نسبت به چیزی دارند. معمولا ذهنیت روبه‌روی برند ساخته نمی‌شود و مخاطب زمانی صحبت از برند می‌کند که حضور فیزیکی ندارد. بنابراین برندها نیز برای سنجش اثربخشی رفتارشان باید به مکانی بروند که خودشان حضور ندارند. آن‌ها برای این سنجش بهتر است به شبکه‌های اجتماعی و صفحه‌هایی که خودشان حضور مستقیم ندارند، سری بزنند. البته صفحه‌های اجتماعی به‌عنوان یک کانال ارتباطی قابل اتکا هستند، اما برند نمی‌تواند برای سنجش اثربخشی خودش به یک صفحه بسنده کند.

شرکت‌های فعال در حوزه سرمایه‌گذاری باید در شبکه‌های اجتماعی چگونه عمل کنند؟

چنین شرکت‌هایی به‌خاطر جامعه هدف گسترده‌ای که پوشش می‌دهند، باید در شبکه‌های اجتماعی حضور فعالی داشته باشند. در مورد چنین شرکت‌هایی، مهم انتخاب شبکه اجتماعی است، وگرنه حضور آن‌ها الزامی است. حضور چنین شرکت‌هایی در شبکه‌های اجتماعی به‌روز و رسمی بودن آن‌ها را ثابت می‌کند. از طرفی حضور چنین شرکت‌هایی نوعی احترام به مخاطبان نیز محسوب می‌شود. شرکت به مخاطبانش می‌گوید از هر طریق که راحت‌تر است، می‌تواند با آن ارتباط برقرار کند. البته بدیهی است که باید شروطی را که قبلا از آن‌ها صحبت شد، برای حضور درست لحاظ کرده باشد. این

شرکت‌ها بهتر است در صفحه‌های اجتماعی خودشان مستقیم صحبت نکنند و از شرکت‌هایی که با آن‌ها فعال بوده یا در حال سرمایه‌گذاری هستند، بخواهند برای مخاطبان صحبت کنند. چنین محتوایی یک‌طرفه نیست و کسانی که در تولید آن سهیم بوده‌اند، به بیشتر و بهتر دیده شدن آن کمک می‌کنند. مخاطبان مختلفی نیز برحسب علاقه‌شان به یکی از شرکت‌ها به سمت صفحه اجتماعی شرکت مادر گرایش پیدا می‌کنند. برای مثال یکی از برندها با درگیر کردن مخاطبانی که به واسطه آن کارگاه‌های آموزشی برگزار می‌کند، سعی کرده مخاطبان بسیاری را جذب صفحه‌های اجتماعی خود کند، یا اگر استوری‌های کافه بازار را به یاد داشته باشید، به‌راحتی می‌توانید بحث مورد نظر را درک کنید. کافه بازار در آن برهه زمانی هر روز استوری‌هایی را از یکی از کاربرانش منتشر می‌کرد. کاربر در این استوری‌ها از صبح تا پایان ساعت کاری اداری، درباره فضای کاری و عملکردش به مخاطبان توضیحاتی را می‌داد. کافه بازار با این کار حس خوب ارتباط انسانی را با مخاطبانش برقرار کرده بود. مخاطبان نیز با صفحه اجتماعی این برند حس همزادپنداری خوبی برقرار کرده بودند. چون آن‌ها با آدم‌ها ارتباط برقرار می‌کردند و طرف مقابل آن‌ها برندی خشک و بی‌روح نبود. در این‌باره مثال‌های خوب دیگری از برندهای خارجی وجود دارد، اما اکثر برندهای ایرانی با سعی و خطا پیش می‌روند. گاهی

به‌خوبی عمل کرده، اما به یک‌باره محتوایی بی‌ربط و مشکل‌ساز منتشر می‌کنند. این عملکرد اثراتی منفی برای آن‌ها به جا می‌گذارد.

برندهای بین‌المللی باید با یک زبان مشترک با تمامی مشتریانانشان صحبت کنند؟

چنین برندهایی به‌طور مرتب با زبان اصلی خود محتوای دائمی تولید می‌کنند. اما در این میان محتوایی را نیز برای مخاطبان سایر کشورها منتشر می‌کنند. معمولا آن‌ها صفحه‌های دیگری را زیرمجموعه صفحه اصلی خود راه اندازی کرده و محتوای متناسب با مخاطبان ارائه می‌دهند. برندهای بین‌المللی در صفحه‌های زیرمجموعه به‌مراتب محتوای کمتری نسبت به صفحه اصلی تولید می‌کنند. آن‌ها اکثرا به‌خاطر این‌که با مخاطبان خارجی ارتباط برقرار کنند، این شیوه را اجرایی می‌کنند. آن‌ها اخبار خود را نیز می‌توانند از این صفحه‌ها منتشر کنند. آن‌ها برای این کار از ردیت (وب‌گاهی برای جمع‌آوری اخبار اجتماعی) برای انتقال اخبارشان استفاده می‌کنند. برندها در صفحه اجتماعی راحت‌تر می‌توانند جامعه هدف خود را با محتوای تولیدی هدایت و انتخاب کنند. در نظر داشته باشید که هر صفحه، محتوای مخاطبان مختص خود را دارد و برندها باید برحسب آن‌ها تولید داشته باشند. برای مثال، برندها در شبکه اجتماعی پینترست (pinterest) می‌توانند اینفوگرافی‌های جذابی را از نوع فعالیت خود به اشتراک بگذارند؛ اینفوگرافی‌هایی که مخاطبان از طریق آن‌ها متوجه عملکرد برند شوند. مخاطبان با دیدن چنین تصاویری متوجه می‌شوند که برند برای آن‌ها زمان صرف کرده و این حس خوبی دارد.

آیا برندها باید کارکنان داخلی خود را نیز در این صفحه‌های اجتماعی درگیر کنند؟

هر چقدر برندها شخصیت انسانی‌تری از خود در شبکه‌های اجتماعی بروز دهند، ارتباط صمیمانه‌تری با مخاطبان برقرار خواهند کرد. در نتیجه حضور کارکنان مطمئنا به ایجاد چنین ارتباطی کمک خواهد کرد. مخاطبان باید روی دیگری از برند را در شبکه‌های اجتماعی مشاهده کنند؛ رویی که قبل از این ندیده‌اند.

هدایت صفحه‌های اجتماعی برندها باید درون‌سازمانی صورت بگیرد، یا برون‌سازمانی؟

این موضوع چالشی است که هنوز کامل حل نشده و نظریه‌های مختلفی در این‌باره وجود دارد. براین اساس شاید طی مسیر بینابینی بهترین راه‌کار باشد، یعنی علاوه بر درون سازمان از یک مشاور بیرونی که فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات برند را برعهده دارد، استفاده شود. مطمئنا وقتی از فرهنگ درون سازمان بخواهید به مخاطبان بگویید، بهترین گزینه کارکنان درونی هستند.

به‌عنوان نکته پایانی باید بگویم برندها باید میان فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی تفکیک قائل باشند، چون هر کدام از این فضاها شرایط خود را دارند. صحبت‌های گفته‌شده در این گفت‌وگو بیشتر مرتبط به شبکه‌های اجتماعی است و برندها برای

حضور در فضای مجازی باید مسیر دیگری را در پیش بگیرند. درمجموع برندها بهتر است فضای مجازی و وبسایت خود را به واحد تولید محتوا و شبکه‌های اجتماعی را به واحد مارکتینگ و امور مشتریان به‌خاطر نوع ارتباط نزدیک‌تر با مخاطبان بسپارند.



اکثر برندهای ایرانی با سعی و خطا پیش می‌روند. گاهی به‌خوبی عمل کرده، اما به یک‌باره محتوایی بی‌ربط و مشکل‌ساز منتشر می‌کنند. این عملکرد اثراتی منفی برای آن‌ها به جا می‌گذارد



مدیریت

آبتین ایزدی
کارشناس کسب و کار

نگاهی به مهم‌ترین روندهای کاری
پیش روی سازمان‌های تجاری در
سال ۲۰۱۸

سال تعامل بین فردی میان کارمندان

همواره باید به روندهای کاری که دچار تغییراتی استراتژیک شده‌اند، توجه ویژه‌ای داشته باشند تا از این طریق بتوانند هر روزه فعالیت‌های کاری سازمان را بهبود ببخشند. با توجه به این موضوع که کمتر از یک ماه میلادی به سال ۲۰۱۸ مانده است، صاحب‌نظران برجسته در حوزه‌های مختلف کسب و کاری با استفاده از انجام تحقیقات و مطالعات مربوطه به پیش‌بینی‌های متفاوتی از روندهای کاری مورد توجه برندهای بین‌المللی پرداخته‌اند. در ادامه به برخی از این روندهای مهم اشاره خواهد شد.

بر اساس مطالعاتی که در این زمینه انجام شده است، در زمانی که کارمندان در حال مکالمه با یکدیگر هستند، ۲۰ درصد عملکرد کارمندان بهبود پیدا خواهد کرد. از طرفی ۷۲ درصد از کارمندان هنگامی که بهترین دوست خود را در فعالیت‌های کاری در کنار خود داشته باشند، رضایت بیشتری دارند. بر اساس مطالعات دیگری در این زمینه، هرگز دورکاری و برقراری ارتباطات از طریق فناوری‌های نوین نمی‌تواند جایگزین مناسب مکالمات چهره به چهره باشد. به‌عنوان نمونه طبق این تحقیقات یک گفت‌وگوی چهره به چهره معادل ۳۴ ای‌میل اثربخش خواهد بود. با توجه به این موضوع، توصیه می‌شود هر یک از سازمان‌های ایرانی بر اساس شرایط کسب و کاری که دارند، اقدام به بهبود فضای تعاملی بین کارمندان کنند. تحقق این موضوع می‌تواند از طریق برقراری جلسات آموزشی، ایده‌پردازی، رویدادهای داخلی، مهمانی‌ها و جشن‌های داخل سازمانی و... انجام شود.

توجه به یادگیری

طبق مطالعات انجام‌شده توسط مجله فوربس، توجه به افزایش یادگیری کارمندان و اتخاذ برنامه‌های مناسب آموزشی یکی از روندهای دارای اهمیت در سال ۲۰۱۸

آرایش سبک زندگی مخاطبان امروزی هر روزه دست‌خوش تغییراتی قرار می‌گیرد. اگرچه هنگامی که در دل این تغییرات باشیم، لمس تغییرات برای شما ناملموس خواهد بود، اما با نگاهی به چند سال گذشته به خوبی تغییرات در سبک زندگی هر یک از شهروندان جامعه هویدا خواهد شد. یکی از نتایج این تغییرات در سبک زندگی مخاطبان امروزی، هم‌گام شدن برندهای تجاری با بازارهای مختلف جهت عقب‌نماندن از قافله تغییرات است و در راستای به‌روزرسانی پیوسته، سازمان‌های تجاری

تشویق کارمندان به افزایش تعامل دوستانه و کاری با یکدیگر

بر اساس تحقیقات انجام‌شده مجله فوربس، تسهیل در روابط بین فردی کارمندان یکی از روندهای مورد توجه برندهای بین‌المللی در سال ۲۰۱۸ خواهد بود. از جمله اقداماتی که برخی از برندهای بین‌المللی در این راستا انجام داده‌اند، متوقف کردن برنامه‌های دورکاری برند IBM بود. در این شرکت هزاران نفر از کارمندان به صورت دورکاری فعالیت‌های سازمان را پیش می‌بردند، اما در راستای بهبود فعالیت‌های سازمانی و ایجاد روابط بین فردی در کارمندان، تمامی این افراد به سازمان بازگشتند و نیاز به حضور فیزیکی این افراد در سازمان احساس می‌شد. به‌عنوان نمونه‌های دیگر، شرکت اپل در راستای بهبود روابط کارمندان با یکدیگر، تسهیلاتی را برای به اشتراک‌گذاری ایده‌های مختلف کارمندان با یکدیگر در نظر گرفته است، یا گوگل کافه‌ای در داخل سازمان جهت بهبود روابط بین فردی کارمندان طراحی و راه‌اندازی کرده است. درحقیقت تمامی این برندهای بین‌المللی متوجه شده‌اند که وقتی کارمندان در محیط فیزیکی با یکدیگر تعامل داشته باشند، خلاقیت و برقراری ارتباطات اثربخش منجر به دست‌یافتن سازمان به نتایج مثبتی خواهد شد.



حاضر حوزه توجه به مشتریان تا اندازه‌ای گسترده شده است که حتی کارمندان داخل سازمان نیز به‌عنوان مشتریان داخلی سازمان محسوب می‌شوند و واحد منابع انسانی این سازمان‌ها در تلاش است تا با اتخاذ استراتژی‌های مناسبی افزایش رضایت و وفاداری را برای مشتریان داخلی سازمان ایجاد کند. یکی از روندهای دارای اهمیت که در چند سال گذشته نیز مورد توجه برخی از برندهای معتبر بین‌المللی قرار گرفته است، خلق تجربه منحصر به فرد برای مشتریان داخلی و بیرونی سازمان است. درحقیقت سازمان‌های تجاری در تلاش هستند تا در داخل سازمان نیز حس مثبت و وفاداری ایجاد کنند و برای هر یک از مشتریان داخلی سازمان تجربه‌ای را ایجاد کنند که این کارمندان نتوانند چنین تجربه‌ای را در دیگر سازمان‌ها کسب کنند. ذکر این نکته بسیار دارای اهمیت است که در حال حاضر مشتریان داخلی سازمان تمایل دارند جزئی از برند باشند.

رویکردهای نوین در جذب کارمندان

طبق مطالعات انجام‌شده توسط Forrester، ۴۷ درصد از مدیران برندهای تجاری بین‌المللی بر این باورند تا سال ۲۰۲۰ بیش از نیمی از فروش سازمان‌ها تحت تاثیر فضای دیجیتال قرار می‌گیرد. درحقیقت طبق این مطالعات، تاثیر فضای دیجیتال بر سازمان‌ها باعث تغییر در خرده‌فروشی، حمل‌ونقل، آموزش، منابع انسانی و... خواهد شد. در حال حاضر جذب کارمندان متخصص در سازمان به‌سختی صورت می‌پذیرد و در بازار ایران نیز بیشتر سازمان‌های تجاری به روش‌های سنتی اقدام به جذب کارمندان می‌کنند. این در حالی است که روندهای جهانی در این حوزه دست‌خوش تغییراتی قرار گرفته است. در حال حاضر برندهای تجاری از طریق کانال‌های ارتباطی سازمان مانند وب‌سایت، شبکه‌های اجتماعی، مجلات داخلی و... اقدام به جذب نیروی کار می‌کنند. به‌عنوان نمونه برندهای تجاری در وب‌سایت خود فضایی برای ارسال رزومه متقاضیان کار در نظر گرفته‌اند، یا در شبکه اجتماعی لینکدین با جست‌وجوی رزومه‌های کاری مختلف، نیروهای متخصص مورد نیاز سازمان را جذب می‌کنند. یکی از رویکردهای جدید در حوزه جذب نیروی کار، این موضوع است که به جای آگهی دادن در رسانه‌ها و دریافت رزومه از سوی متقاضیان کار، واحد منابع انسانی در پلتفرم‌های مختلفی که دارای رزومه کاری متقاضیان کار هستند، به دنبال نیروی کار مدنظرشان می‌گردند تا از این طریق بتوانند نیروی کار مناسبی را برای فعالیت‌های سازمان انتخاب کنند. در پایان ذکر این نکته بسیار دارای اهمیت است که مواردی که پیش‌تر مطرح شد، تنها بخشی از تغییرات پیش روی سازمان‌های تجاری مخصوصاً در زمینه منابع انسانی خواهد بود، و در دیگر بخش‌های سازمان نیز به توجه ویژه به این روندهای کاری سازمانی وجود دارد، تا این سازمان‌ها بتوانند به صورت اثربخش فعالیت‌های جاری خود را پیش ببرند.

خواهد بود. جدای این که برنامه‌های آموزشی تحت قالب دوره‌های داخل سازمانی می‌تواند افزایش تعامل را در بین کارمندان ایجاد کند، این برنامه‌های آموزشی می‌تواند در فرایندهای داخل سازمانی بهبود حاصل کند. این واقعیت وجود دارد که در حال حاضر پیشرفت فناوری‌های نوین و تاثیر آن‌ها در فرایندهای داخل سازمانی تا اندازه‌ای زیاد است که تمامی کارمندان و حتی مدیران سازمان دائماً نیاز به برنامه‌های آموزشی دارند. نکته‌ای که بسیار دارای اهمیت است، توجه به برنامه‌های آموزشی به مهارت‌محور بودن این برنامه‌هاست. درواقع هدف از توجه به برنامه‌های آموزشی باید افزایش مهارت در کارمندان سازمان باشد. این موضوع می‌تواند با برگزاری کارگاه‌های آموزشی، حضور در رویدادهای مرتبط با فعالیت هر واحد سازمانی و... محقق شود.

اولویت در سلامت مالی و روانی

مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که به صورت متوسط تقریباً نیمی از کارمندان سازمان‌های تجاری نگران مسائل مالی هستند و این موضوع باعث می‌شود سالانه به‌طور متوسط شش روز کاری مفید خود را از دست دهند. قطعاً مسائل مالی و نگرانی‌های موجود در این حوزه می‌تواند بر کاهش رضایت کارمندان سازمان نیز تاثیر بگذارد. در حال حاضر گزارش‌های متعددی از میزان حقوق و دستمزد هر ساله منتشر می‌شود و سازمان‌های داخلی می‌توانند با اتکا به این گزارشات که رنج متوسط حقوق دریافتی کارمندان را هویدا ساخته است، یکسان‌سازی در عرصه حقوق و دستمزد داشته باشند و در تلاش باشند تا رضایت کارمندان سازمان را افزایش دهند. از طرفی بهداشت روان نیز از موضوعات بسیار دارای اهمیت است که سازمان‌های تجاری باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشند و جهت ورود کارمندان جدید می‌توانند از طریق تست‌ها و آزمایش‌های مختلف به سلامت روان کارمندان پی ببرند. به‌عنوان نمونه برخی از حالات رفتاری مانند افسردگی، اضطراب، دو قطبی و... می‌تواند بسیار در انجام فعالیت‌های کاری سازمان مشکل ایجاد کند. طبق مطالعات انجام‌شده در این حوزه، افسردگی کارمندان می‌تواند حداقل پنج روز کاری مفید را از بین ببرد و ۱۱.۵ روز کاهش بهره‌وری را برای سازمان به همراه داشته باشد.

در عصر حاضر، هر کس مشتری است

در گذشته مشتری به خریدارانی گفته می‌شد که از سازمان محصولاتی را خریداری می‌کردند، اما در حال

بیت کوین؛ تجربه‌ای تازه در خلق پول

سیر تحول پول از پول کالایی شروع شده و با گذر از پول‌های با پشتوانه تمام و هم‌چنین پول‌های fractional، به fiat money رسیده است که در حالت اخیر کشورها به هر میزان که بخواهند، پول ایجاد می‌کنند. بدین ترتیب که دولت‌ها با ایجاد بدهی به خلق پول می‌پردازند. امروزه پدیده خلق پول در بونه انتقاد قرار دارد. فلذا اگر پولی جدید وارد عرصه گردد که در آن خلق پول با ترتیبات خاصی صورت گیرد، می‌تواند به‌عنوان راه‌حلی مناسب مورد بررسی قرار گیرد. از جمله این پول‌های جدید، پول‌های رمزنگاری شده (Crypto-Currency)، و سرآمد همه آن‌ها بیت کوین است. بیت کوین یک شبکه توافقی است که یک سیستم پرداخت جدید و یک نوع پول کاملاً دیجیتال را به وجود آورده است. این اولین شبکه پرداخت نقطه به نقطه تمرکززدایی شده است که

توسط کاربرانش بدون هیچ‌گونه اختیار مرکزی یا واسطه‌ای، نیرومند شده است. از نقطه نظر یک کاربر، بیت کوین بسیار شبیه پول نقد اینترنتی است.

بیت کوین اولین پیاده‌سازی یک مفهوم به نام «ارز سری» است که اولین بار در سال ۱۹۹۸ توسط وی دای در فهرست ای‌میل سایفرپانک‌ها، توصیف شده بود و بیان می‌کرد که این مفهوم، نوع جدیدی از پول است که برای کنترل تولید و تراکنش‌های روی آن، به جای یک مرجع مرکزی، از رمزنگاری استفاده شده است. مشخصات اولین بیت کوین و اثبات مفهوم در سال ۲۰۰۹ توسط ساتوشی ناکاموتو در یک فهرست ای‌میل رمزنگاری شده منتشر گردید. ساتوشی بدون آن که چیز زیادی از خودش فاش سازد، پروژه را به اواخر سال ۲۰۱۰ موکول کرد. او طی مقاله‌ای، شکست ارزش‌های پشتیبانی شده توسط دولت‌ها و فساد سیستم بانک‌داری زمان بحران مالی ۲۰۰۸ را از انگیزه‌های ایجاد ارز جدید نام برد. از آن موقع این جامعه به‌طور نمایی با توسعه‌دهندگان بسیاری که روی بیت کوین کار می‌کنند، رشد کرده است.

به‌طور کلی سه شیوه برای دسترسی به بیت کوین وجود دارد؛ استخراج (mining)، جمع‌آوری قطره‌های و خرید از صرافی‌های آن‌لاین بیت کوین. حتی در برخی کشورها، دستگاه‌های خودپرداز برای بیت کوین وجود دارد که در بیشتر آن‌ها، تنها خروجی بیت کوین هستند.

در شیوه استخراج، بیت کوین‌ها در فرایندی رقابتی و تمرکززدایی شده که «استخراج» نام دارد، تولید می‌شوند. این فرایند مستلزم آن است که افراد از شبکه برای خدمات خود، جایزه دریافت کنند. استخراج‌کنندگان بیت کوین تراکنش‌ها را پردازش کرده و با استفاده از سخت‌افزار تخصصی، شبکه را ایمن کرده و در عوض آن بیت کوین‌های جدید جمع‌آوری می‌کنند. در حال حاضر نرخ تولید بیت کوین ۱۲،۵ عدد در هر ۱۰ دقیقه است و هر چهار سال یک بار این عدد نصف می‌شود و تا سال ۲۱۴۰ کل بیت کوین‌های باقی‌مانده استخراج خواهند شد. بعد از آن، تعداد بیت کوین‌های در چرخش ثابت می‌ماند. با یک محاسبه ساده ریاضی مشخص می‌شود که هرگز مجموع کل بیت کوین‌های شبکه به بیش از ۲۱ میلیون بیت کوین نمی‌رسد. به این ترتیب، استخراج بیت کوین یک کسب‌وکار رقابتی خواهد شد. اگر استخراج‌کنندگان بیشتری به شبکه بپیوندند، سودآوری مرتباً دشوار خواهد شد و استخراج‌کنندگان باید به دنبال بازده برای کاهش هزینه‌های استخراج باشند. هیچ مرجع مرکزی یا توسعه‌دهنده‌ای اختیار آن را ندارد تا سیستم را برای افزایش سود، کنترل یا دستکاری کند.

استخراج، فرایند صرف توان محاسبه برای پردازش تراکنش‌ها، ایمن‌سازی شبکه و هم‌زمان نگه داشتن همه با هم در سیستم است. تراکنش‌های جدید برای آن‌ها که پذیرفته شوند، باید در بلاکی همراه با سند ریاضی انجام کار قرار گیرند. این مدرک‌ها را به‌سختی می‌توان تولید کرد، چون هیچ راهی برای تولید آن‌ها نیست، مگر میلیاردها بار محاسبه در ثانیه. استخراج‌کنندگان باید این محاسبات را انجام دهند تا سرانجام شبکه، بلاک‌های آن‌ها را بپذیرد و به آن‌ها پاداش دهد. هر چه تعداد استخراج‌کنندگان بیشتر شود، شبکه یافتن بلاک‌های مجاز را به‌طور خودکار دشوارتر می‌کند تا مطمئن شود زمان متوسط برای یافتن یک بلاک، همان ۱۰ دقیقه باقی خواهد ماند. در نتیجه، استخراج یک کار بسیار رقابتی است که هیچ استخراج‌کننده‌ای نمی‌تواند کنترلی بر آن‌چه درون زنجیره بلاک است، داشته باشد. برای تحمیل ترتیب زمانی بر زنجیره بلاک، سند انجام کار طوری طراحی می‌شود که به بلاک قبلی وابسته باشد. به همین دلیل برگشت دادن تراکنش‌های قبلی به‌طور نمایی دشوار

می‌شود، چراکه لازم است سند انجام کار روی تمامی بلاک‌های دنباله آن، دوباره محاسبه گردند.

استخراج بیت کوین به گونه‌ای طراحی شده که در طول زمان بهینه‌تر شده و سخت‌افزارهای خاصی را استفاده کند که انرژی کمتری مصرف می‌کنند و هزینه‌های استخراج به‌تدریج با تقاضا متناسب گردد. هر زمان که استخراج بیت کوین کمتر رقابتی شده و نیز سودآوری کمتری داشته باشد، بعضی از استخراج‌کنندگان دست از فعالیت خواهند کشید. افزون بر این، تمام آن انرژی که صرف استخراج می‌شود، در پایان به گرما تبدیل خواهد شد و بیشتر استخراج‌کنندگانی که سود می‌کنند، از این گرما استفاده خوبی خواهند کرد. یک شبکه که کارایی آن بهینه‌سازی شده، شبکه‌ای است که عملاً هیچ‌گونه انرژی اضافی مصرف نمی‌کند. هر چند که این یک ایده‌آل است، اقتصاد استخراج به گونه‌ای است که هر استخراج‌کننده‌ای تلاش می‌کند به آن دست یابد.

بیت کوین مانند سایر پول‌ها و ارزهای رایج دارای مزایا و معایبی است. مزایای بیت کوین شامل آزادی پرداخت وجه، کارمزدهای بسیار اندک، امنیت بالا و شفافیت و بی‌طرف بودن است. از دیگر سو، معایب بیت کوین شامل میزان مقبولیت پایین، ارزش کلی پایین و آینده نامشخص آن است.

در اغلب موارد مقام‌های مالیاتی بر پذیرش بیت کوین به‌عنوان دارایی اصرار دارند تا بتوان از آن مالیات گرفت. می‌توان سه دلیل برای این‌که بیت کوین و در کل ارزهای رمزنگاری شده دارایی هستند و نه پول، ارائه کرد:

نوسان بالای قیمت بیت کوین بیان‌گر این است که نمی‌توان از آن به‌عنوان وسیله‌ای برای ذخیره ارزش استفاده کرد.

وسيله‌ای مناسب برای مبادلات نیست، زیرا تعداد کمی از تجار از آن استفاده می‌کنند.

هم‌چنین به دلیل قیمت بالا نمی‌تواند به‌عنوان واحدی از حساب مورد استفاده قرار گیرد.

در پاسخ به انتقادات بالا، می‌توان به مواردی اشاره کرد. عدم استفاده زیاد از بیت کوین می‌تواند به علت جدید بودن و عدم آشنایی افراد با آن باشد، که به مرور این مورد رفع می‌گردد. هم‌چنین بیت کوین‌ها می‌توانند با واحدهای کوچک‌تر از یک بیت کوین، مثلاً بیت، شمارش شوند. اگر در آینده با کوچک‌تر شدن اندازه متوسط تراکنش، نیازی احساس شود، بیت کوین‌ها می‌توانند تا ۸ رقم اعشار (۰,۰۰۰۰۰۰۰۱ بیت کوین) و به‌طور بالقوه حتی واحدهای کوچک‌تر، تقسیم گردند.

با توجه به این‌که در این سیستم بانک مرکزی وجود ندارد، خلق پول محدودیت دارد (محدودیت ۲۱ میلیون بیت کوین) و هم‌چنین خلق پول با مکانیسمی پیچیده از hashها و به‌سختی صورت می‌گیرد، بیت کوین از لحاظ تئوریک می‌تواند به‌عنوان یک پول محسوب شود، اما با ایرادات فوق روبه‌روست.

در بیشتر محاکم قضایی، از نظر قانون، بیت کوین غیرقانونی نیست. اما بعضی از دستگاه‌های قضایی (مانند کشورهای آرژانتین و روسیه) ارزهای خارجی را به‌شدت محدود یا ممنوع کرده‌اند. بعضی دیگر از دستگاه‌های قضایی (مانند تایلند) ممکن است صدور گواهی‌نامه برای بعضی موجودیت‌های خاص، مثلاً صرافی‌های بیت کوینی را محدود کرده باشند. بر اساس اطلاعات موجود برخی کشورها نظیر بولیوی، اکوادور و ایسلند به‌کارگیری بیت کوین را ممنوع کرده‌اند. در تایوان، هند، اندونزی، اردن و لبنان هم استفاده از بیت کوین محدود شده است. قانون‌گذاران در دستگاه‌های قضایی مختلف در حال برداشتن گام‌هایی هستند تا برای افراد و کسب‌وکارها، قوانینی برای پیوند این تکنولوژی جدید با یک سیستم مالی رسمی و تنظیم‌شده، وضع کنند.

منابع:

Bitcoin.org

Forbes.com

Coinmarketcap.com

Coindesk.com

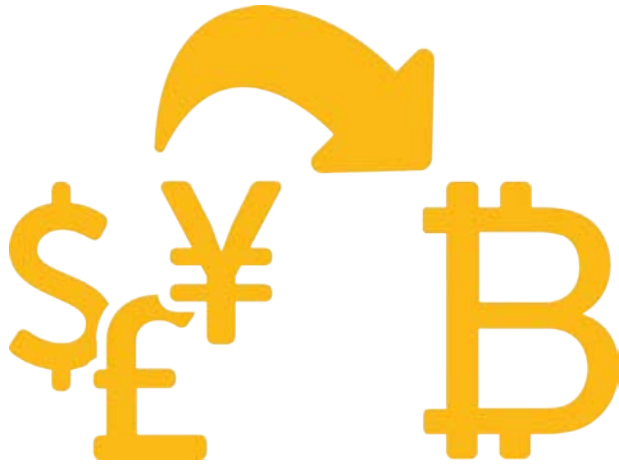
خوب، بد، زشت «بیت کوین»

غیررسمی، اما پرکاربرد

متعدد در دنیا مدل‌های نوآورانه‌ای برای تجارت انرژی ابداع کرده‌اند که می‌تواند تحول بزرگی در بازار انرژی ایجاد کند. این موضوع تا جایی پیش رفت که هم‌اکنون شرکت‌هایی از جمله AM, gogreensolar و Solar و Spendabit کیت کامل پنل خورشیدی را با قبول بیت کوین به‌عنوان روش پرداخت می‌فروشند. به‌علاوه مشکل تولید بیش از حد نیاز انرژی‌های تجدیدپذیر در خانه‌ها به وسیله بلاک چین (که اغلب با بیت کوین شناخته می‌شود) حل می‌شود. در این راستا، یک استارت‌آپ استرالیایی در اول دسامبر ۲۰۱۶ از راه‌اندازی اولین بازار منطقه‌ای تجارت برق بر پایه بلاک چین در استرالیا خبر داد. این بازار، فروش مازاد انرژی تجدیدپذیر تولیدشده را آسان‌تر می‌کند. شرکت Transactive Grid در آمریکا، تولید و مصرف انرژی محلی را در لحظه اندازه‌گیری می‌کند. این اطلاعات به کاربران اجازه می‌دهد تا آزادانه در این پلتفرم به تجارت انرژی بپردازند. این پروژه که در بروکلین نیویورک عملیاتی شده، توجه شرکت زیمنس را به خود جلب کرده است.

بیت کوین واحد پول دیجیتال جدید است که تهدید اصلی واحدهای پول رسمی کشورهای جهان محسوب می‌شود. درست است که هر کشوری ارز خود را دارد و اکثر کشورهای اروپایی از یورو استفاده می‌کنند، اما واحد ارزی به نام بیت کوین که ارز غیررسمی است و ماهیت وجودی ندارد، مدتی است وارد عملیات حسابداری شده و بسیاری از افراد به جای ارز رسمی از آن بهره می‌برند. کشورهای مختلف جهان اعتقاد دارند بیت کوین می‌تواند برای واحدهای پول دنیا خطرآفرین باشد، به همین دلیل بانک مرکزی کشورهای بزرگ با آن مقابله کردند، اما برخی دیگر آغوششان را به این ارز غیررسمی باز کردند و خواستار رواج بیشتر این واحد ارزی غیررسمی هستند. در طول چند سال گذشته بیت کوین توانست حسابی جای پای خود را در کشورهای مختلف محکم کند، به طوری که در طول دو سال گذشته و از زمانی که مفاهیم جدیدی همچون بلاک چین و پول مجازی از یک سو و توسعه فناوری اینترنت اشیا، هوشمندسازی و میکرو شبکه‌ها از سوی دیگر، ظهور کردند، استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های





آرام آرام حل شود، یا به کل پول متعارف برچیده شود. با تمام این اوصاف، باز هم همه این عوامل دلیل محکمی برای استفاده از بیت کوین نیست و باعث نشده تا عموم مردم جهان از آن بهره ببرند.

فرصت‌ها و تهدیدها

قطعا در حوزه‌های مختلف اقتصادی ظرفیت‌های گوناگونی برای کنترل ساختار درونی کشورها و همچنین ایجاد تعامل تجاری با کشورهای مختلف وجود دارد که الکترونیکی شدن تجارت یکی از این موارد محسوب می‌شود. شاید روزی که فروشگاه‌های مجازی تشکیل شد، کسی اعتماد نمی‌کرد از این شبکه خرید خود را انجام دهد، اما اکنون عمده مردم خرید خود را از این بخش انجام می‌دهند و احتمالا بیت کوین نیز چنین سرنوشتی خواهد داشت. شاید تا چندی پیش فضای مجازی برای تبادل اطلاعات و همچنین اطلاع‌رسانی سیاست‌ها به کار می‌رفت، اما اکنون این فضا تغییر رویه داده و پنجره جدیدی را باز کرده است. در حوزه اقتصاد، فضای مجازی باعث گردیده تا فعالیت‌های محیط اقتصادی به صورت داد و ستد مجازی، تجارت الکترونیکی، خرید و سفارش اجناس از طریق اینترنت، فروشگاه‌های مجازی و غیره صورت گیرد. بر این پایه، به نظر می‌رسد گسترش تجارت الکترونیکی و فعالیت‌های اقتصادی در فضای مجازی به یکی از عمده‌ترین نگرانی‌ها و ملاحظات دولت‌ها تبدیل شده است و دولت‌ها در عین حال که تلاش دارند تا فضای همکاری‌های اقتصادی در فضای مجازی را گسترده سازند، همچنین هنوز تلاش می‌کنند تا نگاه حاکمیتی خود را در این حوزه حفظ کنند. بیت کوین یا پول مجازی از جمله نوآوری‌ها در حوزه تجارت الکترونیکی و مالی محسوب می‌شود که طی پنج سال گذشته گسترش یافته است. بیت کوین درحقیقت، یک نوآوری اینترنتی با کارکردی مشابه پول بی‌پشتوانه است که طی این سال‌ها ارزش آن در بازارهای جهانی از چند صدم دلار به صدها دلار افزایش یافته است.

برخی کارشناسان بیت کوین را همانند حباب می‌دانند و در مورد تبعات و نتایج آن هشدار می‌دهند و برخی دیگر آن را واکنش قدرت‌گرفته از فناوری اطلاعات به ناهسامانی‌های نظام مالی و پولی جهانی به شمار می‌آورند؛ واکنشی که با بازآفرینی مبنای پول آغاز شده است. به عبارت دیگر از منظر منتقدان نظام مالی جهانی، معماری نظم نوین جهانی با جایگزینی ارزهای دیجیتال با دلار آمریکا پی‌گیری می‌شود. از این زاویه، دیدگاه‌های مختلف و متناقضی درباره بیت کوین وجود دارد که لزوم بررسی و پژوهش پیرامون این پدیده تازه اینترنتی و مالی را دوچندان می‌سازد.

ایران نیز طی سال‌های اخیر با این پدیده نوپای مجازی مالی روبه‌رو شده است و هم‌زمان با گسترش بیت کوین در جهان، این پدیده نیز در داخل کشورمان از طریق فضای مجازی گسترش یافته و به سرعت تارنماهای مختلفی برای ایجاد و خرید و فروش آن طراحی شده است. اما هنوز نهاد‌های مختلف، چگونگی مواجهه با این پدیده را به‌درستی نمی‌دانند. بر این پایه به نظر می‌رسد که نخست بایستی این پرسش اصلی مطرح گردد که چگونه می‌توان با این پدیده نوظهور به‌عنوان پول مجازی روبه‌رو شد، که در کنار این پرسش، پرسش‌های فرعی همچون چیست بیت کوین و چگونگی تحرک مالی آن نیز مطرح خواهد شد.

بیت کوین چیست؟

اگر بخواهیم به معنی واقعی بیت کوین بپردازیم، باید بگوییم که بیت کوین یک شبکه و ارز پرداخت جدید است. تراکنش‌های این شبکه به صورت هم‌تا به هم‌تا و بدون نیاز به واسطه‌ها انجام می‌شوند. این بدان معناست که ما برای انجام تراکنش‌ها نیاز به نهاد‌های متمرکز مانند بانک یا موسسات دیگر نداریم. تفاوت اصلی بیت کوین با ارزهای سنتی غیرمتمرکز بودن آن است و روی یک پایگاه داده غیرمتمرکز به اسم بلاک چین فعالیت می‌کند. پرسشی که کاربران بیت کوین دارند، این است که چگونه می‌توان از پتانسیل نهفته پول جدیدی که دنیا را تحت تاثیر قرار داده، برای اصلاح نظام مالی جهان بهره گرفت، یا حتی جایگزین ارزهای رسمی کرد. برای دریافت پاسخ این سوال ادامه این گزارش «وخارزم» را بخوانید.

زمانی که پول رسمی رایج یک کشور رواج دارد، بانک مرکزی آن کشور با تحت کنترل قرار دادن عرضه پول بحران‌های اقتصادی را کنترل کرده و بر اساس تقاضا و اهداف اقتصادی تعریف شده گام برمی‌دارد. اگر تقاضای پول بیش از توان درآمدی دولت باشد، بانک مرکزی اقدام به چاپ پول می‌کند و در این شرایط قطعا تورم در اقتصاد حاکم خواهد شد. اما بیت کوین به دلیل این‌که مجازی است، پولی در جامعه توزیع نمی‌کند و در شرایطی ممکن است تقاضا به بیشترین حد خود برسد، اما در تورم جامعه تاثیر نمی‌گذارد. دلیل این امر هم این است که هیچ نهاد کنترلی و دستوری مرکزی ندارد و هیچ‌کس نمی‌تواند تصمیم بگیرد عرضه پول را افزایش دهد.

در مورد محبوبیت این واحد پولی نمی‌توان ایده شگرف آن را نادیده گرفت، اما باید توجه داشت که ممکن است واحدهای پولی رسمی دنیا را به خطر بیندازد. از سوی دیگر، مهم‌ترین موضوعی که ذهن کاربران را درگیر می‌کند، امنیت تراکنش‌های انجام‌شده در بیت کوین است و شاید همین امر هم موجب شده این واحد پول غیررسمی همه‌گیر نشده است. گرچه بیت کوین در اساس نامه خود تعریف کرده که باید به تمایل طرف‌های دیگر در قبول بیت کوین به‌عنوان شیوه پرداخت اعتماد کنیم، به موسسات خارج از حیطه کنترل قانون اعتماد کنیم و اطلاعات حساب‌های بانکی‌مان را در اختیارشان بگذاریم تا بیت کوین بخریم، به یک شبکه تک به تک رمزگذاری شده کامپیوتری که بیشتر کاربران بیت کوین از آن سر در نمی‌آورند، اعتماد کنیم، اعتماد کنیم که یک پول دیجیتال برتر جای بیت کوین را نگیرد، تا بیت کوین‌های ما بی‌ارزش شوند، اعتماد کنیم که بنیاد بیت کوین یا دیگر مشترکین حاضر در شبکه، مجموعه بیشتری از بیت کوین‌ها ایجاد نکنند، که ارزش بیت کوین‌های اولیه سقوط کند، اعتماد کنیم که دولت‌ها مداخله نخواهند کرد و بیت کوین را بی‌ارزش نخواهند ساخت، اعتماد کنیم که بازارهای بیت کوین برای همیشه در دسترس خواهند بود تا قیمت‌ها را به پول واقعی در اختیارمان بگذارند و اعتماد کنیم که بیت کوین‌هایمان در جایی امن ذخیره شده‌اند، زیرا که همین بی‌نام بودن و غیرقابل برگشت بودن این واحد پولی آن را شدیداً در برابر دزدی آسیب‌پذیر می‌سازد؛ دزدی‌هایی که تاکنون کم نبوده‌اند. در مواجهه با بیت کوین در هر جبهه‌ای، هوادار یا مخالف، قرار بگیریم، نمی‌توان انکار کرد که این پول دیجیتال دروازه‌ای از امکانات و فرصت‌ها را به روی نظام مالی جهان گشوده است و در آینده با توسعه فناوری‌های کنونی و معرفی ادعاهای نو می‌توان انتظار داشت که مشکلات پول سنتی



مدیریت

امیر کاکایی
کارشناس ارشد MBA

بهبادهای شدت در این مطلب نگاهی به مدیریت ریسک در هلدینگهای تجاری داشته باشیم.
ساختار و فرایند مدیریت ریسک
قبل از ورود به روندهای تاثیرگذار در مدیریت ریسک نیاز به مرور مباحث مقدماتی در مدیریت ریسک وجود دارد تا ساختار کلی فرایند مدیریت ریسک کاملا هویدا شود و بر اساس این ساختار، ریسکهای جاری در سازمان رسیدگی و مدیریت شوند. با توجه به این موضوع، به صورت کلی مدیریت ریسک شامل گامهای ذیل است.
برنامه ریزی مدیریت ریسک
شناسایی ریسکهای موجود سازمان
تحلیل کیفی و کمی ریسکها
طراحی طرحهای عملیاتی جهت مدیریت ریسک
اجرای برنامه عملیاتی
پایش و کنترل
ثبت و دریافت گزارش

امروزه سازمانهای تجاری با ریسکهای متعددی اعم از مثبت از منفی دست و پنجه نرم می کنند که ناشی از عدم قطعیتها در فضای سازمان است؛ ریسکهای مختلفی که در صورت عدم مدیریت آنها، امکان ایجاد بحران در سازمان را به همراه دارند. این موضوع برندهای تجاری را بر آن داشته تا ساختار و فرایندهای مشخصی را جهت رسیدگی و مدیریت ریسکهای جاری و کلان سازمان اتخاذ کنند تا در فضای داخلی و خارجی پرتلاطم، سازمانها بتوانند مواجهه درستی با این ریسکها داشته باشند و ریسکهای منفی را که به عنوان تهدیدات سازمان به شمار می روند، به فرصت رشد تبدیل سازند. به صورت کلی برخی از این ریسکهای کلان بر فعالیتهای بیشتر سازمانهای تجاری چیره هستند، برخی از ریسکها مختص هریک از صنایع هستند و برخی دیگر نیز فعالیت هریک از سازمانهای تجاری را تحت الشعاع قرار می دهند. این که بایدها و نبایدهای مدیریت ریسک در هلدینگهای تجاری باید به چه صورت باشد و روندهای جهانی در این حوزه توجه برندهای تجاری را به چه ریسکهایی هشدار می دهند،

بایدها و نبایدهای مدیریت ریسک در هلدینگهای تجاری



آمارها چه می گوید؟

بر اساس مطالعات انجام شده توسط Workiva، یکی از شرکت های مطرح مشاوره ای در زمینه های مختلف سازمانی، سازمان های تجاری با سه ریسک عمده مواجه هستند که تمامی ریسک های سازمانی زیرمجموعه هریک از این ریسک ها قرار می گیرد. بر اساس این تحقیقات ۶۰ درصد از ریسک های سازمان های تجاری در سطح استراتژیک، ۳۰ درصد عملیاتی و ۱۰ درصد مالی هستند. این تحقیقات نشان می دهد که سازمان ها در زمینه اتخاذ استراتژی ها تا چه اندازه با مشکلات مختلفی مواجه هستند که این موضوع باعث شده ریسک های مختلف، فعالیت های سازمان های تجاری را تحت الشعاع قرار دهند. از طرفی باور عمومی بسیاری از افراد بر این است که سازمان هایی که در زمینه عملیاتی عملکرد مناسبی دارند، با ریسک های کمتری مواجه خواهند شد؛ این در حالی است که طبق این تحقیقات بسیاری از ریسک ها در سطح استراتژیک فعالیت های سازمان های تجاری را تحت الشعاع قرار خواهند داد. به عنوان نمونه هنگامی که به علت تغییر در سبک زندگی افراد جامعه، مشتریان دیگر تقاضای گروهی از محصولات سازمان را ندارند، حتی اگر این محصولات به بهترین شکل از نظر عملیاتی تولید شوند نیز نمی توانند سهم بازار قبلی را حفظ کنند. این ریسک که بقای سازمان را تحت الشعاع قرار داده است، در سطح استراتژیک تعریف می شود.

مدیریت ریسک استراتژیک

جیم لام، یکی از صاحب نظران حوزه مدیریت ریسک، بر این باور است که خطرات استراتژیک موضوعات بزرگی برای سازمان ها هستند و اولویت دادن به مدیریت ریسک استراتژیک به معنای اولویت دادن به مسائل بزرگ است. قطعاً برای هر سازمانی حل و فصل کردن ریسک های بزرگ در اولویت اول قرار دارد. طبق تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده است، تغییر در تقاضای مشتریان، تغییر در مقررات قانونی، حضور رقبا، تغییرات تکنولوژیک، فشار ذی نفعان سازمان و... از جمله مهم ترین ریسک های استراتژیکی است که هر سازمانی باید جهت مقابله با آن فرایند و برنامه درست اتخاذ کند. در این میان، ذکر این نکته خالی از لطف نیست که عدم قطعیت ها و ریسک ها در سازمان های تجاری

سرعت بسیار بالایی دارند و با تغییرات محیطی بسیار سریع دگرگون خواهند شد. با توجه به این موضوع، سازمان های تجاری نمی توانند در ابتدای فعالیت ها تمامی ریسک های پیش روی سازمان ها را شناسایی و تحلیل کنند، چون قبل از پایان این پروژه، بیشتر این ریسک ها اهمیت خود را از دست داده اند. به همین دلیل بهتر است که سازمان ها بیشتر روی ساختارها و فرایندهای مدیریت ریسک توجه کنند تا شناسایی تمامی ریسک های پیش روی سازمان. با این حال در ادامه به چهار ریسک دارای اهمیت که تقریباً فعالیت همه سازمان های تجاری را تحت تاثیر می گذارد و جزو روندهای جهانی در این حوزه است، اشاره خواهیم کرد.

خطر سایبری و امنیت داده ها

طی دو سال گذشته حملات سایبری به عنوان خطرناک ترین ریسک عملیاتی هر سازمانی به شمار می رود و قطعاً در سال ۲۰۱۸ نیز سهم بیشتری از ریسک های عملیاتی هر سازمانی را به خود اختصاص خواهد داد. در حال حاضر صاحب نظران در حوزه مدیریت ریسک بر این باورند که نه تنها حملات سایبری به سازمان های تجاری در حال رشد است، بلکه در تعامل با اشکال جدید و موثر نیز هستند. اگرچه سازمان های ارائه دهنده خدمات مالی بیشتر زیر ذره بین این ریسک سازمانی هستند، اما دیگر سازمان های تجاری که از سیستم های نرم افزاری برخوردار هستند نیز با این ریسک دست و پنجه نرم می کنند و هر ساله بودجه مناسبی را جهت حفظ و نگهداری درست داده های سازمان اختصاص

می دهند. اهمیت حفظ داده ها و عدم نقض حریم خصوصی در سازمان های تجاری تا اندازه ای مورد توجه قرار گرفته است که طبق مقررات حفاظت کلی داده های اتحادیه اروپا (GDPR) از ماه می ۲۰۱۸ سازمان های تجاری اروپایی که نتوانند از داده های مشتریان خود حفاظت کنند، با جریمه های هنگفتی همراه خواهند شد. یکی از استراتژی های مدیریت این ریسک، شناسایی و تشخیص سیستم های نفوذ و فایورال ها جهت محاسبه میزان انحراف از نرمال مورد نظر است، تا با محدود کردن حملات و جلوگیری از انتشار آن، امکان حذف بدافزارهای مخرب از سیستم را مهیا کرد و با بازیابی و بازرسی سیستم های متاثر از حملات سایبری را دوباره به کار بازگرداند.

برون سپاری فعالیت های سازمان

برون سپاری برخی از فعالیت های سازمان همواره یکی از ریسک های دارای اهمیت در هر سازمانی به شمار می رود. درحقیقت هنگامی که سازمان توان اجرای فرایندی را نداشته باشد، یا از نظر مالی، راه اندازی و به کارگیری واحدهای سازمانی جهت انجام برخی فعالیت ها توجیه نداشته باشد، معمولاً آن فعالیت را برون سپاری می کنند، اما در برخی از موارد برون سپاری بدون نظارت و کنترل انجام می شود و منجر به هزینه تراشی برای سازمان می شود و در نهایت نیز سازمان را متضرر خواهد کرد. جهت مدیریت این ریسک که در بسیاری از سازمان ها موجود است، سازمان ها باید از ابزارهای کنترلی بیشتری استفاده کنند، تا از این طریق بتوانند فعالیت های برون سپاری شده را به بهترین نحو انجام دهند.

ریسک ژئوپلیتیک

ریسک ژئوپلیتیک که معنای ریسک های حوزه جغرافیای سیاسی است، همواره فعالیت های سازمان های تجاری را تحت الشعاع قرار می دهد و یکی از ریسک های دارای اهمیت در هر کسب و کاری به شمار می رود. تغییرات جغرافیای سیاسی می تواند بر قیمت ارز، نرخ سود بانکی، نرخ تسهیلات، شرایط بازار سرمایه، بازار مسکن، افزایش حامل های انرژی و تاثیرات آن بر نیروگاه ها، ورود رقبای جدید به بازار ایران و... تاثیر گذارد. این شاخص ها بر شرکت های بورسی که به صورت B2B فعالیت های خود را پیش می برند، تاثیرات بسزایی می گذارند. جهت مدیریت ریسک های ژئوپلیتیک نیاز به کارشناسان مسلط به حوزه علوم سیاسی، اقتصاد، روابط بین الملل و جغرافیا وجود دارد، تا با ارائه تحلیل های درست در این حوزه، مدیران ارشد سازمان را جهت اتخاذ تصمیمات استراتژیک یاری کنند.

تغییرات سازمانی

همواره تغییرات سازمانی با هدف بهبود وضعیت سازمان و رشد چشم گیر در حوزه های مورد نظر انجام می شود، اما در برخی از موارد ایجاد تغییر در سازمان ها نه تنها وضعیت سازمان را با بهبود همراه نخواهد کرد، بلکه باعث ایجاد بحران های مختلفی می شود. این موضوع باعث شده در سازمان هایی با اندازه بزرگ، ایجاد تغییر به سختی صورت پذیرد و هرگونه تغییرات برای سازمان با ریسک مواجه شود. با توجه به این موضوع توصیه می شود که برنامه های ایجاد تغییر در راستای چهارچوب های برنامه های استراتژیک و اهداف کلان سازمان تعریف شوند و با استفاده از سیستم های نظارتی و کنترلی ریسک های ناشی از اجرای این گونه طرح ها را به حداقل رسانند. در پایان ذکر این نکته بسیار دارای اهمیت است که مدیریت ریسک در سازمان های تجاری نیازمند مشارکت و تعامل هیئت مدیره، مدیران ارشد و میانی، کارکنان و... سازمان با یکدیگر است، تا از این طریق بتوان نیل به اهداف استراتژیک سازمان را میسر ساخت و نباید صرفاً در بالای هرم سازمانی به مدیریت ریسک های جاری سازمان پرداخت.

برون سپاری برخی از فعالیت های سازمان همواره یکی از ریسک های دارای اهمیت در هر سازمانی به شمار می رود. درحقیقت هنگامی که سازمان توان اجرای فرایندی را نداشته باشد، یا از نظر مالی، راه اندازی و به کارگیری واحدهای سازمانی جهت انجام برخی فعالیت ها توجیه نداشته باشد، معمولاً آن فعالیت را برون سپاری می کنند، اما در برخی از موارد برون سپاری بدون نظارت و کنترل انجام می شود و منجر به هزینه تراشی برای سازمان می شود

هدی رضایی
کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

پدرخستگی ناپذیر پلی استیشن کیست؟

درس‌های کسب‌وکار از زندگی و موفقیت کازوئو هیرای، مدیرعامل سونی

بوده، اما در سال ۲۰۱۲ به‌عنوان مدیرعامل اجرایی شرکت سونی انتخاب شد. سونی امیدوار بود با منصوب کردن او به‌عنوان مدیرعامل این شرکت بزرگ، بتواند ضمن جبران زیان‌دهی‌های اخیر این شرکت و ریبندینگ خود، از تجارب او در بخش‌های دیگر نیز استفاده کند. هیرای را فردی کمال‌گرا و استراتژیک می‌دانند؛ مدیری که به‌خوبی از نتایج تصمیم‌هایش آگاه است و با احتیاط گام برمی‌دارد. در زیر بیشتر با این مدیر موفق آشنا خواهیم شد.

محصولات موسیقی و ویدیویی و خدمات آن‌لاین سونی شد. او در سال ۲۰۱۱، مسئولیت فروش کلی خدمات الکترونیک مشتریان را بر عهده گرفت و در طراحی و مارکتینگ و بخش‌های فنی آن تغییرات زیادی ایجاد کرد. برای این‌که بدانید سونی بعد از مدیرعامل شدن او چه تغییراتی داشته، ابتدا باید از وضعیت سونی پیش از ورود او آگاه باشید. وقتی هیرای مدیرعامل سونی شد، با وضعیت آشفته‌ای مواجه شد که از دوران مدیریت سونی تحت مدیریت هاوارد استرینگر (Howard Stringer) باقی مانده بود. بخش بیزینس تلویزیون جلوی رقبای کراهی کم آورده بود و اوضاع قسمت‌های تجهیزات همراه هوشمند و لپ‌تاپ‌ها نیز دست‌کمی از بخش تلویزیون نداشت. بخشی از دلایل این رکود نیز فاجعه سونامی بود که در سال ۲۰۱۱ در توکیو اتفاق افتاد. سیل تایلند و همچنین بحران اقتصادی جهانی و افزایش چشم‌گیر ین نیز از دیگر دلایل این بحران اعلام شده است. آسیب‌های جدی به کارخانه‌ها و تامین‌کنندگان قطعات این شرکت در جنوب شرقی ژاپن به وضعیت نابه‌سامان سونی نیز دامن زده بود. در آن زمان قسمت بازی‌های رایانه‌ای، فیلم و ویدیو و دوربین‌های عکاسی هم‌چنان در دست هیرای بود.

اقدامات مدیریتی و بهبود شرایط

هیرای در اولین اقدام مدیریتی خود حوزه‌های ضررده و ناکارآمد را حذف کرد و به حوزه‌های کوچکی که می‌توانستند به سوددهی برسند، پر و بال داد. از نتایج این اقدام می‌توان به حذف تعدادی از دفاتر وایو در سراسر جهان و تعدیل نیرویی اشاره کرد که ناچار به انجمنش بود. هیرای اعلام کرد که این شرکت به‌زودی ۱۰ هزار کارمندش را اخراج خواهد کرد، که این تعداد شش درصد از نیروی انسانی جهانی این شرکت را تشکیل می‌داد. او قول داده بود سونی دوباره یک شرکت محبوب شود و در این راه از هیچ تلاشی فروگذار نخواهد کرد. هیرای بارها

سونی یکی از شرکت‌های مطرح دنیا است که علاوه بر ساخت کنسول و گوشی‌های موبایل و لوازم خانگی، بر خدمات دیگری چون خدمات رسانه‌ای، سرگرمی و مالی نیز متمرکز است. این شرکت ژاپنی دارای تعدادی شرکت فرعی همچون سونی پیکچرز، ارتباطات همراه سونی، سونی اینتراکتیو اینترتینمنت و سونی میوزیک و... است. تا چند سال پیش کازوئو هیرای یکی از مدیران موفق در بخش بازی‌های کامپیوتری و موسیقی این شرکت

کودکی و تحصیلات

کازوئو هیرای که با نام کاز هم شناخته می‌شود، در ۲۲ دسامبر سال ۱۹۶۰ در توکیو ژاپن به دنیا آمد و از همان کودکی نیز به بازی کردن علاقه خاصی نشان می‌داد. زندگی او به نوعی با بازی و سفر توامان گره خورده بود و او از همان کودکی به واسطه شغل پدرش که یک بانک‌دار بود، به نقاط مختلفی از کره زمین سفر کرد تا دیدگاهی خاص از زندگی در او شکل بگیرد؛ دیدگاهی که بعداً آن را در نحوه مدیریت خود نیز اعمال می‌کرد. او فارغ‌التحصیل رشته علوم مقدماتی از دانشگاه مسیحیان بین‌المللی (International Christian University) در ژاپن است و پیش از پیوستن به سونی در شرکت CBS کار می‌کرد. اولین سمت او در سونی عضویت از دپارتمان بازاریابی بخش سونی موزیک بود. پس از آن، او به مقر این شرکت در نیویورک انتقال یافت؛ جایی که در نهایت منجر به رهبری بخش سرگرمی این شرکت برای او شد.

تخصص و مهارت‌ها

اگرچه گستره مهارت‌های او قابل اندازه‌گیری نیست، اما بزرگ‌ترین تخصص و تجربه او در بخش بازی قابل تحسین است. کافی است کمی به بازی‌های رایانه‌ای علاقه داشته باشید، یا گیمر باشید، محال است نام او به گوشتان نخورده باشد. علاقه هیرای به صنعت بازی‌های رایانه‌ای هیچ‌گاه کم‌رنگ نشد و در سال ۱۹۹۹ به‌عنوان مدیر عملیاتی SCEA منصوب شد و مسئولیت بخش گیم این شرکت در آمریکا را بر عهده گرفت. پس از چند سال که شایستگی‌هایش را نشان داد، حوزه نقش‌های مدیریتی‌اش در بخش بیزینس بازی به سراسر جهان گسترش یافت. او با علاقه‌ای که از کودکی به بازی داشت و شور و اشتیاق ذاتی‌اش، توانست به سمت علاقه‌اش گام بردارد و اکنون این شرکت را به‌عنوان شرکتی برند در صنعت گیمینک تبدیل کند. او با معرفی کنسول پلی استیشن، نقشی اساسی در انقلاب این صنعت، پلتفرم‌های بازی و سرگرمی دارد و بخش بازی سونی بیشتر موفقیت‌هایش را مدیون اوست.

وضعیت سونی پیش از ورود او و جبران کمبودها

آقای هیرای در سال ۲۰۰۹ به‌عنوان رئیس گروه محصولات و خدمات سونی منصوب شد. او طی این دوران، قادر به کسب موفقیت‌های زیادی در حوزه

سخت‌کوشی و پشتکار، لازمه رفتارهای مدیریتی

سخت‌کوشی، استقامت و اشتیاق شدید به نقش‌آفرینی، از عناصر مهم رفتارهای مدیریتی برای رسیدن به اهداف است. به نظر می‌رسد هیرای یکی از مدیرانی باشد که دارای تمام این ویژگی‌هاست و مثالی خوب از این نوع رفتارهای مدیریتی در میان مدیران حوزه تکنولوژی است. او فردی استراتژیک، دارای افکار بلند و روشن، و یک خوره بازی است و با سعی و همتی که در این شرکت داشت، توانست خود را از یک مدیر میانی به مدیرعاملی و مرد اول این شرکت تبدیل کند. با توجه به دستاوردهای الهام‌بخش، نگرش‌ها، پشتکار و نحوه رهبری می‌توان او را به‌عنوان یکی از مدیران باهوش و تاثیرگذار در حوزه فناوری دانست.

در صحبت‌ها و کنفرانس‌های مطبوعاتی‌اش از واژه ژاپنی کاندو به معنای تحت تاثیر قرار دادن مخاطب از نظر عاطفی استفاده می‌کرد و می‌خواست دستگاه محبوبی همانند واکمن بسازد و سونی را دوباره به یک شرکت پرطرفدار تبدیل کند. هیرای طی مصاحبه‌ای در آن زمان درباره آینده گفته بود راه روشن است. هدف ما رشد و توسعه هسته تجارت الکترونیک به‌خصوص دیجیتال ایمجینگ، تلفن‌های همراه هوشمند و بازی‌ها، برگرداندن بازار تلویزیون و سرعت بخشیدن به ابداعاتی است که بتواند افق‌های جدیدی را برای ما باز کند. در این چند سال خط تولید گوشی‌های هوشمند ایکسپریا همچنان به تولید خود ادامه می‌دهد و سونی تمرکز خود را روی تلویزیون‌های هوشمند و بهتر کردن کیفیت آن‌ها گذاشته است. او معتقد بود تلویزیون با وجود آورده ناچیز و تحمل فشار همه‌جانبه کره‌ای‌ها، حلقه ارتباطی سونی با مشتریان است و باید تقویت شود. هم‌چنین او برای پر و بال دادن به بخش سرگرمی‌ها، وجود تلویزیون به‌عنوان قلب نمایشی خانگی را ضروری می‌دید. حضور در صنعت‌های فیلم و موسیقی هم درآمد خوبی برای شرکت داشت و حتی حمله سایبری کره شمالی به مراکز داده سونی هم نتوانست به آن آسیب بزند. کمپانی انیمیشن‌سازی و پلی استیشن سونی هم‌چنان به موفقیت‌های خود ادامه می‌دهند و اوضاع از قبل بهتر شده است.

رهبری نوآور که قصد تسلیم شدن ندارد

درست است که سونی با روزهای پرفروش خود فاصله دارد، اما با نحوه مدیریت هیرای روزبه‌روز به جبران روزهای بد و رسیدن به روزهای خوب نزدیک می‌شود و کنسول جدید این شرکت، یعنی نسخه چهارم برند پلی استیشن، با توجه به آمار اخیر بیشتر از دیگر رقبا همانند ایکس باکس فروخته است. کازوو می‌چنگد، اما خستگی نمی‌پذیرد. او از کودکی با علاقه‌اش به بازی و خلاقیت، اشتیاق نوآوری را در خود پروراند و همواره در جست‌وجوی موقعیت‌های طلایی و محرک تکنولوژی‌ها و نوآوری‌های جدید در محصولات مختلف بود. خلق ووخو، منش، طرز فکر و عطش او برای موفقیت سبب شده است به جایگاه امروزی برسد. در سال ۲۰۰۴ به سبب خستگی‌ناپذیری و تلاش‌های شبانه‌روزی‌اش به او لقب مغول دهنده را داده بودند. او با شیوه مدیریت درست و تاثیرگذاری که در صنعت بازی‌های رایانه‌ای داشت، با معرفی سونی پلی‌استیشن نقشی کلیدی و حیاتی را در صنعت بازی ایفا کرد.



نگاهی به جدیدترین تبلیغات دنیا با محوریت مسائل اجتماعی

تبلیغاتی که بیدارمان می‌کند!

این بار نه برای تبلیغ محصول خود، بلکه جهت آگاهی‌دهی در مورد مسائل مخرب اجتماعی از تبلیغات استفاده می‌کنند. تصاویر قدرتمند، موسیقی تاثیرگذار و کلمات جاذب در این نوع تبلیغات می‌تواند حس هر بیننده‌ای را نسبت به تغییر شرایط اجتماعی موجود و بهبود آن بیدار کند. در ادامه نگاهی به جدیدترین تبلیغات اجتماعی روز دنیا می‌اندازیم.

مسائل اجتماعی گسترده‌ای در جوامع بشری وجود دارد؛ مسائلی چون فقر، بیماری، حقوق بشری، اعتیاد، خشونت علیه کودکان و زنان و... که ذهن هر فرد و هر برند مسئولیت‌پذیری را به خود معطوف می‌کند. تبلیغات و آگاهی‌دهی در مورد این مسائل نه تنها تاثیری مثبت در روند بهبود این مسائل در جامعه می‌گذارد، بلکه ذهن مخاطب را نسبت به برند خوش‌بین خواهد کرد. نهادهای مسئول و برندها



موی ترامپ و تشعشع اتم

بنیاد صلح سبز با طرحی طعنه‌آمیز به ترامپ و شعاری طعنه‌آمیزتر از مخاطب خواسته که نگذارد تاریخ خودش را تکرار کند. در این شعار هوشمند کلمه ریتوییت استفاده شده و اشاره به استفاده مکرر ترامپ از توییتر دارد. این آگهی که در نوامبر ۲۰۱۷ منتشر شده است، بیشتر مرتبط به تعارض و درگیری میان کره شمالی و آمریکا و به اوج رسیدن این کشمکش‌هاست. این پوستر در ورژن‌های مختلفی در اکانت شبکه اجتماعی این موسسه طراحی شده است و در طرح، موی رنگی ترامپ را با المان بمب اتمی که به کره شمالی منسوب است، در پس‌زمینه‌ای سیاه به ترکیبی هوشمندانه تبدیل کرده است. پس از این که کره شمالی اعلام کرد که به ساخت برنامه‌های اتمی خود ادامه می‌دهد، سازمان صلح سبز با طراحی این آگهی اقدام به آگاه‌سازی مردم کرد.



شعر معکوس

حدود ۲۰،۵ میلیون نفر از مردم آلمان از اعتیاد رنج می‌برند یا مستعد اعتیاد شدن هستند. سازمان خیریه Cross Blue درصدد کمک به این افراد است. این سازمان خیریه از طرح و شعاری جذاب و معکوس برای انتقال پیام خود استفاده کرده است. در این آگهی شعری دیده می‌شود که اگر آن را از پایین به بالا بخوانید، از زبان یک معتاد این شعر بیان شده است، اما اگر آن را از پایین به بالا بخوانید، نگرش یک فرد درمان‌شده از اعتیاد در آن عنوان شده است. پیام این آگهی این است که با بنیاد صلیب آبی می‌توانید زندگی‌تان را از منفی به مثبت تغییر دهید. تاثیر این آگهی روی این جامعه هدف با بازدید ۲۰۰ درصدی سنجیده می‌شود. بعد از این آگهی بود که تعداد معتادانی که به این بنیاد مراجعه کردند، ۸۰ درصد بیشتر شد. طرح این آگهی نیز در نوع خود ترغیب‌کننده است؛ تصویری از فردی معتاد که در زمانی کریستالی گرفتار شده و اطراف او را قرص‌های کپسولی شکل فرا گرفته است که اشاره به گرفتاری و وابستگی به استفاده از شیشه و قرص‌های مخدر معتادکننده دارد. این آگهی توسط آژانس Serviceplan آلمان طراحی شده است.



سوالی که شما را به فکر فرو می برد

قطعا هر فردی را به فکر فرو خواهد برد. بسیاری از نتایجی که به آن‌ها می‌رسیم، در نتیجه پرسیدن سوال‌هایی است که در ذهنمان شکل گرفته است. سوالات ما را وادار به فکر کردن و ضمیر ناخودآگاه ما را بیدار می‌کنند. سوال روی بیلبورد نیز همین هدف را در سر دارد. هدف پشت این کمپین به فکر فرو بردن و واکنش ما نسبت به آن چیزی است که در ترافیک انجام می‌دهیم. این آگهی با خلق تصاویری ماندگار از زندگی شخصی هر فرد، از او می‌خواهد که این لحظه‌های زیبا را به‌خاطر اندکی دیر رسیدن و پشت ترافیک ماندن از دست ندهد.

یکی دیگر از مسائل اجتماعی حول ما مسئله ترافیک و نقطه مقابل آن سرعت زیاد برای نماندن پشت ترافیک است. طراح بیلبورد موسسه Detran درباره طرحش که در همین موضوع است، می‌گوید: از قرار گرفتن پشت ترافیک و حرف‌های کسل‌کننده راننده که بگذریم، درصدد طراحی آگهی‌ای برآمدیم که هر فردی را با دیدنش به فکر فرو برد. این آگهی از شما یک سوال مهم می‌پرسد: آیا دوست دارید جانتان را با یک دقیقه کمتر ماندن در ترافیک مبادله کنید؟ برای رسیدن به پایان عمرتان عجله نکنید! سعی کنید امن و آگاه برانید. این نوشته



رانندگی در مستی

مسئله رانندگی در حالت مستی نیز یکی از مسائل اجتماعی است که بارها توسط سازمان‌های مرتبط به مردم گوشزد می‌شود. آمارها نشان می‌دهد که ۱۱ درصد از تصادفات کشنده‌ای که به سبب استعمال مشروبات الکلی رخ داده، در صبح روز بعد از مستی حادث شده است. این کمپین رانندگانی را که شب‌ها الکل مصرف می‌کنند، مورد هدف قرار داده، با شعار هیچ‌گاه «الکل ننوشیم و رانندگی نکنیم» از آن‌ها خواسته است که در این حالت پشت فرمان ننشینند. این آگهی توسط اداره ایمنی جاده (RSA) سفارش داده شده و توسط آژانس BBDO ایرلند ساخته شده است.

جهان بی‌نظم

جهان بی‌نظم نام اثری است که شاید در نگاه اول یادآور یک تابلوی نقاشی برای شما باشد، اما درحقیقت طراحی آگاهی‌دهنده درباره بیماری سرطان سینه است. در شعار نیز این نکته یادآوری شده است که «اگر فکر می‌کنید در حال تماشای یک اثر هنری هستید، مجددا نگاه کنید. این تصویر، بزرگ‌نمایی شده سلول‌های تکثیرشونده سرطان سینه هستند. همین امروز برای چکاپ این بیماری به پزشک مراجعه کنید.» بر طبق آمار سازمان بهداشت جهانی تنها در خاورمیانه روزانه ۱۲ نفر به سرطان سینه مبتلا می‌شوند و همین نرخ بالا کافی است تا هشدارها و برنامه‌های تبلیغاتی ویژه‌ای جهت آگاه‌سازی آن در پی گرفته شود. افزایش هشداردهنده این بیماری ناشی از غفلت و کوتاهی در چکاپ و حتی ترس از داشتن آن است که سبب می‌شود فرد به دنبال درمان آن نرود و نسبت به علائم بی‌توجه باشد. این تبلیغ آن دسته افرادی را هدف قرار داده است که نسبت به علائم بی‌تفاوت‌اند و برای چکاپ مراجعه نمی‌کنند.



مایکروسافت و مسئولیت پذیری اجتماعی

بگذارند، باید برای بهبود شرایط زندگی مردم آن منطقه تلاش کنند و سهمی در ایجاد امکانات و شرایط بهتر برای زندگی مردم بومی آن منطقه داشته باشند. خبرنگار فوربس می‌نویسد: «مایکروسافت خودش را در برابر دغدغه‌های انسانی در سرتاسر جهان مسئول می‌داند و برخلاف شرکت‌هایی مانند اپل که تنها به دنبال ارتقای کیفیت کالای خود هستند، به دنبال تعهدات اجتماعی نیز هست. آن‌ها تلاش می‌کنند سکویی برای ایجاد حکمرانی مطلوب و بهبود شرایط زندگی شهروندان باشند.» یک نگاه کلی حتی به سایت مایکروسافت هم می‌تواند تا حدود زیادی این قضیه را روشن کند.

قدم به دنیای مسئولیت پذیری

کمر شرکتی تا این اندازه به جریان «مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی» اهمیت می‌دهد که حتی در سایت خودش بخشی را به آن اختصاص بدهد. مایکروسافت از آن دسته شرکت‌های معدود است که در سایت رسمی خود بخشی را به صورت ویژه برای پروژه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی طراحی کرده است. همه چیز در این بخش به صورت شفاف پیش روی مصرف‌کننده قرار می‌گیرد: «رویکرد شرکت به این پدیده»، «اصول شرکت در این زمینه»، «تیروها و منابع انسانی برای این هدف». آن‌ها هدفشان را شراکت در بهبود شرایط جهان می‌دانند و به همین خاطر از دریچه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی به قضیه ورود می‌کنند.

اعتمادسازی دیجیتال

«ما برای بهبود شرایط و دسترسی انسان‌ها به هر آنچه نیاز دارند، تلاش

«هر جایی که ما فعالیت می‌کنیم، باید اتفاقات مثبتی نیز برای مردم محلی بیفتد و ما در آن اتفاقات مثبت سهم داشته باشیم؛ باید به آن‌ها برای رشد اقتصادی و ایجاد فرصت‌های تازه کمک کنیم.» این یکی از جملاتی است که ساتیا نادلا خطاب به کارکنان خود در شرکت مایکروسافت می‌گوید. در این جملات یک مفهوم اساسی نهفته است؛ «مسئولیت اجتماعی شرکتی». زمین از فعالیت‌های تجاری و انبوه مصرف‌کنندگان اشباع شده است؛ حالا به انسان‌هایی مسئولیت‌پذیر و متعهد نیاز دارد تا آن را از خطر نابودی نجات دهند. در این جریان، شرکت‌ها مهم‌ترین و کلیدی‌ترین نقش را ایفا می‌کنند. آن‌ها هم‌زمان با پیشرفت اقتصادی‌شان باید به دنبال توسعه پایدار و دوام کره زمین باشند. در واقع شرکت‌ها هم باید «مسئولیت‌پذیری اجتماعی» را در اولویت خود قرار بدهند. مایکروسافت یکی از آن شرکت‌هاست که در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی توجه زیادی را به خود جلب کرده است. این شرکت سال‌هاست که رتبه اول و دوم را در این زمینه از سوی مصرف‌کنندگان دریافت می‌کند. اما مایکروسافت دقیقاً چه کار می‌کند که به نظر مصرف‌کنندگان، شرکتی مسئولیت‌پذیر در جامعه به نظر می‌آید؟

حساب این شرکت جداست!

شرکت آمریکایی فعال در حوزه فناوری است؛ کارش تولید و فروش نرم‌افزارهای کامپیوتری، قطعات الکترونیکی، کامپیوترهای شخصی و خدمات کامپیوتری است، اما کارهایی بیش از این‌ها انجام می‌دهد. کارهایی که برای بهبود جهان است و ربط زیادی هم به کارهای کامپیوتری یا فناوری ندارد. مایکروسافت سال‌هاست که در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی حرف اول را می‌زند. چه آن زمان که بیل گیتس به‌عنوان موسس و مدیرعامل آن را مدیریت می‌کرد و چه حالا که ساتیا نادلا پشت میز مدیرعاملی آن تکیه زده است. بیل گیتس در گذشته به واسطه فعالیت‌های اجتماعی‌اش شناخته شده بود و همراه با خودش، شرکتش نیز به‌عنوان شرکتی که به لحاظ اجتماعی مسئولیت‌پذیر است، در میان مردم شناخته می‌شد. حالا نیز که او تنها سهام‌دار این شرکت است، نادلا رهبری این قضیه را در پیش گرفته است. عموماً ساتیا نادلا را به‌عنوان رهبر در زمینه اجتماعی و زیست‌محیطی می‌شناسند. او موفق شده با این رفتارهای مسئولیت‌پذیرانه‌اش حساب شرکت مایکروسافت را از حساب شرکت‌های رقیب مثل اپل کاملاً جدا کند.

دغدغه‌های تو، دغدغه‌های یک شرکت است

مقر این شرکت فناوری در سیاتل است، اما به واسطه فعالیت‌های گسترده تجاری‌اش قدم به تمامی نقاط دنیا گذاشته است. برخلاف بسیاری از شرکت‌ها که تنها ردپای آن‌ها در مناطق مختلف جهان، آلودگی یا در بهترین حالت فروش کالا و محصولات است، ردپای شرکت مایکروسافت کارهای انسان‌دوستانه، فعالیت‌های زیست‌محیطی و اقدامات بشردوستانه است. در واقع این شعار مایکروسافتی‌هاست که قدم به هر جایی

می‌کنیم و خودمان را متعهد می‌دانیم که به صورت سالانه گزارشی از آن را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهیم.» این جمله‌ای است که در بالای سایت در بخش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مایکروسافت دیده می‌شود. آن‌ها سیاست‌ها و روش‌هایی را برای اقدامات و فعالیت‌های خود در این زمینه تعریف کرده‌اند. خودشان را موظف کرده‌اند از فناوری برای امنیت انسان‌ها و مراقبت از کره زمین بهره بگیرند. تک‌تک کارکنان این شرکت نیز باید خودشان را در این چهارچوب کاری قرار دهند. نخستین اصل آن‌ها، ایجاد اعتماد در مصرف‌کننده است. در واقع هسته مرکزی کسب‌وکار مایکروسافتی‌ها را اعتماد مصرف‌کننده تشکیل می‌دهد. یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های این شرکت در رابطه با اعتمادسازی در بخش حقوق بشر بوده است. مسئولان این شرکت درحالی‌که کسب‌وکارشان را پیش می‌برند، کارزارهای حقوق بشری به راه می‌اندازند و تلاش می‌کنند از طریق فناوری به توسعه حقوق انسانی کمک کنند. در واقع آن‌ها شکل تازه‌ای از اعتمادسازی دیجیتال را به راه انداخته‌اند. یکی از این بخش‌ها، امنیت داده و حریم شخصی است. از نگاه جهانی، حریم خصوصی و امنیت اطلاعات جزو حقوق اولیه بشر است. مایکروسافتی‌ها این را به عنوان یک اصل پذیرفته‌اند و از آن به عنوان وسیله‌ای برای نشان دادن مسئولیت‌پذیری شرکتی خود استفاده می‌کنند. از همین دریچه نیز شفاف‌سازی و ایجاد اعتماد شکل می‌گیرد.

دنیای خالی از کربن

استفاده مفرط از سوخت‌های فسیلی معمولاً جزو بزرگ‌ترین نقدهایی است که به شرکت‌ها وارد می‌شود. یکی از برنامه‌های مهم شرکت مایکروسافت در زمینه کاهش استفاده از سوخت‌های فسیلی است. برای مثال تولید شارژرهایی که به صورت صددرصد کربن تولید نمی‌کند، یکی از پروژه‌های بزرگ مایکروسافت است که در حال حاضر در واشنگتن مورد استفاده قرار می‌گیرد. در واقع مایکروسافتی‌ها و مهندس‌های فعال در این شرکت خودشان را متعهد کرده‌اند تا به سوی دنیایی خالی از کربن قدم بردارند. هرچند این فعالیت‌ها در حال حاضر در سطح محلی صورت گرفته، اما هدفی درازمدت و جهانی است. آن‌ها کمپین‌های مختلفی برای نجات کره زمین از کربن انجام داده‌اند و این برنامه‌ها به مرور ثمر خواهد داد.

از آب تا خاک

فعالیت‌های مایکروسافتی‌ها در زمینه محیط زیست تنها مربوط به کاهش مصرف سوخت فسیلی و کاهش کربن نیست. آن‌ها به معضل جهانی آب نیز توجه دارند. در سایت رسمی مایکروسافت این‌طور آمده است: «ما در مایکروسافت، به مدیریت پایدار منابع آبی باور داریم و تلاش می‌کنیم در تمامی فعالیت‌های خود این مسئله را در نظر بگیریم.» یکی دیگر از مسائلی که کارکنان شرکت مایکروسافت به آن توجه دارند، مسئله کاهش زباله است. آن‌ها برنامه‌هایی را تعریف کرده‌اند که به بازیافت زباله‌ها مربوط می‌شود و تا جای ممکن تلاش می‌کنند حجم تولید زباله را به حداقل برسانند. بحث انرژی تجدیدپذیر نیز از دیگر مسائلی است که مایکروسافتی‌ها به آن توجه ویژه نشان داده‌اند.

کمک‌های میلیارد دلاری

مایکروسافتی‌ها علاوه بر برنامه‌هایی که از دل علم و فناوری بیرون می‌آید و به بهبود شرایط کمک می‌کند، خودشان نیز گاهی دست به جیب می‌شوند و برای بهبود شرایط کمک‌های نوع‌دوستانه‌ای را جمع‌آوری می‌کنند. برای مثال، کارکنان این شرکت متعهد شده‌اند که سالانه مبلغی را کنار بگذارند که در اختیار سازمان‌های غیردولتی برای کمک‌های مردمی قرار می‌گیرد. برای مثال آن‌ها سه سال متوالی، هر سال یک میلیارد دلار کمک مردمی برای بهبود شرایط مردم جهان داشته‌اند. این کمک‌ها بیشترین توجه رسانه‌ای را دریافت کرده و نظر مثبت مصرف‌کنندگان را به دنبال داشته است.

نجات کامپیوتری زمین

بیش از ۱۷۰ هزار شرکت در سال ۲۰۱۷ مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند، مصرف‌کنندگان از ۱۵ کشور جهان به آن‌ها امتیاز دادند و آن‌ها و تحلیل‌گران بر اساس همین نظرات آن‌ها را رتبه‌بندی کردند. این اتفاق چند سالی است که می‌افتد و شرکت مایکروسافت معمولاً رتبه اول تا سوم را به دست می‌آورد. امسال نیز مایکروسافتی‌ها موفق شدند با پروژه‌های نوع‌دوستانه و زمین‌دوستانه خود جایی در دل مصرف‌کنندگان باز کنند و رتبه دوم را به دست بیاورند. آن‌ها برای این‌که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی خود را نشان دهند، هر پروژه‌ای را طراحی می‌کنند و از هر دری وارد می‌شوند. با این کار نه تنها در میان مصرف‌کنندگان نفوذ می‌کنند، بلکه برای تبدیل دنیا به جایی بهتر برای زندگی نیز قدم برمی‌دارند. این شرکت‌ها تنها به فکر فروش و کسب امتیاز تجاری نیستند. نگاه آن‌ها فراتر از اقتصاد است؛ افق آن‌ها یک جهان است که نیاز به باری شرکت‌ها دارد.

هوش مصنوعی در خدمت زمین

شرکت‌ها اغلب بی‌توجه به محیط زیست، فعالیت‌های تجاری خود را انجام می‌دهند؛ آن‌ها تولیداتی در حجم انبوه دارند و تنها به سود خود فکر می‌کنند. اما در این بین، شرکت‌هایی مانند مایکروسافت در کنار تولید کالا به فکر پایداری محیط زیست نیز هستند. مایکروسافت از طریق پروژه‌های مختلف این مسئولیت‌پذیری را در قبال محیط زیست نشان می‌دهد. «هوش مصنوعی برای زمین» یکی از آن پروژه‌هاست. این برنامه در ژوئای ۲۰۱۷ راه‌اندازی شد؛ قصه مایکروسافت این است که به کمک هوش مصنوعی راه‌حل‌هایی برای معضلات زیست‌محیطی در زمین ارائه کند. برای مثال یکی از بخش‌هایی که هوش مصنوعی می‌تواند به کار بیاورد، در بخش زمین‌های زراعتی است. تا سال ۲۰۵۰ کشاورزان باید غذای بیشتری تولید کنند، درحالی‌که زمین زراعتی کمتری در اختیار خواهند داشت. هوش مصنوعی می‌تواند در زمینه شناسایی بخش‌هایی که هنوز قابلیت کشت دارند، کمک کند. بخش دیگر مربوط به از بین رفتن تنوع گونه‌های حیوانی است و هوش مصنوعی می‌تواند با رصد کردن این جریان به حل این معضل تا حدود زیادی کمک کند. در زمینه

به پیشواز حضور ایران در جام جهانی روسیه

هماوردی ایران با غول‌های فوتبال جهان

به‌سادگی راهی دور بعد می‌شویم. حالا وضعیت عکس شده. اما بخش مثبت قضیه این است که ما دو بازی مقابل قدرت‌های اول فوتبال انجام می‌دهیم که می‌تواند هم تجربه خوبی برای ما باشد و هم عیار تیم در سطح جهان مشخص می‌شود. با هم نگاه کوتاهی داریم به این سه رقیب. سال قبل مقابل لیونل مسی بازی کردیم، و امسال رونالدو، ایسکو، پیکه، راموس، اینیستا و... خلاصه همه هستند؛ منتخبی از ستاره‌های رئال و بارسا!

قرعه‌کشی جام جهانی روسیه هم انجام شد و تیم ملی کشورمان در یکی از سخت‌ترین گروه‌ها کنار پرتغال، اسپانیا و مراکش قرار گرفت. این قرعه‌واکنش‌های زیادی داشت و در فضای مجازی هم دست‌مایه شوخی کاربران و کانال‌ها قرار گرفت. در حال حاضر جو فوتبالی، انتظار زیادی از تیم ندارد؛ این درست خلاف شرایطی است که ما پیش از جام جهانی آلمان داشتیم. آن زمان خیال می‌کردیم با دو پیروزی مقابل آنگولا و مکزیک



پرتغال

در نظر داشت که آن‌ها در مسابقاتی اول شدند که تیم‌های مدعی و قدری مانند آلمان، اسپانیا، ایتالیا، فرانسه و انگلیس را پیش رو داشتند. حالا بعد از بالا رفتن اعتمادبه‌نفس بازیکنان، آن‌ها به رویای بزرگی که تا کنون به آن نرسیده‌اند، فکر می‌کنند؛ قهرمانی در جام جهانی. البته این بار با حضور تیم‌های برزیل و آرژانتین و آماده شدن دیگر تیم‌ها، کارشان به‌مراتب سخت‌تر از رقابت‌های یورو است. کسی چه می‌داند، شاید ایران بتواند حتی مانع صعود پرتغال به دور بعد شود. ما در جام جهانی آرژانتین نشان دادیم این کار را خوب بلدیم؛ ممکن است خودمان صعود نکنیم، ولی نمی‌گذاریم رقیب‌ها هم کارشان را به‌سادگی جلو ببرند. به غیر از کارلوس کی‌روش، یک مربی پرتغالی دیگر هم در این جام داریم؛ سانتوس. او از سال ۲۰۱۴ هدایت تیم ملی کشورش را بر عهده گرفت و دو سال بعد توانست این تیم را برای نخستین بار قهرمان اروپا کند. ارزش این قهرمانی از این بابت است که در بازی فینال، رونالدو به علت آسیب‌دیدگی در نیمه اول ناچار به ترک زمین شد و از کنار زمین به بازیکنان انرژی می‌داد. سانتوس با این قهرمانی بهترین افتخار تاریخ کشورش را به ثبت رساند. پس از این قهرمانی هم همان‌طور که گفتیم، توانست تیمش را به جام جهانی بفرستد. ستاره‌های تیم: کریستیانو رونالدو، نانی، برونو آلو، فابیو کنتراو

سنجدین پرتغال با دیدارهایش در مرحله مقدماتی جام جهانی ۲۰۱۸ به همین سادگی نیست؛ آن‌ها حرف‌های بسیار سختی نداشتند که بخواهیم مقایسه کنیم. مهم‌ترین رقیبشان سوییس بود که از همان بازی اول هم این موضوع را نشان داد. باخت دو بر صفر به سوییس برای پرتغالی‌ها مثل یک شوک بزرگ بود تا آن‌ها را به خودشان بیاورد و بدانند کارشان برای صعود آن‌قدرها هم راحت نیست. سانتوس و شاگردانش درس خوبی از این بازی گرفتند و دیدارهای بعدی را با پیروزی پشت سر گذاشتند. آن‌ها حتی مساوی هم نکردند. در بازی آخر مقابل سوییس هم انتقامشان را گرفتند و به لطف شش تایی کردن آندورا و جزایر فارو و ادامه روند مثبت خط حمله آتشینشان، با تفاضل گل بهتر در صدر جدول گروه ایستادند. اما مهم‌ترین موضوع در رابطه با پرتغال این است که آن‌ها موفق شدند قهرمان جام ملت‌های اروپا شوند؛ جامی که برای رونالدو، با تمام افتخارات باشگاهی‌اش، بدون شک طعم و مزه دیگری داشت و خاطرهای ماندگار از دوران بازیگری‌اش خواهد شد. با وجود این که آن‌ها در مرحله گروهی حضور فوق‌العاده‌ای نداشتند و تا آستانه حذف هم پیش رفتند، اما در مرحله حذفی بهتر شدند و با کمک فوق ستاره‌شان، کریستیانو رونالدو، رقیب‌ها را از پیش رو برداشتند. شاید نمایش آن‌ها در این بازی‌ها خیره‌کننده نبود، اما باید این نکته را

اسپانیا

بیشتری دارد تا تیمش را هماهنگ‌تر از قبل راهی میدان کند. سرمربی اسپانیایی در شروع کارش، ایگر کاسیاس را به تیم ملی دعوت نکرد و با انتقاد هواداران روبه‌رو شد. با این حال نتایج خوب این تیم باعث شد دیگر انتقادی مطرح نشود. بعد از موضوع جدا شدن کاتالونیا از اسپانیا، این تیم کمی وارد حاشیه شد و صحبت‌های چند بازیکن هم این موضوع را داغ‌تر کرد. از طرفی هم دو مدافع اصلی تیم این اواخر زیاد با هم درگیری لفظی داشته‌اند؛ راموس و پیکه قرار است کنار هم بازی کنند، آن هم بعد از این صحبت‌ها و درگیری‌ها. کار تا جایی پیش رفت که راموس گفت در تیم ملی جواب پیکه را نمی‌دهد. به نظر می‌رسد سرمربی تیم در کنار تاکتیک تیمی، باید فکری به حال شرایط روحی بازیکنان و ایجاد هم‌دلی در آن‌ها کند.

این تیم پر است از ستاره، پر است از قدرت، تکنیک و خلاقیت؛ از درون دروازه که کسی مانند دخه‌آ قرار دارد تا نوک حمله که موراتا حضور دارد. روی کاغذ را که نگاه کنی، حتی اگر بتوانیم حمله کنیم و شوت هم بزنیم، دخه‌آ کسی نیست که به‌سادگی مغلوب شود.

ستاره‌های تیم: دخه‌آ، راموس، پیکه، بوسکتس، اینیستا، ایسکو، سیلوا، موراتا (در یک کلمه کل تیم!)

برای آن‌هایی که دوردور فوتبال را دنبال می‌کنند و آخرین تصویرشان از اسپانیا، جام جهانی برزیل است، باید بگویم که به‌طور کامل آن ذهنیت و فکرتان درباره‌ی لاروخا را کنار بگذارید؛ ما حالا با یک تیم مدعی روبه‌رو هستیم. تیمی که در حال پوست‌اندازی است و چهره‌های مهمی حالا دیگر در تیم نیستند؛ کسانی مانند کارلوس پوپول، زاوی، کاسیاس و فرناندو تورس. در بازی‌های خوبشان در مقدماتی جام جهانی، آن هم در گروهی که ایتالیا حضور داشت، تیکی تاکا جواب داد و آن‌ها توانستند از ۱۰ بازی، در ۹ دیدار به پیروزی برسند و تنها یک تساوی گرفتند، که آن هم مقابل لاجوردی‌پوش‌ها بود. اسپانیا بدون شکست پا به رقابت‌های جهانی گذاشته و امیدوار است با درخشش بازیکنانش بتواند قهرمانی سال ۲۰۱۰ در آفریقای جنوبی را تکرار کند. آن‌ها با وجود این‌که در سیدبندی در سید دو قرار گرفتند، اما وقتی به آمار و بازیکنان باکیفیتش نگاه کنیم، می‌بینیم آن‌ها از پرتغال هم قوی‌تر هستند.

دل بوسکه با وجود این‌که خاطره‌های خوبی برای این تیم ساخته، بعد از مسابقات یورو ۲۰۱۶ از تیم کنار گذاشته شد و یولن لوپتگی جایش را گرفت؛ یک تعویض خوب و موثر که زود هم به جواب رسید. حالا لوپتگی فرصت

مراکش

مراکشی‌ها آخرین حضورشان در جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه بود و حالا پس از ۲۰ سال و با تیمی یکدست و هماهنگ به جام جهانی می‌آیند. سرمربی تیم برای بلندپروازی تیمش ابزار لازم را دارد. بیشتر بازیکنان مراکش در لیگ‌های اروپایی بازی می‌کنند و تجربه‌ای بالا و بین‌المللی دارند. ضمن این‌که از استعداد خوبی هم برخوردار هستند. برای مثال، دروازه‌بان‌شان، منیر مهند محمدی ملقب به «منیر»، بیش از ۷۰ بازی در نومانسیای اسپانیا انجام داده است. شاید بسیاری از فوتبال‌دوستان، این تیم را دست‌کم گرفته‌اند و از حالا سه امتیاز را برای ایران کنار گذاشته‌اند. اما واقعیتش این است که مراکش شاید به‌سختی ببرد، اما به‌سختی هم می‌بازد. مهم‌ترین نکته درباره‌ی آن‌ها این است که در مرحله‌ی مقدماتی نه‌تنها شکست نخورده‌اند، که گلی هم دریافت نکرده‌اند. از این جهت به تیم خودمان هم شباهت دارند. آن‌ها با این‌که دفاع بسیار مستحکمی دارند، در این مرحله فقط دو پیروزی به دست آوردند.

هروه رنارد، سرمربی فرانسوی تیم، پیش از آن‌که روی نیمکت مراکش بنشیند، سرمربی لیل فرانسه بود، اما سابقه‌ی کار در آفریقا را هم با مربی‌گری در تیم‌های ملی ساحل عاج، زامبیا و آنگولا داشت. او پس از صعود با مراکش به جام جهانی، گفت: «اگر به همین مرحله راضی هستید، من می‌توانم استعفا بدهم. من برای رویاهایم مرز نمی‌گذارم، چون همیشه بلندپرواز و زیاده‌خواه بوده‌ام.»

ستاره‌های تیم: مهدی بن‌عطیه، منیر مهند محمدی، نبیل ضرار، مانوئل داکوستا، اشرف حکیمی

برنامه‌ی بازی‌های ایران و آشنایی با ورزشگاه‌های

میزبان تیم ملی

ایران - مراکش (۲۵ خرداد ۱۳۹۷، در ورزشگاه کرسٹوفسکی سن پترزبورگ - ساعت ۱۸:۳۰)

ورزشگاه کرسٹوفسکی در شهر سن پترزبورگ قرار دارد، ظرفیت این ورزشگاه ۶۸۱۳۴ نفر است. در سال ۲۰۱۷ کار ساخت این ورزشگاه تکمیل و نهایی شد. این ورزشگاه متعلق به تیم زنیست سن پترزبورگ است و در جام کنفدراسیون‌ها، با نام سن پترزبورگ استادیوم شناخته می‌شد. در جام کنفدراسیون‌ها، چهار بازی در این ورزشگاه برگزار شد، از جمله دیدار فینال بین آلمان و شیلی.

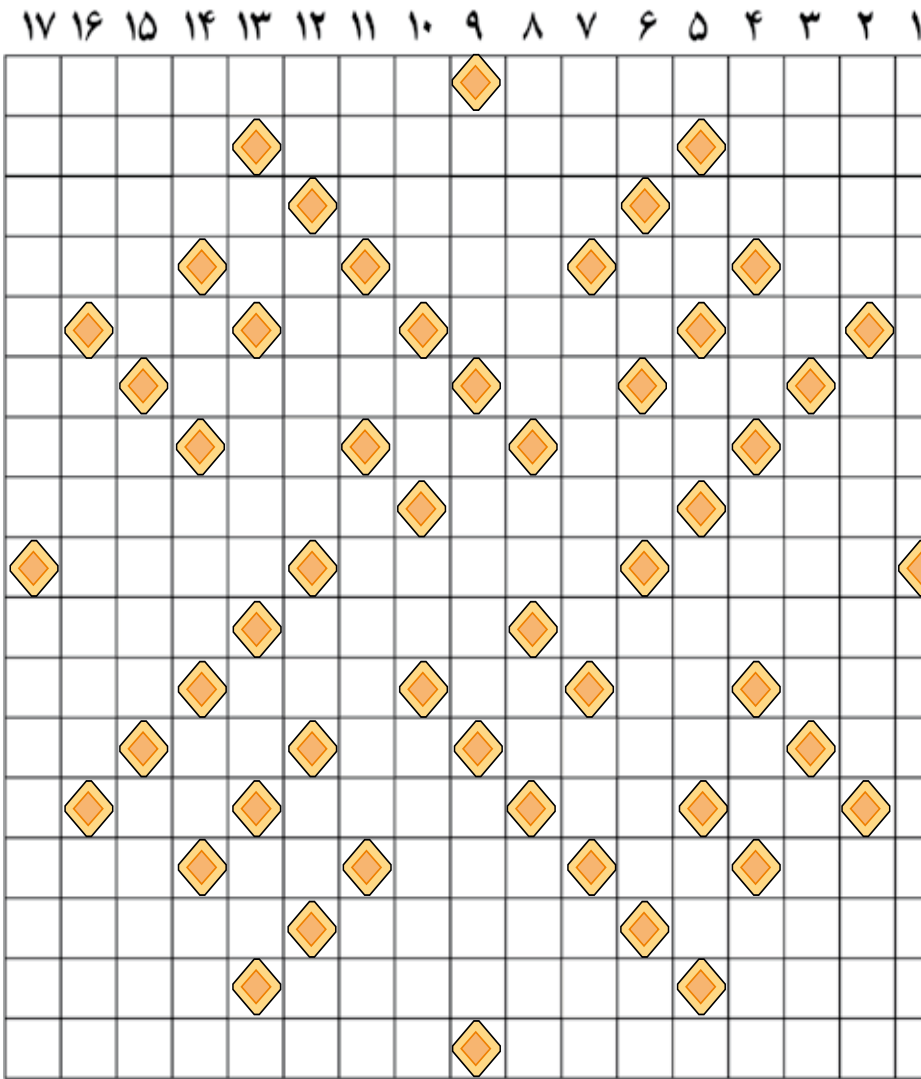
ایران - اسپانیا (۳۰ خرداد ۱۳۹۷، در ورزشگاه کازان آرنا شهر کازان - ساعت ۲۱:۳۰)

این استادیوم ۴۵۲۷۹ نفری، در شهر کازان قرار دارد و متعلق به تیم رابین کازان است. ساخت این ورزشگاه در سال ۲۰۱۳ تکمیل شد. این ورزشگاه تازه تاسیس به‌خاطر صفحه نمایش بزرگش مشهور است. استادیوم کازان بزرگ‌ترین نمایش‌گر خارج از ورزشگاه را در کل اروپا دارد. در جام کنفدراسیون‌ها، چهار مسابقه در این ورزشگاه انجام شد.

ایران - پرتغال (۴ تیر ۱۳۹۷، در ورزشگاه موردویا شهر سارانسک - ساعت ۲۱:۳۰)

این ورزشگاه متعلق به تیم موردویا سارانسک است. این ورزشگاه یک استادیوم تازه تاسیس است که ۴۵۰۱۵ نفر ظرفیت دارد. این شهر در ۵۰۰ کیلومتری جنوب شرقی مسکو قرار دارد. گفته می‌شود قرار است بعد از جام جهانی، ظرفیت این ورزشگاه به ۲۸ هزار نفر کاهش یابد.





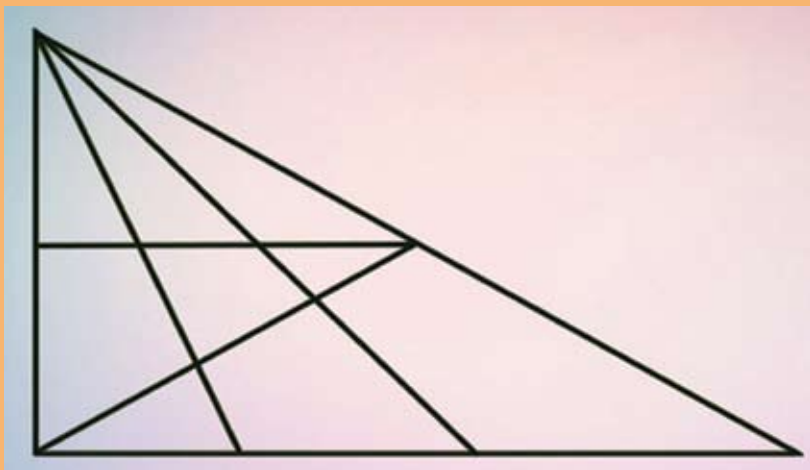
۱. مقاومت جسم هادی الکتریک در برابر جریان برق - ابری لایه لایه در آسمان که معمولاً باران زاهم هست
 ۲. نوعی وسیله توانبخشی همانند عصا - ماهی بهاری - در بورس اوراق بهادار بجویدش
 ۳. رسم کردن - آواز دسته جمعی - فراق
 ۴. مرزبان - سر سلسله اعداد - میوه ای شیرین - عدد ماه - فریاد، بانگ
 ۵. دنباله روسوزن - گندمگون - قدم یکپا - زاید های در بعضی حیوانات
 ۶. بوی رطوبت - شکر و قلیق کار - عدد منفی - خودروی حمل مایعات - مادر
 ۷. تفسیر کتاب دینی زر تشنیا - فلزی نرم و سنگین - کجاست - درخت انگور - نام دیگر حضرت مریم (ع)
 ۸. کر جی، قایق - کنار دریا - گیاه قدیمی کاغذ سازی
 ۹. کشنده - الهه شکار - بخشش، جوانمردی
 ۱۰. هیاهو و جنجال - عدد نه فرنگی - باعث
 ۱۱. ثروت - شعله - عدد روستا - نوعی شتر کم مو و بارکش - دورویی، تظاهر
 ۱۲. خاندان - مر جبا - از گروه های خونی - شناسه و رمز - تکرار حرف
 ۱۳. آزاده - منقار مرغ - حرف چهارم یونانی - عامل وراثت
 ۱۴. تکنیکی - باران اندک - از اقوام نیمه آریایی
 ۱۵. زمان هخامنشیان - خیس - لوله گوارشی
 ۱۶. رها شده از عطش - صنعتی در شعر - ساز گار
 ۱۷. علم احصایه - سر باز زدن - موی بلند سر
۱۷. محصل مدرسه - از توابع استان سیستان و بلوچستان

عمودی:

۱. عصب کشی دندان - فتنه انگیز
۲. شیون - خود مختار بودن - پدر شعر نو فارسی
۳. همانند - کامل شدن - گردنه ای معروف در راه اردبیل
۴. مخفی - نیمه دیوانه - از عناصر اربعه - میوه - کمانگیر اسطوره ای ایران
۵. ام الخبائث - فلز کوبیدنی - تر مز کشتی - خداوند
۶. کلمه نفرت - ویتامین انعقادی - خاک سرخ - نیروی ربایشی متقابل بین تمامی جرمها - حرف سیزدهم انگلیسی
۷. پرستار - کاغذ سایش و صیقل - قورباغه درختی - وزنی برابر چهار جو
۸. وسیله نقلیه ای غیر موتوری برف رو - زنده - عدد دونه - ترکیب عنصرها یا جسمهای ساده با یکدیگر
۹. شهری در استان کرمان - نوعی نان سنتی کردستان - مغازه
۱۰. ویرایش - ضمیر داخل - رmq آخر - بستنی یخی
۱۱. مخفف سیاه - نت منفی - لیدر و رهبر به فرنگی - غنی و ثروتمند
۱۲. از ماهیهای کنسروی - هنر هفتم - جدید - گوشت آذری - موی مجعد

در شکل زیر چند مثلث قابل شمارش است؟

۱۳. اصفهان قدیم - اتاق قطار - نوعی زغال سنگ - پایتخت ایتالیا
۱۴. شیر - مروارید درشت - سنگی قیمتی - قلعه - طرف بزرگ لبه دار
۱۵. حمله کردن - تمام، همه - تئاتر
۱۶. ضروری، لازم - خودرو - از حال رفتن به دلیل خنده زیاد
۱۷. ملکه مشهور آشور و بابل - از شهرهای ایالت مریلند آمریکا



DON'T LET HISTORY
RETWEET ITSELF



GREENPEACE

نگاهی به جدیدترین تبلیغات دنیا با محوریت مسائل اجتماعی

تبلیغاتی که پیدارمان می کند!



گروه سرمایه گذاری خوارزمی

ثروت آفرینی پایدار برای نسل ها

