



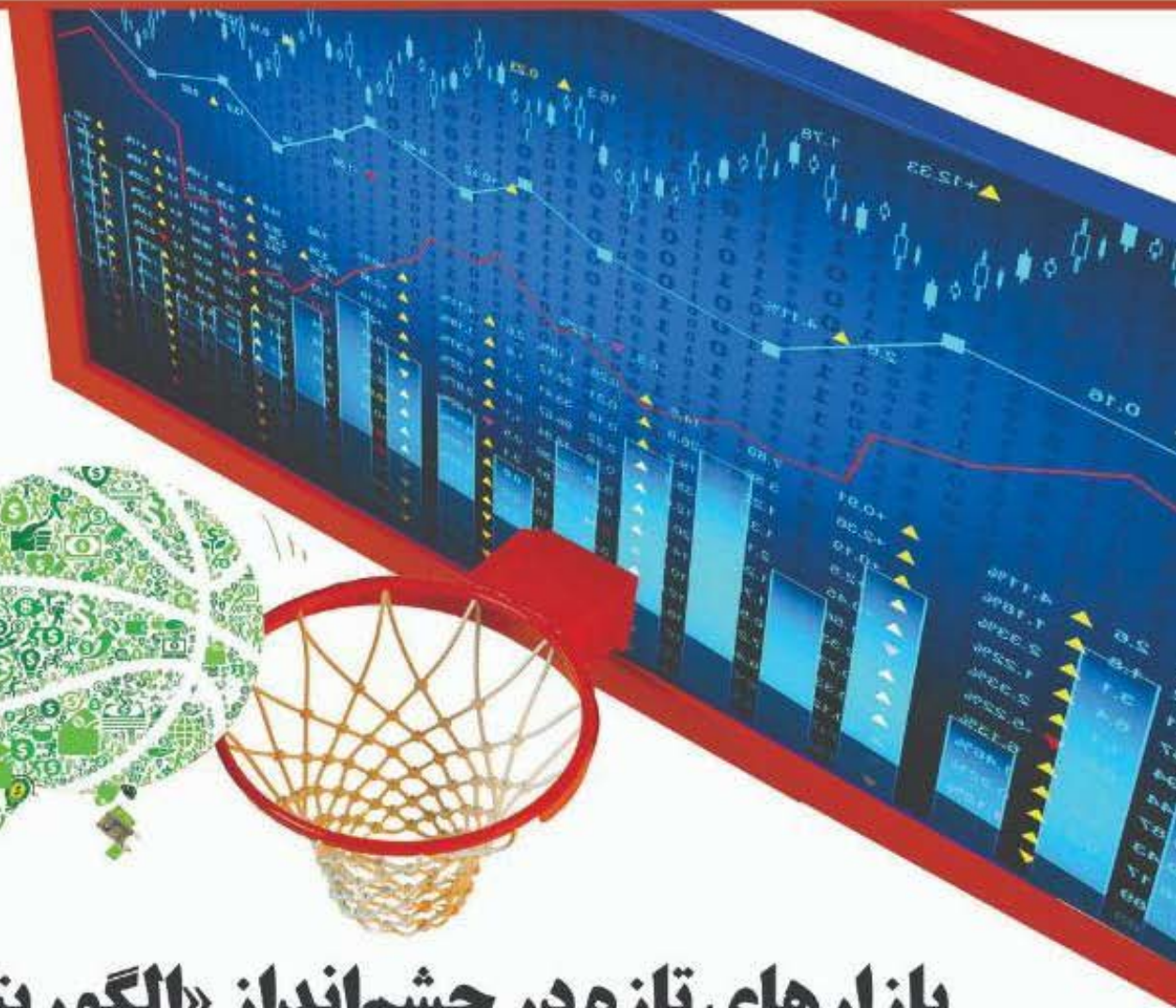
سخن نخست

تلاش‌های تازه، رخدادهای معنادار



فصلنامه داخلی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی
شماره ۴ - زمستان ۱۳۹۸

• ارزیابی کارنامه خوارزمی



بازارهای تازه در چشم‌انداز «الگوریتم»

پرونده ویژه برای گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم



طراوت؛ طرح اعتباری ویژه تولید

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تازه‌های خوارزمی

صفحات ۳۱ - ۴



اقتصاد ایران

صفحات ۵۵ - ۳۲



اقتصاد جهان

صفحات ۷۱ - ۵۶



مدیریت و کسب‌وکار

صفحات ۸۹ - ۷۲



مدیریت و کسب‌وکار

صفحات ۱۱۲ - ۹۰



ضوابط درج مقالات در فصلنامه «خوارزم»

فصلنامه خوارزم از دریافت مقالات علمی، تخصصی و کارشناسی در حوزه‌های مرتبط با اهداف راهبردی، گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به ویژه در زمینه‌های اقتصاد کلان، تحولات بازار سرمایه، فناوری اطلاعات، برنامه‌ریزی و مدیریت منابع انسانی استقبال می‌کند. مقالات ارسالی باید شامل این موارد باشد: عنوان مقاله، نام و مشخصات نویسنده یا مترجم (شامل عناوین اصلی علمی و شغلی، شماره تلفن تماس و نشانی الکترونیکی). چکیده و متن کامل مقاله (مقدمه، متن، نتیجه) در قالب نرم‌افزار Word - فهرست منابع و پیوست‌های احتمالی. حجم مقالات ارسالی حداکثر تا ۱۰ صفحه A4 (معادل ۳۳۰۰ کلمه) باشد که با احتساب تصاویر، جدول، نمودارها و تیترها، نهایتاً از ۴ صفحه نشریه بیشتر نخواهد بود. تحریریه فصلنامه خوارزم، در ویرایش محتوایی و شکلی مطالب واصله آزاد است و اصل مقاله نیز به ارسال‌کنندگان محترم مسترد نمی‌گردد. مسئولیت محتوای علمی - حقوقی مطالب با نویسندگان یا نویسندگان است و فصلنامه از انتشار مقالات منتشرشده در سایر نشریات و رسانه‌ها معذور است.

vakharazm@kharazmi.ir

زیر نظر شورای سردبیری

دبیر تحریریه: مریم عربی

همکاران این شماره: نرگس فرجی، نسیم بنایی،

امیر کاکایی، فرید دانش‌فر، محمدحسین علی‌اکبری،

صدیقه ثنائی، هدی رضایی، المیرا اکرمی، مونا اشرف‌زاده،

محمدعسکرآبادی

طراح جلد: روشنگ محمدی

گرافیک و صفحه‌آرایی: نادر قبله‌ای

ویراستار: شیدا محمدطاهر

امور دفتری: وحیده بهزادی

نشانی: میدان فرهنگ، بلوار فرهنگ، بین

خیابان ۲۲ و ۲۴ شرقی، پلاک ۱۸

تلفن: ۸۸۵۶۹۲۸۳ - فاکس: ۸۸۵۶۹۲۷۹

تلفن امور سهام: ۰۳۰ ۶۶۹۷۱

نشانی الکترونیک:

vakharazm@kharazmi.ir



فصلنامه داخلی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

شماره ۴، زمستان ۱۳۹۸



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

تلاش‌های تازه، رخدادهای معنادار

دکتر سیدرضا موسوی، مدیر عامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی



در شماره گذشته فصلنامه «خوارزم» از اهمیت «صیانت از گوهر اعتماد سهام‌داران» و الزامات آن در عمل، سخن به میان آمد. در آن مقطع زمانی، گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در آستانه برگزاری مجمع عمومی سالانه قرار داشت و طبیعتاً آزمونی را برای ارزیابی عبار واقعی این گوهر گران‌بها انتظار می‌کشید.

یازدهم آبان ماه ۱۳۹۸، کارنامه خوارزمی با تمام ویژگی‌هایش، از موفقیت‌ها و ناکامی‌ها، از فرازها و فرودها صادقانه به داوری جمعی گذارده شد و نهایتاً به تأیید و تصویب سهام‌داران رسید. اما از فردای آن روز می‌باید تداوم کوشش‌ها برای تحقق برنامه‌هایی که ضامن اعتلای خوارزمی است، کلید زده می‌شد و چنین نیز شد.

این نوشته کوتاه بر آن است تا رئوس برخی از این جهت‌گیری‌ها و کوشش‌ها را مرور کند:

- نخستین گام در دو ماه گذشته، پی‌گیری طرح ارتقای ساختار عملیاتی گروه بود، به گونه‌ای که اصول حاکمیت شرکتی و

استانداردهای آن، از بهبود فرایند تصمیم‌گیری‌ها تا تسهیل شفافیت و پاسخ‌گویی، هم در ستاد و هم در شرکت‌های تحت پوشش، زمینه‌های واقعی برای اجرا بیابد. تحقق هدفمند این استانداردها می‌تواند ضامن برقراری ساختاری چابک، پویا و تخصص‌گرا و مانع از بوروکراسی آزاردهنده و دست‌وپاگیری باشد که همواره در کمین سیستم‌های مدیریتی و خدماتی نشسته و در واقع موجب کرختی شرکت‌ها و مؤسسات و ناکارآمدی آن‌ها و نهایتاً نارضایتی بهره‌برداران خواهد بود. «تعهد به اجرای تمام‌عیار استانداردهای یادشده هم‌چنین می‌تواند از تبدیل یک شرکت بورسی به نهاد اداری سنتی، متصلب و پرهزینه پیش‌گیری کند. بنابراین نباید اصلاح ساختار، امری تشریفاتی و روی کاغذ تلقی شود.» بدین سان، تدابیر کارشناسی و نظارتی برای اطمینان از عملیاتی شدن این موازین در ستاد گروه اندیشیده شده و با دقت و حساسیت در مدار اجرا و عمل قرار گرفته است.

- آغاز تدوین برنامه دو ساله خوارزمی هم‌زمان با اصلاح ساختار در سال جاری اقدام مهم دیگر شرکت در سال ۹۸ است که این برنامه تا پایان سال بر اساس شرایط، نهایی خواهد شد.

این برنامه می‌تواند معرف واقع‌بینی نظام کارشناسی خوارزمی از یک سو و وفاداری آن به روح حاکم بر برنامه راهبردی هفت ساله‌ای باشد که از اواخر سال ۱۳۹۲ و متناسب با تحولات «پسابرجام» و افق‌های امیدوارکننده آن در دستور کار قرار گرفت، اما با نگاه تحلیلی به وقایع سال‌های اخیر در مناسبات بین‌المللی و به‌ویژه آثار تشدید تحریم‌ها بر اقتصاد ملی نیازمند بازنگری هوشمندانه است.

یکی از نمونه‌های شاخص جهت‌گیری‌های جدید در چهارچوب همین برنامه، قوام بخشیدن به «گروه خدمات مالی» در قالب‌های مشاوره تخصصی، مدیریت سبدگردانی در بازار سهام و شکل‌دهی به صندوق‌های سرمایه‌گذاری متعدد است که در این راستا شرکت خدمات بازار سرمایه الگوریتم راه‌اندازی شد. این سازوکار نو به کمک نیروهای خوش‌فکر و مسلط به دانش و تجارب حرفه‌ای در مدت کوتاهی توانسته است بخش قابل قبولی از تقاضاهای موجود در بازار سرمایه را جذب کند؛ به گونه‌ای که از هم‌اکنون می‌توان از آن به عنوان نمونه‌ای موفق از برنامه‌های پیش‌بینی‌شده برای تنوع بخشیدن به طرح‌های توسعه‌ای و پربرازده خوارزمی (طرح‌هایی بزرگ در حوزه‌های معادن، انرژی، داروسازی و...) یاد کرد.

- خبر خوب دیگر برای سهام‌داران، تسویه بدهی سنواتی شرکت به بانک صادرات ایران، از محل واگذاری قدرالسهم شرکت توسعه ساختمان خوارزمی به بانک مزبور، در پروژه سپهر الهیه به مبلغ ۱۳۰۰ میلیارد ریال است؛ اقدامی که در راستای برنامه راهبردی مصوب هیئت مدیره درخصوص مدیریت ترازنامه و هزینه‌های مالی گروه خوارزمی با حمایت مدیریت محترم بانک صادرات ایران صورت گرفته است.

- تسویه بدهی ۷۰۴ میلیارد ریالی شرکت توسعه ساختمان خوارزمی به بانک شهر، به همراه شفاف شدن نحوه تعیین تکالیف بخشی از پرونده‌های حقوقی این شرکت و زمینه‌سازی برای آزادی وثائق آن نزد بانک مذکور نیز گام معنادار دیگری است که بی‌شک در بهبود تراز مالی این شرکت و البته تراز گروه خوارزمی مؤثر خواهد بود.

امید است این اتفاقات متفاوت، از نگاه سهام‌داران و صاحب‌نظران بازار سرمایه، نمادی از تقویت توانمندی‌های گروه خوارزمی و نویدبخش اعتمادبه‌نفس بیش از پیش و عزم همه‌جانبه مدیران و کارشناسان آن برای تداوم مأموریتشان در تحقق شعار کلیدی «ثروت‌آفرینی پایدار برای نسل‌ها» ارزیابی گردد. چنین باد!



در این بخش می خوانید

مجمع عمومی عادی شرکت سرمایه گذاری خوارزمی با حضور بیش از ۸۰ درصد سهام داران برگزار شد

«» ارزیابی کارنامه خوارزمی

در بازدید مدیران شرکت خوارزمی از معدن طلای شادان تأکید شد

«» افزایش بهره‌وری در بخش معدن نیازمند بهره‌گیری از روش‌های روزآمد است

تشریح جزئیات برنامه شش ماهه شرکت سرمایه گذاری خوارزمی در گفت‌وگو با دکتر جواد فرش‌شباب ماهر بیان

«» بهبود عملکرد و افزایش سوددهی با اولویت‌بندی طرح‌ها

گفت‌وگو با سیاوش محمدی، معاونت سرمایه گذاری و توسعه گروه سرمایه گذاری خوارزمی

«» سبد سرمایه‌گذاری خود را بازآرایی می‌کنیم

گفت‌وگو با علیرضا کنعانی، مدیرعامل شرکت گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم

«» بازارهای تازه در چشم‌انداز «الگوریتم»

«» آینده‌نگری در امور کارگزاری

یادداشت دکتر حسن قاسمی، مدیرعامل کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی

تازه‌های خوارزمی



● اپنی حوالہ

مجمع عمومی عادی شرکت سرمایہ گذاری خواری
با حضور بیش از ۸۰ درصد سهام داران برگزار شد

ارزیابی کارنامه خواری

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایہ گذاری خواری، دکتر سیدرضا موسوی، مدیرعامل این شرکت، در گزارشی ضمن تشریح آخرین وضعیت شرکت سرمایہ گذاری خواری گفت: بهرغم همه دشواری‌ها و عوامل ناخواسته، گروه سرمایہ گذاری خواری در سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۸ در مسیر رشد قرار داشته که با تلاش و برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته این روند ادامه خواهد داشت. او با اشاره به این که عوامل متعددی

مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده صاحبان سهام شرکت سرمایہ گذاری خواری با حضور حدود ۸۰ درصد از سهام داران، با ریاست دکتر جواد فرشباغ ماهریان، رئیس هیئت مدیره این شرکت، و نظارت بهروز اعتمادی و ایمان اسلامی روز شنبه، ۱۱ آبان، برگزار شد و صورت‌های مالی سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۸ این شرکت به تصویب سهام داران رسید.



مختصری از تأسیس و فعالیت شرکت، به معاملات سهام شرکت در تابلوی اصلی بازار اول بورس اوراق بهادار تهران اشاره کرد و با اشاره به شناور آزاد بودن بیش از ۵۱ درصد سهام شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی (حائز رتبه ۳۷ در میان حدود ۵۰۰ شرکت بورسی و فرابورسی) گفت: سهام این شرکت در میان ۵۰ شرکت فعال بازار سرمایه قرار گرفته که حاکی از نقدشوندگی و شفافیت مطلوب شرکت در بازار سرمایه است.

زمینه رشد شاخص بورس را در سال مالی مورد گزارش فراهم کرده، گفت: اصلاح سیاست‌های ارزی و کاهش التهابات بازار، بهبود مدیریت و کنترل بازار ارز در کنار ثبات نسبی در اقتصاد کشور، زمینه رشد ۱۱۶ درصدی شاخص بورس را طی یک ساله منتهی به خرداد ۱۳۹۸ فراهم کرد، ضمن این‌که در این مدت ارزش بازار نیز حدود ۱۱۲ درصد رشد داشته است. مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی ضمن ارائه تاریخچه



طور فوق‌العاده شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی با اشاره به روند مثبت خالص ارزش دارایی‌های شرکت و رشد ۴۹ درصدی آن و کسب بازدهی ۸۵ درصدی سهام طی سال مالی مورد گزارش، گفت: در پایان خرداد ۹۸ ارزش کل سبد سهام بورسی و غیربورسی شرکت (بدون احتساب مازاد ارزشی برای سهام غیربورسی) به بیش از ۳۱ هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال رسید که در مقایسه با تاریخ مشابه سال قبل بیش از ۴۴ درصد (حدود ۱۰ هزار میلیارد ریال) رشد نشان می‌دهد.

مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در خصوص وضعیت این شرکت در سال مالی مورد گزارش گفت: گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی از سال‌ها پیش با هدف کاهش ریسک سرمایه‌گذاری‌ها، نسبت به سرمایه‌گذاری در بخش‌های متنوعی اقدام کرده، ضمن این‌که لازم است سیاست تنوع‌بخشی به پرتفوی و توسعه سرمایه‌گذاری‌ها در صنایع هدف هم‌چنان ادامه یابد. دکتر موسوی در ادامه گزارش خود در مجمع عمومی عادی به



در پایان خرداد ۹۸ ارزش کل سبد سهام بورسی و غیربورسی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی (بدون احتساب مازاد ارزشی برای سهام غیربورسی) به بیش از ۳۱ هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال رسید که در مقایسه با تاریخ مشابه سال قبل بیش از ۴۴ درصد (حدود ۱۰ هزار میلیارد ریال) رشد نشان می‌دهد

در مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی مقرر شد مبلغ ۴۰ ریال سود به ازای هر سهم این شرکت تقسیم شود، علاوه بر این، مؤسسه حسابرسی رازدار به عنوان حسابرس مستقل و بازرسی اصلی و مؤسسه آزموده‌کاران به عنوان بازرسی قانونی علی‌البدل انتخاب شدند

نیز به ثمر رسیده است. تقویت نظام حاکمیت شرکتی و فعال شدن کمیته‌های تخصصی از جمله کمیته حسابرسی، کمیته انتصابات و کمیته نظارت بر امور راهبردی، مدیریت تسهیلات مالی، بدهی‌ها و وثایق گروه، تشکیل کمیته‌های پایش طرح‌ها، مدیریت جامع وصول مطالبات، برنامه‌ریزی برای پایش و اصلاح ساختار پرتفوی سرمایه‌گذاری‌ها اهم اقداماتی است که برای رفع چالش‌های فوق‌الذکر صورت گرفته است.

در ادامه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی ضمن تصویب صورت‌های مالی این شرکت برای سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۸ از سوی سهام‌داران، مقرر شد مبلغ ۴۰ ریال سود به ازای هر سهم این شرکت تقسیم شود، علاوه بر این، مؤسسه حسابرسی رازدار به عنوان حسابرس مستقل و بازرسی اصلی و مؤسسه آزموده‌کاران به عنوان بازرسی قانونی علی‌البدل انتخاب شدند.

او در خصوص آخرین وضعیت اطلاعات مالی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی گفت: سود خالص شرکت در سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۹۸ نسبت به مدت مشابه سال قبل با ۷۳ درصد رشد به یک‌هزار و ۳۸۴ میلیارد ریال رسید و سود خالص گروه نیز در این دوره با ۷۸۳ درصد رشد از مرز یک‌هزار و ۹۹۷ میلیارد ریال گذشت، علاوه بر این که بدهی‌های شرکت و گروه نیز در این دوره به ترتیب حدود ۵ و ۱۹ درصد کاهش داشته است.

مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در ادامه ضمن اشاره به چالش‌های پیش روی این شرکت، گفت: حجم هزینه‌های مالی گروه، لزوم بازنگری در برنامه راهبردی هفت ساله با توجه به شرایط جدید اقتصادی، لزوم ارتقای سودآوری در دارایی‌ها، انباشت مطالبات از دولت، طرح‌های توسعه‌ای گروه و چالش‌های حقوقی در شرکت‌های گروه، از چالش‌های اصلی شرکت به شمار می‌رود که البته برای برطرف کردن این چالش‌ها اقدامات مؤثری آغاز شده که بخشی از آن‌ها



برگزاری مجمع در فضایی آرام و منطقی

علی‌رغم جو حاکم بر فضای اقتصاد کشور و بحرانی که گریبان کسب و کارهای داخلی و به تبع آن بازار سرمایه را گرفته، سهامداران در جوی آرام و به دور از تنش، به سخن‌های مدیران مجموعه گوش دادند و با رضایتی نسبی و امید به آینده جلسه را ترک کردند.

مجمع عمومی سالانه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی صبح روز سه‌شنبه ۱۱ آبان ۹۸ در سالن خلیج فارس پژوهشگاه نیروی تهران برگزار شد. این مجمع با استقبال قابل توجه سهامدارانی همراه بود که راس ساعت مقرر در سالن حضور پیدا کردند و گزارش‌ها را شنیدند و سوال‌هایشان را مطرح کردند و جواب‌های قانع‌کننده گرفتند.

مدیرعامل بانک صادرات ایران تأکید کرد:
گروه خوارزمی ظرفیت حضور در فهرست ۵۰ شرکت برتر کشور را دارد



آخرین وضعیت گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در نشست مشترک مدیران ارشد این شرکت با مدیرعامل بانک صادرات ایران تشریح شد. به گزارش روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، در این نشست که با حضور مدیرعامل و جمعی از مدیران بانک صادرات ایران، اعضای هیئت مدیره، مدیرعامل و معاونان گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی برگزار شد، دکتر حجت‌اله صیدی، مدیرعامل بانک صادرات ایران، ضمن تأکید بر اهمیت شناسایی فرصت‌ها برای پیشبرد اهداف گروه خوارزمی، گفت: خوش‌بختانه با استقرار تیم هیئت مدیره و مدیریت، در ماه‌های اخیر برنامه‌های مدونی در شرکت تهیه و پیاده‌سازی شده و شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در مسیر رشد و توسعه قرار دارد. با توجه به شرایط اقتصادی کشور، لازم است فرصت‌شناسی دقیقی در عرصه‌های فعالیت شرکت صورت گیرد تا شاهد





این نشست ضمن تشریح اقدامات صورت گرفته در این شرکت در سال جاری گفت: ارتقای نظام راهبری شرکتی، ارتقای ساختار مالی و مدیریت هزینه‌های مالی گروه، ارتقای ساختار عملیات و بهره‌وری سرمایه انسانی، ارتقای بازدهی پرتفوی سرمایه‌گذاری‌ها مبتنی بر سودآوری و خلق ارزش پایدار از جمله رؤس برنامه‌های اصلی شرکت به شمار می‌رود که اجرای آن‌ها در دستور کار قرار دارد. توجه به این موارد زمینه‌ساز رشد و توسعه شرکت در شش ماه گذشته بوده و سودآوری شرکت را نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داده، ضمن این‌که این جهت‌گیری‌ها به شرکت‌های زیرمجموعه نیز تسری یافته است.

مدیر عامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در ادامه ضمن قدردانی از حمایت‌های مدیران ارشد بانک صادرات ایران گفت: این حمایت‌ها در کنار تلاش هیئت مدیره، مدیران و کارکنان، شرکت را در مسیر مناسبی قرار داده و انتظار می‌رود شاهد اخبار خوب و امیدبخشی در مجموعه گروه باشیم.

شایان ذکر است در این دیدار، رئیس اداره کل سرمایه‌گذاری و امور شرکت‌های بانک صادرات ایران نیز حضور داشتند.



رشد سودآوری در همه بخش‌ها باشیم.

مدیرعامل بانک صادرات ایران در ادامه با اشاره به ظرفیت‌های موجود در شرکت‌های تحت پوشش گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، گفت: گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی از توان لازم برای قرار گرفتن در میان ۵۰ شرکت برتر کشور برخوردار است و به امید خدا و با تلاش همه ارکان شرکت به‌زودی این هدف محقق خواهد شد.

دکتر جواد فرشباف ماهریان، رئیس هیئت مدیره گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، در این نشست طی سخنانی از برنامه ارتقای ساختار عملیات این شرکت خبر داد و گفت: با هدف افزایش کارآمدی در تمام حوزه‌ها، بازنگری در ساختار عملیات شرکت در دستور کار قرار گرفته و خوش‌بختانه ساختار جدید با لحاظ اصول حاکمیت شرکتی و با تکیه بر توانمندی سرمایه انسانی تدوین و نهایی شده است. در ساختار جدید تکیه بر توانمندی کارشناسی سرمایه انسانی در دستور کار قرار دارد و بی‌شک توجه به این مهم شاخص‌های عملکردی شرکت را ارتقا خواهد داد.

دکتر سیدرضا موسوی، مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، در

هم‌زمان با هفته حسابدار برگزار شد

نشست مشترک مدیرعامل شرکت خوارزمی و رئیس شورای عالی جامعه حسابداران رسمی ایران

حسابدار، گفت: با توجه به اهمیت نظام حاکمیت شرکتی در شرکت‌های بزرگ، پیاده‌سازی این مهم در شرکت‌های بزرگ باید مورد توجه باشد. در صورت پیاده‌سازی نظام حاکمیت شرکتی به صورت واقعی، بسیاری از مسائل و مشکلاتی که شرکت‌ها امروز با آن دست به‌گریبان هستند، برطرف خواهد شد.

او همچنین ضمن تأکید بر تشکیل کمیته‌های حسابرسی و ریسک، ادامه داد: با توجه به تفاوت‌های شرکت‌های سرمایه‌گذاری با سایر شرکت‌ها، لازم است دستورالعمل مربوط برای شرکت‌های سرمایه‌گذاری و هلدینگ مورد توجه قرار گیرد.

رئیس شورای عالی جامعه حسابداران رسمی کشور هم‌چنین به اهمیت توجه به حسابرسی داخلی اشاره کرد و گفت: حسابرسی داخلی در کنار کمیته حسابرسی سلامت هر سازمانی را تضمین می‌کند.

شایان ذکر است در این نشست دکتر جواد فرشباف ماهریان، رئیس هیئت مدیره، کیانوش همتیان، معاون مالی و اقتصادی، محمدتقی چراغی، معاون امور شرکت‌ها و مجامع، و سیاوش محمدی، معاون سرمایه‌گذاری و توسعه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، نیز حضور داشتند.

هم‌زمان با هفته حسابدار، نشست مشترک مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی و رئیس شورای عالی جامعه حسابداران رسمی ایران برگزار شد. به گزارش روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، دکتر موسوی، مدیرعامل این شرکت، ضمن تبریک هفته حسابدار به همه فعالان این عرصه گفت: حسابداری از جمله پیش‌نیازهای توسعه اقتصادی در جامعه امروز به شمار می‌رود که لازم است از سوی شرکت‌ها مورد توجه قرار گیرد. حسابداران با رعایت اصول و استانداردهای حسابداری باعث ایجاد شفافیت در اطلاعات مالی هر سازمان می‌شوند و در امر مهم پاسخ‌دهی سازمان به ذی‌نفعان، مدیران ارشد شرکت را یاری می‌رسانند. حسابداری به عنوان یک سیستم اطلاعاتی می‌تواند تصمیم‌گیری را برای مدیران ارشد تسهیل کند، زیرا لازمه تصمیم‌گیری صحیح وجود اطلاعات با اهمیت و به‌موقع است، لذا در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و شرکت‌های تابعه آن ارتقای جایگاه حسابداری و حسابدار به‌دقت مورد توجه قرار دارد.

سعید جمشیدی‌فرد، رئیس شورای عالی جامعه حسابداران رسمی ایران، نیز در این نشست ضمن تبریک هفته

دکتر موسوی اعلام کرد:

ساختار جدید گروه خوارزمی، زمینه چابک‌سازی سازمان را فراهم می‌کند

مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، با تأکید بر تحولات صورت‌گرفته در ساختار عملیاتی این شرکت، به تغییرات انجام‌شده در واحد امور سهام گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی اشاره کرد و گفت: حوزه امور سهام، نماد پاسخ‌گویی و احترام به کرامت سهام‌داران و شفافیت امور است، از این رو حضور نیروهای توانمند با قدرت تحلیل در این بخش اهمیت ویژه‌ای دارد که این موضوع در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر این، امور سهام باید در همکاری تنگاتنگ با واحد روابط عمومی و با بهره‌گیری از تکنیک‌ها و نگاه ارتباطی، در مسیر تحکیم روابط با سهام‌داران و تقویت اعتماد آن‌ها نسبت به گروه بیش از پیش تلاش کند.

دکتر موسوی تأکید کرد: بازنگری در ساختار ستاد گروه خوارزمی مورد تصویب هیئت مدیره قرار گرفته و اجرای آن در راستای اصول حاکمیت شرکتی آغاز شده و انتظار می‌رود طی ماه‌های آتی، شاهد تحول و تحرک و کارآمدی بیشتری در همه لایه‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی اعم از ستاد و شرکت‌های زیرمجموعه باشیم.

در این نشست که با حضور معاونان و مدیران گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی برگزار شد، دکتر جواد فرشایف ماهریان، رئیس هیئت مدیره این شرکت، نیز طی سخنانی در خصوص اصلاح ساختار گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی گفت: در ساختار جدید زمینه تسریع در تصمیم‌گیری‌ها مورد توجه قرار گرفته، ضمن این‌که خلأهای چارت قبلی نیز برطرف شده است. او با اشاره به لزوم برنامه محوری، افزود: انتظار می‌رود با تدوین برنامه دو ساله شرکت به عنوان نقشه راه، شاهد تحولی چشم‌گیر در گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی و شرکت‌های زیرمجموعه آن باشیم.



مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی گفت: با اصلاح ساختار، روحیه کاری تیمی در شرکت تقویت خواهد شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، دکتر سیدرضا موسوی که در جمع مدیران این شرکت سخن می‌گفت، افزود: در ساختار جدید الگوهای چابک‌سازی و افزایش ضریب بهره‌وری مورد توجه قرار گرفته است.

او در خصوص ویژگی‌های ساختار جدید گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی اظهار داشت: کاهش موازی کاری، کاهش هم‌پوشانی، توجه به کارراه‌های شغلی و جانشین‌پروری، کاهش خلأهای یک‌پارچه‌سازی مدیریت و ایجاد انسجام سازمانی از جمله مزیت‌هایی به شمار می‌رود که در ساختار جدید مورد توجه قرار گرفته است.

واحد امور سهام‌داران شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به ساختمان مرکزی انتقال یافت

به منظور تسهیل ارائه خدمت به سهام‌داران محترم، واحد امور سهام‌داران شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی از صبح روز ۲۵ آبان به محل ساختمان مرکزی این شرکت منتقل شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، از صبح شنبه، ۲۵ آبان، واحد امور سهام‌داران شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به محل ساختمان مرکزی به آدرس تهران، سعادت‌آباد، بلوار فرهنگ، نبش خیابان ۲۴ شرقی، پلاک ۱۸ طبقه هم‌کف انتقال یافت.

سهام‌داران محترم شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی برای کسب اطلاعات بیشتر در این خصوص می‌توانند با شماره ۸۸۶۸۰۷۷۲-۰۲۱ به طور مستقیم با واحد امور سهام‌داران شرکت تماس حاصل کنند.

جایگاه معاملاتی کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی در هشت ماهه نخست سال جاری ۴۷ رتبه رشد کرد

به گزارش روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، عملکرد مطلوب کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی در سال ۹۸ موجب شد رتبه معاملاتی این کارگزاری از رتبه ۶۰ در ابتدای امسال به رتبه ۱۳ بهبود یابد، که کسب این موفقیت نشان‌دهنده برنامه‌ریزی دقیق، ارائه خدمات با کیفیت و افزایش بهره‌وری در این شرکت است.

شرکت کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی انواع خدمات مورد نیاز فعالان بازار سرمایه از جمله معاملات آن‌لاین، معاملات آفلاین، برگزاری دوره‌های آموزشی و... را ارائه می‌کند، ضمن این‌که این شرکت در حال حاضر در بورس کالا، حوزه پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی نیز حضور فعال دارد.

خدمات شرکت کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی در حال حاضر از طریق نمایندگی‌های این شرکت در شهرهای تهران، اصفهان، مشهد، زنجان و مرند ارائه می‌شود و به‌زودی نمایندگی ارومیه نیز به این جمع اضافه خواهد شد.

شرکت کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی از شرکت‌های گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم به شمار می‌رود که به همراه شرکت سیدگردان الگوریتم، و صندوق سرمایه‌گذاری دارا الگوریتم زیرمجموعه شرکت آتسی‌نگر سپهر ایرانیان هستند، که این شرکت از جمله شرکت‌های زیرمجموعه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی است.

حضور تأثیرگذار شرکت سینا دارو در نمایشگاه فارما

شرکت سینا دارو با در اختیار داشتن انحصار تولید و عرضه ۲۶ قلم دارویی در میان ۱۰ شرکت برتر دارویی قرار دارد، ضمن این‌که بیش از ۸۰ درصد سهم بازار انواع قطره‌های چشمی و اسپری‌های دهانی و بینی کشور نیز در در انحصار شرکت سینا دارو است. علاوه بر این، محصولات شرکت سینا دارو در کشورهای عراق و افغانستان نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد و به‌زودی کشورهای تاجیکستان، ازبکستان و سوریه نیز میزبان محصولات این شرکت خواهند بود.

نمایشگاه بین‌المللی ایران فارما ۲۰۱۹ به همت سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران و با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان غذا و دارو و فعالان حوزه تولید دارو و صنایع وابسته روز سه‌شنبه، دوم مهر، آغاز و تا چهارم این ماه مصادف با روز جهانی داروساز در مصالای بزرگ امام خمینی برگزار شد.



هم‌زمان با برگزاری پنجمین نمایشگاه بین‌المللی ایران فارما آخرین محصولات دارویی شرکت سینا دارو معرفی شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، در این نمایشگاه که با حضور بیش از ۵۰۰ شرکت‌کننده فعال در صنعت دارویی اعم از ایرانی و خارجی برگزار شد، آخرین دستاوردهای دارویی، لوازم بسته‌بندی و ماشین‌آلات مربوط در معرض دید علاقه‌مندان و بازدیدکنندگان این نمایشگاه قرار گرفت، که خوش‌بختانه شرکت سینا دارو نیز به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین شرکت‌های دارویی کشور در این نمایشگاه به روال سنوات گذشته حضور مؤثر و چشم‌گیری داشت.

غرفه سینا دارو از جمله غرفه‌های پربازدید این نمایشگاه به شمار می‌رفت که در ایام برگزاری نمایشگاه میزبان بازدیدکنندگان و مدیران شرکت‌های داخلی و خارجی بود.

برگزاری دومین کنفرانس تخصصی و حرفه‌ای فناوری در صنعت خدمات مالی با حمایت شرکت خوارزمی



ایران برگزار شد، به ضرورت توجه به حوزه‌های تکنولوژیک (فناورانه) به‌ویژه در حوزه‌های wealth tech پرداخت‌های موبایلی، کاربردهای هوش مصنوعی در حیطه مالی و حوزه‌های مختلف مدیریت ریسک در فناوری‌های مالی پرداخته شد و درنهایت ضرورت توجه به میان‌رشته‌ای شدن صنعت مالی که فعلاً می‌تواند با تجهیز تیم‌های مالی و تخصصی به متخصصان حوزه فناوری اطلاعات در کنار حرفه‌ای‌های مالی و سرمایه‌گذاری پوشش داده شود، تأکید شد.

با حمایت شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، دومین کنفرانس تخصصی و حرفه‌ای فناوری در صنعت خدمات مالی در محل پژوهشگاه نیرو برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، این همایش یک روزه با هدف توانمندسازی حرفه‌ای و کاربردی فعالان بازار مالی ایران برگزار شد که مورد استقبال علاقه‌مندان این بخش قرار گرفت.

دومین کنفرانس تخصصی و حرفه‌ای فناوری در صنعت خدمات مالی به همت انجمن مهندسی مالی ایران در محورهای تأثیرات فناوری در آینده صنعت خدمات مالی در حوزه‌های سرمایه‌گذاری، بانک، بیمه، واسطه‌گری و آینده‌پژوهی پیشران‌های فناوری در صنعت خدمات مالی «Future Fintech» برگزار شد.

در این کنفرانس سخنرانان ضمن ارائه مبانی و تعاریف فین تیک (فناوری در صنعت خدمات مالی)، حوزه‌های توسعه و نوآوری در بازار مالی اعم از نهادی، ابزاری و تکنیکی تبیین شد. هم‌چنین بحث مشاوره و برنامه‌ریزی مالی شخصی بیان و برخی اپلیکیشن‌های مبحث مذکور معرفی شد.

کنفرانس مذکور که با سخنرانی جمعی از فعالان بازار اعم از شرکت‌های سرمایه‌گذاری تأمین سرمایه و سایر نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه

بدهی ۷۰۴ میلیارد ریالی شرکت توسعه ساختمان خوارزمی تسویه شد

شرکت توسعه ساختمان خوارزمی گفت: تسویه بدهی ۷۰۴ میلیارد ریالی در سه ماهه پایان سال جاری ۶۰ میلیارد ریال از هزینه مالی شرکت کم می‌کند. وی اظهار داشت: با توافق صورت‌گرفته، جریمه دیرکرد تسهیلات مالی فوق به مبلغ ۱۳۰ میلیارد ریال، نیز بخشیده شد. همچنین با این اقدام مبلغ ۹۳۴ میلیارد ریال از بدهی‌های شرکت به سیستم بانکی کاسته شد.

مدیرعامل شرکت توسعه ساختمان خوارزمی همچنین از آزادسازی وثایق نزد این بانک خبر داد و گفت: طی مذاکرات صورت‌گرفته، اقدامات لازم برای آزادسازی وثایق مازاد انجام شده و به زودی این وثایق از رهن بانک شهر خارج خواهد شد.

لازم به ذکر است براساس توافق سه‌جانبه میان بانک صادرات ایران، شرکت فرعی توسعه ساختمان خوارزمی و شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، مبلغ یک‌هزار و ۳۰۰ میلیارد ریال بدهی سنواتی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به بانک صادرات ایران تسویه شده بود که این دو اتفاق بزرگ تأثیرات مثبتی بر صورت‌های مالی گروه خوارزمی و شرکت فرعی توسعه ساختمان خوارزمی خواهد داشت.



در ادامه تعیین تکلیف پرونده‌های معوق شرکت‌های فرعی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، تسهیلات مالی دریافتی شرکت فرعی توسعه ساختمان خوارزمی از بانک شهر تعیین وضعیت شد.

به گزارش روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، مهندس سعید احسانی مدیرعامل شرکت توسعه ساختمان خوارزمی در این باره گفت: با مساعدت سهامداران و مدیران ارشد بانک شهر، تسهیلات مالی ۷۰۴ میلیارد ریالی شرکت توسعه ساختمان خوارزمی به بانک شهر که نرخ موثر سود آن ۳۱ درصد (وجه التزام ۳۷ درصد) بود تسویه و تسهیلات مالی ۲۹۶ میلیارد ریالی با نرخ موثر سود ۲۴ درصد، امهال شد.

وی با اشاره به آثار مثبت این اتفاق در صورت‌های مالی شرکت مزبور گفت: نرخ موثر تسهیلات مالی تسویه شده ۳۱ درصد بدون احتساب جریمه دیرکرد بود که هزینه مالی بسیاری برای شرکت به همراه داشت.

وی اعلام کرد: در تعیین وضعیت این دو تسهیلات مالی، تسهیلات مالی با نرخ بالاتر به طور نقدی تسویه و دیگری امهال شد. مهندس احسانی در خصوص آثار مالی این اقدامات بر صورت‌های مالی

معاون مالی و توسعه منابع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی خبر داد:

تسویه بدهی ۱۳۰۰ میلیارد ریالی به بانک صادرات ایران از محل دارایی‌های گروه



در سال، وصول یک‌هزار و ۳۰۰ میلیارد ریال از مطالبات شرکت اصلی از شرکت فرعی، شناسایی مبلغ ۵۶۰ میلیارد ریال سود ناشی از فروش سرمایه‌گذاری در املاک (سپهر الهیه) در شرکت فرعی توسعه ساختمان خوارزمی، کاهش حجم املاک در پرتفوی گروه و تسویه بدهی سنواتی به صورت غیرنقدی.

وی تأکید کرد: این اقدام در راستای برنامه راهبردی مصوب هیات‌مدیره شرکت در خصوص مدیریت ترازنامه و همچنین مدیریت هزینه‌های مالی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی انجام شده است.

معاون مالی و توسعه منابع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی گفت: بدهی سنواتی شرکت به بانک صادرات ایران از محل واگذاری قدرالسهم شرکت فرعی توسعه ساختمان خوارزمی در پروژه سپهر الهیه به بانک مزبور تسویه شد.

به گزارش روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، کیانوش همتیان با اشاره به تأثیرات مثبت این اقدام در عملکرد شرکت، گفت: این اقدام مالی مثبت بر سود و زیان و ترازنامه گروه خواهد داشت.

وی اظهار داشت: براساس توافق سه‌جانبه میان بانک صادرات ایران، شرکت فرعی توسعه ساختمان خوارزمی و شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، مبلغ یک‌هزار و ۳۰۰ میلیارد ریال بدهی سنواتی این شرکت به بانک صادرات ایران تسویه شد.

وی در خصوص آثار این اقدام در وضعیت شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و گروه گفت: این اقدام تأثیرات مثبتی در صورت‌های مالی شرکت اصلی و تلفیقی خواهد داشت؛ از جمله تسویه بدهی سنواتی به بانک صادرات ایران با نرخ ۳۲ درصد، اخذ بخشودگی جریمه دیرکرد از بانک به میزان ۱۱۰ میلیارد ریال، جلوگیری از تحمیل هزینه مالی و سنوات آتی به شرکت به میزان حداقل ۲۴۰ میلیارد ریال



در بازدید مدیران شرکت خوارزمی از معدن طلای شادان تأکید شد

کتابخانه

افزایش بهره‌وری در بخش معدن نیازمند بهره‌گیری از روش‌های روزآمد

اقتصادی خواهد بود.

دکتر جواد فرشباف ماهرین، رئیس هیئت مدیره گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، در مراسم بازدید از معدن طلای شادان با اشاره به این‌که سرمایه‌گذاری خوبی در این معدن طلا صورت گرفته، گفت: اجرای طرح توسعه معدن شادان اثرات مثبتی بر پرتفوی شرکت توسعه معادن صدرجهان و در نهایت گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به همراه خواهد داشت. خوش‌بختانه گروهی از مدیران و کارشناسان خبره، با تجربه و تحصیل کرده بخش معدن در معدن طلای شادان مشغول به فعالیت هستند که زمینه تحول و پیشرفت و در نهایت افزایش ضریب بهره‌وری و بازده را در این شرکت فراهم می‌کنند. او ضمن قدردانی از حسن توجه و همراهی مقامات استان خراسان جنوبی از جمله استاندار محترم، معاونان استانداری، مدیران کل صمت، محیط زیست، منابع طبیعی، بانک توسعه تعاون و به‌خصوص فرمانداری منطقه خوسف، گفت: زیرساخت‌های مناسبی در معدن شادان ایجاد شده و به‌زودی نتایج خوبی از اقدامات صورت‌گرفته در این معدن در سطح منطقه‌ای در استان و در سطح ملی در کشور حاصل خواهد شد.

مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز در این مراسم

در بازدید رئیس هیئت مدیره، مدیرعامل، معاونان و مدیران گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی از معدن طلای شادان در استان خراسان جنوبی، بر لزوم بهره‌گیری از روش‌ها و متد جدید شناسایی، استخراج و تولید مواد معدنی تأکید شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، در ابتدای این مراسم مدیرعامل شرکت معادن و صنایع معدنی کارند صدرجهان و همکاران این شرکت گزارشی از وضعیت اکتشاف، استخراج و یافته‌های قابل ارزش از معدن شادان ارائه کردند.

با توجه به تشکیل تیم حرفه‌ای و تخصصی در این معدن متشکل از جوانان تحصیل کرده کشور در کنار بهره‌مندی از آخرین دستاوردهای علمی جهان و استفاده روزآمد از تکنولوژی‌های نو، مدیران این معدن توانسته‌اند با ایجاد ترکیب مناسبی از دانش و تجربه در کنار هم، زمینه تسریع در عملیات بهره‌برداری را در این معدن فراهم کنند که با ادامه این روند در آینده نزدیک شاهد افزایش بهره‌وری سرمایه‌گذاری‌های صورت‌گرفته در این بخش خواهیم بود.

ضمن این‌که توجه به اهمیت بخش معدن در اقتصاد کشور و روش‌های روزآمد، به طور حتم ضریب بهره‌وری این بخش را به شکل چشم‌گیری افزایش خواهد داد و زمینه‌ساز رونق

دکتر جواد فرشباف ماهرین:

اجرای طرح توسعه معدن شادان اثرات مثبتی بر پرتفوی شرکت توسعه معادن صدرجهان و در نهایت گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به همراه خواهد داشت. خوش‌بختانه گروهی از مدیران و کارشناسان خبره، با تجربه و تحصیل کرده بخش معدن در معدن طلای شادان مشغول به فعالیت هستند که زمینه تحول و پیشرفت و در نهایت افزایش ضریب بهره‌وری و بازده را در این شرکت فراهم می‌کنند

است. خوش‌یختانه کشور جمهوری اسلامی ایران از لحاظ معادن بسیار غنی است و اگر بهره‌وری در این بخش مورد توجه قرار گیرد، یقیناً ارزش افزوده خوبی برای کشور به همراه خواهد داشت.

مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در ادامه تأکید کرد: علاوه بر این، با توجه به موقعیت مکانی معدن طلای شادان، طرح توسعه این شرکت علاوه بر رونق اقتصادی برای اهالی منطقه، فرصت‌های شغلی مناسبی نیز ایجاد خواهد کرد.

میرمحمود یگانلی، مدیرعامل شرکت معادن و صنایع معدنی کارند صدرجهان، نیز در این مراسم ضمن تشریح اقدامات صورت‌گرفته در طرح توسعه این معدن گفت: معدن طلای شادان از جمله معادن غنی کشور به شمار می‌رود که به‌زودی موجب رونق اقتصادی منطقه خواهد شد.

محمود شفیعی، فرماندار خوسف در استان خراسان جنوبی، نیز در این مراسم ضمن قدردانی از گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی و شرکت معادن و صنایع معدنی کارند صدرجهان گفت: توسعه معدن شادان رونق اقتصادی برای منطقه به همراه خواهد داشت.

او با اشاره به این‌که حمایت‌های لازم برای پیشبرد طرح توسعه معدن شادان صورت خواهد گرفت، گفت: همه نهادها و سازمان‌های استان خراسان جنوبی آماده همکاری برای تسریع در اجرای طرح توسعه معدن شادان هستند.

معدن طلای شادان در منطقه خوسف استان خراسان جنوبی با بیش از ۲۷ میلیون و ۸۶۰ هزار تن ذخیره کانستگ از جمله معادن گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به شمار می‌رود که پیش‌بینی می‌شود با بهره‌برداری از این معدن، ارزش افزوده مناسبی برای سهام‌داران فراهم شود.

گفتنی است در مراسم بازدید از معدن طلای شادان علاوه بر رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، جمعی از معاونان این شرکت، مدیران شرکت معادن و صنایع معدنی کارند صدرجهان، فرماندار منطقه خوسف و جمعی از مقامات محلی نیز حضور داشتند.



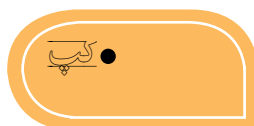
گفت: سرمایه‌گذاری در بخش معدن ذاتاً بلندمدت است. در چنین شرایطی می‌توان با بهره‌گیری از روش‌های نوین در عملیات معادن از جمله شناسایی، اکتشاف، استحصال و تولید، بهره‌وری این بخش را افزایش داد.

دکتر سیدرضا موسوی در مراسم بازدید از معدن طلای شادان شرکت معادن و صنایع معدنی کارند صدرجهان افزود: برای تحقق سیاست‌های دولت محترم مبنی بر کاهش تکیه بر نفت، لازم است مزیت‌های نسبی کشور بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد که یکی از این فرصت‌ها توجه بیشتر به بخش معدن

دکتر سیدرضا موسوی:

برای تحقق سیاست‌های دولت محترم مبنی بر کاهش تکیه بر نفت، لازم است مزیت‌های نسبی کشور بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد که یکی از این فرصت‌ها توجه بیشتر به بخش معدن است. سرمایه‌گذاری در بخش معدن ذاتاً بلندمدت است. در چنین شرایطی می‌توان با بهره‌گیری از روش‌های نوین در عملیات معادن از جمله شناسایی، اکتشاف، استحصال و تولید، بهره‌وری این بخش را افزایش داد





تشریح جزئیات برنامه شش ماهه شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی
در گفت‌وگو با دکتر جواد فرشباف مهربان

بهبود عملکرد و افزایش سوددهی با اولویت‌بندی طرح‌ها

سهام‌داران قرار دارد و حجم معاملات سهام این شرکت در بازار سرمایه بسیار بالاست، ابلاغ این برنامه تأثیر مستقیمی بر ارزش سهام این شرکت خواهد داشت. به منظور آگاهی از جزئیات این برنامه با دکتر جواد فرشباف مهربان، رئیس هیئت مدیره این شرکت، به گفت‌وگو نشستیم. او در این گفت‌وگو با اشاره به این که در این برنامه اولویت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی مورد توجه قرار گرفته است، گفت: برنامه‌های کوتاه‌مدت اغلب به منظور اجرای استراتژی‌های سازمانی و هم‌سو با برنامه‌های بلندمدت تدوین و اجرا می‌شوند، و برنامه شش ماهه شرکت

با تأیید هیئت مدیره شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، برنامه عملیاتی شش ماهه این شرکت و شرکت‌های وابسته ابلاغ و اجرایی شد. در این برنامه راهبردهای کلان این شرکت از جمله ارتقای ساختار مالی و مدیریت هزینه‌های گروه، مدیریت پایدار و اثربخش منابع مالی و دارایی‌ها، توسعه پایدار و ارتقای مزیت‌های استراتژیک، کسب بازدهی مطلوب مبتنی بر سودآوری و ارتقای بهره‌وری سرمایه انسانی در شرکت‌های گروه مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به این که بیش از نیمی از سهام شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به صورت آزاد در اختیار

سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز مانند این برنامه‌ها، دربرگیرنده اقدامات، طرح‌ها و پروژه‌ها همراه با تخصیص منابع و زمان‌بندی اجرای آن‌هاست.

● **هدف اصلی از تدوین این برنامه چه بوده است؟**

به طور کلی برنامه‌ها مشخص‌کننده مسیر حرکت هر سازمانی هستند. وجود برنامه هدفمندی در تمامی سطوح سازمانی را موجب می‌شود و به استفاده بهینه از منابع سازمان کمک می‌کند. علاوه بر آن، تدوین برنامه‌ها به سازمان پویایی می‌بخشند و هم‌سویی اهداف و هماهنگی اقدامات و فعالیت‌های بخش‌های مختلف شرکت را در پی دارند. برنامه‌های کوتاه‌مدت اغلب به منظور اجرای استراتژی‌های سازمانی و هم‌سو با برنامه‌های بلندمدت تدوین و اجرا می‌شوند. این برنامه‌ها دربرگیرنده اقدامات، طرح‌ها و پروژه‌ها همراه با تخصیص منابع و زمان‌بندی اجرای آن‌هاست.

با توجه به تغییرات مدیریتی انجام‌شده در شرکت در ابتدای سال جاری لازم بود به منظور حصول شناخت بیشتر مدیران عالی از طرح‌ها، پروژه‌ها و اقدامات اساسی در حال انجام شرکت و گروه خوارزمی و تصمیم‌گیری در خصوص ادامه روند اجرایی آن‌ها، برنامه کوتاه‌مدتی برای شرکت تدوین شود که نتیجه آن برنامه عملیاتی شش ماهه بود که اجرای آن برای شش ماهه دوم سال جاری در نظر گرفته شد.

● **تدوین این برنامه چه تأثیراتی بر عملکرد شرکت خواهد داشت؟**

قرار نیست این برنامه تغییر جهت اساسی در عملیات شرکت ایجاد کند، بلکه هدف این بود که از این طریق یک اولویت‌بندی در طرح‌ها و اقدامات در حال انجام صورت گیرد و منابع شرکت به شکل مؤثر و کارآمد در طرح‌های اولویت‌دار هدایت و به کار گرفته شود. بی‌شک نمی‌توان از برنامه شش ماهه انتظار تغییرات یا اثرات بزرگ بر عملکرد شرکت داشت، با این حال، انتظار داریم با تمرکز بر مسائل اولویت‌دار گروه خوارزمی این برنامه با همکاری و کوشش مدیران ارشد به بهبود عملیات و فعالیت‌ها منجر شود.

● **چه اقداماتی برای تدوین برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت گروه خوارزمی در دست انجام است؟**

همان‌گونه که می‌دانید، برای تدوین برنامه‌های بلندمدت بایستی شناخت و تحلیل محیطی (درونی و بیرونی)

قرار نیست برنامه شش ماهه تغییر جهت اساسی در عملیات شرکت ایجاد کند، بلکه هدف این بود که از این طریق یک اولویت‌بندی در طرح‌ها و اقدامات در حال انجام صورت گیرد و منابع شرکت به شکل مؤثر و کارآمد در طرح‌های اولویت‌دار هدایت و به کار گرفته شود. بی‌شک نمی‌توان از برنامه شش ماهه انتظار تغییرات یا اثرات بزرگ بر عملکرد شرکت داشت، با این حال، انتظار داریم با تمرکز بر مسائل اولویت‌دار گروه خوارزمی این برنامه با همکاری و کوشش مدیران ارشد به بهبود عملیات و فعالیت‌ها منجر شود

مناسبتی صورت گیرد. مسائل و موضوعات اساسی و استراتژیک شرکت و چالش‌ها و مزیت‌های موجود و پیش رو شناسایی شوند. از این رو برای تدوین برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت گروه ابتدا لازم بود مقدماتی فراهم شود که یکی از آن‌ها تدوین برنامه عملیاتی شش ماهه بود. علاوه بر آن، آنچه که بسیار حائز اهمیت است، تشکیل و راه‌اندازی کمیته نظارت بر امور راهبردی بود که خوش‌بختانه این مهم نیز عملی شد و اصول حاکم بر تشکیل آن در هیئت مدیره تصویب گردید و بعد از برگزاری مجمع نیز این کمیته به طور رسمی کار خود را آغاز خواهد کرد. باید در نظر داشت که صرف این که یک برنامه خوب تدوین شود، کافی نیست، بلکه مهم‌تر از آن اجرای برنامه است و لازم است در تدوین به اجراپذیری آن برنامه توجه شود. تحقیقات نشان می‌دهد بیش از ۷۰ درصد استراتژی‌ها در مرحله اجرا با شکست مواجه می‌شوند. به همین منظور باید زمینه و سازوکارهای لازم (ساختاری، فناوری، مدیریتی، نظارتی و...) برای اجرای موفقیت‌آمیز برنامه بلندمدت ایجاد شود که در همین راستا تدابیری اندیشیده شده و اقداماتی در حال انجام است.

● **در بحث تدوین برنامه‌های عملیاتی شرکت‌های فرعی چه مواردی مدنظر قرار گرفته است؟**

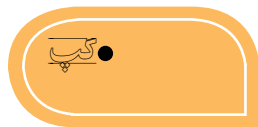
همان‌گونه که پیش‌تر نیز بیان شد، در تدوین برنامه عملیاتی شش ماهه بیشتر سامان‌دهی طرح‌ها و پروژه‌های در حال اجرا و تعیین تکلیف طرح‌های ناتمام مورد تأکید بوده است. به عنوان نمونه، در این برنامه جایگزینی تسهیلات گران با تسهیلات ارزان‌تر، آزادسازی دارایی‌ها و سهام وثیقه، سامان‌دهی مطالبات و دیون، تسویه بدهی‌های گران‌قیمت، حل‌وفصل برخی از مشکلات حقوقی و هم‌چنین تدوین برنامه دو ساله شرکت مدنظر قرار گرفته است.

● **ابلاغ این برنامه چه تأثیری بر سوددهی و بهبود عملکرد شرکت‌های فرعی خواهد داشت؟**

بدون شک، هر برنامه‌ای با هدف دستیابی به یک‌سری اهداف تدوین می‌شود که بهبود عملکرد و در سطح بالاتر افزایش سوددهی از جمله این اهداف هستند. اما میزان تحقق این اهداف به میزان اجرای موفقیت‌آمیز برنامه بستگی دارد. از طرفی، نمی‌توان انتظار داشت با یک برنامه عملیاتی شش ماهه در کوتاه‌مدت، سوددهی افزایش یابد، ولی امید است با اجرای این برنامه بهبودی در عملکرد گروه حاصل شود.



گفت‌وگو با سیاوش محمدی، معاونت سرمایه‌گذاری و توسعه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی



سبد سرمایه‌گذاری خود را بازآرایی می‌کنیم

ارزیابی طرح‌های توسعه شرکت‌هایی است که تمام یا بخشی از سهام آن‌ها متعلق به شرکت خوارزمی است؛ شرکت‌هایی که یا در آن‌ها طرح توسعه اجرا می‌شود، یا در حال افزایش سرمایه برای اجرای طرح‌های توسعه هستند. ما محاسبات فنی و اقتصادی این شرکت‌ها را ارزیابی می‌کنیم و بر اساس آن محاسبات فنی و اقتصادی، توجیه‌پذیری طرح‌های شرکت‌های زیرمجموعه را بررسی می‌کنیم و در نهایت اگر آن طرح از نظر همکاران محترم معاونت توجیه‌پذیر بود، به مدیرعامل پیشنهاد می‌کنیم تا تصمیم نهایی ابلاغ شود.

● **در حال حاضر چه طرح‌های توسعه‌ای در شرکت‌های زیرمجموعه تعریف شده و در حال اجراست؟ آیا برای ورود به بازارهای جدید، برنامه‌ریزی خاصی صورت گرفته؟**

ما در صنایع مختلفی در حال سرمایه‌گذاری و فعالیت هستیم. به عنوان مثال، صنعت دارو در شرکت سینادارو. این شرکت طرح توسعه انتقال و افزایش ظرفیت و افزایش کیفیت محصول را در دست اجرا دارد و با توجه به استانداردهای جدیدی که اخذ می‌کنیم، قادر به صادرات دارو خواهیم شد. طرح استحصال طلا از معدن شادان را نیز در دست اجرا داریم. این طرح از طریق شرکت صدرجهان در حال انجام است. شرکت گروه خدمات مالی الگوریتم نیز از دیگر شرکت‌های ماست که این شرکت نیز طرح‌هایی دارد که عمدتاً متمرکز در بازار سرمایه است. البته طرح‌های دانش‌بنیان نیز در همین شرکت ارزیابی می‌شود. در شرکت نیروپارسه طرح‌های توسعه اجرا می‌شود تا از ظرفیت‌های بیشتر نیروگاه‌های مقیاس کوچک

معاونت سرمایه‌گذاری و توسعه گروه خوارزمی برنامه‌های هدفمندی را مطابق با شرایط اقتصادی پیش رو، برای مقابله با آثار اقتصادی تحریم‌ها و کم‌رنگ کردن آن‌ها در جهت بهبود و تداوم روند فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری‌های شرکت خوارزمی تدوین کرده است و با اتخاذ اقدامات مناسب توانسته نقش پررنگی در ایجاد تنوع سرمایه‌گذاری با هدف افزایش بازدهی برای شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی ایفا کند. برای اطلاع از برنامه‌های آتی این معاونت به سراغ مهندس سیاوش محمدی، معاونت سرمایه‌گذاری و توسعه شرکت خوارزمی، رفته‌ایم.

● **درباره مسئولیت معاونت سرمایه‌گذاری و توسعه و اولویت‌های فعلی معاونت توضیح دهید.**

اساس مسئولیت معاونت سرمایه‌گذاری و توسعه در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی مانند تمامی شرکت‌های سرمایه‌گذاری، پایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بازار اقتصاد و ارزیابی آن‌ها برای پیشنهاد دادن به مدیرعامل شرکت است تا بتوانیم این فرصت‌ها را شناسایی و ارزیابی کنیم و چنانچه بر اساس اهداف استراتژیک و برنامه‌های شرکت خوارزمی، قابلیت سرمایه‌گذاری داشته باشد، گزارش‌های خود را به مدیریت محترم شرکت ارائه دهیم تا در صورت تصویب، سرمایه‌گذاری‌های متناسب صورت پذیرد. در تمامی حوزه‌هایی که در برنامه استراتژیک شرکت مطرح است، روند به همین شکل است. وظیفه دیگر این معاونت، بررسی و

بالا تری دارد و طبیعتاً مزیت‌هایی برای ما ایجاد خواهد کرد. اگرچه سرمایه‌گذاری در این زمینه نرخ بالاتری دارد، اما در این زمینه به خارج از کشور وابستگی کمی داریم و عمده ماشین‌آلات در داخل کشور تأمین می‌شود، و این باعث می‌شود ما مزیت بیشتری داشته باشیم.

● معیارهای اصلی گروه، برای ارزیابی کارکردهای شرکت‌های تابعه چیست؟ از این منظر چه نمونه‌های موفق را می‌توانید نام ببرید؟ درباره آن‌ها توضیح دهید.

در پاسخ این پرسش باید اعلام کنم عمده فعالیت‌های مربوط به ارزیابی و پایش شرکت‌ها از سوی معاونت محترم شرکت‌ها و مجامع صورت می‌گیرد، اما می‌توان معیارها را به دو دسته تقسیم کرد. یکی معیار عملکردهای مالی است که هر سه ماه یک بار پایش می‌شود. طبیعتاً پایش‌های دوره‌ای برای تحقق بودجه یا تغییراتی که ممکن است بر بودجه تأثیرگذار باشد، انجام خواهد شد و بودجه‌طوری تنظیم می‌شود که شرکت‌ها بتوانند حرکت‌های معقول خود را انجام دهند. لازم به ذکر است که معمولاً بودجه‌ها در سه ماه پایان هر سال مالی برای سال مالی بعد با همکاری خود شرکت تدوین خواهد شد. معیار دیگر طرح‌های توسعه و پروژه‌هاست که باید سر موقع و با توجه به بودجه‌ای که برای آن‌ها در نظر گرفته شده است، به اتمام رسند. طبیعتاً برای این امر کمیته‌های پایشی در نظر گرفته شده‌اند و این کمیته‌ها با برگزاری منظم جلسات، تمامی اقدامات را زیر نظر دارند. در این‌جا چنانچه شرکت‌های گروه، اطلاعات یا تحلیلی را نیاز داشته باشند، در اختیارشان قرار خواهیم داد.

● در مجموع، تحولات اقتصادی و وضعیت بازار سرمایه را در سال آتی چطور ارزیابی می‌کنید؟

پیش‌بینی روند بازار سرمایه کار ساده‌ای نیست. با توجه به این‌که ما نهاد سرمایه‌گذار هستیم، ساختار سود شرکت برای ما اهمیت ویژه‌ای دارد و برای این‌که ساختار سود شرکت همیشه پایدار باشد و سهام‌داران نیز احساس کنند ثروتی ماندگار در طول زمان خواهند داشت، به سراغ سرمایه‌گذاری‌هایی می‌رویم که در طول زمان‌های آتی از بنیه قوی‌تری برخوردار است و سهام‌بنیادی هستند. ما خود را وابسته به جو بازار سرمایه نمی‌دانیم و برنامه‌ای درازمدت برای آن‌ها داریم و در هر شرایطی اعم از شرایط خرید یا فروش، در راه بازآرایی سبد سرمایه‌گذاری خود قدم برمی‌داریم، به گونه‌ای که طی این بازآرایی با سرعت بیشتری به هدف اصلی خود که افزایش بازده دارایی‌های شرکت است، برسیم و سهام‌دار ما که ولی‌نعمت اصلی ماست، همواره احساس کند از سرمایه‌گذاری در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی بازدهی بیشتری را به دست می‌آورد. بنابراین افزایش بازدهی با تأکید بر سهام‌بنیادین، شرکت‌های صادرات‌محور و شرکت‌هایی که برای تولیدات آن‌ها در داخل ایران مزیت نسبی وجود دارد، مدنظر قرار می‌گیرد.

● با شرایط فعلی، این بازار چقدر می‌تواند در رقابت با بازارهای موازی، در جذب سرمایه‌گذار موفق ظاهر شود؟

شرکت خوارزمی یک شرکت سرمایه‌گذاری است، به این معنا که ذات ما سرمایه‌گذاری است. اگر منظور از بازار موازی ارز و طلا و... است، باید بگویم به عنوان مثال، ما در زمینه طلا

استفاده کنیم. در شرکت زیما که شرکت هلدینگ نفت و گاز است، در حال بررسی برای اجرای طرح‌های جدید هستیم. در شرکت‌های دیگر هم در حال پی‌گیری و مطالعه طرح‌های اجرایی هستیم. به عنوان مثال، در شرکت توسعه ساختمان که یکی از شرکت‌هایی بوده که در سالیان گذشته فعالیت‌های خوبی داشته است، در حال بررسی طرح‌های سرمایه‌گذاری هستیم تا فرصت‌ها را شناسایی کنیم. طبیعتاً حوزه فعالیت این شرکت ساختمان و مسائل فنی مربوط به آن است. در حوزه سرمایه‌گذاری نیز سبد سرمایه‌گذاری باقوامی داریم که در شرکت اصلی آن را مدیریت می‌کنیم و در آن حوزه نیز فرصت‌های بازار را شناسایی کرده و از آن‌ها استفاده می‌کنیم. البته فرصت‌ها بسته به زمینه و مقطع زمانی‌شان و مطابقت آن‌ها با چهارچوب برنامه استراتژیک ما مورد پایش و بررسی قرار می‌گیرند.

● شرایط اقتصادی فعلی، چه موانعی بر سر راه طرح‌های توسعه‌ای ایجاد کرده؟ چه تغییراتی در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت شرکت‌ها ایجاد شده؟

در حال حاضر دو بحث اصلی در اقتصاد کشور ما مطرح است که ما با توجه به این دو بحث فعالیت‌های خود را سامان‌دهی می‌کنیم. اولین بحث نرخ برابری ارز ما با ارز خارجی است که باعث می‌شود فعالیت‌های خود را بر اساس این موضوع تنظیم کنیم و دومین موضوع، بحث تحریم‌های اقتصادی است که ممکن است در تأمین مواد اولیه و تولید محصول آسیب‌زا باشد. بخش بزرگی از پرتفوی کلی سرمایه‌گذاری ما فروش داخلی دارند و جز در یک شرکت که باید مواد اولیه آن از خارج از کشور تهیه شود، در بقیه شرکت‌ها به مشکلی برخوردیم. برای آن شرکت هم با ارز نرخ ترجیحی مواد اولیه آن را تأمین می‌کنیم. برنامه‌ریزی ما در تمام شرکت‌ها و مجموعه هلدینگ به گونه‌ای است که حداقل آسیب را ببینیم. در حوزه‌ای که شرکت نیروپارسه و نیروگاه‌های مقیاس کوچک در حال فعالیت هستند، با توجه به شرایط تحریم و نرخ برابری ارز، طبیعتاً با یک‌سری آسیب‌هایی روبه‌رو هستیم. قاعدتاً باید از طریق تعاملات بین‌المللی با برخی شرکت‌های شریک خود هماهنگ باشیم، که خوش‌بختانه در این زمینه توانسته‌ایم به نتایج قابل قبولی برسیم. تحریم‌ها باعث شد فرصتی برای بهره‌گیری هر چه بیشتر از توانمندی‌های مهندسان داخلی به وجود آید و نیروگاه خود را راه‌اندازی کنیم که از نظر من این نقطه قوتی برای شرکت نیروپارسه بود. در شرکت برق سپهر نه به دلیل تحریم، بلکه به دلیل خدماتی که برون‌سپاری می‌کردیم، به این نتیجه رسیدیم که می‌توانیم از ظرفیت داخلی خودمان استفاده کنیم و بخشی از خدمات شرکت را که برون‌سپاری می‌کردیم، در خود شرکت انجام دهیم، که از نظر من این فرصت خوبی را پیش روی ما قرار داد و نکته مثبتی بود. در بخش صنعت داروسازی در شرکت سینادارو نیز متخصصان بسیار خوبی داریم. بقیه شرکت‌های ما شرکت‌هایی هستند که عمدتاً در بازار سرمایه فعالیت می‌کنند. در حوزه معدن نیز تقریباً می‌توان گفت از تکنولوژی داخلی بهره می‌بریم و طبیعتاً با توجه به تغییرات نرخ برابری ارز، محصولی که از خاک استحصال می‌کنیم، محصولی است که بر اساس نرخ برابری قیمت

با توجه به این‌که ما سرمایه‌گذار نهادی هستیم، ساختار سود شرکت برای ما اهمیت ویژه‌ای دارد و برای این‌که ساختار سود شرکت همیشه پایدار باشد و سهام‌داران نیز احساس کنند ثروتی ماندگار در طول زمان خواهند داشت، به سراغ سرمایه‌گذاری‌هایی می‌رویم که در طول زمان‌های آتی از بنیه قوی‌تری برخوردار است و سهام‌بنیادی هستند. ما خود را وابسته به جو بازار سرمایه نمی‌دانیم و برنامه‌ای درازمدت برای آن‌ها داریم و در هر شرایطی اعم از شرایط خرید یا فروش، در راه بازآرایی سبد سرمایه‌گذاری خود قدم برمی‌داریم



شرکت خوارزمی به طور کلی در سبد سرمایه‌گذاری، بازدهی قابل قبولی باشد و این می‌تواند نکته قابل اتکایی برای سهام‌داران شرکت باشد.

● **وضعیت رضایت سهام‌داران را از عملکرد گروه خوارزمی با توجه به وضعیت اقتصادی موجود، چطور ارزیابی می‌کنید؟**

خوارزمی طی سال‌های گذشته مجامع خود را برگزار کرده است. بازدهی سهام شرکت خوارزمی در سال مالی جاری، ۸۵ درصد بوده است و این بازدهی برای سهام‌دار بازدهی قابل قبولی است. اگرچه ممکن است بازدهی سهام برخی از شرکت‌ها ارقام بزرگ‌تری را نشان دهند، سهام‌داران ما از ما انتظار بازدهی مستمر و پایدار دارند و بنابراین ما باید بتوانیم در طول زمان بازدهی مناسبی را که مطلوب سهام‌داران و پایدار و مستمر است، ارائه کنیم. به نظر می‌رسد بازدهی ۸۵ درصدی سرمایه‌گذاری در سهام شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی برای سهام‌دار این شرکت قابل قبول بوده است.

● **کمی هم درباره برنامه استقرار استانداردهای حاکمیت شرکتی در گروه خوارزمی توضیح دهید.**

کمیته حسابرسی، کمیته انتصابات و کمیته ریسک، کمیته مبارزه با پول‌شویی و کمیته نظارت بر امور راهبردی، همگی بر اساس قواعد حاکمیت شرکتی در شرکت فعال هستند و به صورت مداوم جلسات خود را برگزار می‌کنند و فکر می‌کنیم در این زمینه جزو شرکت‌هایی هستیم که خودمان را قائل به پایبندی به اصول و ضوابط حاکمیت شرکتی و رفتار مطابق با چهارچوب حاکمیت شرکتی می‌دانیم.

● **به عنوان جمع‌بندی نهایی، از برنامه‌های آتی معاونت سرمایه‌گذاری بگویید.**

ما برنامه بازآرایی سبد سهام را تدوین کرده‌ایم، ساختار سازمانی چابکی را برای معاونت طراحی کرده‌ایم، افزایش فعالیت خود را در بازار سرمایه هدف قرار داده‌ایم، بازدهی بالاتری را از سبد سرمایه‌گذاری بورسی و غیربورسی دنبال می‌کنیم و سعی می‌کنیم فرصت‌های جدیدی را که در بازار هست، با تعاملات با سایر شرکت‌های سرمایه‌گذاری رصد کنیم تا بتوانیم از آن استفاده کنیم.

در شرکت صدرجهان سرمایه‌گذاری کرده‌ایم که این شرکت دارای معدن طلاست و می‌توانیم از آن طلا استحصال کنیم. ما در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری کرده‌ایم که صادرات محور هستند و توانایی ارزآوری دارند، یا برای تولید محصولات خود نیازی به مواد اولیه خارجی ندارند و برای تولید به ارز وابسته نیستند و با این‌که محصولات گروه دوم می‌توانند با قیمت ارز تغییر کنند، اما نسبت به تنش‌های ارزی ایمن باقی می‌مانند. به عنوان مثال، اگر بازار ساختمان را بازار پرسودی در نظر بگیریم، ما در این زمینه هم سرمایه‌گذاری کرده‌ایم و اگر ارزش افزوده‌ای در این بازار وجود داشته باشد، ما در آن شریک هستیم. ما حوزه‌های مناسب را شناسایی کرده و سعی می‌کنیم در حوزه‌های مناسب حضور داشته باشیم.

● **جایگاه خوارزمی را در قیاس با سایر هلدینگ‌های داخلی چطور ارزیابی می‌کنید؟ برگ برنده خوارزمی نسبت به شرکت‌های مشابه چه بوده؟**

بعضی از هلدینگ‌ها مانند ما هلدینگ‌های چند رشته‌ای هستند و این‌طور که به نظر می‌رسد، شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز یک شرکت چند رشته‌ای است. این شرکت هر جایگاهی هم که داشته باشد، ما باید به فکر ارتقای آن باشیم، یعنی همیشه خودمان را با بهتر از خودمان مقایسه می‌کنیم و فکر می‌کنیم باید راهی را طی کنیم که بازدهی بیشتری داشته باشد تا بتوانیم ارزش معقولی برای عموم سهام‌داران خود فراهم کنیم. در مقایسه با دیگر هلدینگ‌ها در هر جایگاهی که باشیم، باید صادقانه تلاش کنیم و جایگاه خود را ارتقا دهیم. در این مقایسه به جایگاهی که داریم، قانع نیستیم و نگاهمان به مدارج و جایگاه‌های بالاتر است. اما با تمامی این اوصاف فکر می‌کنیم در مقایسه با هلدینگ‌های مشابه جایگاه خوبی داریم.

من نکته مثبت خوارزمی را در فرهنگ سازمانی غنی‌ای می‌بینیم که خوارزمی از آن بهره‌مند است. خوارزمی همواره در حال رصد فرصت‌های مناسب است تا بتواند به‌درستی از آن‌ها بهره‌جوید. طبیعتاً این جزو ویژگی‌های هر شرکت سرمایه‌گذاری است و فکر می‌کنم طی سال‌های آتی بازدهی

نکته مثبت خوارزمی را در فرهنگ سازمانی غنی‌ای می‌بینیم که خوارزمی از آن بهره‌مند است. خوارزمی همواره در حال رصد فرصت‌های مناسب است تا بتواند به‌درستی از آن‌ها بهره‌جوید. طبیعتاً این جزو ویژگی‌های هر شرکت سرمایه‌گذاری است و فکر می‌کنم طی سال‌های آتی بازدهی شرکت خوارزمی به طور کلی در سبد سرمایه‌گذاری، بازدهی قابل قبولی باشد و این می‌تواند نکته قابل اتکایی برای سهام‌داران شرکت باشد.



عکس: مهدی سلیمانی

گفت‌وگو با علیرضا کنعانی، مدیرعامل شرکت گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم

بازارهای تازه در چشم‌انداز «الگوریتم»

شد شرکت آتی‌نگر سپهر ایرانیان به هدینگ خدمات مالی و بازار سرمایه کامل تبدیل شود که تمامی خدمات مالی و سرمایه‌گذاری قابل ارائه در بازار سرمایه کشور را ارائه کند. این بدان مفهوم بود که آتی‌نگر که در آن زمان فقط به مجموعه سرمایه‌گذاری خوارزمی و تنها در حوزه مدیریت سبد بورسی و کارشناسی بازار سهام خدمات می‌داد، به مجموعه‌ای تبدیل شود که طیف کامل خدمات بازار سرمایه شامل مدیریت دارایی، مشاوره سرمایه‌گذاری، خدمات کارگزاری و خدمات تأمین مالی را به همه متقاضیان داخل و خارج گروه ارائه کند. این مأموریت در شرایطی ترسیم می‌شد که هنوز قالب و ساختار روشنی برای مجموعه‌ای که بتواند این حجم گسترده از خدمات را ارائه کند، در بازار سرمایه وجود نداشت و نهادهای تخصصی مالی به صورت پراکنده و ناقص این خدمات را ارائه می‌دادند. در واقع ساختار حقوقی و عملیاتی روشنی برای چنین مجموعه‌ای حتی در تعاریف سازمان بورس هم وجود نداشت و بسیاری از آیین‌نامه‌ها و مجوزها در سطح سازمان بورس در حال طراحی و تغییر بود. به همین دلیل طراحی ساختار و تصمیم‌گیری در خصوص برنامه عملیاتی راه‌اندازی این مجموعه، هم در سطح کارشناسی شرکت و هم در هیئت مدیره بیش از دو سال به طول انجامید. طی این مدت سرمایه شرکت به ۲۰۰ میلیارد تومان افزایش یافت و بخشی از سهام شرکت‌های فعال در بازار مالی مثل بیمه سرمد و تأمین سرمایه سپهر که در سبد خوارزمی وجود داشت، به آتی‌نگر منتقل شد. متناسب با نیازسنجی‌های انجام‌شده برای حوزه‌های فعالیتی جدید، سه واحد مدیریتی مستقل شامل واحد مدیریت دارایی، واحد مشاوره و واحد تأمین مالی ذیل معاونت سرمایه‌گذاری ایجاد و نیروهای مورد نیاز برای آن‌ها جذب شدند. با توجه به الزامات گروه خدمات بازار سرمایه که البته در آن زمان هنوز آیین‌نامه‌های آن ابلاغ نشده بود، تأسیس شرکت سبد

علیرضا کنعانی مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان سابق، و گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم فعلی است. او در گفت‌وگویی که با «وخارزم» داشت، اعلام کرد ماهیت حقوقی و اساس نامه شرکت تغییر کرده و از این پس همه فعالیت‌های شرکت در قالب گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم پی‌گیری خواهد شد. محور مصاحبه ما با این کارشناس اقتصادی درباره فعالیت‌های شرکت و چشم‌انداز بازار در سال آتی است.

● اگر موافقت، صحبت را در مورد خودتان آغاز کنیم. از سوابق کاری‌تان برایمان بگویید و این‌که چه زمانی به این شرکت ملحق شدید؟

در سال ۹۰ و در شرایطی که شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی برای عرضه در بورس آماده می‌شد، مأموریت‌های جدیدی در راستای حضور فعال‌تر در بازار و تقویت بنیه کارشناسی گروه به شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان محول شد. بنده در همان زمان و در راستای پی‌گیری همین مأموریت با سمت معاون سرمایه‌گذاری به شرکت ملحق شدم. فعالیت من با جذب نیروها و تقویت تیم کارشناسی و سازمان‌دهی و اصلاح ساختارها و فرایندهای تحلیلی و اجرایی در بخش سرمایه‌گذاری پی‌گیری شد و رشد چشم‌گیر حجم سبد دارایی‌ها و خرید سهم ۲۰ درصدی کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی از مهم‌ترین اتفاقات دو سال ابتدایی فعالیت من در شرکت بود. در زمان مدیریت آقای دکتر حجت‌اله صیدی در گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، یک برنامه راهبردی هفت ساله برای توسعه گروه ترسیم شد که در آن برنامه نقش ساختاری جدی برای شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان پیش‌بینی شده بود. در برنامه جدید، علاوه بر پیش‌بینی اهداف کمی گسترده، مقرر

گردان و تملک شرکت کارگزاری در دستور کار قرار گرفت. قوانین موجود در آن زمان سهامداری بیش از ۳۳ درصدی در شرکت سیدگردان را نمی‌پذیرفت و به همین دلیل انرژی زیادی در شرکت صرف مذاکره و جذب شریک استراتژیک مناسب شد. اما در سال ۹۶ محدودیت سهامداری شرکت سیدگردان از سوی سازمان بورس حذف شد و نهایتاً شرکت موفق شد سیدگردان الگوریتم را با مالکیت صددرصد در سال ۹۶ تأسیس کند. شرکت پیش از این ۲۰ درصد از سهام شرکت کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی را خریداری کرده بود که برای تأمین الزام دوم سازمان نیز اقدام به خرید ۸۰ درصد سهام باقی‌مانده آن کرد. برنامه‌های عملیاتی تدوین و تصویب‌شده برای توسعه گروه بلافاصله پس از تأسیس شرکت سیدگردان و تملک صددرصدی کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی با جدیت در هر دو شرکت دنبال شد. در شرکت سیدگردان سرمایه از ۲۰ به ۱۵۰ میلیارد تومان افزایش یافت و تیم مدیریت دارایی و مشاوره سرمایه‌گذاری که در شرکت آتی‌نگر جذب شده و آموزش دیده بودند، به این شرکت منتقل شدند. کسب مدیریت صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی و صندوق بازارگردانی توسعه سینا، تأسیس صندوق درآمد ثابت دارا و اخذ مجوز مشاوره سرمایه‌گذاری مهم‌ترین دستاوردهای شرکت طی حدود یک سال فعالیت آن است. هم‌اکنون این شرکت حدود ۳۰۰ میلیارد تومان دارایی تحت مدیریت دارد. در شرکت کارگزاری نیز با انتقال مالکیت، ضمن ترمیم هیئت مدیره، فرایندهای اصلاح ساختار آغاز شد و افزایش سرمایه شرکت از ۴,۵ به ۱۵ میلیارد تومان طی دو مرحله و تکمیل مجوزهای عملیاتی در دستور کار قرار گرفت. تغییرات ایجادشده با پشتیبانی و حمایت شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر روح و انگیزه تازه‌ای در شرکت دمید و با همت جدی پرسنل آن، وضعیت شرکت از زیان انباشته به سود قابل توجه تبدیل شد. علاوه بر رشد سودآوری، کارگزاری موفق شد با اجرای برنامه‌های بازاریابی جدید و ترمیم برنامه توسعه شعب، حجم قابل توجهی مشتری خارج از گروه خوارزمی جذب کند و رتبه معاملاتی خود را از حدود ۶۰ به ۱۲ ارتقا دهد. اکنون می‌توانم ادعا کنم که به لطف خدا و با حمایت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی اهداف توسعه‌ای پیش‌بینی‌شده برای شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان سابق و گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم فعلی محقق شده است و طی حدود هشت سال گذشته شرکت از یک مجموعه سرمایه‌گذاری کوچک با کمتر از ۱۰ نفر پرسنل به یک گروه خدماتی بزرگ و قابل اتکا با حدود ۱۰۰ نفر پرسنل تبدیل شده است که دو نهاد مالی بزرگ و دو شرکت سرمایه‌گذاری را مدیریت می‌کند و ظرفیت‌های ارائه تمامی خدمات بازار سرمایه را ایجاد کرده است. گروه الگوریتم که طی دو سال گذشته سهم در خور توجهی در ایجاد سود کل گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی داشته است، در تلاش است با تکمیل و تثبیت زیرساخت‌های عملیاتی، علاوه بر تأمین نیازهای خدماتی روند سودآوری قابل اتکالی را برای کل مجموعه خوارزمی ایجاد کند.

● تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی چه اثری بر روند فعالیت مجموعه داشته؟ با چه چالش‌های دیگری در حوزه کاری خود مواجه هستید؟

پدیده تحریم در کل آثار مخربی برای کل اقتصاد و فضای کسب‌وکار کشور دارد. شاید مهم‌ترین آسیب‌ها هم‌القای بی‌ثباتی و نااطمینانی در فضای تصمیم‌گیری و اختلال در برنامه‌ریزی‌های

بلندمدت باشد. البته در همین دوره پس‌اقدام امید تازه‌ای از شروع همکاری‌های بین‌المللی در میان فعالان اقتصادی ایجاد شد و برنامه‌ریزی‌های بسیاری برای چنین همکاری‌هایی در کشور انجام گرفت که با خروج یک‌جانبه آمریکا از پیمان شرایط تغییر کرد. مجموعه ما نیز در تلاش بود از فرصت پدیدآمده بهره‌برد و به‌ویژه پی‌گیر جذب شریک خارجی برای شرکت سیدگردان بودیم. با شرکت‌ها و گروه‌های متعددی از آلمان و ترکیه و قبرس و انگلستان در حال مذاکره بودیم. مذاکراتمان در حوزه مدیریت دارایی تا حد مطلوبی با یک گروه مدیریت دارایی صاحب‌نام در سوئیس پیش‌رفته بود که با ورود ترامپ به صحنه عقب‌نشینی کردند. همکاری با یک شرکت خارجی ما را به دانش عملیاتی روز مجهر می‌کرد. هرچند با اتکا به منابع داخلی خودمان نیز توسعه خوبی داشتیم، اما حرفم این است که این تغییر استراتژی‌ها چالش‌های زیادی در منابع مالی و انسانی به دنبال دارد. از طرفی کشور در حال کاهش وابستگی به نفت و تغییر پارادایم سیاست‌گذاری اقتصادی است، که البته نفس این تحول مثبت است. اما با این سرعتی که این تغییرات در حال انجام است، مسلماً بی‌آسب نخواهد بود. به‌ویژه آن‌که هنوز همه ارکان اقتصادی کشور آمادگی ندارند با این سرعت خود را با این تحولات وفق دهند.

● رهبر معظم انقلاب چندی پیش در دیدار با فعالان اقتصادی تأکید کردند شما فرض کنید تحریم‌ها ادامه‌دار است و باید سیاست‌های اقتصادی بر این پایه بنا شود. نظرتان در این باره چیست؟

من خودم در آن مراسم حضور داشتم. عملکرد مطلوب شرکت طی دو سال گذشته ما را در فهرست شرکت‌های دعوت‌شده قرار داده بود. مقام معظم رهبری هم اعلام کردند به فکر برداشته شدن تحریم‌ها نباشید و حق مطلب هم این است که با توجه به عهدشکنی‌ای که دولت آمریکا از خود نشان داد و درخواست‌های غیرمنطقی آن‌ها فعلاً فضای گفت‌وگو مهیا نیست. همان‌طور که عرض کردم، تغییر دیدگاه به تکیه بر توان داخلی بسیار مثبت و قابل دفاع است. این شعاری است که همه دولت‌ها آن را سر داده‌اند، اما روند سیاست‌گذاری اقتصادی در ایران نشان می‌دهد که شاید اگر این اجبار پدید نمی‌آمد، دولت‌مردان به‌سادگی جسارت تن دادن به این تغییرات را نداشتند. اما مسئله سرعت این تغییرات است. اگر قرار باشد این تغییر به یک‌باره و در دوره‌ای بسیار کوتاه اتفاق بیفتد، آسیب‌هایی به همراه دارد. در کشوری که سال‌هاست قادر نبوده‌اید طرحی مثل صندوق ذخیره ارزی یا صندوق توسعه ملی را برای کاهش نقش نفت به‌درستی اجرا کنید و به سرانجام برساند، چطور قادر است به یک‌باره کل اقتصاد را از درآمدهای نفتی مستقل کند. هنوز بخش زیادی از زیرساخت‌های کشور آمادگی پذیرش این تغییرات را ندارند. جدا از این، مسئله فقط اقتصاد بدون نفت نیست؛ بسیاری از طرح‌های توسعه‌ای کشور با قطع مناسبات بین‌المللی فاقد توجیه خواهد بود. مثلاً صنعت تأثیرگذاری مثل پتروشیمی بدون صادرات معطل می‌ماند. در بسیاری دیگر از حوزه‌های بزرگ صنعتی نیز کشور در تأمین نیاز داخلی خودکفا شده است و توسعه و اشتغال بیش از این بدون نگاه صادراتی بی‌معنی است. البته تحریم‌ها هنوز ما را کاملاً از فضای بین‌المللی جدا نکرده است. به نظر می‌رسد نقش دستگاه دیپلماسی هم در این جریان و حفظ و تقویت روابط کنونی ما با دنیای بدون آمریکا بسیار جدی است.

کسب مدیریت صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی و صندوق بازارگردانی توسعه سینا، تأسیس صندوق درآمد ثابت دارا و اخذ مجوز مشاوره سرمایه‌گذاری مهم‌ترین دستاوردهای شرکت طی حدود یک سال فعالیت آن است. هم‌اکنون این شرکت حدود ۳۰۰ میلیارد تومان دارایی تحت مدیریت دارد. در شرکت کارگزاری نیز با انتقال مالکیت، ضمن ترمیم هیئت مدیره، فرایندهای اصلاح ساختار آغاز شد و افزایش سرمایه شرکت از ۴,۵ به ۱۵ میلیارد تومان طی دو مرحله و تکمیل مجوزهای عملیاتی در دستور کار قرار گرفت



● **در حال حاضر چه پروژه‌هایی در مجموعه پی‌گیری می‌شود؟ پیشرفت این پروژه‌ها را چطور ارزیابی می‌کنید؟ کمی درباره مأموریت و ساختار شرکت توضیح دهید.**

ما مجوز گروه خدمات بازار سرمایه را اخذ کردیم که مهم‌ترین گام توسعه‌ای در شرکت بود. در مورد گروه خدمات بازار سرمایه مسیر تقریباً روشن است. باید تلاش کنیم همه خدماتی که در بازار سرمایه ارائه می‌شود، از سوی شرکت ما انجام شود. ارائه بسیاری از این خدمات هم‌اکنون نیز اجرایی شده است و در حال تقویت ساختارهای اجرایی و پیاده‌سازی راه‌کارهای عملیاتی خدمات باقی‌مانده هستیم. لازم است تأکید کنم که بسیاری از این خدمات که مورد نظر ماست، در بازار کاملاً نو هستند و هنوز سابقه اجرایی برای آن‌ها وجود ندارد. مثل خدمات تأمین مالی جمعی که به‌تازگی آیین‌نامه آن ابلاغ شده است. با توان اجرایی و کارشناسی‌ای که در مجموعه جمع شده است، در تلاشیم با هم‌افزایی سایر فعالان بازار راه را برای اجرایی شدن این خدمات باز کنیم. بخش مهمی از توان مجموعه نیز در سال‌های آتی تقویت خدماتی است که راه‌اندازی شده‌اند، چون بسیاری از آن‌ها نقش پشتیبان در خدمات آتی را خواهند داشت. مثلاً بزرگ کردن صندوق درآمد ثابت دارا از برنامه‌های جدی شرکت است، چون اجرای درست بسیاری از خدمات کلیدی مجموعه از جمله خدمات تأمین مالی وابسته به اندازه این صندوق است. در شرکت کارگزاری تقویت بورس کالا و افزایش سهم بازار شرکت در معاملات هدف‌گذاری اصلی است، که به امید خدا با تکمیل مجوزها و تداوم برنامه‌های بازاریابی و توسعه به‌خوبی در حال پیشرفت است. در شرکت سیدگردانی تعدد برنامه‌های توسعه‌ای بیشتر است. شرکت جوان است و راهی طولانی در برندسازی و تکمیل بسته خدماتی در پیش دارد. به‌علاوه با توجه به تغییر مدل کسب‌وکار شرکت از خدمات‌دهی به درون‌خواری به خدمات‌دهی عمومی، برنامه‌های بازاریابی نیز اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند که شرکت در حال تهیه مقدمات آن‌هاست.

● **بیشتر به چه مجموعه‌هایی خدمات مشاوره‌ای ارائه می‌دهید و تعاملتان با بخش خصوصی و دولتی به چه شکل است؟**

شرکت سیدگردان چند ماه است مجوز مشاور سرمایه‌گذاری را اخذ کرده است. آن بخش از فعالیت‌های تعریف‌شده برای

شرکت‌های مشاور سرمایه‌گذاری که به حوزه بازار سرمایه بازمی‌گردد، مانند تهیه گزارش افزایش سرمایه و گزارش‌هایی از این جنس که در زمره الزامات سازمان برای پیشبرد برخی فعالیت‌هاست، به طور جدی در شرکت پی‌گیری می‌شود و هم‌اکنون نیز قراردادهایی در این خصوص در حال پی‌گیری است. اما فعالیت‌های کارشناسی حوزه مشاوره سرمایه‌گذاری در شرایط فعلی کشور کم‌رونق است و به دلیل شرایط خاص اقتصادی در بخش کلان کشور، پروژه‌های بلندمدت نیازمند کار مشاوره‌ای کمتر اجرا می‌شود، بنابراین تقاضای مشاوره هم کمتر خواهد بود. در این حوزه قراردادی با گروه اقتصادی کرمان خودرو داشته‌ایم که هم‌چنان ادامه دارد. در مجموعه‌های دولتی هم که ممکن است به حکم قوانین یا آیین‌نامه‌ها تقاضای کار مشاوره‌ای وجود داشته باشد، پروکراسی‌های سخت اداری اجازه نمی‌دهد همکاری با شرکت غیردولتی به‌سادگی اتفاق بیفتد. از همه این مباحث هم که بگذریم، باید گفت بحث مشاوره سرمایه‌گذاری بحث رایجی در کشور نیست. به نوعی بسیاری از شرکت‌ها ترجیح می‌دهند مشکلات و نیازهای کارشناسی خود را در درون خودشان و با تکیه بر توان داخلی خودشان رفع کنند تا این‌که به یک شرکت دیگر سپارند. تا وقتی کشور روی غلتک تولید نیفتد و سرمایه‌گذاری جدی از سوی بخش خصوصی در حوزه تولید انجام نشود، نمی‌توانیم به رونق این بخش امیدواری زیادی داشته باشیم. البته رونق اصلی در این حوزه در زمان ورود سرمایه‌های خارجی اتفاق می‌افتد. سرمایه‌گذاران خارجی چون با فضای کسب‌وکار در کشور ما بیگانه‌اند، برای ورود به تمام عرصه‌ها نیازمند کار کارشناسی گروه‌های داخلی هستند. در همان دوره کوتاه پس‌اقدامات تقاضاهای سرمایه‌گذاری در ایران رونق گرفته بود، به‌خوبی این نیاز حس می‌شد. ما به آینده امیدواریم و در حال برندسازی هستیم تا در صورت ایجاد فضای تولید و سرمایه‌گذاری در میان شرکت‌هایی باشیم که برای این‌گونه خدمات به آن‌ها مراجعه می‌شود. گروه مشاوره ما اکنون گزارش‌هایی را تنظیم می‌کنند تا بتوانند نام شرکت را در محافل اقتصادی مطرح کنند.

● **ارزیابی‌تان از مجمع عمومی سالانه برگزارشده چه بود و به نظر‌تان گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی تا چه حد توانسته در برآورده کردن خواسته‌های سهام‌داران موفق عمل کند؟**

سال آینده پریسک است و به نظر من این ریسک در همه بازارها وجود دارد. ریسک بازار سرمایه متفاوت با ریسک در سایر بازارها نیست و هر اتفاقی که دامن بورس را می‌گیرد، همه بخش‌ها را درگیر می‌کند. البته ویژگی منحصر به فرد بازار سرمایه این است که به سرمایه‌گذار قدرت انتخاب می‌دهد تا متناسب با برآوردهایی که از ریسک صنایع دارد، صنایع کم‌ریسک‌تر را انتخاب کند

خوارزمی گروه بزرگی است و در حوزه‌های مختلف اقتصادی فعالیت دارد. هدف‌گذاری‌های گروه در بسیاری از حوزه‌ها به بار نشسته و سهام‌داران از منافع آن‌ها بهره‌مند هستند. اما در برخی از حوزه‌ها مثل معدن و پتروشیمی هنوز شرکت در میانه راه است. تلاش‌های جدی برای پیشبرد برنامه‌ریزی‌ها در حال انجام است. البته باید دقت داشت که بسیاری از برنامه‌ریزی‌ها در شرایط برجام اتفاق افتاده بود و اکنون نیازمند تغییراتی است که در گروه در حال انجام است. طبیعتاً آن فضای ویژه که برای گروه الگوریتم عنوان کردم، با شرایط پیچیده‌تری برای خوارزمی قابل تصور است و برنامه‌ریزی را دشوار می‌کند. اما رویکردهای هوشمندانه گروه را در مسیر تعالی قرار داده است.

● دستاوردهای آتی نگر چه نقشی در برآورده کردن انتظارات سهام‌داران گروه خوارزمی داشته است؟

شرکت‌هایی که زیرمجموعه گروه الگوریتم راه‌اندازی شده و خدماتی که در این مجموعه ارائه می‌شود، بسیاری از نیازهای زیربنایی گروه را مرتفع می‌کند. خدمات بازار سرمایه طیف متنوعی از خدمات سرمایه‌گذاری و تأمین مالی را در بر می‌گیرد که نیاز همه کسب‌وکارها به‌ویژه کسب‌وکارهای تولیدی است. در خوارزمی نیز در حال حاضر سرمایه‌گذاری عظیمی در حوزه انرژی و معدن و ساختمان در حال انجام است که بدون دستیابی به خدمات گفته‌شده به نتیجه مطلوب منتج نمی‌شود. هم‌اکنون تمام این خدمات در گروه الگوریتم قابل ارائه است.

● چشم‌انداز شرکت آتی نگر و گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی را در ماه‌های آتی چگونه ارزیابی می‌کنید و برای سال آینده چه برنامه‌هایی را در نظر گرفته‌اید؟

شرکت تا کنون در مسیری که برای آن ترسیم شده بود، به‌خوبی پیش رفته است. تمرکز گروه کماکان روی توسعه و پایدارسازی درآمدهاست. سودآوری شرکت طی دو سال گذشته جهش خیلی خوبی داشته است، اما هنوز وابستگی سود به چرخه‌های رونق و رکود بازار سرمایه زیاد است. هیئت مدیره و همکاران ما در گروه به‌طور جدی در تلاش‌اند تا ضمن تکمیل زنجیره خدمات‌رسانی، کانال‌های درآمدی جدید و اثباتی نیز ایجاد کنند که تعادل بیشتری در سودآوری شرکت ایجاد شود. مسلماً دستیابی به این هدف نیازمند زمان و تلاش

مستمر است. از آن‌جا که بخش عمده این دست درآمدهای باثبات از فروش خدمات یا سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت پدید می‌آید، نیازمند نفوذ بیشتر در بازار که آن نیز مستلزم کسب اعتماد عمومی است. اعتمادسازی و برندسازی هم چیزی نیست که طی چند ماه یا یک سال دست‌یافتنی باشد و زمان می‌برد. تداوم توسعه برایمان جدی است. محصولات متعدد جدیدی در برنامه داریم که به مرور به بازار عرضه می‌شوند و برای آن‌ها بازاریابی خواهد شد. بدون شک در ادامه مسیر نیز از حمایت‌های بی‌دریغ گروه خوارزمی و سهام‌داران همراه آن برخوردار خواهیم بود و امیدواریم بتوانیم همچون گذشته پاسخ مناسبی به این حمایت‌ها بدهیم.

● پیش‌بینی‌تان از وضعیت بازار سرمایه با توجه به تغییر و تحولات پیش رو چیست؟

بازار سرمایه آینده اقتصاد است. آن فضای خاکستری که در کلان اقتصاد شاهد هستیم، در بازار سرمایه نیز قابل مشاهده است. در شرایط فعلی شرکت‌های بازار سرمایه وضعیت بدی ندارند، اما خیلی از آن‌ها به مناسبات بین‌المللی وابسته‌اند. در حوزه فلزی و پتروشیمی وابستگی به فضای جهانی زیاد است و اگر از این نقطه دچار آسیب شویم، مدیریت شرکت‌ها سخت می‌شود. هر چند فقط این مسئله نیست که ابهام ایجاد می‌کند و متغیرهای دیگر نیز وجود دارد. شرایط کلی اقتصاد در دنیا هم ابهام دارد. قیمت‌گذاری و فروش در اغلب شرکت‌های بازار با معیارهای بین‌المللی انجام می‌شود و برخی کارشناسان رکود اقتصادی در جهان را پیش‌بینی می‌کنند که این موضوع می‌تواند برای شرکت‌های داخلی ما نیز مشکلاتی را به وجود آورد. سال آینده پریسک است و به نظر من این ریسک در همه بازارها وجود دارد. ریسک بازار سرمایه متفاوت با ریسک در سایر بازارها نیست و هر اتفاقی که دامن بورس را می‌گیرد، همه بخش‌ها را درگیر می‌کند. البته ویژگی منحصربه‌فرد بازار سرمایه این است که به سرمایه‌گذار قدرت انتخاب می‌دهد تا متناسب با برآوردهایی که از ریسک صنایع دارد، صنایع کم‌ریسک‌تر را انتخاب کند. به‌علاوه تنوع دارایی‌ها در بازار سرمایه امروز خیلی فراتر از سهام است و سرمایه‌گذاران تقریباً به تمام شقوق دارایی در بازار دسترسی دارند و می‌توانند متناسب با سطح ریسک و علائق خود طیف متنوعی از سهام، طلا، اوراق مبتنی بر کالا و اوراق درآمد ثابت را انتخاب کنند.

شرکت تا کنون در مسیری که برای آن ترسیم شده بود، به‌خوبی پیش رفته است. تمرکز گروه کماکان روی توسعه و پایدارسازی درآمدهاست. سودآوری شرکت طی دو سال گذشته جهش خیلی خوبی داشته است، اما هنوز وابستگی سود به چرخه‌های رونق و رکود بازار سرمایه زیاد است. هیئت مدیره و همکاران ما در گروه به‌طور جدی در تلاش‌اند تا ضمن تکمیل زنجیره خدمات‌رسانی، کانال‌های درآمدی جدید و اثباتی نیز ایجاد کنند که تعادل بیشتری در سودآوری شرکت ایجاد شود





آینده‌نگری در امور کارگزاری

دکتر حسن قاسمی

مدیرعامل کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی



کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی از اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۸۵ با عنوان کارگزاری تحلیل‌گران بصیر آغاز به کار کرد و از اوایل سال ۱۳۹۲ با تملک ۶۰ درصدی سهام این شرکت از سوی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی به کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی تغییر نام داد. هم‌چنین از اوایل سال ۱۳۹۷ گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم با تملک صددرصد سهام کارگزاری به عنوان سهام‌دار اصلی کارگزاری شناخته می‌شود.

در سال ۱۳۹۱ این کارگزاری با دارا بودن ۷ صدم درصد ارزش معاملات بازار سرمایه در رتبه ۹۰ در بین ۱۰۸ شرکت کارگزاری فعال در بورس قرار داشت. با توجه به وضعیت نامناسب شرکت در میان رقبای بر اساس برنامه هفت‌ساله گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، تهیه چشم‌انداز مناسب، تدوین برنامه استراتژی و تعیین اهداف اصلی، در دستور کار شرکت قرار گرفت. چشم‌انداز شرکت به شرح زیر است:

«تبدیل شدن به شرکتی پیش‌رو در زمینه ارائه خدمات نوین کارگزاری در سطحی مطلوب به مشتریان داخل کشور و قرار گرفتن در بین پنج شرکت کارگزاری برتر کشور بر مبنای معیار ارزش معاملات کل تا سال ۱۳۹۹.»

پس از تدوین برنامه استراتژی، شرکت فعالیت‌های خود را در راستای تحقق اهداف به پیش برد و در اولین سال مدیریت مجموعه خوارزمی با کسب ۲۸ صدم درصد سهم بازار از رتبه ۹۰ به رتبه ۷۱ ارتقا پیدا کرد. در ادامه نیز با وجود بروز رکود چندین ساله در بازار سرمایه شرکت توانست سهم بازار خود را تا حدود زیادی حفظ کند. شرایط نامناسب بازار سرمایه در سالهای ۱۳۹۳ تا اوایل ۱۳۹۷ مانع از رشد کارگزاری در بین رقبای قدیمی شد.

با تغییرات مدیریتی به‌وجودآمده در کارگزاری در اواسط سال ۱۳۹۶ و بهبود معاملات بازار سرمایه در سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸، روند رو به رشد کارگزاری آغاز شد و شاهد جهش بسیار خوبی در سهم بازار کارگزاری هستیم. جدول زیر تغییرات سهم بازار کارگزاری، بر اساس ارزش معاملات را نمایش می‌دهد:

رتبه در میان کارگزاری ۱۰۸	سهم بازار (درصد)	سال
۹۰	۰،۰۷	۱۳۹۱
۷۱	۰،۲۸	۱۳۹۲
۷۷	۰،۱۹	۱۳۹۳
۷۱	۰،۳۰	۱۳۹۴
۶۵	۰،۳۲	۱۳۹۵
۵۷	۰،۴۳	۱۳۹۶
۳۳	۰،۹۹	۱۳۹۷
۲۰	۱،۳۶	۷ ماهه ۱۳۹۸

کارگزاری برای دستیابی به چشم‌اندازی که برای خود متصور شده بود، اقدامات مهم و متعددی را انجام داده است. در سال‌های گذشته مهم‌ترین فعالیت‌ها و اقداماتی که در جهت تحقق اهداف کارگزاری صورت گرفته، به شرح زیر است:



طراحی وبسایت

به منظور ارائه خدمات بهتر به مشتریان کارگزاری، اقدامات لازم برای طراحی و بارگزاری وبسایت جدید شرکت با رویکرد آموزشی به انجام رسید که از ویژگیهای آن می‌توان به دوره‌های آموزشی، تحلیل‌ها، وبینارها، ویدیوهای آموزشی، مقالات و کتاب‌ها و خدمات قابل ارائه در حوزه بورس اوراق بهادار، کالا و انرژی اشاره کرد.

تأسیس نمایندگی شهرستان

به منظور کاهش هزینه‌های ثابت شرکت و مطابق با مدل درآمدی بر مبنای بازاریابی، که از سوی واحد توسعه بازار پی‌گیری و اجرا میشود، شعب مرند، ارومیه و اصفهان کارگزاری به بهره‌برداری رسید. علاوه بر این، برنامه شرکت برای توسعه نقاط دسترسی فیزیکی در شهرهای مختلف در حال پی‌گیری است و در حال حاضر تأسیس یک شعبه جدید در تبریز و سه شعبه در تهران در حال انجام است.

پذیرش شرکت‌ها

در حوزه مشاوره پذیرش شرکت‌ها از مهم‌ترین اقدامات شرکت، پذیرهنویسی اوراق حق تقدم شرکت ویتانا در بازار پایه فرابورس و سپس پذیرش سهام آن در بازار دوم فرابورس ایران بوده است. علاوه بر این، در بازار SME پذیرش شرکت‌های مروراید هامون، مهندسی نصیر کیانگ و فولادریزی قائم سپهر سپاهان انجام شد، اما به دلیل بروز مشکلات متعدد از سوی شرکت‌های مذکور، فرایند معاملاتی شدن سهام این شرکت‌ها انجام نشده است. در حال حاضر نیز مذاکرات برای پذیرش یک شرکت در حوزه لوله و اتصالات و یک شرکت ساختمانی در حال انجام است.

بازار دارایی‌های فکری

از سال ۱۳۹۳ که بازار دارایی‌های فکری فرابورس شکل گرفت، تاکنون در این بازار تعداد ۳۵۱ اختراع، طرح و علامت تجاری عرضه شده است که از این میان تعداد ۱۶۹ طرح از سوی این کارگزاری درج شده است. هم‌چنین تعداد معاملات در این بازار تنها ۱۳ معامله است که کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی در شش معامله به عنوان کارگزار خریدار و فروشنده و در یک معامله به عنوان کارگزار فروشنده حضور داشته است.

احراز هویت مشتریان

یکی از مهم‌ترین اقدامات شرکت در حوزه خدمات‌رسانی به مشتریان، انتخاب این کارگزاری از سوی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه به عنوان اولین کارگزار رسمی احراز هویت سامانه سجام بوده است. با این انتخاب، علاوه بر خدمات‌رسانی با کیفیت به مشتریان فعلی، جذب مشتریان جدید نیز با رشد بیشتری همراه بوده است.

از سال ۱۳۹۳ که بازار دارایی‌های فکری فرابورس شکل گرفت، تاکنون در این بازار تعداد ۳۵۱ اختراع، طرح و علامت تجاری عرضه شده است که از این میان تعداد ۱۶۹ طرح از سوی این کارگزاری درج شده است. هم‌چنین تعداد معاملات در این بازار تنها ۱۳ معامله است که کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی در شش معامله به عنوان کارگزار خریدار و فروشنده و در یک معامله به عنوان کارگزار فروشنده حضور داشته است



کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی (شرکت سهامی خاص)

Kharazmi Brokerage Co.

تأسیس و توسعه واحد آموزش

کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی با انعقاد تفاهم‌نامه با شرکت آموزشی آسارمیه و اخذ موافقت اصولی برگزاری دوره‌های آموزشی از کمیته راهبردی آموزش سازمان بورس و اوراق بهادار، گامی مهم در راستای توسعه و ترویج دانش در بازار سرمایه برداشت. برگزاری دوره‌های آموزشی متعدد در محل کارگزاری، علاوه بر ارتقای برند کارگزاری، موجب جذب مشتریان جدید برای شرکت شده است.

رشد حجم معاملات از طریق بازاریابی فعال

در سال‌های گذشته اقدامات مؤثری در خصوص جذب مشتریان حقوقی با ارائه خدمات ویژه به ایشان در دستور کار شرکت قرار گرفت. علاوه بر این، قراردادهای بازاریابی منعقدشده با افراد حقیقی نیز موجب جذب مشتریان باکیفیت برای کارگزاری شده است.

تعداد مشتریان جذب شده

تعداد مشتریان جذب شده طی سال‌های ۱۳۹۵، ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ در جدول زیر ارائه شده است:

مشتریان جذب شده در سال ۱۳۹۷		مشتریان جذب شده در سال ۱۳۹۶		مشتریان جذب شده در سال ۱۳۹۵		مشتریان جدید جذب شده در کارگزاری
حقوقی	حقیقی	حقوقی	حقیقی	حقوقی	حقیقی	
۱۵۵	۲,۷۱۵	۵۸	۱,۳۱۰	۷۳	۱,۲۲۱	تعداد کل مشتریان جذب شده
۱۴	۱,۶۷۱	۳	۵۷۱	۰	۱۱۹	قراردادهای اینترنتی منعقدشده
۱۹	۱,۲۳۳	۱۱	۴۰۳	۵	۳۵۸	قراردادهای برخط منعقدشده
۵۳۵	۲۰,۴۰۱	۳۸۰	۱۷,۶۸۶	۳۲۲	۱۶,۳۷۶	تعداد مشتریان از ابتدای تأسیس
۱۴۶	۲,۶۶۲	۸۵	۱,۲۲۵	۶۳	۹۹۸	تعداد مشتریان فعال*
۳۸۹	۱۷,۷۳۹	۲۹۵	۱۶,۴۶۱	۲۵۹	۱۵,۳۷۸	تعداد مشتریان غیرفعال
۲۷/۲۹	۱۳/۰۵	۲۲/۳۷	۷/۴۴	۱۹/۵۶	۶/۰۹	درصد مشتریان فعال به کل

* معیار انتخاب مشتری فعال حداقل ۱۲ تراکنش در سال بوده است.

باشگاه مشتریان

به منظور ارائه خدمات نوین و افزایش رضایتمندی مشتریان، طراحی باشگاه مشتریان کارگزاری در سال جاری آغاز و در مراحل پایانی است. با راهاندازی این ابزار امکان جذب مشتریان باکیفیت‌تر نیز برای کارگزاری مهیا می‌شود.

افزایش سرمایه

شرکت کارگزاری با سرمایه‌ای به مبلغ ۲۰,۰۰۰ میلیون ریال در سال ۱۳۸۵ تأسیس شد که مبلغ ۱۰,۰۰۰ میلیون ریال آن پرداخت شده و مبلغ ۱۰,۰۰۰ میلیون ریال در تعهد سهام‌داران قرار داشت. در سال ۱۳۹۲ سرمایه تعهدشده از سهام‌داران اخذ شد و طی دو مرحله افزایش سرمایه، در سال ۱۳۹۳ مبلغ سرمایه به ۳۰,۰۰۰ میلیون ریال و در سال ۱۳۹۴ مبلغ سرمایه به ۴۵,۰۰۰ میلیون ریال افزایش یافت. در پایان سال ۱۳۹۷ مجوز افزایش سرمایه شرکت از ۴۵,۰۰۰ میلیون ریال به ۱۱۰,۰۰۰ میلیون ریال از سازمان بورس و اوراق بهادار اخذ و در آذرماه ۱۳۹۸ نیز سرمایه شرکت از ۱۱۰,۰۰۰ میلیون ریال به ۱۵۰,۰۰۰ میلیون ریال افزایش یافت.

اخذ مجوزهای فعالیت

پس از انجام دو مرحله افزایش سرمایه از ۴۵,۰۰۰ میلیون ریال به ۱۱۰,۰۰۰ میلیون ریال و سپس به ۱۵۰,۰۰۰ میلیون ریال، اقدامات لازم برای تجمیع مجوزها و اخذ مجوزهای جدید فعالیت صورت گرفته است. در حال حاضر کارگزاری در انتظار تأیید سازمان بورس و اوراق بهادار برای ارائه مجوزهای جدید فعالیت است. بر این اساس پس از تأیید سازمان بورس و اوراق بهادار، کارگزاری در تمامی زمینه‌ها قادر به ارائه خدمات به مشتریان خواهد بود.

پس از تدوین برنامه

استراتژی، شرکت فعالیت‌های خود را در راستای تحقق اهداف به پیش برد و در اولین سال مدیریت مجموعه خوارزمی با کسب ۰,۲۸ درصد سهم بازار از رتبه ۹۰ به رتبه ۷۱ ارتقا پیدا کرد. در ادامه نیز با وجود بروز رکود چندین ساله در بازار سرمایه شرکت توانست سهم بازار خود را تا حدود زیادی حفظ کند

الگوریتم و مسیر توسعه

عنوان مؤسس در صندوق‌های جدید، پذیرش رکن در صندوق‌ها و انجام حمایت‌های همه‌جانبه در مسیر توسعه شرکت‌های گروه بوده است. پیوستگی خدمات در بازار سرمایه حرکت هماهنگ همه اجزای گروه، از تحلیل گرفته تا اجرا و مذاکره و بازاریابی و انجام معامله، را طلب می‌کند که این هماهنگی از وظایف معاونت سرمایه‌گذاری گروه خواهد بود.

شناساندن پتانسیل‌های گروه، انجام مذاکرات، برندینگ و بازاریابی نیز از جمله فعالیت‌های مهمی است که در ساختار جدید باید در گروه به شکل مناسبی شکل گیرد و از این طریق مسیرهای درآمدی جدیدی برای مجموعه ایجاد شود.

با گسترش و تعمیق بازار بدهی یکی از مهم‌ترین برنامه‌های آتی گروه، حضور فعال در بازار بدهی به عنوان متعهد پذیرهنویسی، بازارگردان و به طور کلی فعالیت در این بازار خواهد بود. بازاری پرسود که متنوع‌سازی درآمدی و کاهش وابستگی درآمد گروه به وضعیت بازدهی بازار سرمایه از مهم‌ترین پیامدهای آن خواهد بود.

ایجاد هم‌افزایی‌های درون‌گروهی، ارتباط بیشتر دو زیرمجموعه اصلی گروه و توسعه بازار از این طریق نیز در برنامه‌های معاونت قرار دارد.

در حال حاضر وظیفه سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوپا و سرمایه‌گذاری‌های جسورانه نیز بر عهده معاونت سرمایه‌گذاری گروه قرار داده شده است که

امید است پس از اخذ مجوزهای لازم و تأسیس صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه در شرکت سبذگردان از طریق این صندوق، منابع گروه در شرکت‌های مستعد رشد، سرمایه‌گذاری شود. اما آنچه اهمیت فراوانی دارد، تداوم رشد و توسعه در این بازار است. باور داریم مسیری که کشورهای پیشرفته طی کرده‌اند، مسیری است که بازار ما نیز طی خواهد کرد. رشد و توسعه ابزارهای معاملاتی، گسترش معاملات مشتقات، رشد و گسترش استفاده از هوش مصنوعی در بازارهای مالی و گسترش ابزارها و روش‌های پوشش ریسک و سایر حوزه‌های فعالیت در بازارهای مالی به‌سرعت در بازار ایران نیز فعال خواهند شد و در این میان شرکت‌ها و

افراد برنده این رشد خواهند بود که زیرساخت‌های لازم را از همین امروز پایه‌ریزی کرده باشند.

به لطف خدا هم‌اکنون این تفکر در همه رده‌های گروه، از هیئت مدیره شرکت‌ها گرفته تا بدنه کارشناسی، وجود دارد و امید است این تفکر توسعه‌طلبانه طی سال‌های آتی با حمایت‌های گروه منجر به رشد و تعالی سازمان و درنهایت رشد پایدار در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی شود.

امین سهل البیع

معاون سرمایه‌گذاری گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم

بازار سرمایه ایران در سال‌های اخیر با سرعت بالایی مسیر رشد و توسعه را پیموده است و هم‌چنان به رشد خود ادامه می‌دهد. اگرچه اقتصاد کشور متأثر از تحریم‌های ظالمانه بین‌المللی با چالش‌های فراوانی روبه‌روست، اما پتانسیل‌ها و نقاط قوت اقتصاد ایران هم‌چنان ما را به رشد آینده امیدوار می‌کند. در این مسیر نقش بازار سرمایه در اقتصاد کشور روزبه‌روز پررنگ‌تر و تأثیرگذارتر خواهد شد. این تحلیل به‌درستی باعث قدم گذاشتن گروه خوارزمی در توسعه خدمات خود در بازار سرمایه شده و وظیفه این مهم بر دوش شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان است.

بذر اولیه گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم از همین‌جا نشئت گرفت. بذری که اکنون با تلاش همکاران و حمایت‌های گروه تبدیل به نهالی شده است که روزبه‌روز مسیر رشد و توسعه را با سرعت بیشتری طی می‌کند.

در حال حاضر گروه مالی الگوریتم با کمک دو بازوی اجرایی کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی و سبذگردان الگوریتم قادر است همه خدمات قابل ارائه در بازار سرمایه کشور را ارائه دهد. شرکت کارگزاری خوارزمی پس از تملک از سوی گروه مالی الگوریتم به‌سرعت اصلاحات ساختاری را در دستور کار خود قرار داد که نتیجه آن بهبود چشم‌گیر شاخص‌های سودآوری و

توانگری مالی و ارتقای رتبه آن در معاملات اوراق بهادار بوده است. در حال حاضر معاملات انواع اوراق بهادار، کالاها و نهادهای انرژی، معاملات اختراعات و دارایی‌های فکری، با بازاریابی و فروش اوراق بهادار و عرضه و پذیرش سهام و حق تقدم و اوراق بدهی در این کارگزاری انجام می‌شود.

از اقدامات دیگر، تأسیس شرکت سبذگردان الگوریتم بوده است. در حال حاضر شرکت سبذگردان الگوریتم به عنوان بزرگ‌ترین شرکت سبذگردان، در حوزه مدیریت دارایی تمامی خدمات نظیر سبذگردانی اختصاصی، تأسیس و مدیریت انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری، بازارگردانی انواع اوراق بهادار و خدمات مشاوره سرمایه‌گذاری را ارائه می‌دهد. هم‌چنین گروه

خدمات بازار سرمایه الگوریتم با برخورداری از کفایت سرمایه و نسبت‌های اعتباری لازم قادر است تمامی خدمات مورد نیاز برای تأمین مالی در بازار سرمایه از فاز مطالعاتی تا فرایندهای اجرایی و نظارتی را ارائه کند.

در این میان نقش معاونت سرمایه‌گذاری گروه کمک به توسعه ساختارها، انجام حمایت‌های لازم از شرکت‌های گروه برای تکمیل و توسعه زنجیره خدمات از طریق همراهی در انجام افزایش سرمایه‌های لازم، حضور به

در حال حاضر گروه مالی الگوریتم با کمک دو بازوی اجرایی کارگزاری آینده‌نگر خوارزمی و سبذگردان الگوریتم قادر است همه خدمات قابل ارائه در بازار سرمایه کشور را ارائه دهد. شرکت کارگزاری خوارزمی پس از تملک از سوی گروه مالی الگوریتم به‌سرعت اصلاحات ساختاری را در دستور کار خود قرار داد که نتیجه آن بهبود چشم‌گیر شاخص‌های سودآوری و توانگری مالی و ارتقای رتبه آن در معاملات اوراق بهادار بوده است

نگاهی به تجارب حرفه‌ای «سیدگردان الگوریتم»

روش‌های بهینه‌سازی نسبت بازدهی سرمایه به ریسک

را داشته باشد، چراکه عوامل مختلفی را باید در انجام معاملات در نظر گرفت. با در نظر گرفتن این مسائل شاید بهتر باشد مدیریت دارایی‌های سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه به شرکت‌هایی سپرده شود که به طور حرفه‌ای در این بازار فعالیت می‌کنند و تجربه، دانش و فرصت کافی برای تحلیل چندجانبه این بازار را دارند.

خدمات شرکت سیدگردان الگوریتم

در حال حاضر سیدگردان الگوریتم مجوز ارائه خدمات سیدگردانی و مشاور سرمایه‌گذاری را دارد. به‌علاوه به عنوان ناظر در زمینه خدمات تأمین مالی جمعی ارائه خدمت می‌دهد.

یکی از خدمات تخصصی سیدگردان الگوریتم سیدگردانی اختصاصی است که در آن بر اساس اهداف مالی و سطح تحمل ریسک مشتریان، سید سرمایه‌گذاری آن‌ها طراحی و پیاده‌سازی می‌شود. خدمات سیدگردانی اختصاصی مطابق با چهارچوب‌های تعیین‌شده از سوی سازمان بورس ارائه می‌شود. در این فرایند ابتدا جلسه حضوری با مشتریان برگزار می‌شود و طی آن اطلاعات هر مشتری در قالب مجموعه‌ای از فرم‌ها و پرسش‌نامه‌ها جمع‌آوری و تحلیل می‌شود. پس از تعیین اهداف سرمایه‌گذاری و میزان ریسک‌پذیری مشتری، استراتژی‌ها و ترکیب بهینه سید وی تعیین می‌گردد و به صورت دوره‌ای مورد بازبینی قرار می‌گیرد.

رویکرد اصلی سیدگردان الگوریتم در مدیریت سبدهای سرمایه‌گذاری، بهینه‌سازی نسبت بازدهی به ریسک است. بدین منظور، سبدهای اختصاصی بر اساس سند استراتژی سرمایه‌گذاری و سند کنترل ریسک مدیریت می‌شوند. سند اول تعیین‌کننده خط مشی اصلی سرمایه‌گذاری‌ها بر اساس نتایج حاصل از مطالعات اقتصادی، تحلیل صنایع و شرکت‌هاست و سند دوم نیز با هدف مدیریت ریسک سبدها، ناظر بر عملیات سیدگردانی است.

مدیریت و تأسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری: سرمایه‌گذاری در صندوق‌ها در مقایسه با سرمایه‌گذاری انفرادی، مزایای متعددی دارد. در صندوق‌های سرمایه‌گذاری، مدیر صندوق با به‌کارگیری نیروهای متخصص و دسترسی به منابع اطلاعاتی مؤثر، سید متنوعی از دارایی‌های با پتانسیل سودآوری بالا را تشکیل می‌دهد. ساختار صندوق‌های سرمایه‌گذاری سبب می‌شود

آرش آقاقلیزاده

عضو هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت سیدگردان الگوریتم

بازار سرمایه همواره به عنوان یکی از فرصت‌های سودآور و جذاب سرمایه‌گذاری به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود، هرچند که با ریسک‌های خاص خود همراه است. در سال‌های اخیر با افزایش انتظارات از میزان بازدهی بازار سهام در کنار توسعه ابزارهای سرمایه‌گذاری، بازار سرمایه بیشتر از قبل مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گرفته است. با این حال برای ورود به این بازار با چالش‌هایی مواجه هستند. دانش مالی محدود و عدم آشنایی با سازوکار بازارهای مالی از مهم‌ترین آن‌هاست. بهره‌گیری از خدمات شرکت‌های سیدگردان و واگذاری مدیریت دارایی‌ها به خبرگان مالی، ضمن کاهش این ریسک‌ها، سرمایه‌گذاران را در مسیر مناسب برای دستیابی به اهداف مالی خود قرار می‌دهد. شرکت سیدگردان الگوریتم (وابسته به گروه سرمایه‌گذاری خوارزم) خدمات مدیریت دارایی را در قالب سیدگردانی اختصاصی و مدیریت صندوق‌های سرمایه‌گذاری ارائه می‌دهد.

معرفی شرکت سیدگردان الگوریتم

شرکت سیدگردان الگوریتم از سوی تیمی از اعضای با سابقه شرکت آتی‌نگر سپهر ایرانیان، در سال ۱۳۹۷ تأسیس شد. شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان (گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم) سهام‌دار عمده شرکت سیدگردان الگوریتم است که خود یکی از نهادهای مالی زیرمجموعه شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و از جمله شرکت‌های سرمایه‌گذاری فعال در بازار سرمایه کشور است. این شرکت در راستای توسعه کسب‌وکار و ارائه خدمات تخصصی مالی با اتکا بر بیش از یک دهه تجربه موفق فعالیت، نسبت به تأسیس شرکت سیدگردان الگوریتم در چهارچوب قوانین و مقررات مصوب سازمان بورس و اوراق بهادار اقدام کرد.

الگوریتم مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های گام به گام برای حل یک مسئله است. این واژه از نام خوارزمی (الخوارزمی)، ریاضی‌دان و دانشمند شهیر ایرانی، برگرفته شده است. مأموریت اصلی سیدگردان الگوریتم استفاده از روش‌های نوین مدیریت دارایی به جای شیوه‌های سنتی است. تلاش ما بر آن است تا در این شرکت، تمامی عملیات سیدگردانی از انتخاب اوراق بهادار، تعیین ترکیب بهینه سید و انجام معاملات گرفته تا مدیریت ریسک، بر اساس الگوریتم‌های دقیق و مطابق با استانداردهای روز دنیا انجام شود. مزیت رقابتی سیدگردان الگوریتم استفاده از مدیران باتجربه، تحلیل‌گران متخصص و شیوه‌های کاملاً نوین است.

در حال حاضر دارایی تحت مدیریت سیدگردان الگوریتم بالغ بر ۳ هزار و ۲۰۰ میلیارد ریال است که ۵۰ درصد این مبلغ به سبدهای اختصاصی و مابقی آن به صندوق‌های تحت مدیریت تعلق دارد.

تصور عده زیادی از افراد جامعه از بازار سهام، بازاری است که محدود به معاملات سهام شرکت‌هاست، در صورتی که می‌توان از طریق این بازار در بخش‌های مختلفی مثل طلا و اوراق با درآمد ثابت که مشابه سپرده‌های بانکی هستند هم سرمایه‌گذاری کرد. نقدشوندگی، کارمزد معاملات پایین، حجم بالای معاملات در طول روز، امنیت، شفافیت بالا و از همه مهم‌تر، بازدهی بالا و متناسب با شرایط تورمی از مزایای اصلی این بازار است.

شاید به نظر برسد انجام معاملات در بازار سرمایه آسان‌تر از سایر بازارهاست، اما مسئله این‌جاست که کسب سود از آن می‌تواند دشواری‌های خاص خود



هزینه‌های ارائه این خدمات حرفه‌ای میان تمامی سرمایه‌گذاران تقسیم شود و سرانه هزینه هر سرمایه‌گذار کاهش یابد. انجام امور اجرایی مانند دریافت سود نقدی سهام یا کوپن اوراق از سوی مدیر صندوق نیز یکی دیگر از مزایای صندوق‌های سرمایه‌گذاری است. یکی از جذابیت‌های

دیگر صندوق‌های سرمایه‌گذاری، معافیت مالیاتی تمامی درآمدهای آن‌هاست. بنابراین می‌توان گفت صندوق‌های سرمایه‌گذاری یکی از بهترین گزینه‌ها برای سرمایه‌گذاران خرد محسوب می‌شوند، چراکه این افراد قادر خواهند بود حتی با تخصیص مبالغ اندک، از مزایای یک سرمایه‌گذاری حرفه‌ای برخوردار شوند.

سبدرگان الگوریتم در حال حاضر مدیریت سه صندوق از نوع سهام، درآمد ثابت و بازارگردانی را بر عهده دارد.

صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی:

یکی از ابزارهای تخصصی سبدرگان الگوریتم در حوزه بازار سهام به شمار می‌رود. بخش عمده منابع این صندوق به سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بازار بورس یا فرابورس اختصاص می‌یابد. صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی مناسب آن دسته از سرمایه‌گذارانی است که با پذیرش ریسک‌های مرتبط با بازار سهام، به دنبال افزایش ارزش دارایی‌های خود در افق بلندمدت هستند. استراتژی مدیریت سبدرگان سرمایه‌گذاری صندوق خوارزمی در ابتدای هر سال با در نظر گرفتن شرایط خرد و کلان اقتصاد ایران و جهان تعیین شده و به صورت دوره‌ای در طول سال به‌روزرسانی می‌شود. از مهم‌ترین مزیت‌های صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی استفاده از کارشناسان متخصص مجرب در حوزه تحلیل اقتصادی، بنیادی و تکنیکال است که با تحلیل سهام و صنایع از فرصت‌های سرمایه‌گذاری بازار سرمایه به بهترین نحوه استفاده می‌کنند. گفتنی است صندوق سرمایه‌گذاری خوارزمی از ابتدای سال تا کنون بازدهی ۹۳ درصدی نصیب سرمایه‌گذاران خود کرده است.

صندوق سرمایه‌گذاری دارا الگوریتم:

ابزار تخصصی سبدرگان الگوریتم در حوزه بازار اوراق با درآمد ثابت به شمار می‌رود. بخش عمده منابع این صندوق به سرمایه‌گذاری در اوراق مشارکت، انواع صکوک، گواهی سپرده بانکی و نیز سپرده‌گذاری در بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری تحت نظارت بانک مرکزی اختصاص می‌یابد. تمامی اوراق با درآمد ثابت موجود در سبد دارایی‌های صندوق، از سوی دولت یا سایر نهادهای دولتی و غیردولتی منتشر شده و پرداخت اصل مبلغ سرمایه‌گذاری و سود اوراق نیز ضمانت شده است. صندوق دارا الگوریتم از جمله کم‌ریسک‌ترین ابزارهای بازار سرمایه به شمار می‌رود. این صندوق بیشتر مناسب آن دسته از سرمایه‌گذارانی است که تمایل به دریافت سود دوره‌ای منظم دارند. مواعید پرداخت سود در این صندوق ماهانه و تاریخ پرداخت سود صندوق یکم هر ماه است. گفتنی است سرمایه‌گذاران دارا الگوریتم طی فعالیت سه ماهه، معادل ۲۲٫۷ درصد سالانه سود دریافت کرده‌اند. صندوق دارا الگوریتم علاوه بر پرداخت سود ماهانه که معمولاً بالاتر از نرخ سود بانکی است، مزیت‌های دیگری هم دارد که از جمله می‌توان به سود روزشمار بدون نرخ شکست و افزایش یا کاهش سرمایه‌گذاری در هر زمان اشاره کرد. قابل ذکر است

صندوق دارا الگوریتم طی دوره کوتاه فعالیت خود با استقبال خوبی از سوی سرمایه‌گذاران مواجه شد و توانست پس از گذشت تنها سه ماه از آغاز فعالیت خود، سقف یک‌هزار میلیارد ریالی خود را پُر کند و اکنون اقدامات قانونی برای اخذ مجوز افزایش سقف تعداد واحدهای صندوق در حال انجام است.

صندوق بازارگردان آینده‌نگر توسعه سینا:

رسالت اصلی این صندوق، ارائه خدمات بازارگردانی سهام، اوراق و سایر صندوق‌هاست. در ابتدا فعالیت خود را به منظور بازارگردانی دو سهم لابراتوارهای سینادارو (دسینا) و توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر) شروع کرد. در سال ۹۸ سهم ویتانا (غوینتا) نیز به سهام تحت بازارگردانی آن اضافه شد. هم‌چنین مذاکرات برای اضافه کردن یک سهم و دو صندوق دیگر به این صندوق در حال انجام است.

سبدرگان الگوریتم از ابتدای فعالیت

خود همواره توسعه بازار هدف و تنوع‌بخشی به خدمات قابل ارائه به مشتریان را دنبال کرده است. در این راستا شرکت با تکیه بر تجارب چند ساله شرکت مادر (شرکت سرمایه‌گذاری آتی‌نگر سپهر ایرانیان) در ارائه طیف وسیعی از خدمات مشاوره‌ای به بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی، اقدام به دریافت مجوز فعالیت مشاور سرمایه‌گذاری کرد. با اخذ این مجوز، سبدرگان الگوریتم توانسته است پاسخ‌گوی نیازهای مختلف مالی مشتریان خود باشد. این خدمات شامل ارائه پیشنهاد فرصت‌های جذاب سرمایه‌گذاری در بازار بورس، تهیه انواع گزارش‌های توجیهی، طرح کسب‌وکار و افزایش سرمایه و هم‌چنین ارائه راه‌کارهای عملیاتی برای بهبود فرایند تصمیم‌گیری، افزایش کارایی و به طور کلی پیشبرد اهداف مالی مشتریان است.

ارائه خدمت به عنوان ناظر در خدمات تأمین مالی جمعی از دیگر خدمات قابل ارائه از سوی سبدرگان الگوریتم است. تأمین مالی جمعی در واقع مسیر تغییر یافته و مدرن‌شده استفاده از سرمایه‌های خرد مردمی است. امروزه با گسترش تکنولوژی، فراگیر شدن اینترنت و بسط قوانین، این روش تأمین مالی ساختار توسعه‌یافته‌ای به خود گرفته است. سبدرگان الگوریتم با اخذ مجوز از سازمان بورس، ارائه خدمات به عاملان تأمین مالی جمعی به عنوان ناظر را نیز به مجموعه خدمات خود افزوده است.

برنامه‌های شرکت سبدرگان الگوریتم

سبدرگان الگوریتم با بررسی فضای کسب‌وکار برای دست‌یابی به سهم بازار و تثبیت جایگاه خود به عنوان یکی از نهادهای معتبر و شناخته‌شده بازار برنامه‌ریزی کرده است. سبدرگان الگوریتم برای تحقق این برنامه‌ها قطعاً با چالش‌های مختلفی روبه‌رو خواهد بود. بنابراین برخورداری از توان مالی و دسترسی به منابع کافی در کنار بهره‌مندی از حمایت‌های سهام‌دار عمده، در توسعه کسب‌وکار و نیل به اهداف تعیین‌شده برای این شرکت نقش به‌سزایی خواهد داشت. از مهم‌ترین برنامه‌های شرکت در سال‌های پیش رو می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- افزایش ارزش دارایی تحت مدیریت در صندوق‌ها با توسعه صندوق‌های فعلی و تأسیس صندوق‌های جدید
- جذب منابع از شرکت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، شرکت‌های بیمه

و صندوق‌های بازنشتی

- توسعه خدمات مشاور سرمایه‌گذاری به شرکت‌های خارج از گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی

تحقق برنامه‌های سب‌گردان الگوریتم مستلزم توجه به برندسازی، تمرکز بر جامعه هدف و هم‌چنین استفاده از منابع انسانی به عنوان مزیت رقابتی است. تلاش ما بر آن است که همواره متوجه این سه موضوع باشیم و منابع لازم را برای آن‌ها تخصیص دهیم.

برندسازی کسب بازدهی قابل رقابت و بهینه‌سازی عملیات شرکت به منظور کاهش هزینه‌ها از سیاست‌های اصلی شرکت است. جذب و آموزش نیروهای خلاق و هم‌چنین استفاده از ظرفیت‌های بالقوه شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و بانک صادرات از مهم‌ترین ابزارهای شرکت برای پیاده‌سازی این سیاست‌هاست. جامعه هدف ما در وهله اول ارائه تمامی خدمات مالی به تمام اعضای حقیقی و حقوقی خانواده خوارزمی و پس از آن گسترش آن به مشتریان حقیقی و حقوقی خارج از مجموعه است. البته محصولات و خدمات مختلف ما طیف وسیعی از مشتریان هدف را در بر دارند. مثلاً صندوق بازارگردان توسعه سینا تنها مناسب مشتریان حقوقی است، اما صندوق با درآمد ثابت دارا الگوریتم و صندوق

خوارزمی، مشتریان حقوقی اعم از شرکت‌های بیمه، صندوق‌های بازنشتی، شرکت‌های خصوصی و هم‌چنین مشتریان حقیقی مانند بازنشستگان و مشاغل با گردش مالی بالا را در جامعه هدف خود قرار داده است.

منابع انسانی، یا عبارتی شایسته‌تر، سرمایه انسانی مهم‌ترین دارایی شرکت‌های سب‌گردان است. زیرا آنها هم منعکس‌کننده سطح آگاهی، دانش و تخصص تیم کارشناسی شرکت در بازار سرمایه و هم نمایان‌گر توانایی شرکت در جذب، شناخت و ارتباط مؤثر با طیف متنوعی از مشتریان هستند. بنابراین تلاش ما بر آن است که نیروهای جوان، متخصص و تحصیل‌کرده را در خانواده سب‌گردان الگوریتم داشته باشیم. سیاست ما مبتنی بر برقراری سیستم آموزش کارکنان و نیز وجود برنامه‌های مناسب جبران به منظور ایجاد انگیزه در آن‌هاست.

البته قابل توجه است که از فروض اصلی تحقق این برنامه‌ها، تداوم روند توسعه بازار، بازدهی مثبت در بازار سهام و استفاده از ظرفیت‌های بالقوه گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم و شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در جذب منابع است.

بورس و اوراق بهادار با هدف بهره‌مندی فعالان بازار سرمایه از پتانسیل‌های بازار طلا، در سال‌های اخیر برخی ابزارهای مبتنی بر طلا مانند گواهی سپرده سکه طلا و صندوق سرمایه‌گذاری طلا را به بازار معرفی کرده است. سب‌گردان الگوریتم نیز با هدف تکمیل مجموعه محصولات خود، تأسیس صندوق سرمایه‌گذاری طلا را از ابتدای فعالیت خود با جدیت در دستور کار خود قرار داد، اما با توجه به التهابات ارزی و عوامل دیگر که منجر به تعطیلی بازار آتی سکه طلا نیز شد، سازمان بورس و اوراق بهادار فعلاً مجوزی برای تأسیس این صندوق‌ها صادر نمی‌کند.

گسترش فعالیت کسب‌وکارهای نوپا در چند سال اخیر در ایران فرصت‌های جدیدی را در کنار سرمایه‌گذاری در بازار بورس پیش روی سرمایه‌گذاران قرار داده است. در همین راستا سب‌گردان الگوریتم با استفاده از دانش و تجربه و پیش‌بینی‌هایی که از شکوفایی این حوزه در آینده نزدیک دارد، تأسیس صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه با هدف استفاده از ظرفیت‌های شرکت برای حضور در بازارهای نوین با کمترین هزینه را در برنامه خود قرار داده است.

یکی دیگر از برنامه‌های سب‌گردان الگوریتم، تأسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری با ساختار جدید برای متنوع‌سازی سبد محصولات شرکت است. از این رو مطالعات اولیه در این خصوص روی انواع مختلفی از صندوق‌ها، از جمله صندوق‌های بخشی،

رشدی، شرکت‌های کوچک و غیره انجام شده است. با توجه به فرایند زمان‌بر بودن تعریف صندوق‌های جدید در سازمان بورس و اوراق بهادار، تصمیم بر این شد که در ابتدا از ظرفیت‌های موجود برای تأسیس صندوق جدید استفاده شود. طبق قوانین و بررسی‌های صورت‌گرفته، برای هر سب‌دی که سازمان بورس و اوراق بهادار روی آن شاخص تعریف کرده است، می‌توان درخواست تأسیس صندوق داد. به این ترتیب، تأسیس صندوق سرمایه‌گذاری بخشی در برنامه‌های شرکت قرار گرفته است.

هدف از تشکیل صندوق‌های سرمایه‌گذاری نیکوکاری، جمع‌آوری وجوه از اشخاص علاقه‌مند به مشارکت در امور نیکوکاری مرتبط با موضوع فعالیت صندوق و سرمایه‌گذاری وجوه جمع‌آوری‌شده در بازار سرمایه است. منافع حاصل از سرمایه‌گذاری

به صورت دوره‌ای در امور نیکوکاری موضوع فعالیت صندوق صرف می‌شود. شرکت با در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی خود، تأسیس صندوق سرمایه‌گذاری نیکوکاری را در برنامه خود قرار داده است.

روند آتی بازار

در حال حاضر مهم‌ترین فاکتور برای چشم‌انداز رشدی بازار سرمایه، انتظارات از رشد تورم در سال‌های پیش رو است. صندوق بین‌المللی پول در آخرین پیش‌بینی از وضعیت اقتصادی ایران، هم‌چنان شرایط اقتصادی ایران را در سال‌های پیش رو توری با نرخ‌های بالا برآورد کرده است. از آنجایی که بخش زیادی از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس ایران کالامحور یا دارایی‌محور هستند، در شرایط تورمی رشد اسمی آن‌ها قابل انتظار است. از این رو هم‌چنان بازار سرمایه به عنوان گزینه جذاب سرمایه‌گذاری مورد توجه است. قابل ذکر است روند بازدهی بازار سرمایه از مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار در میزان جذب منابع و رشد شرکت است.

رویکرد اصلی سب‌گردان الگوریتم در مدیریت سبدهای سرمایه‌گذاری، بهینه‌سازی نسبت بازدهی به ریسک است. بدین منظور، سبدهای اختصاصی بر اساس سند استراتژی سرمایه‌گذاری و سند کنترل ریسک مدیریت می‌شوند. سند اول تعیین‌کننده خط مشی اصلی سرمایه‌گذاری‌ها بر اساس نتایج حاصل از مطالعات اقتصادی، تحلیل صنایع و شرکت‌هاست و سند دوم نیز با هدف مدیریت ریسک سبدها، ناظر بر عملیات سب‌گردانی است

تأسیس صندوق‌های جدید

سب‌گردان الگوریتم با هدف تکمیل و متنوع‌سازی مجموعه محصولات قابل ارائه به مشتریان حقیقی و حقوقی و تکمیل زنجیره خدمات خود، قصد تأسیس چند صندوق جدید را نیز دارد. صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلا، جسورانه، بخشی و نیکوکاری از جمله این صندوق‌ها هستند.

طلا و ابزارهای مبتنی بر طلا به عنوان یکی از گزینه‌های جذاب سرمایه‌گذاری و با اهدافی چون حفظ ارزش پول، پوشش ریسک و رشد ارزش سرمایه همواره بخشی از سبد دارایی‌های سرمایه‌گذاران را به خود اختصاص داده‌اند. سازمان

مروری بر فعالیتهای جدیدترین عضو گروه سرمایه خوارزمی

سببگردانها چه خدماتی ارائه می‌کنند؟

میلیارد تومان از سازمان بورس اوراق بهادار است. این نوع صندوق به افرادی پیشنهاد می‌شود که ریسک‌گریز هستند و ترجیح می‌دهند در دارایی‌های با ریسک کمتر سرمایه‌گذاری کنند، زیرا عمده سرمایه‌گذاری‌ها در اوراق درآمد ثابت و سپرده‌های بانکی است و بخشی از آن در سهام سرمایه‌گذاری می‌شود. صندوق دارا الگوریتم به صورت روزانه با نماد دارا در بورس معامله می‌شود و سود پرداختی آن به طور ماهانه در پایان هر ماه به حساب دارندگان واحدهای صندوق واریز می‌شود.

یکی دیگر از صندوق‌های تحت مدیریت سببگردان الگوریتم، صندوق سرمایه‌گذاری مشترک خوارزمی است که عمده سرمایه‌گذاری‌های آن در سهام است. بازدهی این صندوق در یک سال گذشته نزدیک به ۱۱۰ درصد بوده و ارزش دارایی‌های تحت مدیریت این صندوق ۵۵ میلیارد تومان است.

صندوق بازارگردانی اختصاصی که تحت عنوان آینده‌نگر توسعه سینا فعالیت می‌کند، از دیگر صندوق‌های تحت مدیریت شرکت است که در حال حاضر عملیات بازارگردانی سهام سه شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی، شرکت سینا دارو و شرکت ویتانا را انجام می‌دهد و در حال مذاکره با چند ناشر دیگر بورسی جهت بازارگردانی سهام آن شرکت‌هاست. این صندوق به‌زودی بازارگردانی صندوق درآمد ثابت دارا الگوریتم و یک صندوق سهام را نیز بر عهده خواهد گرفت. دارایی‌های تحت مدیریت این شرکت در حال حاضر حدوداً ۱۰ میلیارد تومان است.

شرکت سببگردان الگوریتم در راستای گسترش حوزه‌های فعالیت خود تأسیس صندوق طلا و صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه را در دستور کار قرار داد. باین‌حال، با توجه به التهابات سال گذشته در بازار طلا فعلاً از طرف سازمان مجوز جدیدی صادر نشده است. اما مطالعات و فرایندهای تشکیل صندوق جسورانه در حال انجام است.

شرکت سببگردان الگوریتم هم‌چنین از معدود شرکت‌های سببگردان است که دارای مجوز مشاور سرمایه‌گذاری است و خدمات مشاوره‌ای را به شرکت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی و سایر مشتریان خارج از گروه ارائه می‌دهد، که از آن جمله می‌توان به تهیه گزارش توجیهی افزایش سرمایه، ارزش‌گذاری طرح‌ها و شرکت‌ها و سایر موارد اشاره کرد.

امیر وفایی

نایب رئیس هیئت مدیره شرکت سببگردان الگوریتم

نهادهای مالی از جمله واسطه‌های مالی بین ناشران اوراق بهادار و سرمایه‌گذاران در اوراق بهادار هستند که وظیفه تسهیل فرایندهای میان این دو را برعهده دارند. در صورت نبود این نهادها یا وجود اختلال در کارکرد آن‌ها، نظام بازار سرمایه با مشکلاتی مواجه می‌شود و از ارائه بخشی از خدمات خود به کل اقتصاد ناتوان خواهد بود. در قانون اوراق بهادار کشور، انواع نهادهای مالی برشمرده شده‌اند و نظام نظارتی خاصی برای آن‌ها در نظر گرفته شده است. وجود نظارت بر این نهادها، مقبولیت آن‌ها را در بین مردم افزایش خواهد داد و موجبات رشد این نهادها را فراهم می‌آورد. یکی از نهادهایی که از سال ۱۳۹۰ در بازار سرمایه فعال است، شرکت‌های سببگردان هستند.

سببگردان طبق تعریف ارائه‌شده در قانون بازار اوراق بهادار مصوب سال ۱۳۸۴ مجلس شورای اسلامی، شخصی حقوقی است که در قالب قراردادی مشخص به منظور کسب انتفاع به خرید و فروش اوراق بهادار برای سرمایه‌گذار می‌پردازد.

شرکت سببگردان الگوریتم در راستای تکمیل نهادهای مالی لازم برای تشکیل گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم در سال ۱۳۹۷ شروع به فعالیت کرده است.

از عمده فعالیت‌های شرکت‌های سببگردان، سببگردانی اختصاصی است. سببگردانی فرایندی است که طی آن فرد خبیره در امر سرمایه‌گذاری بر اساس خصوصیات، سطح

ریسک‌پذیری و سرمایه هر سرمایه‌گذار، سبدی مناسب او تشکیل می‌دهد و به صورت مستمر بر آن نظارت و اعمال مدیریت می‌کند. هم‌چنین، با توجه به تغییر عوامل اثرگذار بر محیط سرمایه‌گذاری، تصمیمات لازم در جهت رسیدن به اهداف سبب و افزایش ارزش آن از طرف مدیر سبب اتخاذ می‌شود. در حال حاضر سببگردان الگوریتم خدمات سببگردانی اختصاصی را به مشتریان حقیقی و حقوقی ارائه می‌دهد.

از دیگر فعالیت‌های شرکت سببگردان الگوریتم، مدیریت انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری است. یکی از این صندوق‌ها صندوق درآمد ثابت است که تحت عنوان صندوق دارا الگوریتم از شهریور ۱۳۹۸ فعالیت خود را آغاز کرده است و در حال حاضر دارایی‌های این صندوق ۱۰۰ میلیارد تومان است که شرکت به دنبال گرفتن مجوز افزایش سقف این صندوق تا ۵۰۰

از عمده فعالیت‌های شرکت‌های سببگردان سببگردانی اختصاصی است. سببگردانی فرایندی است که طی آن فرد خبیره در امر سرمایه‌گذاری بر اساس خصوصیات، سطح ریسک‌پذیری و سرمایه هر سرمایه‌گذار، سبدی مناسب او تشکیل می‌دهد و به صورت مستمر بر آن نظارت و اعمال مدیریت می‌کند. هم‌چنین، با توجه به تغییر عوامل اثرگذار بر محیط سرمایه‌گذاری، تصمیمات لازم در جهت رسیدن به اهداف سبب و افزایش ارزش آن از طرف مدیر سبب اتخاذ می‌شود





در این بخش می‌خوانید

◀◀◀ بودجه ۹۹ زیر ذره‌بین و خارزم

◀◀◀ گزارش و خارزم از افزایش قیمت حامل‌های انرژی و تأثیر آن بر بازار سرمایه

◀◀◀ اصلاحات ساختاری، چرا و چگونه؟

◀◀◀ جمشید پژویان از باید و نبایدهای افزایش قیمت بنزین می‌گوید

◀◀◀ گزارشی تحلیلی از وضعیت سرمایه‌گذاری در شرایط تحریم اقتصادی

◀◀◀ درباره طرح مسکن ارزان‌قیمت و رویای خانه‌دار شدن کم‌درآمدها

◀◀◀ گزارش و خارزم از تازه‌واردهای بورسی

◀◀◀ گفت‌وگو با دکتر امین اسداللهی، مشاور بازاریابی و تحقیقات بازار

اقتصاد ایران



بودجه ۹۹ زیر ذره بین و خارزم

فرصت‌ها و تهدیدهای سال سخت اقتصادی

اقتصادی

نسیم بنایی گزارشگر

برای بودجه هم روی آن حسابی باز نکنند. بررسی‌های «و خارزم» نشان می‌دهد فروش نفت ناگهان از بالای دو میلیارد بشکه در روز، به کمتر از ۶۰۰ هزار بشکه در روز رسیده و در سال ۲۰۲۰ صادرات نفت ایران به ۵۰۰ هزار بشکه در روز خواهد رسید. به این ترتیب، دولت چاره‌ای ندارد جز این که برای تأمین بودجه خود به سراغ راه‌های دیگری برود. همان‌طور که رئیس دولت هم در مجلس اعلام کرده، تحریم‌ها از نگاه دشمنان، قرار بوده مانع توسعه کشور شود، اما اکنون به نظر می‌رسد همین تحریم‌ها می‌تواند به سکوی پرش در این کشور تبدیل شود. چالش‌های فروش نفت باعث شده دولت بالاخره از خواب آشفته نفت بیدار شود.

صبح روز یک‌شنبه، ۱۷ آذر بود که حسن روحانی، رئیس دولت دوازدهم، با حضور در جلسه علنی قوه مقننه و پس از دفاع از لایحه بودجه سال ۹۹، آن را تقدیم به هیئت رئیسه مجلس کرد. هفتمین بودجه در حالی به مجلس تقدیم شد که نفت هنوز یکی از جنجالی‌ترین مباحث در آن است. سال‌هاست که دولت‌های مختلف تلاش دارند میزان وابستگی بودجه را به نفت کاهش دهند. در برنامه پنج ساله ششم توسعه نیز این‌طور آمده که دولت باید با راه‌کارهای مختلف، وابستگی بودجه به نفت را قطع کند. اکنون به نظر می‌رسد تحریم‌ها، خودبه‌خود این شرایط را ایجاد کرده‌اند. دولت به دلیل تحریم‌ها به درآمدهای نفتی دست پیدا نکرده و در نتیجه ناچار است

افزایش بودجه دولت

بودجه دولت، که نشان‌دهنده دخل و خرج آن در یک سال است، در سال ۱۳۹۸ برابر با یک هزار و ۷۴۴ میلیارد تومان بود، که برای سال ۹۹ رشدی ۱۴ درصدی کرده و به یک هزار و ۹۸۸ میلیارد تومان رسیده، یعنی چیزی در حدود یک عدد ۲ که مقابلش ۱۵ صفر قرار دارد، آن هم به تومان. همان‌طور که پایگاه‌های تحلیلی مختلف هم به این مسئله اشاره کرده‌اند، اگر در جزئیات این بودجه ریز شویم، متوجه می‌شویم نوسان‌های پیش‌بینی شده برای هر یک از



درآمدها و هزینه‌های جزئی در برخی از موارد بسیار بالا رفته و حتی به ۱۴۰ درصد هم می‌رسند. یکی از مسائلی که در این بودجه بسیار مورد توجه قرار می‌گرفت، کاهش احتمال درآمد نفتی بود و جایگزین‌هایی که باید در صورت بروز مشکل به رفع آن کمک می‌کردند، آن‌قدرها هم مطمئن به نظر نمی‌رسند. برای مثال یکی از این درآمدهای جایگزین، ناشی از واگذاری دارایی‌های مالی دولت است که حالا این علامت سؤال را جلوی خود می‌بینید: «آیا می‌توان به اندازه ۵۰ هزار میلیارد تومان از این راه به دست آورد؟»



خروج گران‌تر

در سال جاری اگر بخواهید از کشور به غیر از قصد زیارتی خارج شوید، باید ۲۲۰ هزار تومان برای اولین سفر خود عوارض پرداخت کنید و اگر هم به عنوان زائر قصد حج تمتع، عمره و عتبات عالیات کنید، با تخفیفی ۵۰ درصدی تنها ۱۱۰ هزار تومان هزینه عوارضتان می‌شود. البته در ایام اربعین، سفر به کربلا به طور کلی معاف از عوارض است و در باقی ایام برای سفر هوایی ۴۵ هزار تومان و برای سفر زمینی و دریایی ۱۵ هزار تومان باید عوارض بدهید. حالا که نوبت به اعداد و ارقام سال ۹۹ رسیده، بد نیست بدانید که تمام این اعداد بالاتر رفته‌اند. در سال جاری برای سفر غیرزیارتی به خارج از کشور برای اولین بار باید ۲۶۴ هزار تومان عوارض پرداخت کنید که رشدی ۲۰ درصدی نسبت به ۲۲۰ هزار تومانی داشته که در سال جاری پرداخت می‌کردیم. سفرهای زیارتی هم با تخفیفی ۵۰ درصدی ۱۳۲ هزار تومان هزینه عوارض برمی‌دارند و مشابه سال ۹۸ اگر در سال ۹۹ هم بخواهید در ایام اربعین جهت زیارت به عراق بروید، نیازی به پرداخت عوارض نیست و در باقی ایام سال هم مانند سال ۹۸ به ترتیب ۴۵ و ۱۵ هزار تومان برای سفرهای هوایی و زمینی، عوارض اخذ می‌شود. نکته مهم این است که از هر بار عوارضی که شما بدهید، ۴۰ هزار تومان کنار گذاشته می‌شود برای توسعه زیرساخت‌ها و تأسیسات گردشگری و حمایت از بخش میراث فرهنگی و صنایع دستی.

معاف از مالیات‌ها

یکی از نکات برجسته سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در جهان که طبیعتاً خود را در بستن بودجه سالانه هر دولت نشان می‌دهد، مسئله مالیات است. البته مالیات هنوز در ایران به آن میزان اهمیتی نرسیده که در کشورهای غربی، به‌ویژه اروپا، با تکیه به آن خود را به کانون بحث‌های سیاسی و اقتصادی تبدیل می‌کند، اما در ایران هم نمی‌توان از اهمیت مسئله مالیات گذشت. به طور کلی بر اساس لایحه بودجه سال ۱۳۹۹، درآمد مالیاتی دولت ۱۹۵ هزار میلیارد تومان لحاظ شده که معمولاً رقمی بین ۵ تا ۱۰ درصد از این درآمد از محل مالیات حقوق به دست می‌آید. در سال جاری حقوق‌های زیر ۲ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان در ماه، معاف از مالیات هستند. این رقم در سال ۹۹ با رشدی تقریباً ۹ درصدی به ۳ میلیون تومان رسیده. بنابراین باید به افرادی که زیر ۳ میلیون تومان حقوق می‌گیرند، مزه داد که از مالیات معاف هستند، اما از سوی دیگر می‌توان احیاناً بابت این میزان دریافتی که بسیار پایین‌تر از سطح استاندارد کشور است، بابت آن‌ها نگران هم بود. البته مسئله دیگری که شاید اندکی باعث نگرانی باشد، توانایی دولت در وصول کردن درآمدهای خود است، زیرا در بودجه سال ۹۸، درآمدهای مالیاتی ۱۷۲ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شد، اما تا پایان ماه هشتم سال یعنی آبان‌ماه، تنها ۸۹ هزار میلیارد تومان آن محقق شد که تقریباً نیمی از کل مالیات است.

یارانه‌های همیشه جنجالی

مسئله‌ای که همین حالا هم ذهن همه را به خود مشغول کرده، مسئله یارانه‌هاست. البته این مشغولی ذهن در حال حاضر بیشتر به این مسئله برمی‌گردد که چطور می‌توان برای یارانه‌های جدید ثبت‌نام کرد و چطور می‌توان مطمئن بود که آیا این یارانه به شما تعلق می‌گیرد یا خیر. از این مسائل که بگذریم، با آن سوی یارانه‌ها هم بیشتر آشنا می‌شویم که مسئله تأمین مالی یارانه‌هاست. در لایحه بودجه ۹۹ چیزی در حدود ۴۲ هزار میلیارد تومان یارانه نقدی و غیرنقدی خانوار و ۳۱ هزار میلیارد تومان برای طرح حمایت معیشتی خانوار پیش‌بینی شده است. در تبصره‌های مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه‌ها در لایحه بودجه، در مجموع حدوداً ۲۵۰ هزار میلیارد تومان برای این بخش پیش‌بینی شده است. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی هم مکلف شده با استفاده از همه بانک‌های اطلاعاتی، سه دهک بالای درآمدی را شناسایی و حذف کند. بنابراین اگر کلیت ۲۴ هزار میلیارد تومان یارانه برای کل سال را در نظر بگیریم، با یک حساب ساده متوجه می‌شویم که دولت قصد دارد در سال ۹۹ به طور میانگین ماهانه چیزی در حدود ۶ هزار میلیارد تومان به کل واجدان شرایط یارانه بدهد.



بر اساس لایحه بودجه سال ۱۳۹۹، درآمد مالیاتی دولت ۱۹۵ هزار میلیارد تومان لحاظ شده که معمولاً رقمی بین ۵ تا ۱۰ درصد از این درآمد از محل مالیات حقوق به دست می‌آید. در سال جاری حقوق‌های زیر ۲ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان در ماه، معاف از مالیات هستند. این رقم در سال ۹۹ با رشدی تقریباً ۹ درصدی به ۳ میلیون تومان رسیده است

فضای مجازی لاکچری

مسئله فضای مجازی، یکی از آن مسائلی است که هر چه یک کشور روی آن سرمایه‌گذاری کند، هنوز هم جای کار باقی می‌ماند و این سرمایه‌گذاری ارزش خود را روزی نشان خواهد داد. بودجه مرکز ملی فضای مجازی در سال ۹۹ حدود ۴۸ میلیارد تومان در نظر گرفته شده که نسبت به سال ۹۸ رشدی پنج درصدی کرده. از این مجموع تقریباً ۴۸ میلیارد تومان، چیزی در حدود ۱۶ میلیارد تومان به بخش اجرایی مربوط است و ۳۲ میلیارد تومان هم به بخش عمرانی. از زاویه دیگر هم بودجه مرکز ملی فضای مجازی شامل دو بخش می‌شود که بخش اول رصد و نظارت را وظیفه خود می‌داند و بخش دوم مدیریت راهبردی فضای مجازی. در لایحه بودجه ۹۹ در حوزه نظارت و رصد فضای مجازی کشور بیش از ۶ میلیارد تومان در بخش اجرایی و ۵۰ میلیون تومان هم در بخش عمرانی در نظر گرفته شده‌اند. در نتیجه از حدود ۴۲ میلیارد تومان باقی‌مانده برای حوزه مدیریت راهبردی، بیش از ۹ میلیارد تومان برای بخش اجرایی و ۳۲ میلیارد تومان برای بخش عمرانی در نظر گرفته شده است.





ازدواج روی مدار گذشته

وام ازدواج یکی از مهم‌ترین مشوق‌ها برای جوانان برای تشکیل زندگی مشترک است. هر سال دولت بر اساس مشکلات اقتصادی و افزایش نرخ تورم، این وام را هم افزایش می‌دهد. این وام در حال حاضر برای هر یک از زوجین، ۳۰ میلیون تومان است. در لایحه بودجه ۹۹ هم قرار شد این وام روی همین رقم باقی بماند و افزایش پیدا نکند. در واقع این وام به منظور حمایت از ازدواج جوانان است، اما برای سال ۱۴۰۰ خبری از افزایش میزان وام نیست. کسانی که این وام را دریافت می‌کنند، باید در یک بازه زمانی پنج ساله آن را بپردازند. وام ازدواج معمولاً یکی از پراستقبال‌ترین وام‌هایی است که در کشور اعطا می‌شود.

فقط برای زمین پاک



بی‌توجهی به محیط زیست، بی‌توجهی به حیات انسان‌هاست. دولت تلاش دارد با توجه کافی به این مقوله، مسئولیت‌پذیری خود را نسبت به این قضیه نشان دهد. در بودجه سال ۹۹، مواردی هم وجود داشت که نشان می‌داد دولت نسبت به مسئله محیط زیست بی‌تفاوت نیست. برای مثال دولت، سازمان امور مالیاتی را مکلف کرده از فروش کالاهایی که مصرف آن‌ها منجر به تولید پسماند مخرب در محیط زیست می‌شوند، عوارض دریافت کند. قرار است تا سقف ۱۰ هزار میلیارد ریال از این مبلغ را در اختیار سازمان حفاظت از محیط زیست قرار دهند تا برای بازیافت پسماندهای مذکور مصرف شود. طبق لایحه بودجه ۹۹، قرار است ۱۹۵ هزار میلیارد تومان از درآمد پیش‌بینی‌شده دولت از بخش مالیات تأمین شود. در این میان تکالیفی برای سازمان مالیاتی در نظر گرفته شده است. طبق آن‌چه در لایحه بودجه ۱۳۹۹ اعلام شده، سازمان امور مالیاتی کشور می‌تواند مالیات بر ارزش افزوده گروه‌هایی از مودیان مشمول قانون مالیات بر ارزش افزوده را تعیین کند. اما مهم‌ترین بخش در این زمینه مربوط به کالاهایی است که پسماند مخرب برای محیط زیست دارند. این خبر نویدبخش اتفاقات خوب برای دوست‌داران محیط زیست است.



گزارش و خارزم از افزایش قیمت حامل‌های انرژی و تأثیر آن بر بازار سرمایه



بوی بنزین در تالار بورس

شرکت‌ها. از سوی دیگر، در این میان همه شرکت‌ها پس از اجرای این طرح به صورت یکسان دچار آسیب نمی‌شوند. این که نرخ بنزین چه تأثیری بر بازار سرمایه می‌گذارد، چهارچوب اصلی این گزارش را تشکیل می‌دهد.

صنایع پالایشی، سود و زیان

دکتر حسین نصیری، کارشناس بازار سرمایه، درباره تأثیر افزایش قیمت بنزین بر بازار سرمایه به «خارزم» گفت: صنایع پالایشی سود بیشتری را نصیب سهام‌داران خود می‌کنند و مهم‌ترین دلیل آن تولید برای عرضه و سود بیشتر در بازار است. اکنون پالایشگاه‌ها اقدام به افزایش ظرفیت تولید خود می‌کنند تا سهم بازار بیشتری را کسب کنند و از آن جایی که دولت برنامه صادرات بنزین را دارد، بخشی از بنزین تولیدشده ذخیره‌سازی و مابقی صادر خواهد شد، که این موضوع انگیزه پالایشگاه‌ها را برای تولید افزایش می‌دهد.

به گفته این کارشناس بورس، هرچند بنزین روی همه بازارها، از جمله بازار سرمایه، اثر می‌گذارد، اما باعث افزایش صنایع پالایشگاهی خواهیم شد. ضمن این که این رشد قیمت بر قیمت تمام‌شده آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

نصیری در ادامه گفت: از سوی دیگر، افزایش قیمت بنزین روی برخی از شرکت‌های شیمیایی که از بنزین به عنوان مواد مصرفی خود استفاده می‌کنند، تأثیر می‌گذارد. هم‌چنین شرکت‌هایی که مستقیماً با حمل‌ونقل در ارتباط هستند، از این افزایش قیمت تأثیر می‌گیرند، که صنایع سیمان و فولاد بخشی از آن محسوب می‌شوند، که در نهایت افزایش نرخ را به دنبال خواهد داشت. تأثیرات تورمی ناشی از افزایش قیمت

قیمت بنزین افزایش یافت و به تبع آن برخی کالاها مانند میوه که به طور مستقیم با حمل‌ونقل در ارتباط است، گران شد. هر چند مقامات دولت از جمله عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی، معتقدند تورم پیش‌بینی شده ناشی از افزایش قیمت بنزین فقط چهار درصد است، اما در بازار اتفاق دیگری افتاد و برخی کالاها افزایش بیشتری را تجربه کرد. در طول یک سال گذشته بازار سرمایه بیشترین سود را نسبت به بازارهای دیگر به مشتریانش که سهام‌دار این بازار هستند، اعطا کرده است. هرچه هست، دولت با تعیین نرخ جدید حامل‌های انرژی به طور رسمی گامی بزرگ در راستای اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها برداشته تا به این ترتیب، با استفاده از منابع حاصل از اجرای این مرحله از قانون هدفمندی یارانه‌ها و درآمدهای ناشی از افزایش صادرات مشتقات نفت و محصولات پتروشیمی، چرخ تولید را به عنوان محرک اصلی اقتصاد به حرکت درآورد. حال باید دید این افزایش نرخ‌ها چه تأثیری بر بازار سرمایه خواهد داشت.

هرچند پس از اجرای فازهای قبلی هدفمندی یارانه‌ها، عمده شرکت‌های بورسی با افزایش قیمت محصولات نه تنها حاشیه سود خود را حفظ کرده‌اند، بلکه از لحاظ قدر مطلق ریالی، سودآوری بیشتری هم به دست آورده‌اند، اما با اعلام نرخ حامل‌های انرژی باید منتظر ماند تأثیر این افزایش را بر شرکت‌های بورسی مشاهده کرد. این موضوع از دو زاویه بر بورس تأثیر خواهد گذاشت؛ یکی از جهت تأثیر بر بدنه اصلی تولید شرکت‌ها و از جنبه دیگر بر هزینه حمل‌ونقل این

بنزین بر شرکت‌های خدماتی اثر منفی خواهد گذاشت و هزینه تمام‌شده خدمت آن‌ها را افزایش خواهد داد. با توجه به رکودی که در کشور ما اتفاق افتاده، اگر تورم کنترل نشود، ممکن است عمق رکود اقتصادی افزایش یابد، اما به طور کلی افزایش قیمت بنزین تأثیر مثبتی در بازار خواهد گذاشت و شرکت‌ها به صورت غیرمستقیم از این مسئله تأثیر می‌گیرند، که در نتیجه باعث افزایش سودآوری آن‌ها خواهد شد.

این کارشناس بازار سرمایه با تأکید بر این‌که فعالان اقتصادی تا حد امکان قیمت کالا و خدماتشان را افزایش نمی‌دهند، گفت: اگر قیمت گاز افزایش پیدا کند، به دلیل این‌که نیروگاه‌های کشور از این سوخت بهره می‌برند، قطعاً نرخ برق نیز بالا می‌رود و افزایش قیمت بنزین تنها در بخش حمل‌ونقل هزینه‌ها را زیاد می‌کند، که اغلب شرکت‌های بورسی امکان کنترل هزینه‌های خود را در این بخش دارند. نصیری با بیان این‌که افزایش قیمت تمام‌شده کالا باعث افزایش قیمت کالا خواهد شد، تأکید کرد: برخی فعالیت‌های اقتصادی افزایش قیمت خود را به مصرف‌کننده منتقل می‌کنند، که این موضوع تنها در بخش رقابت‌پذیران اقتصادی مشاهده می‌شود و در بخش دستوری اقتصاد که دولت برای آن تعیین تکلیف می‌کند، مانند خودروسازی، سود آن‌ها کاهش می‌یابد و ممکن است زیان‌ده شوند. هرچند قیمت‌گذاری دستوری برای کالاهایی که مردم از کیفیت آن‌ها رضایت ندارند، می‌تواند تا حدی موجب رضایت عموم مردم را به دنبال داشته باشد.

کالاهای پایین‌دستی گران می‌شود

احمد کیمایی اسدی، نایب رئیس کمیسیون پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران، به «وخارزم» گفت: مواد اولیه شرکت‌های پالایشی و پتروشیمی از طریق خط لوله به کارخانه‌ها می‌رسند و قیمت بنزین تا این‌جا بی‌تأثیر است، اما بعد از تولید محصول باید به مراکز توزیع منتقل شوند، که افزایش قیمت بنزین در این بخش تأثیرگذار است.

به گفته وی، افزایش قیمت بنزین در بخش پایین‌دستی نفت تأثیرگذار خواهد بود و قطعاً افزایش نرخ انجام می‌شود. از سوی دیگر، باید توجه داشت صنایع معدنی هم که در بورس فعال هستند، در بخش بالادستی مشمول افزایش هزینه نمی‌شوند، اما در بخش پایین‌دستی که محصول تولیدشده باید عرضه شود، افزایش نرخ اعمال خواهد شد.

کیمایی اسدی با بیان این‌که افزایش قیمت بنزین بر همه بازارها تأثیر می‌گذارد، گفت: شرکت‌ها اغلب از حمل‌ونقل ریلی به دلیل پایین‌تر بودن هزینه حمل‌ونقل نسبت به سایر بخش‌ها استفاده می‌کنند، اما در بخش توزیع پراکنده این امکان وجود ندارد. به عنوان مثال، میوه تولید شده و به بازار میوه و تره‌بار رسیده، اما امکان توزیع با کامیون گازوییل‌سوز نیست و باید با وانت‌بارهای بنزین‌سوز جابه‌جا شود. البته باید تأکید کرد افزایش نرخ اثر زیادی روی بازار نخواهد گذاشت، چراکه سهم بنزین در هزینه‌های ترانزیت داخلی کمتر است و آن قدر نیست که بازار از آن ترسی داشته باشد.

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران به نماد بورس اشاره کرد و افزود: افزایش نرخ بنزین تأثیر بر این نمادها نخواهد داشت و نفع و ضرری برای این نمادها ندارد، چراکه دولت نفت را با قیمت فوب خلیج فارس به پالایشگاه‌ها

می‌دهد و بنزین، گازوییل و سایر مشتقات و فرآورده‌ها را نیز با نرخ فوب خلیج فارس تحویل می‌گیرد. با توجه به این‌که شرکت‌ها در بودجه سال آینده دلار را ۱۱ هزار تومان پیش‌بینی می‌کنند و در تحلیل‌هایشان برای سال آتی با دلار ۱۱۰۰۰ تا ۱۱۵۰۰ هزار تومانی، سود شرکت‌ها ۱۰ درصد بیشتر خواهد شد و شاخص تا محدوده ۳۴۰ و ۳۵۰ هزار واحدی از این نظر امکان رشد خواهد داشت و حدود ۵۰ هزار واحد نیز به دلیل تقسیم سود اردیبهشت تا خرداد رشد می‌کند و پیش‌بینی می‌شود تا ارتفاع ۴۰۰ تا ۴۲۰ هزار واحدی افزایش یابد. هرچند امکان دارد با افزایش قیمت حامل‌های انرژی برخی بنگاه‌ها متضرر شوند و برخی سودآوری داشته باشند، که این امر مستلزم تحلیل درست از وضعیت بازار است.

تأثیر روانی قیمت بنزین بر بازار

عباس آرگون، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران، به «وخارزم» گفت: افزایش قیمت سوخت بر بخش حمل‌ونقل تأثیر می‌گذارد و نمی‌تواند تأثیر قابل توجهی بر بهای تمام‌شده شرکت‌های بورسی داشته باشد، زیرا هزینه‌های حمل‌ونقل بخش کوچکی از بهای تمام‌شده را تشکیل می‌دهد، اما این موضوع به لحاظ روانی در نهایت باعث تورم می‌شود، که اگر رابطه تورم و بازدهی بازار را یک رابطه مثبت بدانیم، موجب افزایش سودآوری شرکت‌ها می‌شود، زیرا درآمد شرکت‌ها نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

او درباره چگونگی اثرگذاری افزایش قیمت حامل‌های انرژی در سرعت بخشیدن به چرخه اقتصادی شرکت‌های بورسی و غیربورسی گفت: مشکلی که هم‌اکنون اقتصاد کشور با آن دست به‌گریبان است، از یک سو رکود و از سوی دیگر تورم است که افزایش قیمت بنزین می‌تواند محرکی برای بالا بردن گردش چرخه عملیاتی کالایی باشد. هنگامی که هزینه شرکت‌ها افزایش یابد، به تبع آن شرکت‌ها قیمت تولیداتشان را نیز افزایش خواهند داد، که این موضوع می‌تواند به میزان فروش و سودآوری شرکت‌ها کمک کند.

آرگون به درآمد دولت از افزایش قیمت بنزین اشاره کرد و گفت: دولت حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان از افزایش قیمت بنزین درآمد کسب می‌کند که طبق اعلام مقامات قرار است به عنوان بسته‌های کمک معیشتی به خانوارها پرداخت شود، اما موضوع دیگری هست که خیلی به آن توجه نمی‌شود، و آن هم کاهش مصرف اتفاق‌افتاده و توان دولت برای صادرات بنزین است. از سوی دیگر، دولت یارانه کمتری برای بنزین می‌پردازد و از این محل نیز منتفع خواهد شد، اما در محاسبات مقامات دولت فقط رقم ۳۰ هزار میلیارد تومان اعلام می‌شود. اگر دولت می‌توانست بودجه خود را بدون نفت تدوین کند و از محل صادرات بنزین هزینه‌های خود را پوشش دهد، وضعیت اقتصادی کشور روند بهبود را طی می‌کرد.

به گفته آرگون، اکنون برای اقتصادی مثل ایران که تنها بازار سودده آن بازار سرمایه است، تورم مانند سمی مهلک عمل می‌کند و دغدغه اصلی دولت باید کاهش میزان تورم باشد. به این دلیل که اگر کشور همین یک بازار سودده را از دست بدهد، خروج سرمایه از کشور اتفاق می‌افتد، اما هنوز فعالان اقتصادی امید زیادی دارند که مشکلات از درون حل شود.

عباس آرگون، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران: افزایش قیمت سوخت بر بخش حمل‌ونقل تأثیر می‌گذارد و نمی‌تواند تأثیر قابل توجهی بر بهای تمام‌شده شرکت‌های بورسی داشته باشد، زیرا هزینه‌های حمل‌ونقل بخش کوچکی از بهای تمام‌شده را تشکیل می‌دهد، اما این موضوع به لحاظ روانی در نهایت باعث تورم می‌شود، که اگر رابطه تورم و بازدهی بازار را یک رابطه مثبت بدانیم، موجب افزایش سودآوری شرکت‌ها می‌شود، زیرا درآمد شرکت‌ها نیز افزایش پیدا خواهد کرد

اصلاحات ساختاری، چرا و چگونه؟

هزارتوی اصلاح ساختار اقتصاد

شدن بازار بحث و گفت‌وگو درباره ضرورت اصلاح ساختار اقتصاد کشور و راه‌های آن شد. در این شماره و خارزم نگاهی داریم به نظرات تحلیلی دو اقتصاددان در این زمینه‌ها.

اصلاحات اقتصادی، نیاز اساسی

دکتر مهدی تقوی

عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی

کشورهای پیشرفته از ابتدا عنوان پیشرفته نداشتند و در یک دوره با مشکلات زیادی مواجه شدند، اما در بزنگاهی تصمیم گرفتند تا سیاست‌های اقتصادی را طوری تدوین کنند که آینده خوشی در انتظار کشورشان باشد. کشورهای بلژیک، فرانسه و برخی کشورهای اروپایی دیگر دورانی را گذراندند که باعث پیشرفت اقتصادی کشور شد، اما در همان زمان به مردم فشارهایی وارد آمد. ایران اکنون بیش از هر زمان دیگری نیاز به اصلاحات اقتصادی دارد. قانون هدفمندی یارانه‌ها به این معنا بود که قیمت‌ها واقعی شود و در مقابل به اقشار آسیب‌پذیر و کم‌درآمد یارانه نقدی پرداخت شود، اما پرداخت یارانه نقدی به همه اقشار جامعه این قانون را از هدف اصلی دور کرد. این در حالی است که ایران منابع زیادی برای درآمد در نظر دارد و از این منظر نباید مشکل اشتغال داشته باشد، اما عملکرد نامناسب دولت‌ها باعث شده تا پرداخت یارانه پنهان و در یک دهه اخیر یارانه نقدی،

نهاد دولت در اقتصاد ایران از دیرباز یکی از رقبای پروپاقرص بخش خصوصی بوده است. گویی نهاد دولت در یک سوی میدان ایستاده و علاوه بر رقابت با بخش خصوصی، مسئولیت نظارت و داوری را هم بر عهده دارد؛ مسئله‌ای که باعث می‌شود شانس موفقیت بخش خصوصی به حداقل برسد. درعین حال درباره روش‌های مدیریت اقتصاد و تحقق توسعه اقتصادی و اجتماعی دیدگاه‌های مختلفی در میان اقتصاددانان وجود دارد.

چند سال پیش قانون هدفمندی یارانه‌ها که به معنای زمینه‌سازی برای آزادسازی قیمت‌ها بود، در کشور کلید خورد. هدفمند کردن یارانه‌ها و آزادسازی قیمت‌ها قرار بود به تدریج انجام شود و بخش عمده‌ای از درآمد حاصله صرف سرمایه‌گذاری در حوزه‌های تولیدی گردد و بخشی از درآمدها به اقشار کم‌درآمد برسد و رفته‌رفته تعداد یارانه‌گیران کاهش یابد. اما قانون هدفمند کردن یارانه‌ها طی سال‌های طولانی در حد پرداخت یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی به بخش اعظم خانواده‌ها تقلیل یافت و سایر مواد قانون معطل و معلق ماند!

افزایش اخیر نرخ بنزین در چنین فضایی رخ داد و به تعبیر اقتصاددانان باعث شوک شدید به اقشار کم‌درآمد و اعتراضات گسترده اجتماعی و نیز داغ



مشکلاتی را برای اقتصاد کشور ایجاد کند و منابعی که باید صرف ایجاد اشتغال پایدار شود، به صورت خرد بین مردم توزیع شود. همین موضوع باعث شد تا قانونی که به نام اصلاحات ساختاری از آن یاد می‌شود، با عنوان یارانه نقدی شناخته شود.

دولت یازدهم فرصت‌های زیادی را برای اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها در اختیار داشت، اما به دلیل درآمدهای زیادی که با توافق برجام عاید کشور شد، دولت این موضوع را ضروری ندید و اکنون که یارانه یکی از حامل‌های انرژی کاهش یافته، اعتراضات زیادی را به دنبال داشته است. افزایش قیمت حامل‌های انرژی به بنزین ختم نخواهد شد و قطعاً حامل‌های دیگر هم باید افزایش قیمت داشته باشند.

شکی نیست اقتصاد ایران در شرایط فعلی نیازمند اصلاحات نهادی و تغییرات ساختاری در بودجه است. با کاهش درآمدهای نفتی، ضرورت اصلاح ساختار بودجه جدی‌تر از همیشه مطرح است و باید به سمت کاهش سهم بودجه از درآمدهای نفتی، کوچک‌سازی هر چه بیشتر دولت و بالا بردن بهره‌وری سازمان‌ها حرکت کرد. افزایش صادرات، بهره‌برداری از منابع ملی برای تأمین بودجه، برون‌سپاری طرح‌های عمرانی، مشارکت دادن بخش خصوصی واقعی و همچنین افزایش بهره‌وری، برای بهبود شرایط اقتصادی مفید خواهد بود. از سوی دیگر باید توجه داشت که به دلیل کاهش درآمدهای دولت، اکنون بهترین زمان برای خصوصی‌سازی واقعی در کشور است. اکنون بخش خصوصی نیازمند دیده شدن است و دولت باید از این فرصت استفاده کند و با واگذاری این شرکت‌ها و همچنین دریافت مالیات از آنها از دو محل درآمد خود را افزایش دهد. از سوی دیگر اگر اقتصاد آرام‌آرام به بخش خصوصی واگذار شود، راه‌های بهتری را برای تأمین مواد اولیه پیدا می‌کنند.

یکی دیگر از موارد مهمی که باید دولت به آن توجه کند، آزادسازی نرخ ارز است. دولت نباید در نرخ ارز نقش تعیین‌کننده داشته باشد و این موضوع بر روند رونق تولید داخل تأثیر خواهد داشت. در صورت افزایش مجدد قیمت دلار، این نگرانی وجود دارد که واردات در کشور گران شده و همین امر باعث ادامه رشد تورم در اقتصاد ایران شود. در شرایط ناپایدار ارزی، تولیدکنندگانی که به مواد اولیه خارجی، ماشین‌آلات و ابزارآلات ساخت خارج برای تولید خود متکی هستند، عملاً امکان تولید در مقیاس اقتصادی را ندارند. یکی از دلایل بالا رفتن نرخ دلار می‌تواند تورم باشد و در زمان‌هایی که درآمد ارزی دولت کاهش پیدا می‌کند، غالباً قیمت دلار هم بالا خواهد رفت. از طرفی کنترل دستوری و تلاش برای تأثیر نپذیرفتن از تورم داخلی، زمینه را برای جهش‌های قیمتی در دوره‌های مشخص بعدی فراهم می‌کند.

علاوه بر این، اقتصاد ایران حتی‌الامکان باید به اقتصادی قابل پیش‌بینی تبدیل شود تا سرمایه‌گذاران بتوانند با اطمینان خاطر بیشتر برای فعالیتهای آتی خود برنامه‌ریزی موثر

داشته باشند. اقدامی که دولت اکنون به درستی انجام داده، این است که دلار را از دست مردم عادی برای سرمایه‌گذاری خارج کرده و اغلب ارز به دست متقاضیان اصلی می‌رسد. این کار باعث می‌شود بانک مرکزی نظارت بیشتری بر روند کار داشته باشد. در نوسان‌های مداوم نرخ ارز، فارغ از سرمایه‌گذاران خرد، حتی تولیدکنندگان مجبور خواهند بود برای واردات مواد اولیه مورد نیاز خود در سال‌های آینده، ارز ذخیره کنند.

تحریم‌ها فشار زیادی به اقتصاد کشور وارد می‌کند و در این شرایط تولید سخت می‌شود. از این رو دولت باید شرایط را به گونه‌ای پیش ببرد که رونق تولید حاصل شود. در این مسیر، نگاه جدی‌تر به بازارهای هدف در کشورهای همسایه از جمله سیاست‌ها و استراتژی‌هایی است که می‌تواند به تقویت تولید و افزایش انگیزه در تولیدکنندگان ایرانی کمک کند، چراکه سرمایه‌گذاری در این مناطق با ریسک‌ها و هزینه‌های کمتری مواجه است.

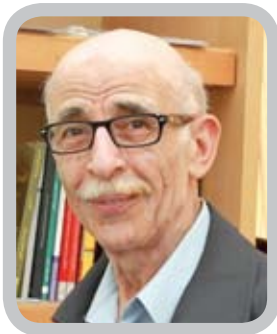
اصلاح ساختار یا اجرای سیاست‌های کپی‌رایتی؟

دکتر حسین راغفر

عضو هیئت علمی دانشگاه الزهراء (س)

اصلاحات ساختاری در ایران مسیر اشتباهی را پیش گرفته و متأسفانه اجرای دیدگاه‌های نئولیبرال از ۳۰ سال پیش باعث ناکارآمدی در اقتصاد ایران شدند. نگاه این دسته از اقتصاددانان همواره به کشورهای غربی بوده و سیاست توسعه‌ای در تفکر آن‌ها جایی ندارد. کشورهای غربی قصد دارند تفکرات خود را در کشورهای دیگر اجرا کنند تا نتیجه تحقیقاتشان کامل شود. متأسفانه برخی اقتصاددانان هم خواسته یا ناخواسته با آن‌ها همکاری می‌کنند و همین موضوع باعث شده کشور از توسعه فاصله بگیرد. نمونه بارز این موضوع پیشنهادهایی است که از سوی صندوق بین‌المللی پول مطرح و در داخل اجرا می‌شود.

صندوق بین‌المللی پول تأکید دارد که یارانه حامل‌های انرژی باید حذف شود و بنگاه‌ها در شرایط غیرحمایتی باید بتوانند گلیم خود را از آب بیرون بکشند، درحالی‌که آمریکا زمانی که خود به مشکل بخورد، سیاست‌های آزادسازی قیمت‌ها را کنار می‌گذارد و به کمک بانک‌ها و فعالیت‌های اقتصادی‌اش می‌آید، اما به همه تأکید می‌کند از سیاست‌های بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول تبعیت کنند. کشورهای غربی به دنبال توسعه کشورهای در حال توسعه نیستند. ایران اکنون تحریم است، اما همچنان نسخه‌های صندوق بین‌المللی پول راهی ایران می‌شود. وقتی ایران از سوی آمریکا تحریم می‌شود، صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی هم ما را تحریم می‌کنند و طرح‌های توسعه‌ای خود را ارائه نمی‌دهند. همین موضوع نشان می‌دهد سیاست‌هایی که این دو نهاد مالی به کشورها توصیه می‌کنند، سیاسی است، هر چند برخی گروه‌هایی که از این ماجرا نفع می‌برند، این‌گونه پیشنهادهای را چپ‌گرایی تفسیر می‌کنند، اما واقعیت این



مهدی تقوی: شکی نیست اقتصاد ایران در شرایط فعلی نیازمند اصلاحات نهادی و تغییرات ساختاری در بودجه است. با کاهش درآمدهای نفتی، ضرورت اصلاح ساختار بودجه جدی‌تر از همیشه مطرح است و باید به سمت کاهش سهم بودجه از درآمدهای نفتی، کوچک‌سازی هر چه بیشتر دولت و بالا بردن بهره‌وری سازمان‌ها حرکت کرد. افزایش صادرات، بهره‌برداری از منابع ملی برای تأمین بودجه، برون‌سپاری طرح‌های عمرانی، مشارکت دادن بخش خصوصی واقعی و همچنین افزایش بهره‌وری، برای بهبود شرایط اقتصادی مفید خواهد بود

مردم نسبت به نقش دولت‌ها و سیاستمداران در کشورهای خودشان بی‌اعتماد می‌شوند.

کشورهای زیادی هستند که با اجرای سیاست‌های صندوق بین‌المللی پول ورشکست شدند. یونان نماد ورشکستگی همین دسته از سیاست‌هاست که نقش فساد و سیاستمداران فاسد در این کشور پذیرفته شده و خواستار مقابله با آزادسازی قیمت‌ها و حذف یارانه‌ها هستند. به نظر می‌رسد آینده جهان به این سمت می‌رود که رویارویی این دسته از دولت‌ها با ملت‌های خودشان اتفاق می‌افتد. این تفکر نئولیبرال برای این‌که کار خود را پیش ببرد، از تریبون رسانه استفاده می‌کند تا بتواند ذائقه مردم را تغییر دهد، که نتیجه اقدامات آن‌ها رشد نابرابری‌ها و رشد فقر در کشورهاست، که اکنون حتی در کشورهای اروپایی هم خودش را نشان می‌دهد. این روند در مقیاس جهانی برای کشورهای مختلف تجویز می‌شود. در ایران هم در سال‌های پس از جنگ سیاست‌های اقتصادی به سمت نسخه‌های نئولیبرالی رفت و نابرابری‌های عظیم در جامعه شکل گرفت.

وضعیت امروز محصول اجرای سیاست‌های اقتصادی در سال‌های گذشته است و یک شبه پدید نیامده است. برخی اقتصاددانان نئولیبرال به نام اصلاح ساختار دست به اقداماتی می‌زنند که موجب گسترش فقر در کشور می‌شود. به عنوان مثال، راه‌کار برخی از اقتصاددانان برای کاهش یارانه دولت و افزایش منطقی و تدریجی قیمت بنزین پی‌گیری نشد و فقط بحث درآمدعمومی مطرح بود. از سوی دیگر، باید توجه داشت که برخی متصدیان به نوعی قصد دارند وانمود کنند که سیاست‌های صندوق بین‌المللی پول را اجرا می‌کنند تا نگاه حمایتی این نهاد مالی را از دست ندهند؛ سیاستی که نتایج منفی آن بر اقتصاد کشور آشکار خواهد شد.

است که این موضوعات تنها در مورد کشور ما صدق نمی‌کند. این توصیه‌ها از سال ۱۹۸۲ میلادی به عنوان سیاست تعدیل ساختاری مطرح شد که دارای ویژگی‌های مشترکی بود. این ویژگی‌ها شامل آزادسازی اقتصادی کشور، کاهش نقش و حضور دولت در اقتصاد، واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی، آزادسازی نرخ ارز، حذف یارانه به خصوص یارانه حامل‌های انرژی و مقررات‌زدایی است.

در همین حال است که کشورهای صادرکننده این نسخه‌ها در شرایط بحرانی با ظهور فردی به نام دونالد ترامپ این سیاست‌ها را کنار می‌گذارند و با شعارهای ملی‌گرایانه اقداماتی انجام می‌دهند که اشتغال ایجاد کنند. به بیان بهتر، خودشان هم می‌دانند نسخه‌هایی که برای کشورهای دیگر تجویز می‌کنند، به اشتغال آسیب می‌زند و فعالیت‌های اقتصادی بدون حمایت دولت دوام زیادی نخواهد داشت. غالباً افرادی مثل ترامپ زمانی وارد میدان قدرت می‌شوند که سیاست‌های درهای باز شکست خورده است و دلیل پیروزی رئیس‌جمهور فعلی آمریکا هم همین است. سیاست درهای باز برای کشورهای صادرکننده این نسخه هم پیامد منفی داشته و اکنون سیاست درون‌زا را پی‌گیری می‌کنند. بعد از آمریکا، بریتانیا با خروج از اتحادیه اروپا نشان داد می‌خواهد درهای باز را ببندد و دلیل اصلی این موضوع رشد جریان‌های ملی‌گرا در این کشورهاست. اعتراضات مردمی در کشورهای آلمان، فرانسه، ایتالیا و اسپانیا نشان می‌دهد این سیاست شکست خورده است. در کشورهای اتحادیه اروپا غالباً احزاب چپ و سوسیالیست برنده می‌شوند، اما به دلیل این‌که سیاست‌های کلان در بروکسل تهیه و ابلاغ می‌شود، مجبور می‌شوند آن را اجرا کنند، در نتیجه نقش احزاب سیاسی بی‌اثر شده و



حسین راغفر: کشورهای زیادی هستند که با اجرای سیاست‌های صندوق بین‌المللی پول ورشکست شدند. یونان نماد ورشکستگی همین دسته از سیاست‌هاست که نقش فساد و سیاستمداران فاسد در این کشور پذیرفته شده و خواستار مقابله با آزادسازی قیمت‌ها و حذف یارانه‌ها هستند. به نظر می‌رسد آینده جهان به این سمت می‌رود که رویارویی برخی دولت‌ها با ملت‌های خودشان اتفاق می‌افتد. این تفکر نئولیبرال برای این‌که کار خود را پیش ببرد، از تریبون رسانه استفاده می‌کند تا بتواند ذائقه مردم را تغییر دهد. نتیجه این اقدامات رشد نابرابری‌ها و رشد فقر در کشورهاست



گپ

محمدحسین علی اکبری

جمشید پژویان در گفت‌وگو با «وخارزم» از باید و نبایدهای افزایش قیمت بنزین می‌گوید

اقتصاد، دستور پذیر نیست!

گفت: با این که معتقد هستیم افزایش قیمت بنزین به نفع اقبال کم‌درآمد است، اما این تصمیم در زمان مناسبی اجرا نشد؛ در زمانی که رشد اقتصادی منفی، تحریم‌ها در بالاترین حد ممکن و وضعیت معیشت مردم نامطلوب است. مشروح گپ و گفت «وخارزم» با این عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی را در ادامه بخوانید.

جمشید پژویان از جمله اقتصاددانانی است که معتقد است بازار باید در شرایط رقابتی باشد. او یکی از نگارنده‌های قانون هدفمندی یارانه‌هاست و مدت‌ها بود نسبت به بنزین هزار تومانی اعتراض می‌کرد و معتقد بود قیمت بنزین باید افزایش یابد. پژویان در گفت‌وگویی که با «وخارزم» داشت، درباره تحولات بنزینی اخیر

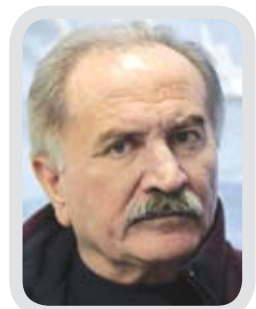
که برای کالاها داده می‌شود، از جیب خود مردم است. به دلیل این که مجموعه سیستم اقتصادی ناکارآمد بوده و بیشتر این منابع در قالب یارانه از منافع گروه‌های کم‌درآمد و فقرا، به گروه‌های ثروتمند و پردرآمدتر می‌رسد. در نتیجه هم از نظر کارایی اقتصادی و هم از نظر توزیع درآمد اصلاح قیمت‌های نسبی لازم است. دولت چندین سال زمان برای اصلاح قیمت‌ها داشت و در بدترین زمان ممکن آن را اجرا کرد.

● **یک روز پس از گران شدن بنزین وزیر صمت اعلام کرد هیچ کالایی به بهانه افزایش قیمت بنزین گران نمی‌شود. این جمله بارها از سوی مسئولان بیان شد. این در حالی است که تجربه دفعات گذشته نشان می‌دهد با افزایش نرخ بنزین قیمت سایر کالاها و خدمات رشد می‌کند. آیا دولت می‌تواند آن‌طور که گفته، مانع افزایش قیمت کالاها شود؟**

وقتی بنزین افزایش قیمت دارد، کالاها و خدماتی که بیشترین ارتباط با این کالا دارند، هزینه‌هایشان افزایش می‌یابد. طبیعی است کسانی که در حوزه حمل‌ونقل فعالیت دارند و شاید روزانه تا ۲۰۰ کیلومتر مسیر را طی می‌کنند، به بنزین بیشتری برای

● **شما یکی از افرادی بودید که طرح تحول اقتصادی و قانون هدفمندی یارانه‌ها را نگارش کردید. در یکی از بندهای قانون هدفمندی یارانه‌ها افزایش قیمت حامل‌های انرژی گنجانده شده و در چند روز اخیر شما نسبت به این گرانی واکنش نشان دادید. در این مورد نظراتان را بگویید.**

اصلاح قیمت‌های نسبی کالا و خدماتی که دولت ارائه می‌کند، مثل حامل‌های انرژی، در قانون هدفمندی یارانه‌ها آمده، اما وقتی دولت چندین سال قیمت آن را ثابت نگه می‌دارد، در حالی که تورم سایر قیمت‌ها را افزایش می‌دهد، باعث می‌شود کارایی اصلی آن در تخصیص نهاده‌ها در تولید و کالاها در سبد مصرفی مردم به هم بریزد و منجر به عدم کارایی و صدمه به کل اقتصاد شود. از سوی دیگر، باید توجه داشت افزایش قیمت به کسانی که بیشترین مصرف‌کننده کالا و خدمات دولت هستند، صدمه خواهد زد. یک نکته بسیار مهم است؛ مردم نباید فکر کنند دولت چاهی دارد و از داخل آن چاه برای تأمین یارانه استفاده می‌کند، یا این که رئیس‌جمهور می‌تواند برود بالای کاخ ریاست‌جمهوری تا منتظر پول از آسمان باشد. منابع یارانه‌ای



برای این که قیمت‌هایی که نباید افزایش پیدا کند بی جهت دچار افزایش نشود، باید سیاست‌هایی در راستای اصلاح بازارها انجام شود. برای حمایت از گروه‌های کم‌درآمد دولت باید تدابیر تأمین اجتماعی جدیدی را به وجود بیاورد. هم‌چنین از اقتصاددانانی که در زمینه تأمین اجتماعی تخصص دارند و در زمینه مالیات و عوارض کارشناس هستند، برای برنامه‌ریزی استفاده کند تا این تأمین اجتماعی بتواند چتری را روی گروه‌های فقیر و کم‌درآمد باز کند

مصرف نیاز دارند. اما کسانی که در بخش‌های دیگر تولید قرار دارند و از بنزین به عنوان یک جزء در نهاده استفاده می‌کنند و شاید هزینه رفت‌وآمدشان به محل کار را افزایش دهد، نباید قیمت کالاهایشان را زیاد کنند. متأسفانه مشکل اساسی ما در مدیریت و سیستم اقتصادی است که بازارهای ما را از یک بازار رقابتی دور کرده و باعث می‌شود برخی به بهانه بنزین قیمت‌هایشان را افزایش دهند. درحالی که اگر بازار رقابتی باشد، نمی‌توانند این اقدام را انجام دهند و کالاها را بر اساس قیمت تمام‌شده عرضه می‌کنند. در نتیجه سیاست‌های دولت باید متوجه اصلاح بازارها باشد. سیاست‌هایی که بتواند بازارها را به شرایط رقابتی برساند. سازمان‌هایی مانند تعزیرات و سازمان حمایت فایده‌ای برای اقتصاد ندارند. از نظر اقتصادی دلیلی ندارد قیمت‌ها افزایش داشته باشد، اما به دلیل عدم کارایی موجود در بازارها و شرایط عرضه ممکن است این اتفاق بیفتد و با فشارها هم این مشکلات حل نخواهد شد.

● **برخی از حامیان سیاست‌های فعلی اعلام کردند تورم ناشی از افزایش قیمت بنزین رخ نخواهد داد و استدلالشان این است که با افزایش قیمت بنزین قدرت خرید خانوار کاهش می‌یابد، در نتیجه برخی کالاهای غیرضروری از سبد خرید خانوار حذف می‌شود. با کاهش تقاضا قیمت آن کالاها پایین می‌آید. از سوی دیگر، برخی کالاهایی که مستقیم با بنزین در ارتباط هستند، افزایش قیمت را تجربه می‌کنند، که این کاهش و افزایش یکدیگر را خنثی می‌کند و مانع افزایش تورم خواهد داشت. آیا این استدلال درست است؟**

دولت باید شفاف اعلام کند که کدام بازارها قرار است با کاهش تقاضا قیمت آن پایین بیاید. این اتفاق تنها در شرایط رقابتی می‌افتد. اتفاقاً بیشترین صدمه در بخش کالاهای اساسی دیده می‌شود و مردم کم‌درآمد از میزان مصرف کالاهای ضروری خودشان می‌کاهند تا بتوانند سایر هزینه‌ها را پوشش دهند. چند سال پیش مطالعه‌ای در مورد اقتصاد پس از جنگ داشتم. پس از پایان جنگ تحمیلی بین دولت‌مردان این صحبت مطرح بود که یارانه کالاهایی که دولت پرداخت می‌کرد، یا به صورت سهمیه‌بندی تحویل می‌داد، کامل حذف شود. در آن زمان تحقیقاتم این نتیجه را به دنبال داشت که سهم نان در سبد مصرفی گروه‌های فقیر و کم‌درآمد بیش از ۳۰ درصد است و برای دهک‌های بالا به دو درصد می‌رسد. در نتیجه حذف این یارانه منجر می‌شد خانوارهای زیادی آسیب ببینند. کالاهای ضروری دیگر هم به همین صورت بود. صحبت‌هایی هم که دولت مطرح می‌کند، بر مبنای تئوری‌های اقتصادی است، اما با توجه به شرایط اقتصادی کشور اجرای آن در حد حدس و گمان است.

● **ایرادهای طرحی که اجرا شد، چه بود؟ چه طرح‌های دیگری می‌توانست جایگزین گرانی بنزین باشد؟**

طرحی که اجرا شد، خودبه‌خود باعث بهبود وضعیت اقتصادی می‌شود، اما یک نکته مهم وجود دارد؛ چه زمانی دولت باید قیمت حامل‌های انرژی را افزایش دهد؟ بعد از برجام تحریم‌ها برداشته شد و یک مقدار قابل توجهی گشایش در اقتصاد ایجاد شد و بهترین زمان برای اصلاح قیمت حامل‌های انرژی بود. در آن زمان دولت سرمایه اجتماعی بالایی داشت و مردم این

موضوع را می‌پذیرفتند، اما در شرایطی که رئیس‌جمهور آمریکا تغییر کرد و زیر امضایشان زدند و بالاترین سطح تحریم‌ها را علیه ایران تدوین کرده و فشار اقتصادی به مردم در سطح بالایی قرار دارد، وقت مناسبی برای اصلاح قیمت کالای مهمی مثل بنزین نیست. اعتراضات مردم در اواخر آبان ماه گذشته به بهانه بنزین بود اما آن‌ها به وضعیت معیشت اعتراض داشتند. باید از مدتها قبل برای توجیه واقعات مردم برنامه‌ریزی و اقدام می‌شد.

● **دولت وعده داده کالاهایی که مستقیم به بنزین در ارتباط هستند، افزایش قیمت ندارد. این کار شدنی است و تا چه زمان قابل اجراست؟**

اصلاً قابل اجرا نیست. دولت در کجا توانسته با دستور چیزی را به اقتصاد تحمیل کند که اینجا بتواند این کار را انجام دهد. واقعاً وقتی تاکسی یا آژانسی که مردم را در طول روز و شب جابه‌جا می‌کند و هزینه‌هایش برای ارائه خدمات افزایش یافته، چگونه باید هزینه‌های خانوار خود را پوشش دهد. یک تاکسی روزانه ۲۰۰ کیلومتر راه می‌رود و حدود ۲۰ لیتر نیاز دارد. اما سهمیه‌ای که به تاکسی‌ها داده شده، چند روزه به پایان می‌رسد. این اقدامات نتایج عکس دارد و ممکن است تاکسی‌ها به دلیل بالا بودن هزینه اقدام به فروش سهمیه بنزین خود کنند که این موضوع باعث اختلال در حمل‌ونقل عمومی خواهد شد. باید از دانش و تجربه اقتصاددانانی که عمر خود را صرف تحقیق و اجرا کرده‌اند، استفاده شود.

● **اگر شما جای دولت بودید، به جای افزایش یک‌باره و شوک آور قیمت بنزین چه طرحی را اجرا می‌کردید؟**

مسئله مهم این است: برای این که قیمت‌هایی که نباید افزایش پیدا کند بی جهت دچار افزایش نشود، باید سیاست‌هایی در راستای اصلاح بازارها انجام شود. برای حمایت از گروه‌های کم‌درآمد دولت سیستم تأمین اجتماعی جدیدی را به وجود بیاورد. هم‌چنین از اقتصاددانانی که در زمینه تأمین اجتماعی تخصص دارند و در زمینه مالیات و عوارض کارشناس هستند، برای برنامه‌ریزی استفاده کند تا این سیستم بتواند چتری را روی گروه‌های فقیر و کم‌درآمد باز کند. البته پرداخت نقدی هم برای گروه‌های فقیر می‌تواند مؤثر باشد، اما برای گروه‌های ثروتمندی که الان یارانه می‌گیرند، لزومی ندارد.

● **برخی مسئولان تأکید کردند یک ریال از درآمد حاصل از افزایش قیمت بنزین به جیب دولت نخواهد رفت و همه آن به مردم داده خواهد شد. این در حالی است که برخی از مردم حاضر نیستند این یارانه را دریافت کنند و خواستار تجدید نظر در مورد قیمت بنزین هستند. نظر شما در این باره چیست؟**

من موافق افزایش قیمت بنزین هستم، اما در بدترین شرایط اقتصادی کشور این کار صورت گرفت. اکنون تحت فشار اقتصادی هستیم. دولت می‌خواهد بگوید که برای کسری بودجه اقدام به این کار نکرده است. دولت اعلام کرده در مرحله اول به ۶۰ میلیون نفر یارانه معیشتی پرداخت می‌کنیم. آیا اجرای این طرح ۶۰ میلیون نفر فقیر شدند؟ ۶۰ میلیون نفر فقیر داریم؟ بنده چند سالی است که خط فقر را ترسیم نکرده‌ام، اما شاید این اقدام دولت انگیزه‌ای باشد که این کار را انجام دهم. قطعاً نتیجه مطلوبی به دست نخواهم آورد و بیش از سه دهک زیر خط فقر قرار دارند.

فرهنگ سرمایه‌گذاری باید ریشه‌دار شود

این پول را در نزد بانک می‌گذارند و از سود آن بهره می‌برند. اما اقتصاد ایران تشنه سرمایه‌گذاری است و سرمایه‌گذاری داخلی می‌تواند کمک زیادی به اقتصاد کند. این که در شرایط تحریم این کار اقتصادی و امکان‌پذیر است یا خیر، موضوع اصلی این گزارش است.

چگونگی هدایت نقدینگی به بازار سرمایه

فریال مستوفی، رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق بازرگانی تهران، به «وخارزم» گفت: در سال‌های گذشته سود بانکی بیشتر از نرخ تورم بود و این موضوع باعث شد نقدینگی در بانک‌ها جا خوش کند، اما با افزایش تورم و کاهش نرخ سود بانکی پول‌ها از شبکه بانکی خارج شد و به بازارهای دیگر رفت. هر چند کاهش نرخ سود بانکی به منظور کاهش هزینه‌های تولید انجام شد، اما به دلیل این که زیرساخت مناسبی برای آن وجود نداشت، باعث شد همه بازارها به هم بریزد و موجب تورم بیشتر در جامعه شود.

به گفته او، افزایش قیمت دلار باعث افزایش قیمت همه کالاها شد، اما آخرین بازاری که از دلار تبعیت کرد و قیمت آن گران شد، مسکن بود، که اکنون در رکود قرار دارد و کمتر کسی توان ورود به این بازار را خواهد داشت. بازارهایی مانند بورس، خودرو، سکه، طلا و ارز تقریباً بازارهای در دسترس‌تری هستند و امکان ورود با سرمایه کمتر در آنها فراهم است.

ایالات متحده آمریکا در بهار ۹۷ رسماً از برجام خارج شد و شرکت‌هایی مانند توتال، پژو و غیره که پس از توافق هسته‌ای ایران سرمایه‌گذاری کرده یا قرارداد همکاری امضا کرده بودند، چمدان‌هایشان را بستند و راهی کشورشان شدند. بعد از برجام میزان سرمایه‌گذاری خارجی در ایران افزایش چشم‌گیری داشت، اما با خروج آمریکا از برجام سرمایه‌گذاری خارجی وضعیت خاصی پیدا کرد و برخی کشورها از ترس این که شرکت‌هایشان مشمول تحریم آمریکا شود، از اقتصاد ما فاصله گرفتند. هر چند اروپایی‌ها در قالب خط اعتباری قصد داشتند مراد با ایران را ادامه دهند، که به برجام اروپایی معروف شد، اما تراکنش قابل توجهی در این خط اعتباری انجام نشد. با کاهش سرمایه‌گذاری خارجی دولت به فکر جذب سرمایه‌گذاری داخلی افتاد، اما نبود چند قانون مانند قانون مالیات بر عایدی سرمایه باعث شد این سرمایه‌گذاری به بازارهای غیرمولد مانند ارز هدایت شود.

در بازار سرمایه در گروه خودرویی سهام شرکت ایران خودرو که با نماد خودرو شناخته می‌شود، از قیمت هر سهم سه هزار و ۸۰۰ ریال در ابتدای سال جاری به قیمت شش هزار و ۴۹۸ ریال رسید که نشان‌گر افزایش ۷۱ درصدی قیمت این سهم در بازار است. باین‌حال، برخی سرمایه‌گذاری در حوزه خودرو را اقتصادی نمی‌دانند. اگر سؤالی با موضوع این که اگر یک میلیارد پول داشته باشید، با آن چه کار اقتصادی انجام می‌دادید، مطرح کنید، غالب افراد بیان می‌کنند که

اکنون بهترین فرصت برای جذب سرمایه‌های داخلی برای انجام پروژه‌های کشور است. اگر مردم در اقتصاد سهم داشته باشند، قطعاً اجازه افزایش قیمت دلار و بالا رفتن تورم را نمی‌دهند، اما در اقتصادهای دولتی افزایش قیمت دلار هر چند سال یک بار یا بهتر بگوییم، یک دولت در میان امری طبیعی جلوه می‌کند!



کسب سود سعی دارند بیشتر در بازار سرمایه که سود بیشتری نصیبشان می‌کند، وارد شوند. بانک‌ها سود ثابتی را به افراد می‌دهند، اما فایده‌ای برای اقتصاد ندارند و فقط هزینه تمام‌شده پول زیاد می‌شود و تحریم سرمایه‌گذاری دقیقاً بخش‌های مولد را هدف می‌گیرد.

یکی از اولین تحریم‌های بین‌المللی که متأسفانه اثرگذارترین آن هم هست، تحریم سرمایه‌گذاری بین‌المللی است. اثرگذاری این تحریم به آن دلیل است که تمام فعالیت‌های اقتصادی با بازدهی زیر ۲۰ درصد غیراقتصادی محسوب می‌شوند.

صالحی با تأکید بر این‌که ذات بورس بر نوسان و تغییر قیمت روزانه سهام استوار است، افزود: نمی‌توان این اصل مهم در سرمایه‌گذاری بورس را نادیده گرفت که عمده سرمایه‌گذاران موفق، دیدگاه میان‌مدت و برای سهام‌های بنیادی و ارزشمندتر نگاهی بلندمدت به آینده سهام دارند.

او با بیان این‌که با اعمال تحریم‌ها علیه ایران همه بخش‌ها به داخلی‌سازی رو آوردند، تأکید کرد: روند رشد ارزش سهام صنایع، به‌ویژه صنایعی که از ابتدای سال تا کنون نسبت به سایر سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس رشد کافی نداشته‌اند، هم‌چنان ادامه‌دار خواهد بود. هم‌چنین در گروه معدنی سهام شرکت‌های بنیادی و ارزنده‌ای وجود دارند که تاکنون افزایش متناسب با ارزش ذاتی خود را در این شاخص تجربه نکرده‌اند و هم‌چنین در گروه پتروشیمی می‌توان شاهد رشدهای متناسب و معقول‌تر بود.

این فعال اقتصادی با تأکید بر این‌که سرمایه‌گذاری در شرایط تحریم بسیار مشکل است، ادامه داد: در شرایط فعلی نفت می‌فروشیم تا بتوانیم سودهایی را که بانک‌ها تعهد دادند، به سپرده‌گذاران بپردازند و هر روز به میزان این سپرده‌ها افزوده می‌شود، درحالی‌که نباید این پول‌ها صرف شرکت‌ها و اقدامات دولت شود، بلکه اگر با همکاری بخش خصوصی انجام شود، می‌توان شاهد هدایت نقدینگی به بخش تولید بود.

صالحی با بیان این‌که وقتی نرخ تورم افزایش می‌یابد، دولت‌ها درصد افزایش نرخ بهره بانکی هستند که تأثیر منفی در اقتصاد دارد، گفت: تبعات افزایش نرخ بهره بانکی و تورم کاهش تولید، افزایش بی‌کاری، کاهش صادرات، افزایش فقر، افزایش رکود و... می‌شود. اکنون در کشور ما هزینه تأمین مالی در بخش تولید حدود ۱۸ درصد، در بخش توزیع همین مقدار و در بخش مصرف هم همان ۱۸ درصد است و یک کالا از تولید تا مصرف ۵۴ درصد هزینه تأمین مالی دارد. بهره رابطه مستقیم با نرخ سرمایه‌گذاری، میزان صادرات، نرخ اجاره و هزینه نهایی تولید دارد. بخشی از تورم ناشی‌گرفته از هزینه تأمین مالی نامتعارف و بسیار بالا در کشور است. این در حالی است که عده‌ای به غلط تورم را دلیل نرخ بهره بالا می‌دانند.

درنهایت می‌توان اظهار کرد با سرمایه‌گذاری داخلی این امکان وجود دارد که موتور اقتصاد کشور هرچند کند به حرکت دربیاید و به جای منتظر شرکت‌های خارجی ماندن و دست روی دست گذاشتن، بیشتر بر توان داخلی و سرمایه‌های ایرانی مقیم کشورهای دیگر حساب باز کرد.

رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: در ادوار گذشته که دلار گران می‌شد، مسئولان مدام از کاهش قیمت آن خبر می‌دادند و روز بعد از اظهار نظر آن‌ها دوباره گرانی اتفاق می‌افتاد و مردم بیشتر از قبل وارد این بازار می‌شدند، اما اکنون عملکرد بانک مرکزی مناسب است و می‌تواند اقدامی را در راستای هدایت سرمایه به بخش‌های دیگر انجام دهد.

آمریکا از زمانی که از برجام خارج شده، امکان سرمایه‌گذاری خارجی در ایران را تا حد زیادی پایین آورده و بعید است با وجود تحریم‌های سنگینی که علیه ایران وضع کردند، سرمایه‌های خارجی جذب اقتصاد ایران شود.

مستوفی قطع همکاری شرکت‌های ایرانی و خارجی را از دلایل تحریم آمریکا علیه ایران عنوان کرد و افزود: شرکت‌های ایرانی زیادی با شرکت‌های خارجی مشغول به کار بودند و مذاکراتی را برای همکاری انجام دادند، اما با بازگشت تحریم‌ها همه شرکت‌های خارجی که با ایران همکاری داشتند، به کشورشان بازگشتند و آن‌هایی که در حد مذاکره بودند، در همان مرز باقی ماندند. اکنون بهترین فرصت برای جذب سرمایه‌های داخلی برای انجام پروژه‌های کشور است. اگر مردم در اقتصاد سهم داشته باشند، قطعاً اجازه افزایش قیمت دلار و بالا رفتن تورم را نمی‌دهند، اما در اقتصادهای دولتی افزایش قیمت دلار هر چند سال یک بار یا بهتر بگوییم، یک دولت در میان امری طبیعی جلوه می‌کند!

به گفته او، مأموریت دولت در شرایط تحریم سخت‌تر می‌شود و علاوه بر جذب سرمایه، باید شرایطی را فراهم کند تا سهام‌داران سود کسب کنند. یکی از مأموریت‌های دولت جذاب کردن و سودآوری بیشتر بازار سرمایه است که وزارت اقتصاد در این زمینه نقش اساسی ایفا می‌کند و می‌تواند مانع ورود پول به بازارهای غیرمولد شود. هر چند که باید گفت قوانین و مقررات حاکم بر بورس، تمهیدات دولت‌ها و جذابیت بازار سرمایه علاوه بر سود مشارکت در سطح کلان، به تأمین سرمایه لازم برای اجرای پروژه‌های دولتی و خصوصی می‌انجامد. پس‌اندازهای مردم از طریق بازار سرمایه در مسیر فعالیت‌های اقتصادی قرار می‌گیرد و از هدررفت و سرازیر شدن در بازارهای کاذب و مخرب در اقتصاد کشور جلوگیری می‌کند.

مستوفی با تأکید بر این‌که بسیاری از مردم برای ورود به بازار سرمایه ترس دارند و هنوز عادی نشده که افراد با سرمایه کم بتوانند وارد شوند، گفت: برخی اقدامات سازمان بورس در راستای جذب سرمایه‌های اندک مردم قابل تحسین است. این اقدام نشان‌گر میزان اهمیت بورس در اقتصاد، تمایل سرمایه‌گذاران و ورود پس‌اندازهای خانگی برای سرمایه‌گذاری در این بازار از طریق تحلیل‌های بنیادی شده است.

ارتباط تحریم و سرمایه‌گذاری

حمیدرضا صالحی، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران، گفت: تحریم‌ها آسیب زیادی به اقتصاد ایران وارد کرد، اما اکنون مردم نسبت به قبل آگاه‌تر شدند و برای

روند رشد ارزش سهام صنایع، به‌ویژه صنایعی که از ابتدای سال تا کنون نسبت به سایر سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس رشد کافی نداشته‌اند، هم‌چنان ادامه‌دار خواهد بود. هم‌چنین در گروه معدنی شرکت‌های بنیادی و ارزنده‌ای وجود دارند که تاکنون افزایش متناسب با ارزش ذاتی خود را در این شاخص تجربه نکرده‌اند و هم‌چنین در گروه پتروشیمی می‌توان شاهد رشدهای متناسب و معقول‌تر بود



درباره طرح مسکن ارزان قیمت و رویای خانه‌دار شدن کم‌درآمدها

در آرزوی یک سقف

اقتصادی

نسیم بنایی گزارشگر

همین اتفاق افتاده است. به گزارش مجله فورچون، گروهی در آمریکا دست به کار شده‌اند و بررسی‌هایی از وضعیت مسکن در نقاط مختلف شهرهای آمریکایی انجام داده‌اند. آن‌ها به سراغ بنگاه‌های معاملاتی هم رفته‌اند و از این طریق همه چیز را به صورت کامل بررسی کرده‌اند. در مرحله بعد، شرایط اقتصادی و وضعیت بانک‌ها بررسی می‌شود. اگر بانک‌ها وضعیت خوبی داشته باشند، مردم هم می‌توانند روی وام مسکن حساب باز کنند. وام مسکن یکی از مؤثرترین شیوه‌هایی است که افراد می‌توانند از طریق آن خانه‌دار شوند. افزایش عرضه مسکن هم می‌تواند یکی دیگر از دلایلی باشد که قیمت مسکن کاهش پیدا کند. طبق قانون عرضه و تقاضا، وقتی میزان عرضه بالا برود، طبیعی است که قیمت آن پایین بیاید. اما مسئله این‌جاست که همیشه با افزایش عرضه مسکن، میزان تقاضا برای مسکن هم بالا رفته است. از طرف دیگر، بسیاری از اوقات، مسکنی که ساخته می‌شود، برای عرضه در بازار و فروش به متقاضیان نیست. بسیاری از افراد صرفاً آن را خریداری می‌کنند و از آن به عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری بهره می‌گیرند. در واقع آن‌ها مسکن را می‌سازند و به عنوان یک کالای سرمایه‌ای نگه می‌دارند. همین امر، خودش به‌تنهایی دلیلی می‌شود بر افزایش قیمت مسکن و دست‌نیافتنی شدن آن برای کسانی که رویای خانه‌دار شدن را در سر می‌پرورانند.

مقامات ایرانی بارها به شیوه‌های مختلف تلاش کرده‌اند مردم را صاحب‌خانه کنند. مسکن مهر یکی از نمونه‌های جنجالی و پرسروصدایی بود که دولت پیشنهاد داد و آن را پیش برد. در حال حاضر هم به گزارش ایرنا، جواد حق‌شناس، معاون امور شهری بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، خبر از طرح اقدام ملی مسکن داده است. طبق این طرح قرار است ۴۰۰ هزار

یک چهاردیواری که بتوان شب را در آن سحر کرد و صبح دوباره مشغول کار شد، این روزها به رویایی برای پیر و جوان تبدیل شده. بسیاری از کسانی که پول جمع می‌کردند تا خانه‌ای برای خود بخرند، حالا فقط به دنبال این هستند که بتوانند همان خانه قبلی را دست‌کم اجاره کنند. در ایران، خانه‌دار شدن به رویایی بزرگ تبدیل شده که خیلی‌ها قید آن را زده‌اند. در این شرایط دولت دست به کار شده و با طرح ملی مسکن، تلاش دارد این آرزوی محال را به یک کار شدنی تبدیل کند. متقاضیان خرید خانه می‌توانند با کمترین پس‌انداز در این طرح ملی شرکت کنند و صاحب‌خانه شوند. آن‌ها قرار است عنوانی را یدک بکشند که خیلی‌ها آرزوی آن را دارند؛ صاحب‌خانه!

آرزوی دور و دراز

مسئله خانه‌دار شدن در همه دنیا، موضوعی جنجالی به حساب می‌آید. حتی آمریکا هم که نخستین اقتصاد بزرگ جهان است و به لحاظ توسعه‌یافتگی، خودش را در دنیا برتر می‌داند، با مشکلاتی در زمینه مسکن روبه‌روست. بسیاری از جوانان در آمریکا، حتی خواب خانه‌دار شدن را هم نمی‌دیدند. برای آن‌ها خانه‌دار شدن یک امر نشدنی به نظر می‌آمد. بسیاری از آن‌ها سال‌ها از بازار مسکن دور افتاده بودند و نمی‌توانستند برای خود خانه و کاشانه‌ای فراهم کنند. اما حالا در این کشور هم طرح‌هایی اجرا شده که باعث شده بسیاری از خانواده‌ها از پنجره به خیابان نگاه کنند و این اتفاق خوبی است که می‌تواند به‌الگویی برای سایر کشورها تبدیل شود. گاهی اوقات، یک طرح می‌تواند نقشی نو دراندازد؛ در آمریکا

هستند، ولی دور از مراکز شهری قرار دارند. دور بودن آنها باعث می‌شود خیلی از افراد از آن حمایت نکنند. اما قرار نیست همیشه برای صاحب‌خانه شدن به خارج از شهر برویم. بسیاری از افراد به دلیل شرایط کاری نمی‌توانند خانه‌ای در حاشیه شهر خریداری کنند و در آن به زندگی ادامه دهند. در واقع آنها ناچار می‌شوند هر روز مسافت زیادی را طی کنند و چنین چیزی برای کار روزانه تقریباً غیرممکن است. پس باید به فکر خانه‌ای داخل شهر باشند.

یک سقف، بی‌توقع

دولت‌ها برای این که مردم را در داخل شهرها هم خانه‌دار کنند، به راه‌کاری دیگر فکر کردند؛ ساخت واحدهای مسکونی با مترای پایین. خانه‌ها بر اساس مترای قیمت‌گذاری می‌شوند و طبیعی است که خانه‌هایی با مترای پایین، قیمت مناسب‌تری داشته باشند. این مسئله به عنوان ترفندی برای خانه‌دار کردن افراد به کار می‌رود. کسانی که با وام‌های اندک مسکن و کمترین پس‌اندازهای خود قصد خانه‌دار شدن دارند، بهتر است به سراغ خانه‌هایی کوچک با مترای پایین بروند. برای مثال، در تهران می‌توان خانه‌هایی با مترای ۳۰ تا ۵۰ متر پیدا کرد. به این ترتیب، افراد می‌توانند متناسب با بودجه‌ای که دارند، صاحب‌خانه شوند. البته برخی از مناطق، وضعیت متفاوتی دارند و حتی قیمت پایین‌تری دارند. کسانی که به دنبال خانه می‌گردند، بهتر است به سراغ این مناطق بروند. در مناطق ارزان‌نشین، حتماً می‌توانند مالک خانه جدیدی شوند.

بسیاری از مردم برای این که به رویای خانه‌دار شدن خود رنگ حقیقت بپاشند، از برخی مزیت‌ها چشم‌پوشی می‌کنند و این هم می‌تواند راه‌کاری برای خانه‌دار شدن باشد. برای مثال، خانه‌هایی که پارکینگ دارند، به دلیل زمینی که برای پارکینگ استفاده می‌شود، گران‌تر هستند و در نتیجه اگر فردی صاحب ماشین نیست، می‌تواند به راحتی دور پارکینگ را خط بکشد و از این طریق، صاحب خانه‌ای بهتر شود. برخی از خانه‌ها در طبقات بالا قرار دارند، اما آسانسور ندارند. عدم وجود آسانسور یکی دیگر از شرایطی است که می‌تواند افراد کم‌درآمد را صاحب‌خانه کند. کسانی که سن‌وسال کمتری دارند، یا بیماری فیزیکی خاصی ندارند، می‌توانند چنین خانه‌هایی را خریداری کنند و بالاخره به آرزوی خودشان یعنی خانه‌دار شدن دست پیدا کنند. همیشه اختلاف قیمت زیادی بین خانه‌ای که در طبقه چهارم و پنجم یک ساختمان بدون آسانسور قرار دارد، با طبقه اول و دوم هست.

این روزها خانه‌دار شدن در همه نقاط دنیا برای مردم، به‌ویژه جوانان، به رویایی دست‌نیافتنی تبدیل شده. با این حال، دولت‌ها با برخی طرح‌ها تلاش می‌کنند هم‌چنان به این رویا رنگ واقعیت بپاشند. برخی افراد بالاخره خانه‌دار می‌شوند، برخی هم قید برخی مزیت‌ها را می‌زنند و به هر طریقی شده در یک چهاردیواری پناه می‌گیرند. اما برخی از افراد همیشه بی‌خانه می‌مانند. آنها به حمایت‌های دیگری نیاز دارند تا همان سقفی هم که بر سرشان است، از دست نرود.

واحد مسکونی احداث شود. در این طرح، بافت‌های شهری بازآفرینی می‌شوند و مردم می‌توانند در شهرهای مختلف، صاحب‌خانه شوند. حالا هر کسی که رویای خانه‌دار شدن دارد، می‌تواند به عنوان متقاضی در این طرح ثبت‌نام کند. ظاهراً مردم استقبال گرمی هم از این طرح کرده‌اند.

مسکن یا اشتغال، مسئله این است!

مسکن به اندازه اشتغال اهمیت دارد، اما در اکثر کشورها به این دو مقوله توجه یکسانی صورت نگرفته است. برای مثال، در آمریکا درصد اشتغال بسیار بالاست. نرخ بی‌کاری در این کشور به پایین‌ترین میزان خود رسیده و به نظر می‌رسد مردم شرایط خوبی به لحاظ اشتغال دارند. دولت دونالد ترامپ هم به خودش می‌بالد و می‌گوید افزایش نرخ اشتغال به دلیل سیاست‌های موفق آن‌هاست. اما مقامات در دولت پیشین یعنی دولت باراک اوباما می‌گویند اتفاقی که در زمینه اشتغال در آمریکا رخ داده، از زمان اوباما کلید خورده و ترامپ صرفاً آن را به ارث برده است. حالا خوب یا بد این ماجرا اهمیتی ندارد، مهم این است که در آمریکا اشتغال وضعیت خوبی دارد. اما در مقابل، مسکن وضعیت مطلوبی ندارد. به گزارش فورچون، تعداد مشاغل جدیدی که در ایالات متحده ایجاد شده، بسیار بیشتر از خانه‌های جدید است. این یعنی دولت‌ها باید به همان اندازه که به مسئله مهمی مثل اشتغال توجه دارند، مسئله‌ای مثل مسکن را هم مدنظر داشته باشند. وقتی نرخ بهره وام‌های مسکن بالا باشد، افراد نمی‌توانند از آن وام استفاده کنند. در نتیجه اقداماتی که برای خانه‌دار شدن افراد صورت می‌گیرد، باید رویه‌ای منطقی و عقلانی داشته باشد تا همه را به درستی به این ماجرا دعوت کند.

این خانه دور است

یکی از روش‌هایی که دولت‌ها در کشورهای مختلف برای خانه‌دار کردن افراد در پیش می‌گیرند، ساخت مسکن‌های ملی در حاشیه شهرهاست. نمونه این مسکن در ایران هم مشاهده شده و این طرح در جهان امری مرسوم است. زمین در حاشیه شهرها ارزش کمتری دارد، در نتیجه دولت می‌تواند با پرداخت تسهیلات و هزینه‌ای بسیار کم و در عین حال حمایت از رویه‌های ساخت، بسیاری از افراد را در حاشیه شهرها صاحب‌خانه کند. این خانه‌ها اغلب با کیفیت

یکی از روش‌هایی که دولت‌ها در کشورهای مختلف برای خانه‌دار کردن افراد در پیش می‌گیرند، ساخت مسکن‌های ملی در حاشیه شهرهاست. نمونه این مسکن در ایران هم مشاهده شده و این طرح در جهان امری مرسوم است. زمین در حاشیه شهرها ارزش کمتری دارد، در نتیجه دولت می‌تواند با پرداخت تسهیلات و هزینه‌ای بسیار کم و در عین حال حمایت از رویه‌های ساخت، بسیاری از افراد را در حاشیه شهرها صاحب‌خانه کند. این خانه‌ها اغلب با کیفیت هستند، ولی دور از مراکز شهری قرار دارند





● گزارش
غزال بابایی
گزارشگر

گزارش و خارزم از تازه‌واردهای بورسی

چرخاندن چرخ اقتصاد از سوی تازه‌واردها

نقش پررنگی ایفا می‌کند. ورود سهام‌دار جدید به بازار سهام از دو وجه دیگر نیز می‌تواند به بازار کمک برساند. در شرایط فعلی ورود پول‌های جدید به معاملات سهام نشان می‌دهد انگیزه سرمایه‌گذاری در باقی بازارهای سرمایه‌گذاری همچون دلار، سکه، مسکن و بازار پول به شدت کاهش یافته است.

آمارها نشان می‌دهد نیمه نخست ۹۸ با درخشش ویژه بورس در برابر رکود دیگر بازارها به پایان رسید. یکه‌تازی بورس در شش ماه نخست ۹۸ با بازدهی ۶۹ درصدی در برابر روند منفی سکه و ارز رقم خورد. در این میان همان‌طور که عنوان شد، شاهد صدور ۲۶۰ هزار کد معاملاتی جدید در بازار سهام بودیم. بررسی جزئیات این امر نشان می‌دهد ۸۴ هزار و ۵۰۰ کد مربوط به سهام‌داران حقوقی بوده و به این ترتیب، مابقی در اختیار سهام‌داران حقیقی قرار دارد. از سوی دیگر، در این دوره شش ماهه بالغ بر ۱۱۰ کد معاملاتی برای سرمایه‌گذاران خارجی صادر شده و بر این اساس با احتساب این میزان کد خارجی، مجموع کدهای سرمایه‌گذاران خارجی به ۱۳۸۴ عدد رسیده است. با این تفاسیر، به ابعاد جدید این موضوع پرداخته‌ایم که شاید برای همگان اهمیت داشته باشد. این که سهام‌داران تازه‌وارد بازار سرمایه چه اقدامی را باید انجام دهند تا تسلیم اغواگران نشوند، چهار چوب اصلی این گزارش را تشکیل می‌دهد.

تازه‌واردها توجه کنند

کیوان شیخی، کارشناس بازار سرمایه، در گفت‌وگویی که با «خارزم» داشت، به تازه‌واردهای بورسی توصیه کرد: اکنون ارزش بازار سرمایه بسیار بالا رفته و در اوایل پاییز سهام شرکت‌های فولادی در بورس عرضه شد، که این موضوع ارزش بازار سرمایه را نسبت به بازارهای دیگر افزایش داد.

او با بیان این که بازار سرمایه در شرایط تحریم اقتصادی نگذاشت سهام‌دارانش زیان کنند، افزود: تازه‌واردهای بورس از کسانی مشاوره بگیرند که دارای مجوز رسمی از سازمان بورس هستند

یکی از مهم‌ترین بحث‌های اقتصادی که در ماه‌های اخیر مطرح شده، مربوط به سرمایه‌گذاری در بورسی است که توانسته مخاطبان زیادی داشته باشد و نظر سهام‌داران را به خود جلب کند. بازار سرمایه با وجود تحریم‌ها توانسته سود خوبی نصیب سهام‌داران خود کند و همین امر موجب شده برخی صاحبان سرمایه‌های خرد به منظور سرمایه‌گذاری وارد این بازار شوند.

یک قانون نانوشته در اقتصاد وجود دارد که پول به سمتی خواهد رفت که سود داشته باشد، و زمانی که پول به سمت بازارهای دلار، مسکن، خودرو یا هر بازار دیگری می‌رود، قطعاً سود در آن وجود دارد. اما کشورهای پیشرفته با اعمال سیاست‌های هدایتی در راستای تقویت تولید این پول را به سمت بازارهای تولیدی هدایت می‌کنند. به گونه‌ای که به غیر از سرمایه‌گذاری در بخش تولید، از سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌ها مالیات دریافت می‌کنند و صاحبان سرمایه ترجیح می‌دهند پول خود را در جایی سرمایه‌گذاری کنند که از مالیات معاف باشد. به شرایط اقتصادی ایران بازگردیم که قطعاً خیلی خاص‌تر از اقتصادهای دنیاست. این روزها کارگزاری‌ها با صف‌های طولانی متقاضیان برای دریافت کد معاملاتی و ورود به گردونه معاملات بازار سهام روبه‌رو هستند. شرایطی که سبب شده ارزش معاملات خرد سهام از سطوح ۱۰۰ میلیارد تومانی در سال گذشته، این روزها از سه‌هزار میلیارد تومان هم فراتر رود. در این میان نگاهی به اثرات ورود پول‌های تازه بر بازار سهام انداخته‌ایم.

سرازیر شدن نقدینگی به بازار سهام

افزایش جریان نقدینگی ورودی به معاملات سهام از یک سو سبب سبقت گرفتن تقاضا از عرضه می‌شود. این مهم در بازاری که عمق کمی دارد و از سهام شناور ناچیزی برخوردار است،

تقریباً همه بازارهای اقتصادی کشور دارای رکود است، اما بازار سرمایه در این وضعیت توانسته سود سهام‌داران را تضمین کند، و این نشانه خوبی برای آینده اقتصاد ایران است. چندی پیش صندوق بین‌المللی پول گزارشی منتشر کرد که در سال آینده رشد اقتصادی بدون نفت ایران بیش از یک درصد خواهد بود و اغلب این موارد ناشی از سرمایه‌گذاری خرد و کلان صاحبان سرمایه در بورس است

شتاب زده عمل می‌کنند، که این بدترین نوع رفتار به عنوان یک سرمایه‌گذار است. این سرمایه‌گذاران با تحلیل‌های لحظه‌ای سعی دارند از سرمایه خود صیانت کنند و همین موضوع باعث می‌شود به سودهای اندک اکتفا کنند. متأسفانه مسئله سود بانکی در کشور ما باعث شده سرمایه‌گذاری در بحث حقیقی اقتصاد با چالش اساسی روبه‌رو شود و هر بار که سرمایه‌داران سرمایه‌ای در اختیار دارند، اولین ترجیحشان بانک است که ارزش افزوده‌ای برای اقتصاد ندارد و موجب تورم می‌شود، اما اگر همین ارقام در بازار سرمایه یا بخش تولیدی سرمایه‌گذاری شود، شاید بنگاه‌های اقتصادی دیگر نیازی به تسهیلات بانکی نداشته باشند و رونق تولید صورت بگیرد.

این کارشناس اقتصادی وضعیت سرمایه‌گذاری در شرایط فعلی اقتصاد را سخت دانست و گفت: صرف ریسک عموماً در سرمایه‌گذاری‌ها لحاظ می‌شود و اگر صرف ریسک را برای ایجاد رقابت به سرمایه‌گذاری ۱۰ درصد در نظر بگیریم، یک سرمایه‌گذار باید سود سرمایه خود را ۲۰ درصد محاسبه کند، تا اقدام به سرمایه‌گذاری کند. طبیعتاً این بازدهی در شرایط ثبات اقتصادی ممکن نیست و تنها در تلاطم‌های شدید اقتصادی است که توجیه دارد، یا سود بدون ریسک بانکی.

به گفته این نماینده مجلس، هر بازاری دارای نوسان است و کسانی در یک بازار موفق هستند که سرمایه‌گذاری خود را میان مدت ببینند تا ارزش سرمایه آن‌ها افزوده شود. این نکته برای سرمایه‌گذاران تازه‌وارد به بورس اوراق بهادار بسیار حائز اهمیت است که برای حفظ سرمایه و ماندن موفق در بازار سرمایه، باید علاوه بر دقت لازم در انتخاب نوع سهام و وضعیت بنیادین آن، ارزش ذاتی سهم در شرایط کنونی را ارزیابی کنند. پورا بر ایمی به سرمایه‌گذاران تازه‌وارد در بورس پیشنهاد کرد: اگر سرمایه‌گذاران به جای خرید یک سهم سبد سهام خریداری کنند، ریسک سرمایه‌گذاری‌شان کاهش بسیار زیادی خواهد داشت. هم‌چنین با ارزیابی ارزش سهام خریداری شده در بلندمدت، سرمایه خود را در زمان موج‌های اصلاحی و ریزش، با شتاب‌زدگی و تصمیم‌های هیجانی به مخاطره نیندازند.

این کارشناس بازار سرمایه با اعتقاد بر این که چرخش ناگهانی از صف خرید به فروش و برعکس ممکن است با رفتارهای سلیقه‌ای و به دور از تحلیل مناسب و حساب‌شده روی دهد، افزود: به این دسته از سهام‌داران توصیه می‌شود به منظور حفظ سرمایه خود، جدای از بررسی ارزش ذاتی سهم مورد نظر، سبد سهام خود را به تحلیل ارزشمند بودن سهام در میان مدت و بلندمدت اختصاص دهند.

و به مشورت افرادی که تخصص این حوزه را ندارند، اعتنا نکنند. برخی افراد سودجو قصد دارند با هدایت سرمایه تازه‌واردها آن‌ها را مایوس کنند تا سرمایه‌گذاری در بخش مولد اقتصاد کاهش یابد. درست است که ریسک در بازار وجود دارد، اما عده‌ای از افراد سوءاستفاده‌گر در فضای مجازی، سرمایه‌گذاران تازه‌وارد را اغوا می‌کنند. باید به تحولات بنیادی شرکت‌ها و اطلاعات آن‌ها توجه کرد و سرمایه‌گذار تحت تأثیر فضای غبارآلود مجازی و هیجانانگیز و اغواگری عده‌ای سودجو قرار نگیرد، بلکه از مراجع مشاوره رسمی دارای مجوز یا افراد مورد اعتماد مشورت بگیرد. شیخی با اشاره به این که صندوق‌های سرمایه‌گذاری فرصتی برای تازه‌واردهای بورس محسوب می‌شود، تأکید کرد: اگر صاحبان سرمایه پول خود را وارد بورس کنند، قطعاً در آینده سود بیشتری نسبت به سرمایه‌گذاری در حوزه‌هایی مانند مسکن و خودرو برایشان آورده خواهد داشت. اکنون بخش‌های پتروشیمی و پالایش فرآورده‌های نفتی توانسته‌اند جای پای خود را در بورس محکم کنند و سهام‌داران زیادی داشته باشند. این کارشناس بازار سرمایه در مورد نوسانات بازار سرمایه گفت: تقریباً همه بازارهای اقتصادی کشور دارای رکود است، اما بازار سرمایه در این وضعیت توانسته سود سهام‌داران را تضمین کند، و این نشانه خوبی برای آینده اقتصاد ایران است. چندی پیش صندوق بین‌المللی پول گزارشی منتشر کرد که در سال آینده رشد اقتصادی بدون نفت ایران بیش از یک درصد خواهد بود و اغلب این موارد ناشی از سرمایه‌گذاری خرد و کلان صاحبان سرمایه در بورس است.

شیخی با بیان این که هرچند به نظر می‌رسد با توجه به مسائل سیاسی رخ داده و تحریم‌های ایجادشده، تمایل سرمایه‌گذاران خارجی برای حضور در بازار سرمایه ایران نیز به شکل محسوسی کاهش پیدا کند، گفت: صدور کد بورسی جدید بیان‌گر آن است که هم‌چنان نشانه‌هایی از امید در این زمینه وجود دارد. هم‌چنین یکی دیگر از آمار قابل توجه در شش ماه نخست سال ۹۸، افزایش فعالیت زنان در بازار سرمایه است؛ به طوری که بیش از ۴۰ درصد از کدهای صادرشده در نیمه نخست سال مربوط به بانوان بوده که این امر بیان‌گر افزایش تمایل زنان به ورود در بازارهای مالی، به‌ویژه بازار سرمایه، و مشارکت آن‌ها در این بازار است.

مهم‌ترین چالش سرمایه‌گذاری، سود بانکی است

محمد رضا پورا بر ایمی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی، به «وخارزم» گفت: برخی افراد در صورت نوسان بازار

درست است که ریسک در بازار وجود دارد، اما عده‌ای از افراد سوءاستفاده‌گر در فضای مجازی، سرمایه‌گذاران تازه‌وارد را اغوا می‌کنند. باید به تحولات بنیادی شرکت‌ها و اطلاعات آن‌ها توجه کرد و سرمایه‌گذار تحت تأثیر فضای غبارآلود مجازی و هیجانانگیز و اغواگری عده‌ای سودجو قرار نگیرد، بلکه از مراجع مشاوره رسمی دارای مجوز یا افراد مورد اعتماد مشورت بگیرد

سه میلیون کد معاملاتی از آن زنان

کلاس‌های آموزشی متعدد حضوری و غیر حضوری و هم‌چنین در دسترس بودن اطلاعات بازار با توجه به وجود شبکه‌های اجتماعی، بانوان می‌توانند در بازار سرمایه آموزش ببینند و با نگاه متفاوت خود با سرمایه هر چند اندک شروع به کار و سرمایه‌گذاری کنند. البته بررسی آمار نشان از افزایش مشارکت زنان طی سال‌های اخیر دارد، به طوری که در سال ۸۷ تنها بالغ بر ۶۱۱ هزار کد سهام‌داری برای بانوان فعال شده بود که این رقم در حال حاضر به بیش از سه میلیون کد می‌رسد. یعنی ورود سهام‌داران زن به بازار سرمایه طی این ۱۲ سال، پنج برابر شده و تقریباً با نرخ رشد ورود آقایان به این بازار برابری می‌کند. در این میان، بررسی تعداد صدور کدهای معاملاتی از سال ۸۷ تاکنون نشان می‌دهد بیشترین درصد رشد صدور کد برای خانم‌ها مربوط به سال ۹۰ بوده است.

نقش زنان در بازارهای مالی و به‌ویژه بازار سرمایه، روندی رو به پیشرفت دارد و از این بابت شاید بتوان آن‌ها را جزو تازه‌واردهای بازار سرمایه حساب کرد. البته باید عنوان کرد که تا رسیدن به شرایط تساوی و حتی برتری زنان، گام‌های زیادی باید برداشته شود. در این میان بانوان در بخش‌های مدیریت میانی در حال پیدا کردن جایگاه خود هستند، به طوری که در سال‌های اخیر ما شاهد حضور و فعالیت پررنگ‌تر بانوان در مباحث مدیریت مالی هستیم. از سوی دیگر، با توجه به امکانات زیادی که از سوی نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه ایجاد شده، بانوان خانه‌دار نیز می‌توانند با فرهنگ‌سازی مناسب و اطلاع از این درگاه‌های الکترونیکی به معامله در بازار سهام بپردازند. خوش‌بختانه با توجه به امکانات موجود در بازار سرمایه و حرکت به سمت معاملات آن‌لاین، وجود



آشنایی گام به گام با بازاریابی صادرات

بازاریابی

بین‌المللی برای محصولات یا خدمات، فقدان برنامه اجرایی برای پیاده‌سازی استراتژی بازاریابی بنگاه یا شرکت است. از این رو شاید بتوان گفت کلید حل معما، یافتن پاسخی برای این پرسش است که برنامه اجرایی برای پیاده‌سازی استراتژی بازاریابی چیست. برنامه اجرایی برای پیاده‌سازی استراتژی بازاریابی، دربرگیرنده مجموعه‌ای از اقدامات در حوزه بازاریابی صادرات است که اجرای گام به گام و دقیق آن‌ها منجر به کسب موفقیت در آن حوزه می‌گردد. با کمی تساهل و تسامح، می‌توان این اقدامات را در پنج گام کلی به شرح آن‌چه در ادامه خواهد آمد، بیان کرد. شاید اغراق نباشد اگر گفته شود اجرای دقیق مراحل زیر می‌تواند منجر به افزایش سود و رشد بازار فروش محصولات یا خدمات شرکت در بازارهای بین‌المللی هدف شود.

- گام نخست: شناسایی بازار هدف
- گام دوم: تدوین استراتژی‌های بازاریابی صادرات
- گام سوم: آماده‌سازی ابزارهای ارتباطات بازاریابی
- گام چهارم: ترویج
- گام پنجم: ایجاد درخواست

این مراحل پنج‌گانه با یکدیگر مرتبط است و در صورتی منجر به نتیجه مطلوب می‌شود که هر یک به‌درستی انجام گیرد.

بازاریابی صادرات فرایندی پیوسته و دائمی است که با در نظر گرفتن الزامات زمانی و شرایط کلی حاکم بر بازار و

دکتر مجتبی پیرزاد، کارشناس کارآفرینی و توسعه بازار، عضو هیئت علمی دانشگاه

شرکت‌ها و بنگاه‌هایی که در اندیشه گسترش بازارهای بین‌المللی برای محصول یا خدمات خود هستند، باید ابتدا در مورد ورود به بازار صادرات به قطعیت برسند و سپس در مورد انتخاب مقاصد صادراتی و روش‌های صادرات به مقاصد تعیین‌شده، جمع‌بندی لازم را انجام دهند.

بازاریابی صادرات در حقیقت مترادف با اجرای دقیق فرایند تدوین‌شده در قالب یک استراتژی بازاریابی با هدف کسب موفقیت در بازارهای بین‌المللی است.

سوالی که مطرح می‌شود، این است که برنامه اجرایی برای پیاده‌سازی استراتژی بازاریابی چیست؟ این برنامه دربرگیرنده مجموعه‌ای از اقدامات در حوزه بازاریابی صادرات است که اجرای گام به گام و دقیق آن‌ها منجر به کسب موفقیت در آن حوزه می‌شود. باید توجه داشت که بازاریابی صادرات، تنها به معنی شناسایی خریداران یا واردکنندگان کشور مقصد و ترغیب آن‌ها به ارائه سفارش خرید نیست. بازاریابی صادرات در حقیقت مترادف با اجرای دقیق فرایند تدوین‌شده در قالب یک استراتژی بازاریابی با هدف کسب موفقیت در بازارهای بین‌المللی است. عزاز موتیولا، بنیان‌گذار و مدیرعامل مشاوران بازاریابی IKON هندوستان، بر این باور است که دلیل ناکامی بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی در ورود به عرصه صادرات یا عدم موفقیت آن‌ها در حفظ و گسترش بازارهای

عملکردی هوشمندانه‌تر است. فضای مجازی در شرایط اخیر به چند دسته تقسیم می‌شود:

۱. راه‌اندازی وبسایت

یک وبسایت مناسب می‌تواند به عنوان یک فروشگاه عمل کند. برای این فروشگاه مجازی ویتترین مناسبی می‌بایست ایجاد کرد. این ویتترین باید علاوه بر این که معرف یک وبسایت ایرانی باشد، با فرهنگ کشور مقصد نیز هم‌خوانی داشته باشد. از سویی، وبسایت می‌بایست محصولات و امکانات موجود در بنگاه اقتصادی را برای راحتی بیشتر مصرف‌کنندگان در کشور مقصد به طور کامل معرفی کند. نکته مهم در وبسایت‌ها راحتی و جذابیت محیطی برای کاربران است. هم‌چنین وجود زبان کشور مقصد در وبسایت یا در حالت بهتر آن معرفی محلی در کشور مقصد به عنوان پایگاه می‌تواند تأثیرگذاری وبسایت را افزایش دوچندانی بدهد.

۲. شبکه‌های مجازی

اینستاگرام، فیس‌بوک، یوتیوب و سایر فضاهایی را نیز که امکان تعامل مجازی را ایجاد می‌کنند، نباید فراموش کرد. حضور در این شبکه‌ها می‌تواند در وهله اول روی مشتریان خرد و پس از آن در ایجاد ارتباط با واردکنندگان کشور مقصد اثرگذار باشد.

جذابیت در طرح‌های گرافیکی، موجز بودن متون و هم‌چنین پیام‌رسانی مناسب در حفظ اختصار، عامل موفقیت در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. از سوی دیگر، توجه به فرهنگ و آداب و رسوم کشور مقصد در کنار فرهنگ ایرانی نشان‌دهنده اصالت تولیدکننده و هم‌چنین برقرارکننده ارتباط فرهنگی با کشور مقصد خواهد بود.

۳. سایت‌های تجارت الکترونیک

در فضای مجازی وبسایت‌هایی وجود دارند که در زمینه تجارت الکترونیک فعالیت می‌کنند و در واقع پل ارتباطی مابین تجار صادرکننده و تجار واردکننده هستند. اصطلاحاً به این وبسایت‌ها، وبسایت‌های (Business To Business) یا (B2B) گفته می‌شود.

در این وبسایت‌ها شرکت‌های تجاری، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان و همان‌طور که گفته شد، تجار می‌توانند به معرفی خود بپردازند و هم‌چنین با جست‌وجو در بین اطلاعات موجود در این وبسایت‌ها مشتریان خوبی برای خود به دست آورند.

از آن‌جایی که اصولاً این وبسایت‌ها به بررسی مستندات و حتی در مواردی بازدید حضوری از بنگاه‌های اقتصادی می‌پردازند، بنابراین فضاهای مناسبی برای شروع مذاکرات تجاری شناخته شده‌اند و اعتبار خوبی در دنیای تجارت جهانی کسب کرده‌اند.

اقتصاد در عرصه بین‌المللی می‌توان مراحل گوناگون آن را بازنگری کرد.

شیوه‌های نوین بازاریابی صادرات محور

پس از آن که استراتژی بازاریابی مشخص و هدف‌گذاری‌های اولیه نیز تعیین شد، مرحله بازاریابی در سطح بین‌الملل آغاز می‌گردد. تجربه این‌جانب در زمینه بازاریابی فرامرزی و بین‌المللی نشان می‌دهد این زمینه نیازمند هزینه‌های گزاف نیست و از روش‌های ارزان‌قیمت‌تر نیز می‌توان به نتایج خوب و در صورت طراحی هوشمندانه طرح بازاریابی‌های نوین حتی نتایجی بهتر از شیوه‌های کلاسیک دست یافت. اما همان‌طور که گفته شد و در یادداشت‌های قبلی اشاره کردم، قبل از شروع به بازاریابی می‌بایست اهداف عملکرد و مهم‌تر از آن بازار و کشور هدف تعیین گردد. در صورتی که کشور هدف به‌درستی انتخاب شود، علاوه بر این که هزینه‌های جانبی به حداقل ممکن کاهش پیدا می‌کند، خطرهای تجاری نیز حداقل می‌شود و سود حاصل افزایش خواهد یافت.

برای شناخت کشور هدف مناسب عواملی را می‌بایست در نظر گرفت که برخی از آن‌ها معرفی می‌گردد:

۱. تراز تجاری کشور مقصد
۲. تاریخچه واردات از کشور مبدا
۳. روابط سیاسی و اقتصادی دو کشور
۴. هزینه‌ها و قوانین گمرکی و واردات
۵. فاصله بین دو کشور و راه‌های حمل‌ونقل تجاری
۶. میزان جمعیت و جغرافیای انسانی
۷. فرهنگ و رسوم و رفتارهای اجتماعی
۸. امکانات و شیوه‌های بازاریابی ممکن
۹. حجم واردات و برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت اقتصادی

۱۰. محصولات وارداتی رقیب موجود در بازار

۱۱. محصولات تولیدی رقیب موجود در بازار

۱۲. ارزش پولی و برابری ارزی

۱۳. حجم مصرف داخلی

کشوری که از بوته بررسی این عوامل عبور کرده و انتخاب شده است، آماده تعیین استراتژی حضور است و پس از آن برای بازاریابی مهیاست که در ادامه به آن پرداخته می‌شود. هنگامی که کشور هدف مشخص شد، روش ورود به بازار می‌بایست تعیین گردد و پس از آن سایر استراتژی‌ها و راه‌کارهای عملیاتی تعیین خواهد شد که از روش برندینگ تا نحوه قیمت‌گذاری و شیوه توزیع را در بر می‌گیرد. (با توجه به گستردگی موضوع، تبیین این استراتژی و سایر راه‌کارهای مطرح‌شده، نیازمند فضای مجزایی از این مقاله است.)

روش‌های نوین برای بازاریابی در بازارهای بین‌المللی

فضای مجازی فرصت‌های نوینی را برای معرفی محصولات در بازارهای بین‌المللی ایجاد کرده است که البته نیازمند



یلوپیج‌ها کتاب‌ها یا وبسایت‌هایی هستند که بانک اطلاعات مشاغل را در خود جای داده‌اند و نمونه‌هایی از آن در ایران رواج دارد. یلوپیج‌ها گونه دیگری برای معرفی شرکت و هم‌چنین یافتن واردکننده مناسب در کشور مقصد هستند. برای یافتن یلوپیج‌های یک کشور از موتورهای جست‌وجوگر می‌توان استفاده کرد

۴. تبلیغات اینترنتی

در وبسایت‌های جست‌وجو مانند گوگل یا یاهو، فضایی برای جذب تبلیغات مشخص شده است که با قیمت‌ها و شرایط متفاوتی می‌توان از آن‌ها بهره برد. این تبلیغات می‌تواند شناخت بازار نسبت به برند مزبور را هم برای مصرف‌کنندگان نهایی و هم برای واسطه‌ها افزایش دهد.

البته آگهی‌نامه‌های اینترنتی نیز وجود دارد؛ این موارد همانند آگهی‌نامه‌های کاغذی به درج آگهی‌های متفاوت با قیمت‌ها و اندازه‌های متفاوت و گاهی رایگان می‌پردازد. انتخاب آگهی‌نامه مؤثر و کاربردی نیازمند تحقیق و بررسی کافی است.

ارسال پیام‌های تبلیغاتی از طریق نامه‌های الکترونیکی یا شبکه‌های اجتماعی همچون واتساپ یا تلگرام می‌تواند اثرگذار باشد. البته انتخاب شبکه اجتماعی صحیح با توجه به استفاده مخاطب در کشور مقصد و همچنین حفظ اختصار و جذابیت در متن و تصاویر می‌تواند تأثیرگذاری این نوع از تبلیغات را افزایش دهد.

این تبلیغات در جهان عمری تقریباً ۲۰ ساله دارند و هر روز در حال توسعه و نوآوری بیشترند. بنابراین همیشه می‌بایست در حال رصد نوآوری‌ها در این زمینه بود.

۵. اپلیکیشن‌ها

با ورود گوشی‌های هوشمند به بازار و فراگیر شدن آن‌ها در دنیا، نوع جدیدی از بازاریابی و معرفی محصول ایجاد شد که بخشی از بازاریابی محتوامحور را شامل می‌شود. برای ورود به این عرصه از تبلیغات بنگاه می‌بایست در ابتدا محتوای مناسبی را با توجه به محصول یا محصولاتی که قصد بازاریابی آن‌ها را دارید، تولید کنید. این محتوا هر

چقدر که کاربردی‌تر باشد، بهتر وظیفه بازاریابی خود را انجام خواهد داد. سپس اپلیکیشن متناسب با محتوا ایجاد و در اپلیکیشن‌هایی که به عرضه سایر اپلیکیشن‌ها می‌پردازند، قرار داده می‌شود. باید یادآور شد که استفاده از زبان‌های کشورهای هدف در اپلیکیشن موضوعی بدیهی است. برای مثال یک شرکت تولیدکننده کفش‌های ورزشی در آلمان، اپلیکیشنی را ارائه کرده است که ضربان قلب و سایر اطلاعات سلامت ورزشکاران را محاسبه و بررسی می‌کند. از آنجایی که این شرکت قصد دارد مشتریانی فراتر از مرزهای خود را جذب کند، بنابراین در این اپلیکیشن امکان استفاده از بیش از ۱۰ زبان بین‌المللی وجود دارد.

از سوی دیگر، برخی از توسعه‌دهندگان اپلیکیشن‌ها نیز اقدام به تولید اپلیکیشن‌های رایگانی می‌کنند که در بخشی از آن اپلیکیشن‌ها آگهی نمایش داده می‌شود. می‌توان برای ورود به اپلیکیشن‌ها از این شیوه آغاز کرد.

۶. یلوپیج (صفحات زرد)

یلوپیج‌ها کتاب‌ها یا وبسایت‌هایی هستند که بانک اطلاعات مشاغل را در خود جای داده‌اند و نمونه‌هایی از آن در ایران رواج دارد. یلوپیج‌ها گونه دیگری برای معرفی شرکت و همچنین یافتن واردکننده مناسب در کشور مقصد هستند. برای یافتن یلوپیج‌های یک کشور - البته اصولاً شهرهای بزرگ دنیا نیز دارای یلوپیج‌های اختصاصی‌اند - از موتورهای جست‌وجوگر می‌توان استفاده کرد. به عنوان مثال:

یلوپیج اتحادیه اروپا:

www.europages.com

یلو پیج بین‌المللی:

www.worldyellowpages.com

جذابیت در طرح‌های گرافیکی، موجز بودن متون و هم‌چنین پیام‌رسانی مناسب در حفظ اختصار، عامل موفقیت در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. از سوی دیگر، توجه به فرهنگ و آداب و رسوم کشور مقصد در کنار فرهنگ ایرانی نشان‌دهنده اصالت تولیدکننده و هم‌چنین برقرار کننده ارتباط فرهنگی با کشور مقصد خواهد بود





گفت‌وگو با دکتر امین اسداللهی، مشاور بازاریابی و تحقیقات بازار

بدون تحقیقات بازار دست به کار نشوید!



شرایط بحران فقط با کمبود و تأمین مواد اولیه مواجه نیستند، امکان دارد دیرکرد حقوق کارکنان باعث نارضایتی آنها شود و کارکنان نارضایتی را به مشتریان منتقل کنند. مشتریان در چنین مواردی دیگر تمایل به خرید از برند ندارند و برند نیز با کاهش فروش و سهم بازار مواجه می‌شود. بنابراین تمام عواملی که در زمان بحران رخ می‌دهد، باید به‌دقت ریشه‌یابی شوند و کسب‌وکارها تمام عوامل شکل‌دهنده خود را مانند محصول، کارکنان و فرایندها، فروش و... را به‌دقت بررسی و ریشه‌چالش‌ها را بیابند. کسب‌وکارها پس از تشخیص به سراغ تجویز که همان تدوین استراتژی‌های بازاریابی مناسب برای زمان بحران است، می‌روند.

● تحقیقات بازار در زمان رکود اقتصادی با دوره‌های دیگر متفاوت است؟

در زمان بحران باید تکنیک‌های منحصربه‌فردی را برای تحقیقات بازار اجرا کرد. در چنین شرایطی تحقیقات بر عوامل سیاسی، اجتماعی، زیست‌محیطی، تکنولوژی، فرهنگی و... متمرکز می‌شوند. باید با تحقیقات بررسی کرد که مشکل پیش‌آمده برای کسب‌وکار از کدام یک از عوامل جمعیت‌شناختی ورود پیدا کرده، یا مشکل بر کدام یک از عوامل جمعیت‌شناسی جامعه‌ای که کسب‌وکار در آن فعالیت می‌کند، تأثیر گذاشته است. باید به‌دقت بررسی شود که بحران بر کدام گروه سنی و جنسی (خانم‌ها یا آقایان)، کدام موقعیت جغرافیایی و... تأثیر گذاشته است. مشتریان هر بازاری یک‌سری از افراد با دهک‌های مختلف هستند. مشتریانی که باید به‌دقت عوامل تأثیرگذار بر آنها مورد بررسی قرار بگیرد تا بتوان برای ماندگاری در بازار تصمیم گرفت.

در حال حاضر شرایط بازار ایران بسیار حساس است و اگر کسب‌وکاری دقت نکند، به‌راحتی از گردونه حذف خواهد شد. چنین شرایط پرریسکی نیاز به داشتن اطلاعات لازم برای مسیریابی درست دارد. در ادامه در گفت‌وگویی با دکتر امین اسداللهی، متخصص و مشاور بازاریابی و تحقیقات بازار، به بررسی ضرورت تحقیقات بازار در شرایط بحران پرداخته‌ایم.

● آیا در شرایطی که بسیاری از کسب‌وکارها در پی تأمین مواد اولیه هستند و اکثر آنها از رقابتی نبودن بازار صحبت می‌کنند، تحقیقات بازار جایی دارد؟

دو مؤلفه عرضه‌یابی و امکان‌سنجی در تحقیقات بازار به یکدیگر کمک می‌کنند. زمانی که کسب‌وکاری قصد ورود به بازار یا خلق یک محصول و خدمت جدید را دارد، به مؤلفه امکان‌سنجی در تحقیقات بازار توجه بیشتری می‌شود؛ مؤلفه‌ای که بر آن در زمان ثبات بازار تمرکز می‌شود. از طریق این مؤلفه می‌توان پیش‌بینی کرد که در شش ماه آینده آیا امکان تولید محصول جدیدی وجود دارد یا خیر.

عرضه‌یابی مؤلفه دیگر تحقیقات بازار در شرایط بحران اهمیت فوق‌العاده‌ای پیدا می‌کند. در شرایط بحران بسیاری از کسب‌وکارها دچار عرضه‌های کاهش فروش، نارضایتی مشتریان و... می‌شوند. حال این دسته از کسب‌وکارها در زمان بحران نیاز به تحقیقات بازار دارند که منبع چنین چالش‌هایی را عرضه‌یابی کنند. کسب‌وکارها باید به‌دقت عرضه‌های پیش‌آمده را بررسی و تحلیل کنند تا بدانند کدام فاکتور مانند محصول، کیفیت، تبلیغات، برخورد کارکنان و... باعث بروز چنین چالش‌هایی شده است. در واقع کسب‌وکارها در

کدام روش‌های تحقیقات بازار در زمان بحران کاربردی‌تر هستند؟

تمامی روش‌های تحقیقات بازار در زمان بحران کاربرد دارند، فقط در چنین شرایطی برخی از این روش‌ها برجسته‌تر می‌شوند. برای مثال قرص‌های سردرد مشخص است، اما میزان سردرد نوع قرص را جهت مصرف و درمان مشخص می‌کند. در شرایط بحران اجرای روش گروه کانونی ارجحیت دارد. در چنین شرایطی نباید با مشتریان ناراضی تماس تلفنی داشت و از علل ناراضی آن‌ها مطلع شد. باید به طور حضوری از مشتریان دعوت کرد و به صورت رودرو درباره مشکل پیش آمده با آن‌ها گفت‌وگو کرد. اجرای روش نمایش لیست خرید نیز یکی دیگر از روش‌های کاربردی تحقیقات بازار در زمان بحران است. در چنین شرایطی باید تغییرات لیست خرید مشتریان به‌دقت مورد بررسی قرار بگیرد. تکنیک‌های زبان بدن و توفان فکری نیز در شرایط بحران کاربردی هستند و باید به آن‌ها جدی‌تر نگاه شود. در این مواقع محققان روش پرسش‌نامه را با تحلیل زبان بدن همراه می‌کنند. برای مثال امکان دارد وقتی درباره طعم یک آب‌میوه از مشتریان سؤال می‌کنند، با پاسخ «عالی بود» مواجه شوید. محقق نباید به این پاسخ بسنده کند، چون در شرایط بحران مخاطبان کم‌حوصله‌تر شده و کمتر به کارهای تحقیقاتی علاقه نشان می‌دهند. در این شرایط نمی‌توان از مشتریان توقع داشت ساعتی برای کار تحقیقات وقت بگذارند و پرسش‌نامه طولی را پر کنند. برخی از مشتریان برای پول درآوردن بیشتر زمان برایشان مهم است و نمی‌توان وقت زیادی از آن‌ها گرفت. در این حالت محقق حین دریافت پاسخ از مشتریان، زبان بدن آن‌ها را تحلیل و ارزیابی می‌کند که آیا مشتریان در شرایط اضطرار به سؤالات پاسخ داده‌اند یا خیر. البته در این مواقع باید سؤالات پرسش‌نامه کمتر و فقط به سؤالات کلیدی اکتفا کرد. مکان گفت‌وگو با مشتریان و دریافت پاسخ آن‌ها نیز در شرایط بحران فرق دارد. در این شرایط دیگر نمی‌توان با مشتریان قرار حضوری گذاشت و از آن‌ها دعوت کرد. امکان دارد محقق با حضور در مطب پزشکان یا فرودگاه که مشتریان زمان زیادی را منتظر هستند، با مشتریان ارتباط برقرار و پاسخ سؤالات خود را دریافت کند. بنابراین در این شرایط حتی باید قلمروی مکانی تحقیق را تغییر داد.

داده‌خوانی در شرایط بحران اهمیت دوچندان پیدا می‌کند و برای داده‌خوانی نیاز به استراتژیست است، اما اکثر کسب‌وکارهای ایرانی این بخش را حذف و فقط به دریافت داده و اطلاعات اکتفا می‌کنند؛ اطلاعاتی که معمولاً آن‌ها را متعجب می‌کند. بنابراین برخی از کسب‌وکارها به راحتی داده‌ها را کنار می‌گذارند. به نظر تان چرا در بازار ایران این اتفاق می‌افتد؟

حساسیت و اهمیت داده و اطلاعات تحقیقاتی در بازار ایران خوب درک نشده است. اگر سری به بسیاری از کسب‌وکارهای ایرانی بزنید و از آن‌ها داده‌های تحقیقاتی بخواهید، چیزی برای ارائه ندارند. وقتی از آن‌ها سؤال می‌کنید آیا اطلاعاتی درباره نگاه مشتریان نسبت به محصولات یا نحوه قرارگیری محصولات در قفسه فروشگاه‌ها دارید یا خیر، اطلاعاتی ندارند، یا اگر درباره ارزیابی بسته‌بندی، گرافیک، برندینگ و... از کسب‌وکارها سؤال کنید، پاسخی برای شما ندارند. در

چنین شرایطی باید به کسب‌وکارها بگویید کاملاً مشخص است چرا فروشتان کم شده است. البته گاهی به آن‌ها باید بگویید این که محصولاتتان به فروش می‌رسد، جای تعجب دارد. در واقع آن‌ها اطلاعاتی ندارند که بتوان بر اساس آن استراتژی تدوین کرد. تحقیقات بازار مانند رشته پزشکی است. پزشک برای شروع درمان مریض را به سراغ انجام یک سری آزمایش‌ها می‌فرستد. تا زمانی که آزمایش‌ها نباشد، پزشک به مریض نسخه نمی‌دهد. حال تصور کنید در جامعه‌ای زندگی کنید که پزشکان بدون آزمایش، سی تی اسکن و... بیماران را به اتاق عمل می‌فرستند.

کسب‌وکارها تا زمانی که از بازار تحقیقات نکرده و داده‌ها و اطلاعات را تحلیل و آنالیز نکرده باشند، تمام استراتژی‌های بازاریابی و فروش تدوین شده‌شان بی‌معنی است. هنوز مشخص نیست چطور برخی از کسب‌وکارها بدون داشتن اطلاعات نسبت به افزایش قیمتی محصولاتشان برای سال آینده تصمیم می‌گیرند. آیا در حوزه پزشکی بدون آزمایش کردن تجویز می‌کنند که کسب‌وکارهای ایرانی بدون تحقیقات بازار استراتژی تدوین می‌کنند؟ شرکت‌های بزرگ تحقیقات بازار دنیا با ارائه داده‌های دقیق به کسب‌وکارها کمک می‌کنند. برای مثال آن‌ها با دادن اطلاعات دقیق به کسب‌وکارها می‌گویند اگر دمای فروشگاه را بالا یا پایین بیاورند، در تصمیم‌گیری خرید مشتریان تأثیرگذار است، یا اگر موسیقی مشخصی را برای مشتریان حین خرید پخش کنند، روی خرید محصولات مانند قهوه و... تأثیر می‌گذارد. در همین راستا تحقیقات نشان داده اگر مشتریان با لبخند وارد فروشگاه شوند، احتمال خرید تا ۲۲ درصد افزایش می‌یابد. این در حالی است که بسیاری از فروشندگان ایرانی لبخند مشتریان را از بین می‌برند. اطلاعات این شرکت‌ها فقط به فروش محدود نمی‌شود و داده‌های رفتارشناسی مشتریان و... را نیز شامل می‌شوند.

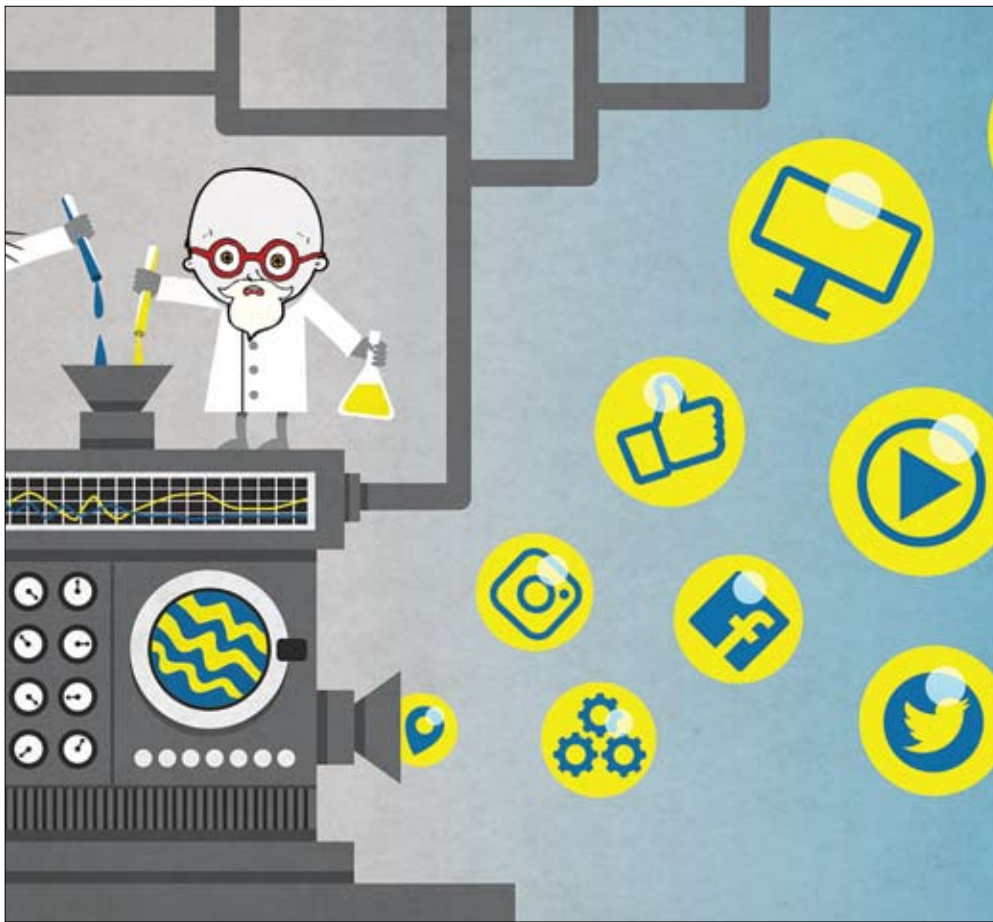
پیشنهادتان برای شرکت‌ها، به خصوص شرکت‌هایی که در حوزه سرمایه‌گذاری فعالیت می‌کنند، چیست؟

بهترین پیشنهاد این است که به دلیل فعالیت پرریسک برندها در شرایط حال حاضر کسب‌وکارها بدون تحقیقات بازار آب هم نخورند. رفتار مخاطبان تغییر کرده و آن‌ها به یک‌باره برندهای مصرفی خود را تغییر می‌دهند. شرکت‌ها به خصوص شرکت‌های سرمایه‌گذاری علاوه بر تحقیقات بازار باید شروع به نوشتن طرح‌های توجیهی کنند. چنین شرکت‌هایی باید به سراغ بازارهایی بروند که بالقوه هستند. بازارهایی که دارای نیازهای بی‌پاسخی هستند که مشتریان به آن‌ها توجه نکرده‌اند. باید نیازهای پنهان شناسایی شوند. چنین نیازهایی باید از سوی برندهای موجود شناسایی و ارزیابی شوند. ارزیابی و شناسایی از طریق تحقیقات بازار صورت می‌گیرد. برای مثال در بازار جهانی کرم‌های ضدآستر و ضدخستگی تولید شده است، یا غذاهای منجمد روز به روز به دلیل شافل بودن زوجین در حال افزایش است. در واقع سرمایه‌گذاری از شناسایی نیازهای پنهان از سوی تحقیقات بازار سرچشمه می‌گیرد.

کسب‌وکارها باید نسبت به سرمایه‌گذاری غلط دقت داشته باشند. با سرمایه‌گذاری غلط بودجه شرکت‌ها هدر می‌رود. در مجموع کسب‌وکارها باید بدانند دیگر فقط تولید محصول کافی نیست. آن‌ها با تولید حس خوب مشتریانانشان را وفادار می‌کنند.



در شرایط بحران بسیاری از کسب‌وکارها دچار عارضه‌های کاهش فروش، ناراضی مشتریان و... می‌شوند. حال این دسته از کسب‌وکارها در زمان بحران نیاز به تحقیقات بازار دارند که منبع چنین چالش‌هایی را عارضه‌یابی کنند. کسب‌وکارها باید به‌دقت عارضه‌های پیش‌آمده را بررسی و تحلیل کنند تا بدانند کدام فاکتور مانند محصول، کیفیت، تبلیغات، برخورد کارکنان و... باعث بروز چنین چالش‌هایی شده است



نشان داران بی نشان

کنیم، خواهیم دید که هیچ نشانی از یک تازان ایرانی وجود ندارد و جالب این است که این اعداد بهای فقط نام آن هاست و این یعنی کیمیاگری، چراکه این ارزش‌ها مبتنی بر دارایی‌های نامشهود است تا مشهود، که شامل ملک و زمین و سرمایه در گردش و موجودی کالا و مواد اولیه است. سؤال مهم این جاست که چه عواملی موجبات این موضوع را فراهم کرده که نشانی از نام‌آوران ایرانی در این رتبه‌بندی جهانی نباشد؟

باید گفت این موضوع به عوامل مختلفی وابسته است و در این بخش به مهم‌ترین آن‌ها می‌پردازیم.

الف) عدم اعتقاد به معنای احترام

در کشورمان با وجود فرهنگ و تمدن کهن و توصیه‌های متعدد در خصوص احترام و محبت واقعاً باید گفت کسب‌وکارهای ایرانی این موضوع را بیشتر یک پز اجتماعی یا تعارفات روزمره می‌دانند تا تعهد سازمانی و نهادینه شدن آن در تمامی لایه‌های سازمانی. به عنوان مثال - با احترام به همه مشاغل - راننده تاکسی که تعهدش رضایت مشتری نیست و فقط کسب درآمد برایش مهم است، پیش‌خدمتی که اگر بیش از یکی دو بار صدایش کنیم، دفعه بعدی با چهره به‌هم‌ریخته یا با رویکرد عدم شنوایی با درخواست شما روبه‌رو می‌شود، استادی که فقط وظیفه خودش می‌داند ارائه مطلب کند، مغازه‌داری که اگر تقاضای بیش از دو بار پرو لباس کنی، حتی اگر به زبان هم نیاورد، در

سال‌هاست با پدیده‌ای به نام برند روبه‌رو هستیم و خیلی‌ها آن را بیشتر به اعجاز و معجزه مرتبط می‌کنند و مقوله برند و برندسازی را فرایندی فراسازمانی و پرهزینه می‌دانند و زمانی که اسامی برندهایی همچون نایکی و اپل و کوکاکولا به میان می‌آید، به راحتی و در چشم به‌هم‌زدنی با این جمله روبه‌رو می‌شویم که اپل است دیگر، کوکاست دیگر.

بیشترین اظهارنظرها و تعابیر، این‌گونه است که ابتدا برند شده‌اند و حال با پولی که به دست آمده، مجموعه اقدامات را انجام می‌دهند. این مقوله همان امر مهمی است که اصطلاحاً خطای ادراکی است که در اکثر سازمان‌ها با آن روبه‌رو هستیم و عموماً مدیران فرایند برندسازی را فرایندی لوکس و پرهزینه می‌دانند و همین دلیل موجب می‌شود آن را در گوشه‌ای از سازمان برای روزی که قرار است مقرر شود فرایند برندسازی را انجام دهند، کنار می‌گذارند، غافل از این که آن روز هیچ‌وقت با این نوع تفکر نخواهد رسید. این موضوع بسیار مهمی است، چراکه این تفکر همچون سمی است که کسب‌وکارهای کشورمان را به کام بازاریابی و فروش محوری کشانده و سبب شده هیچ نشانی از نشان‌داران و برندهای ایرانی در رنکینگ جهانی در ۱۰۰ یا ۵۰۰ برند برتر دنیا جایگاهی نداشته باشند.

اگر به گزارش ۱۰۰ برند برتر دنیا که مجموعه اینتربرند در ارزیابی سالانه خود منتشر می‌کند، دقت

دلش زمزمه «مشتری نیست، خریدار نیست» را می‌کند. غافل از این‌که درآمد ایده‌آل در پس این تفکر مبتنی بر احترام و محبت نهفته است. با تأکید مجدد و با احترام به همه کسب‌وکارها ولی این‌ها تنها بخشی از رویدادهایی است که هم خودمان رفتار می‌کنیم و هم این‌گونه رفتارها را می‌بینیم. باید گفت برندسازی از جنس احترام است و محبت، و این موضوع در ایده‌آل‌ترین شکل خود باید رخ دهد، نه در تعارفی‌ترین حالت.

ب) عدم یک‌پارچگی

اکثر کسب‌وکارهای ایرانی از این دغدغه رنج می‌برند و این عاملی است مهم در تحقق برند، چراکه برندها برای همراه کردن مشتریانشان نیازمند اعتماد هستند و سم مهلکی که اعتماد را از بین می‌برد، تناقض و عدم یک‌پارچگی است. به این سؤال‌ها دقت کنید و در ذهن‌تان به آن‌ها پاسخ دهید. کدام‌یک از شعبات مجموعه رستوران‌های ویونا بهتر است؟ یا کدام‌یک از شعبات کیا گالری پاسخ‌گویی بهتری دارد؟ کمی که فکر می‌کنید، پاسخی مشخص برای هر کدام از سؤال‌های بالا در ذهن‌تان دارید و این یعنی ساختار یک‌پارچه‌ای با هم ندارند. به عنوان مثال حتی در مجتمع کوروش با وجود دو شعبه کافه ویونا، دو نوع رویکرد عملیاتی مختلف تحت یک برند دارند. این‌ها تنها بخشی از این عدم یک‌پارچگی‌هاست که اگر ریزبین هم باشیم، این فرایند در سید محصول و نوع محصولات هم اختلافات فاحشی دارند. به عنوان مثال، یک نوع ساندویچ در شعبات زنجیره‌ای یک برند، طعم، سس و ترکیب‌های مختلفی دارند و یکی از آن‌ها یک محصول را پرمات و دیگری کم‌مات ارائه می‌کند. این مفاهیم خیلی ساده است، ولی راز عدم یک‌پارچگی و تناقض در همین موضوعات بسیار ساده است.

ج) عدم صبر و تحمل

عمدتاً اقدامات مدیران کسب‌وکارهای ایرانی مقطعی و موضوعی است و گاهی بر اساس روند جامعه یا حضور یک مشاور یا توصیه‌کننده دست به اقداماتی می‌زنند که در زمان خودش ممکن است اثرگذاری کوتاه‌مدتی داشته باشد، ولی در بلندمدت خیلی اثرگذار نیست و نتایج روشنی به همراه ندارد. همین امر باعث می‌شود همیشه به دنبال جادوگر یا چوب جادویی باشند که در طرفه‌العینی بتواند تمامی مشکلات آن‌ها را حل و در مسیر پیشرفت شگرف قرار دهد. نکته مهم‌تر دیگر این‌که اکثر مدیران کسب‌وکارها می‌خواهند با فرمول‌های ذهنی خودشان این تغییرات را ایجاد کنند؛ حکایت آدم‌هایی که از یک مسیر می‌خواهند به مقاصد مختلف بروند، که قطعاً نشدنی است.

باید گفت در بهترین حالت و با حمایت مدیران ارشد سازمانی و اعتقاد و اعتماد آن‌ها به برند و برندسازی، حداقل سه تا

چهار سال طول می‌کشد تا یک برند در جامعه حرکت کند و به چهارچوب‌های مورد انتظار خود دست یابد. ولی تغییرات ناگهانی، فعالیت‌های مقطعی و عدم داشتن صبر و شکیبایی، همه و همه مواردی است که در عدم تحقق برند دست به دست هم می‌دهند تا نتایج مطلوب حاصل نشود.

د) رسیدن به برند از مسیر بازاریابی

با توجه به تفاوت‌های بازاریابی و برندینگ، درمی‌یابیم که درک صحیحی از برندینگ در سطوح مختلف جامعه وجود ندارد، چراکه مدیران ارشد سازمانی لازمه این امر را اقدامات فروش محور و بازاریابی می‌دانند و در بهترین حالت آن را در تبلیغات پرججم و پرفشار خلاصه می‌کنند، که واقعاً این‌چنین نیست و این تصویری که از برندینگ در ذهن مدیران و سازمان‌ها شکل گرفته، نطفه عقیمی است که هر چقدر بزرگ‌تر می‌شود، مقدار پس‌زدگی آن نیز بیشتر می‌شود.

ه) پرهزینه بودن برندسازی

از آن‌جایی که ما مردمانی پرهیاهو هستیم و قبل از هر کاری دوست داریم آن را داد بزینیم، همین امر موجب شده فعالان حوزه تبلیغات و اطلاع‌رسانی و مشابه این، خود را برندکار معرفی کنند و تحقق آلام و آرزوهای مدیران را در گرو تبلیغات و اطلاع‌رسانی پرهیاهو معرفی کنند. البته باید اشاره کرد که برندها قطعاً از طریق تبلیغات و تجربه با مخاطبان گفت‌وگو کرده و ارتباط برقرار می‌کنند، ولی متأسفانه این‌که مفهوم برندسازی را در تبلیغات بیلبوردی و تلویزیونی و سئو و کلیکی و بنری پرججم خلاصه کنیم، کار به‌شدت خطایی است و موجب می‌شود زمانی که تبلیغاتی پرفشار است، فروش داشته باشیم و در مقطعی که هیاهویی نیست، فروش را از دست دهیم.

و) عدم درک و شناخت صحیح از فضای حاکم

برند موجودی ذهنی است و برندسازی فرایندی است که در ذهن و ضمیر مخاطب تأثیر می‌گذارد. در صورتی که بیشترین حجم ارتباط برندهای ایرانی با ذهن خودآگاه مخاطب است، و این یعنی عدم تأثیرگذاری و عدم ماندگاری. برندهای ایرانی هنوز به درک صحیح این موضوع نرسیده‌اند که زمین بازی‌ای که برندهای بزرگ و پیش‌رو جهانی در آن بازی می‌کنند، ضمیر و ذهن ناخودآگاه است، که جنس آن از تصویر و رویداد و رخداد و بو و طعم و مزه و عطر و احساس و هیجان است، نه منطق صرف. آن‌ها مدام می‌خواهند به جای پرداختن به مفاهیم عمیق، مفاهیم کلیشه‌ای را به مخاطب تفهیم کنند، و قطعاً این مسیر پایان خوشی ندارد، چراکه تا امروز نتیجه‌ای نداشته و جایگاهی را در بین نشان‌داران جهانی کسب نکرده‌ایم.

عمدتاً اقدامات مدیران کسب‌وکارهای ایرانی مقطعی و موضوعی است و گاهی بر اساس روند جامعه یا حضور یک مشاور یا توصیه‌کننده دست به اقداماتی می‌زنند که در زمان خودش ممکن است اثرگذاری کوتاه‌مدتی داشته باشد، ولی در بلندمدت خیلی اثرگذار نیست و نتایج روشنی به همراه ندارد. همین امر باعث می‌شود همیشه به دنبال جادوگر یا چوب جادویی باشند که در طرفه‌العینی بتواند تمامی مشکلات آن‌ها را حل و در مسیر پیشرفت شگرف قرار دهد



در این بخش می‌خوانید

◀◀◀ نگاهی به مهم‌ترین رویدادهای اقتصادی جهان در سالی که گذشت

◀◀◀ نگاهی به برنامه‌های اقتصادی دو حزب رقیب در انگلستان

◀◀◀ بازار جهانی طلا در سالی که گذشت

◀◀◀ اوپک تلاش می‌کند قیمت نفت را بالا ببرد

◀◀◀ چطور دولت‌ها غول کسری بودجه را شکست می‌دهند؟

◀◀◀ «وخارزم» راه‌های اطمینان‌بخشی به سرمایه‌گذاران را بررسی می‌کند

◀◀◀ استانداردهای روز در برگزاری مجامع عمومی شرکت‌ها

اقتصاد جهان



نگاهی به مهم‌ترین رویدادهای اقتصادی جهان در سالی که گذشت و سال پیش رو

بیم‌ها و امیدهای اقتصاد جهان در ۲۰۲۰

رویدادهای اقتصادی دنیا توضیح خواهیم داد.

وضعیت اقتصاد اروپا در سال ۲۰۱۹

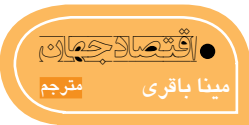
بسیاری از کشورها با عدم قطعیت‌های ساختاری روبه‌رو هستند که می‌تواند پیامدهای گسترده و سیستمی برای بازارها و اقتصاد جهانی داشته باشد. به عنوان مثال، طی پنج سال آینده اتحادیه اروپا به دنبال ایجاد رابطه‌ای جدید با انگلیس خواهد بود که خواهان اجرای برگزیت است. اتحادیه اروپا باید خطرات دوره طولانی‌مدت نرخ بهره منفی را به جان بخرد، ضمن این‌که هسته اقتصادی و مالی خود را نیز تقویت کند. چراکه تا زمانی که معماری اقتصادی کشورهای واحد پول یورو ناقص باشد، ریسک مداوم بی‌ثباتی نیز همواره همراه آن‌ها باقی خواهد ماند. اما به جز مسئله برگزیت، موارد مهم دیگری نیز در سال ۲۰۱۹ مطرح شد، که در ادامه اشاره‌ای به آن‌ها خواهیم داشت.

تنش‌های تجاری، تهدیدی برای رشد

تنش‌های تجاری میان چین و ایالات متحده آمریکا پس از اعلام آمریکا مبنی بر وضع تعرفه در واردات کالاهای چینی بالای ۳۰۰ میلیارد دلار افزایش یافت. در تلافی این حرکت، چین نیز قوانین تعرفه‌ای مشابهی را برای واردات بالای ۷۵ میلیارد دلار کالاهای واردشده از آمریکا وضع کرد. این تحولات موجب ایجاد تنش‌های شدید در بازارهای سهام جهانی، کاهش قیمت جهانی نفت و خروج سرمایه از اقتصادهای نوظهور شد. با افزایش اختلافات تجاری دامنه آن دیگر کشورها را گرفت و چشم‌انداز رشد جهانی تاریک‌تر شد. کاهش تولید روند نزولی چرخه

سال ۲۰۱۹ یعنی سالی پرفرازونشیب از نظر اقتصادی را در دنیا از سرگذرانده‌ایم. درست است که اختلافات تجاری، رشد اقتصاد جهان را در سال ۲۰۱۹ مختل کرد، اما با کاهش تنش‌ها و سیاست‌های پولی هم‌زمان، اقتصاد جهانی به طور کلی در مسیر ریکاوری و بهبود قرار گرفت. یک سال پیش در حالی آماده سال ۲۰۱۹ می‌شدیم که آماده سوار شدن بر قایقی پرافت‌وخیز بودیم، وضعیت اقتصادی بی‌ثبات بود، بازارهای مالی وحشت‌زده بودند و جنگ تجاری میان آمریکا و چین آغاز شده بود. باین‌حال، وضعیت اقتصاد دنیا در حال تغییر بود و تنش‌های تجاری توانست مانعی بر پیشرفت اقتصادی برخی از کشورها شود و سرمایه آن‌ها را کاهش دهد.

مرور آن‌چه در سال ۲۰۱۹ بر اقتصاد دنیا گذشت، می‌تواند به سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران کمک کند تا آینده این حوزه در سال ۲۰۲۰ را پیش‌بینی کنند. امید به رشد جهانی همچنان وجود دارد، تنش‌های تجاری اندکی کاهش یافته و بانک‌های مرکزی جهانی مجدداً تأکید کرده‌اند که نرخ بهره را در همان حد فوق‌العاده پایین حفظ می‌کنند و به نقدینگی گسترده ادامه می‌دهند. انتظار می‌رود در سال جدید نوسانات مالی فروکش کند و انتظارات معقولی از بازده سرمایه‌گذاری حاکم در بسیاری از دارایی‌ها وجود داشته باشد. باین‌حال، این سال از نظر اقتصادی سال چندان آرامی نبود و تشدید تنش‌ها میان آمریکا و چین یکی از مثال‌های آن است. در ادامه بیشتر در مورد مهم‌ترین



در حالی که اختلافات تجاری بین چین و ایالات متحده ممکن است برای چند کشور فرصت ایجاد کند، اثرات کلی منفی بر اقتصاد جهانی دارد. یکی از پیامدهای عمده در سال ۲۰۱۹ کاهش شدید در رشد تجارت جهانی بود که از ابتدای سال ۲۰۱۸ شروع شد و با کاهش شدید ادامه یافت. اگر اختلافات تجاری میان کشورها ادامه یابد، این انقباض در تجارت می‌تواند اقتصاد جهانی را حتی بیشتر از این پایین بکشد

رشد اقتصادی جهان در سال جاری میلادی ۰.۲ درصد پایین‌تر از پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول است. هم‌چنین کند شدن رشد اقتصادی مربوط به عوامل ساختاری ناشی از محدودیت‌های نوآوری و قابلیت فناوری نیز برجسته بود. در میان‌مدت، نوآوری یک موتور محرکه کلیدی است که تحول در ساختار تولیدی و صادراتی را به سمت فعالیت‌های پیشرفته‌تر سوق می‌دهد. بنابراین تقویت قابلیت‌های نوآوری به رشد بالاتر و مسیرهای توسعه پایدارتر تبدیل می‌شود. با وجود کاهش دستمزدهای واقعی در سال ۲۰۱۹، بازار کار در برخی کشورهای توسعه‌یافته مانند ژاپن روند رو به رشدی داشت و آمار بی‌کاری در ماه اوت به ۲.۲ درصد کاهش یافت. در آمریکا نیز آمار کاهش بی‌کاری مطلوب بود و دولت به برنامه‌های کاهش بی‌کاری شهروندان پای‌بند بود.

در اروپا مسائل مربوط به حقوق مالکیت معنوی و انرژی‌های پاک مسئله برجسته‌ای در سراسر سال ۲۰۱۹ و نیازمند سیاستی یک‌پارچه بود. بسیاری از کشورهای منطقه در تلاش‌اند از تأمین برق مبتنی بر سوخت‌های فسیلی بکاهند و شرکت‌های فناوری آمریکایی نیز به پیمان‌هایی که در این خصوص در پاریس بسته‌اند، علی‌رغم مخالفت ترامپ، وفادارند. در بسیاری از اقتصادهای کشورهای مستقل مشترک‌المنافع (CIS) مانند روسیه و آذربایجان، وابستگی بیش از حد به یک کالا و پایگاه صادراتی محدود هم‌چنان می‌تواند به عنوان منبع آسیب‌پذیری اقتصادی تلقی شود و محدودیت مهمی در چشم‌انداز رشد آن‌ها ایجاد کند.

رشد در آفریقا مطابق با قیمت‌های اولیه کالاها طی چند دهه روند صعودی داشته است. با افزایش قیمت کالاها، رشد تولید ناخالص داخلی واقعی در حدود چهار تا پنج درصد در سال به اوج خود رسید. اگرچه پیشرفت‌های اخیر در چند کشور مانند اتیوپی، مراکش و رواندا مشهود است، با این حال، تنوع رشد اقتصادی در سراسر قاره تنها با چند استثنا از جمله مصر و آفریقای جنوبی پایین است.

در کشورهای آسیای شرقی، شکاف‌های بزرگ زیرساختی مانع توسعه پایدار کشورهای منطقه می‌شود، اما با وجود محیط بیرونی چالش‌برانگیز، چشم‌انداز رشد کوتاه‌مدت برای کشورهای توسعه‌یافته حداقل مطلوب است. پیش‌بینی می‌شود اقتصاد کامبوج، جمهوری دموکراتیک خلق لائوس و میانمار با توجه به تقاضای داخلی انعطاف‌پذیر رشد تولید ناخالص داخلی بیش از شش درصد در سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ را حفظ کنند. انتظار می‌رود با حمایت پایدار و درآمدهای گردشگری و پروژه‌های زیربنایی که با کمک‌های سرمایه‌گذاران حمایت می‌شوند، کشورهای آسیای شرقی با سرعت ثابت رشد کنند. در کشورهای آسیای غربی، ناآرامی‌های اجتماعی در کشورهای مانند لبنان نشان از موانع ساختاری اقتصادی در این کشورها بود. این تظاهرات به دلیل انجام اصلاحات در اقتصاد بود. بسیاری از کشورهای آسیای غربی با کسری بودجه و افزایش بدهی‌های عمومی مواجه شدند.

بانک جهانی می‌گوید روند رشد اقتصاد جهانی در دو سال آینده آهسته خواهد شد. بخشی از این پیش‌بینی به کم‌رنگ شدن تأثیر بخشودگی‌های مالیاتی منتج از لایحه دونالد ترامپ نسبت داده شده که رشد اقتصادی آمریکا را هم به طور چشم‌گیری کاهش خواهد داد. بنا بر این گزارش، رشد اقتصادی طی سال جاری و سال آینده ۲۰۲۰ رقمی حدود ۸/۲ یا ۹/۲ خواهد بود. درگیری چین و آمریکا، عدم اطمینان ناشی از برگزیت و اوج‌گیری سایر مجادلات دوجانبه در مرکز ریسک‌های اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۰ قرار خواهد داشت.

فعالیت اقتصاد جهانی را تشدید کرد و کاهش تولیدات صنعتی موجب کاهش رشد تجارت جهانی در سال گذشته شد. در بیشتر مناطق توسعه‌یافته و در حال توسعه، رشد تجارت نه‌تنها در مقایسه با سال ۲۰۱۸ تضعیف شده، بلکه بسیار پایین‌تر از میانگین رشد بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۷ بوده است.

در کنار تغییر سیاست‌های پولی اخیر از سوی بانک‌های مرکزی، عدم قطعیت مداوم پیرامون اقدامات تجاری موجب افزایش ریسک سرمایه‌گذاران و نوسانات بازارهای مالی شده است. با این حال، بسیاری از کشورهای در حال توسعه در کوتاه‌مدت از سود انحرافی در جریان این تنش سود می‌برند، زیرا شرکت‌ها به دنبال تأمین ورودی از کشورهایی هستند که به طور مستقیم تحت تأثیر تعرفه‌ها قرار نمی‌گیرند. در حالی که اختلافات تجاری بین چین و ایالات متحده ممکن است برای چند کشور فرصت ایجاد کند، اثرات کلی منفی بر اقتصاد جهانی دارد. یکی از پیامدهای عمده در سال ۲۰۱۹ کاهش شدید در رشد تجارت جهانی بود که از ابتدای سال ۲۰۱۸ شروع شد و با کاهش شدید ادامه یافت. اگر اختلافات تجاری میان کشورها ادامه یابد، این انقباض در تجارت می‌تواند اقتصاد جهانی را حتی بیشتر از این پایین بکشد.

اجلاس سران SDG که اواخر همین ماه برگزار می‌شود، می‌تواند محفلی ارزشمند برای رهبران جهان برای مشارکت در بحث‌های مولد درباره راهبردهای مقابله با چالش‌های فعلی اقتصاد جهانی از جمله تقویت سیستم تجاری چند جانبه مبتنی بر قوانین باشد. انتظار می‌رود این دو اقتصاد بزرگ دنیا، در آینده مسیری هموار را طی کنند، چراکه تا کنون ضمن جلوگیری از درگیری آشکار، خواهان تأمین منافع خود بوده‌اند. با ورود به سال ۲۰۲۰، سیاستمداران سیاست‌های لازم برای گسترش چشم‌انداز جهانی کوتاه‌مدت مثبت را به میان‌مدت و بلندمدت تبدیل می‌کنند. نگرانی‌ها در مورد رکود جهانی در این خصوص رو به کاهش است، شرایط مالی بهبود یافته و تنش‌های تجاری آمریکا و چین کاهش یافته است. اما این شرایط خوب برای همیشه دوام نخواهد داشت.

وضعیت اقتصادی کشورهای مختلف دنیا زیر ذره‌بین

اوضاع اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه در سال‌های اخیر به طرز چشم‌گیری بدتر شده است. بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ تولید ناخالص داخلی در این کشورها با سرعت شش درصد رشد یافته بود، اما بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ به طور متوسط ۴.۲ درصد کاهش یافت. کندی رشد در آفریقا، آمریکای لاتین و آسیای غربی نیز مشاهده شد. دلایل زیادی پشت این روند وجود دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به اثرات ضربه ناشی از فروپاشی قیمت ثابت کالاها، ضعف در اعتماد مصرف‌کننده به سرمایه‌گذاری و عدم قطعیت سیاست‌ها اشاره کرد. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، تشدید تنش‌های تجاری موجب کاهش جریان صادرات و برنامه‌های سرمایه‌گذاری شد. برخی از اقتصادهای نوظهور جهان از جمله ترکیه و آرژانتین بحران‌های ارزی شدیدی را تجربه کردند. از طرفی اقتصادهای نوظهور متکی به صادرات منابع طبیعی که تا قبل از سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۸ به دلیل رشد مناسب قیمت کالاها خام با امیدواری بیشتری به آینده نگاه می‌کردند، در ماه‌های پایانی سال ۲۰۱۹ شاهد افت شدید قیمت محصولات صادراتی خود بودند و از این بابت دچار مشکلاتی شدند. بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول در پیش‌بینی‌های خود از روش‌های وزن‌دهی متفاوتی استفاده می‌کنند، اما با فرض استفاده آن‌ها از یک روش مشابه، پیش‌بینی بانک جهانی از نرخ

بسیاری از کشورها با عدم قطعیت‌های ساختاری روبه‌رو هستند که می‌تواند پیامدهای گسترده و سیستمی برای بازارها و اقتصاد جهانی داشته باشد. به عنوان مثال، طی پنج سال آینده اتحادیه اروپا به دنبال ایجاد رابطه‌ای جدید با انگلیس خواهد بود که خواهان اجرای برگزیت است. اتحادیه اروپا باید خطرات دوره طولانی مدت نرخ بهره منفی را به جان بخورد، ضمن این که هسته اقتصادی و مالی خود را نیز تقویت کند. چراکه تا زمانی که معماری اقتصادی کشورهای واحد پول یورو ناقص باشد، ریسک مداوم بی‌ثباتی نیز همواره همراه آن‌ها باقی خواهد ماند

منابع:

- theguardian.com/business/2019/dec/16/global-economy-trade-growth
- mybusiness.com.au/management/5332-major-economic-events-to-watch-in-2019
- un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-september-2019-briefing-no-130/
- morganstanley.com/ideas/global-economic-outlook-2020
- blogs.imf.org/2019/2019-18/12/in-review-the-global-economy-explained-in-5-charts/

نگاهی به برنامه‌های اقتصادی دو
حزب رقیب در انگلستان

بازی تجارت و اقتصاد

اقتصاد جهان
هدی رضایی
مترجم

انگلیس کندترین رشد
اقتصادی را طی ۱۰ سال
گذشته رقم زده است و
پیش از انتخابات همه احزاب
قول رشد اقتصادی را داده
بودند. داده‌های رسمی نشان
می‌دهد اقتصاد انگلیس
در سه ماه منتهی به پایان
اکتبر با رکود مواجه شده
است. احزاب سیاسی که در
انتخابات عمومی پرمخاطب
روز ۱۲ دسامبر با هم رقابت
می‌کنند، قول دادند این
مسئله را برطرف کنند، اما
تأثیر سیاست‌های آن‌ها روی
این مسئله بی‌تأثیر نیست

سال گذشته رقم زده است و پیش از انتخابات همه احزاب
قول رشد اقتصادی را داده بودند. داده‌های رسمی نشان
می‌دهد اقتصاد انگلیس در سه ماه منتهی به پایان اکتبر
با رکود مواجه شده است. احزاب سیاسی که در انتخابات
عمومی پرمخاطب روز ۱۲ دسامبر با هم رقابت می‌کنند، قول
دادند این مسئله را برطرف کنند، اما تأثیر سیاست‌های آن‌ها
روی این مسئله بی‌تأثیر نیست. پل جانسون، مدیر انستیتوی
مطالعات مالی، اخیراً به خبرنگاران گفت: «تحت هر الگوی
اقتصادی بر اساس بیانیه هر حزب نمی‌توان گفت که اوضاع
بهتر یا بدتر می‌شود. این موضوع به انتخاب رأی‌دهندگان
بستگی دارد. اگر محافظه‌کاران و نخست‌وزیر، بوریس
جانسون، اکثریت آرا را به دست آورند، انتظار می‌رود کشور
با توافق‌نامه سخت‌برگزیت که می‌تواند به اقتصاد آسیب
برساند، پیش برود. جانسون پیش‌تر در مراسم رونمایی از
برنامه حزب محافظه‌کار برای دولت بعدی، وعده داده بود
در صورت پیروزی در انتخابات، انگلیس روز ۳۱ ژانویه (۱۱
بهمن) اتحادیه اروپا را ترک خواهد کرد. جانسون هم‌چنین
قسم خورده است تنها در یک سال، مذاکره درباره جزئیات
مفصل توافق‌نامه در مورد شرایط آینده روابط انگلستان با
اتحادیه اروپا را انجام دهد. اگر او نتواند به توافق مطلوبی
برسد، انگلیس در بزرگ‌ترین بازار صادراتی خود با موانع
جدید تجاری زیادی روبه‌رو خواهد شد.»

گزینه جایگزین حتی برای برخی مشاغل و سرمایه‌گذاران
نگران‌کننده‌تر است. حزب کارگری جرمی کوربین قول داده
است مالیات شرکت‌ها را افزایش دهد، اتحادیه‌ها را توانمند
کند و ۱۰ درصد از سهام شرکت‌ها را به کارگران خود بدهد.
دولت کوربین هم‌چنین خدمات اصلی را از جمله آب،
زیرساخت‌های انرژی، راه‌آهن و پهنای باند را ملی می‌کند. از
نظر جامعه تجارت، این برنامه‌ها به شهروندان انگلستان فرصتی
برای لغو برگزیت می‌دهد. روت گریگوری، اقتصاددان بریتانیا
در زمینه اقتصاد سرمایه، گفت: «اگر یک دولت تحت رهبری
حزب کارگر وجود داشته باشد، می‌توانید از سیاست‌های
برگزیت آن نتایج مثبت بالقوه بگیرید، اما از سیاست‌های
ضدتجاری آن پیامدهای منفی دریافت می‌کنید.» این جاست

انتخابات پارلمانی انگلیس روز ۱۲ دسامبر ۲۰۱۹
برگزار شد و حزب محافظه‌کار به رهبری بوریس
جانسون، نخست‌وزیر این کشور، موفق شد از میان
۶۵۰ کرسی، ۳۶۵ کرسی را تصاحب کند. در سوی
مقابل، جرمی کوربین، رهبر حزب کارگر انگلیس، قرار
داشت که توانست تنها ۲۰۳ کرسی را تصاحب کند و
نتیجه انتخابات را به رقیب محافظه‌کارش واگذار کند.
نتیجه بر حسب درصدها نشان می‌دهد حزب بوریس
جانسون تا به حال حائز ۴۳٫۶ درصد آرا شده و حزب
کارگر ۳۲٫۳ درصد. این اختلاف ۱۱٫۳ درصدی در
میزان آرا از سال ۱۹۸۷ برای محافظه‌کارها بی‌سابقه
بوده است.

احیای اقتصاد روبه افول انگلیس شدنی است؟

در این انتخابات نیز، مانند هر انتخابات دیگری نمایندگان
احزاب فهرست برنامه‌های خود اعم از اقتصادی تا نظامی
و دفاعی را بیانیه‌های انتخاباتی خود اعلام کردند. مسئله
برگزیت یکی از مسائلی بود که امسال برای رأی‌دهندگان
بسیار مهم بود و کاندیداها برنامه‌های مختلفی برای آن
داشتند. هم‌چنین از دیگر مسائلی که مردم بریتانیا در
این انتخابات داشتند، حل مشکلات مرتبط با سیستم
خدمات درمانی و جرم و جنایت بود. این در حالی است که
دغدغه آن‌ها در سال ۲۰۱۵ بیشتر به مهاجرت و کمتر به
اتحادیه اروپا مربوط می‌شد. اما رأی‌دهندگان این بار به پای
صندوق‌های رأی رفتند تا تکلیف برگزیت و تأثیر آن روی
افت رشد اقتصادی انگلیس را روشن کنند. اما نامزد پیروز،
یعنی جانسون، و رقیب او، جرمی کوربین، چه برنامه‌های
اقتصادی‌ای در این خصوص داشتند و اکنون جانسون با
چه چالش‌هایی در زمینه اقتصاد روبه‌روست؟ در ادامه در
حالی نگاهی به برنامه‌های این دو رقیب می‌اندازیم که حزب
محافظه‌کار پیروز انتخابات شده است.

برنامه‌های اقتصادی بوریس جانسون چیست؟

انگلیس طی این سال‌ها کندترین رشد اقتصادی را طی ۱۰

محفوظ بمانند تا در مورد جبران خسارات اجرایی حرفی برای گفتن داشته باشند. هم‌چنین نیاز به ایجاد شرکت‌های بزرگ «صندوق‌های مالکیت فراگیر» حس شده و این امکان را می‌دهد تا حداکثر ۱۰ درصد از شرکت را کارمندان کنترل کنند که پرداخت سود سهام را دریافت می‌کنند.

• سیاست‌ها: حزب کارگر متعهد شده بود طی یک دهه میانگین ۳۲ ساعت کار در هفته را افزایش و حاشیه سود تجمیعی این حرکت را در سراسر اقتصاد گسترش دهد. هم‌چنین حداقل دستمزد را به ۱۰ پوند (۱۳ دلار) در ساعت برساند.

• مسئله برگزیت: جرمی کوربین بر خلاف حزب محافظه‌کار می‌خواست توافق‌نامه جدیدی برای خروج از اتحادیه اروپا بنویسد تا روابط نزدیکی با بلوک (the bloc) برقرار کند. این حزب سپس در نظر داشت نتایج آن توافق‌نامه در مقابل گزینه متوقف کردن برگزیت را به رأی‌گیری عمومی بگذارد.

چالش‌های اقتصادی پیش روی بوریس جانسون

اکنون با انتخاب بوریس جانسون از سوی مردم، او توانایی تکمیل مراحل برگزیت، تصویب بودجه و پرداختن به چالش‌های بلندمدت را دارد، که نیاز به تصمیم‌گیری‌های سخت دارد. اما باید دید چه چالش‌های اقتصادی پیش روی او قرار دارد؟ این چالش‌ها را می‌توان به اختصار در سه حوزه آورد؛ روابط تجاری با اتحادیه اروپا، تجارت با ایالات متحده و راضی نگه داشتن رأی‌دهندگان.

اساسی‌ترین تصمیم نخست‌وزیر، در صورت ترک اتحادیه اروپا، شیوه رابطه با اتحادیه اروپاست. اگر انگلیس توافق‌نامه‌های «بازی اقتصادی» در خصوص حقوق کارگران، محیط زیست و مالیات را امضا نکند، ممکن است درگیر مالیات‌های سنگین تجاری مرتبط با تعرفه‌ها باشد که در مرز این کشور پرداخت می‌شود.

مسئله مهم دیگر، تجارت با آمریکا است. به نظر می‌رسد دست رد زدن به سینه اتحادیه اروپا می‌تواند به معنای دست‌یابی به تجارت بهتر و پرسودتر با آمریکا باشد. دنبال کردن یک استراتژی تجاری با ترامپ که مایل به انتخاب شدن مجدد در انتخابات بعدی است، می‌تواند کلید موفقیت جانسون در برنامه‌های اقتصادی‌اش با آمریکا باشد.

در نهایت این که حزب محافظه‌کار باید هوای رأی‌دهندگان خود را داشته باشد. این حزب اکثریت آرا را مدیون شهرها و مراکز صنعتی و تولیدی است که قربانی توسعه صنعت‌گرایی شده‌اند. آن‌ها نه تنها به دلیل برگزیت، بلکه به امید شرایط بهتر و تعهدات این حزب در سرمایه‌گذاری در زمینه بهداشت و زیرساخت‌ها رأی داده‌اند و حزب محافظه‌کار باید دل آن‌ها را با برنامه‌های اقتصادی خود به دست آورد.

منابع:

- edition.cnn.com/2019/10/12/economy/jeremy-corbyn-uk-election-economy-ge19/index.html
- bbc.com/news/business-50785023
- ft.com/content/f57577081-da211-ea-97df-c63de1d73f4

که جایگاه حزب محافظه‌کاران و کارگران در مورد موضوعات برتر تأثیرگذار بر تجارت و اقتصاد مشخص می‌شود.

موضوعات اقتصادی برتر حزب محافظه‌کار بوریس جانسون • مالیات: محافظه‌کاران متعهد شده‌اند نرخ مالیات بر درآمد را افزایش ندهند. آن‌ها هم‌چنین قول داده‌اند کاهش مالیات شرکت‌ها را که برای سال ۲۰۲۰ پیش‌بینی شده بود، لغو کنند و این باعث می‌شود نرخ پرداخت مشاغل از ۱۹ درصد به ۱۷ درصد کاهش یابد. طبق برنامه‌های محافظه‌کاران و طبق نظر مؤسسه IFS، مالیات تا سال مالی ۲۰۲۳ به میزان ۳ میلیارد پوند (۴ میلیارد دلار) افزایش می‌یابد.

• هزینه‌ها: این حزب هزینه‌های روزانه خدمات عمومی را ۳ میلیارد پوند (۴ میلیارد دلار) بالاتر از برنامه‌های جاری تا سال مالی ۲۰۲۳ و افزایش سرمایه برای پروژه‌های بلندمدت را به میزان ۸ میلیارد پوند (۱۰٫۵ میلیارد دلار) افزایش می‌دهد. محافظه‌کاران متعهد هستند هزینه بیشتری را صرف خدمات درمانی ملی، افزایش بودجه برای مدارس و استخدام افسران پلیس کنند.

• مسئله برگزیت: محافظه‌کاران متعهد شده‌اند برگزیت را به سرانجام برسانند. این بدان معنی است که توافق‌نامه جانسون با اتحادیه اروپا از طریق پارلمان به مذاکره گذاشته می‌شود تا کشور بتواند تا ۳۱ ژانویه از اتحادیه اروپا خارج شود. انتظار می‌رود تغییرات ساختاری ناشی از توافق جانسون از چشم‌انداز اقتصادی این کشور در طولانی‌مدت بکاهد. جانسون هم‌چنین قول داده است آخرین مهلت برای تمدید شرایط جدید رابطه با انگلیس در این خصوص دسامبر ۲۰۲۰ است و این تاریخ را تمدید نخواهد کرد. این مسئله این ریسک را به وجود می‌آورد که انگلیس بدون توافق برای حمایت از تجارت خود باقی بماند.

برنامه‌های اقتصادی حزب کارگری جرمی کوربین

• مالیات: بر اساس اطلاعات مؤسسه IFS، حزب کارگر پارلمان انگلیس به رهبری جرمی کوربین، ۷۸ میلیارد پوند (۱۰۳ میلیارد دلار) افزایش مالیات را به دولت تا سال مالی ۲۰۲۳ پیشنهاد کرد. این حزب متعهد شده بود مالیات بر درآمد افرادی را که سالانه بیش از ۸۰٫۰۰۰ پوند (۱۰۵۳۰۰ دلار) درآمد دارند، افزایش دهد. هم‌چنین نرخ مالیات شرکت‌ها را از ۱۹ درصد به ۲۶ درصد افزایش دهد و بر معاملات مالی نیز مالیات وضع کند. علاوه بر این، حزب کارگر قرار بود مالیات بر سود سرمایه و سود سهام را افزایش دهد.

• هزینه‌ها: این حزب هزینه‌های روزانه خدمات عمومی را تا سال مالی ۲۰۲۳، به میزان ۹۸ میلیارد پوند (۱۲۹ میلیارد دلار) افزایش می‌دهد. این شامل افزایش حقوق کارمندان بخش دولتی، لغو شهریه دانشگاه، افزایش بودجه برای خدمات درمانی ملی و تجویز نسخه‌های رایگان است. سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بلندمدت، مانند برنامه زیرساخت‌های سبز و ساخت بیمارستان‌ها و مدارس جدید را به ۵۵ میلیارد پوند (۷۲ میلیارد دلار) در سال خواهد رساند.

• سیاست‌های تجاری: حزب کارگر وعده داده بود یک‌سوم کرسی‌های هیئت مدیره شرکت‌ها برای نمایندگان این حزب

به نظر می‌رسد دست رد زدن به سینه اتحادیه اروپا می‌تواند به معنای دست‌یابی به تجارت بهتر و پرسودتر با آمریکا باشد. دنبال کردن یک استراتژی تجاری با ترامپ که مایل به انتخاب شدن مجدد در انتخابات بعدی است، می‌تواند کلید موفقیت جانسون در برنامه‌های اقتصادی‌اش با آمریکا باشد

بازار جهانی طلا در سالی که گذشت

کم‌ریسک و پرسود

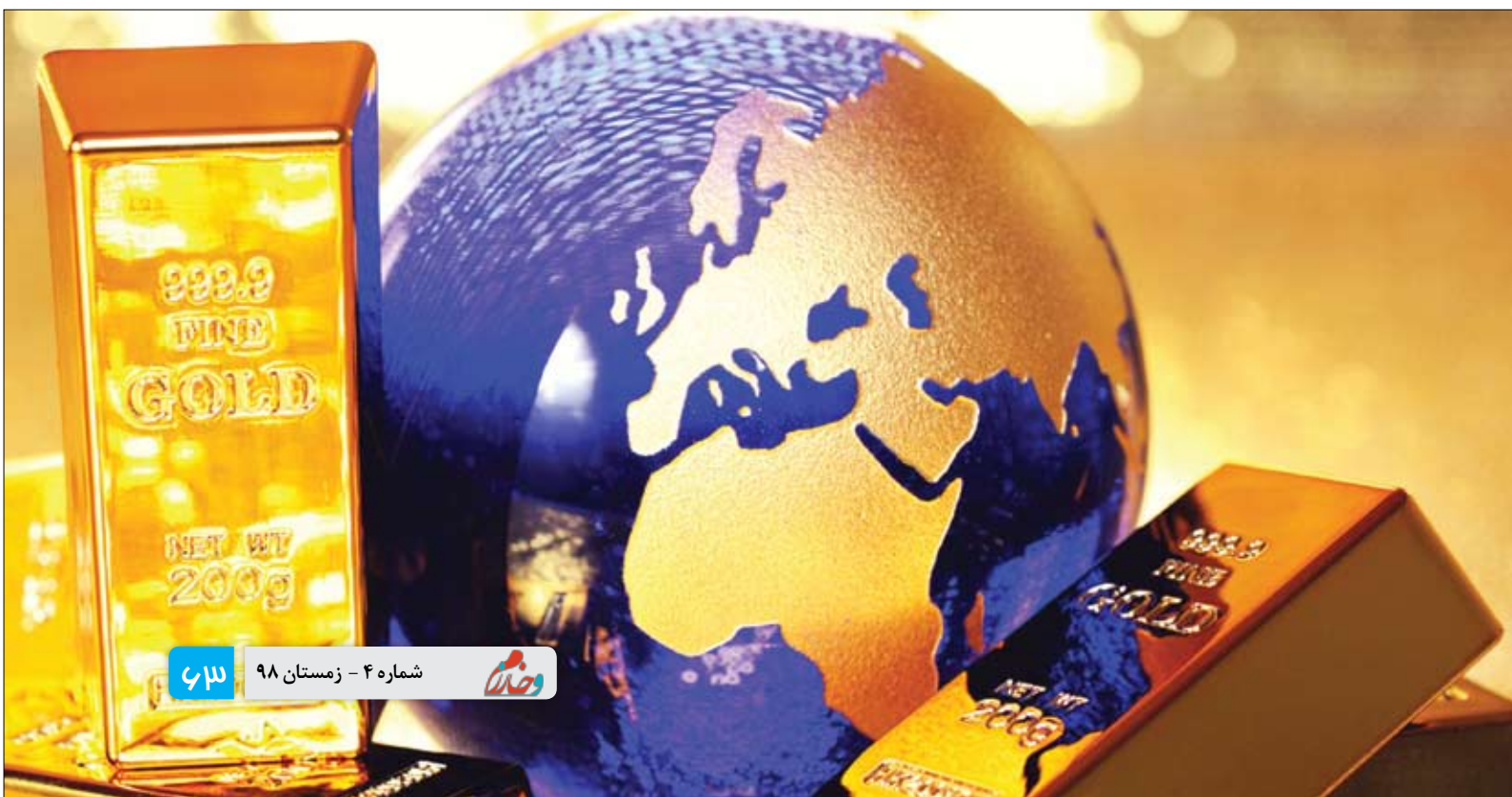
اقتصاد جهانی
آرین طاهری مترجم

قیمت جهانی طلا در روزهای پایانی سال ۲۰۱۹

قیمت هر اونس طلای جهانی بین یک تا شش دلار در طول هفته جاری نوسان داشت. ضمن این‌که نوسان قیمت ارز نیز تقریباً مختصر بود و دامنه تغییرات مشخصی داشت. بنابراین با توجه به کم‌نوسان بودن قیمت هر اونس طلای جهانی و دامنه محدود قیمت ارز، قیمت طلا و سکه تقریباً نوسان کم و محدودی را تجربه کرد. در حقیقت قیمت طلا در معاملات هفته‌های پایانی سال ۲۰۱۹ بازار جهانی تحت تأثیر ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران که تقاضا برای خرید این فلز ارزشمند را ضعیف کرد، اندکی کاهش پیدا کرد. اما قیمت طلا در معاملات بازار جهانی روزهای پایانی آذر، تحت تأثیر ابراز تمایل آمریکا و چین برای امضای یک توافق مقدماتی تا پایان سال بعد، موجب روند صعودی طلا در روزهای بعدی شد و به بالاترین حد خود از ماه نوامبر به بعد رسید. در بازار معاملات آتی آمریکا، هر اونس طلا روی ۱۴۸۴ دلار و ۶۰ سنت ایستاد.

موضوع تنش تجاری میان آمریکا و چین کاملاً بازار طلا را نیز تحت تأثیر قرار داده است. خوش‌بینی نسبت به توافق تجاری میان آمریکا و چین کمک کرد بازارهای سهام آسیایی روند صعودی پیدا کنند و دلار در برابر سیدی از ارزشهای بزرگ صعود کرد و طلا را برای خریداران غیرآمریکایی گران‌تر ساخت. به طور کلی طلا که یک محل سرمایه‌گذاری امن هنگام بروز شرایط بغرنج سیاسی و مالی به شمار می‌رود، تحت تأثیر شرایط امسال بیش از ۱۶ درصد گران شده و سرمایه‌گذاران بیشتری را نیز جذب کرده است.

بازار طلا همواره از جمله بازارهای پرطرفدار در میان دولت‌ها و سرمایه‌گذاران بوده است. بسیاری اعتقاد دارند ریسک این بازار نسبت به موارد دیگر کمتر است و سود بیشتری را هم نصیب سرمایه‌گذاران می‌کند. بازار طلا به طور سنتی به عنوان مکانی امن برای سرمایه‌گذاری، خصوصاً در بازه‌های زمانی بی‌ثباتی اقتصادی و شرایط عدم اطمینان، شناخته می‌شود. با این حال، بازار جهانی طلا و به تبع آن قیمت طلا در سال ۲۰۱۹ نیز دستخوش تغییراتی بوده است. قیمت طلا در سال ۲۰۱۹ به طور میانگین به میزان ۱۳۲۵ دلار برای هر اونس پیش‌بینی می‌شد، اما به بالاتر از ۱۴۰۰ دلار رسید. در تابستان سال جاری و با کوبیدن طبل جنگ تجاری میان آمریکا و چین، قیمت این شاخص به پایین‌ترین حد خود در سال اخیر رسید. با این حال، با رسیدن به ماه نوامبر افزایش ۱۴ درصدی را تجربه کرد و پس از آن در نقطه ۱۴۵۵ دلار به ازای هر اونس طلا به ثبات رسید. اکنون این رقم با توافق احتمالی تجاری میان دو کشور آمریکا و چین ممکن است افزایش بیشتری داشته باشد و روی دیگر بازارهای مالی نیز تأثیر بگذارد. در این گزارش در مورد قیمت طلا در آخرین روزهای سال میلادی جاری خواهیم خواند و در خصوص عوامل تأثیرگذار بر قیمت طلا و میزان سرمایه‌گذاری دولت‌ها و سرمایه‌گذاران خرد در حوزه طلا بیشتر خواهیم دانست.



عوامل تأثیرگذار در قیمت طلا

در سال‌های اخیر پیش‌بینی‌های موفقیت‌آمیزی در بازار طلا و قیمت جهانی طلا وجود داشته است. در ماه می ۲۰۱۹ نیز صحبت‌هایی در این مورد وجود داشت که چرا معامله طلا به قیمت کمتر از ۱۳۰۰ دلار در هر اونس رسیده است. همان زمان پیش‌بینی شد که طلا می‌تواند ۲۰ درصد افزایش داشته باشد. این پیش‌بینی به واقعیت پیوست و دلیل اثبات این پیش‌بینی این بود که قیمت جهانی طلا به چندین شاخص برجسته معتبر وابسته است که در ادامه در مورد آن صحبت می‌کنیم.

• گزارش‌های COT

گزارش‌های COT یا تعهدات تجار در معاملات آتی بازارهای طلا به افراد کمک می‌کند تا درکی از آینده این حوزه داشته باشند. البته این علم دقیقی نیست و دست‌کاری‌های زیادی نیز در آن وجود دارد، اما معامله‌گران می‌توانند با توجه به گزارش‌های COT سرنخ‌هایی در مورد حرکات آینده بازار طلا به دست آورند. گزارش تعهدات تجار یک بانک اطلاعاتی شامل چند سناریو است تا به درک این‌که چه مقدار دارایی‌های کلیدی در هر هفته معامله می‌شود، کمک کند.

• هم‌بستگی طلا به دلار

دومین شاخص برجسته برای پیش‌بینی قیمت طلا، هم‌بستگی معکوس آن به دلار است. در نمودارهای موجود، این دو نرخ همواره با هم هم‌بستگی معکوس داشته‌اند. در دو دهه گذشته نمودار قیمت طلا فقط سه استثنا در سال‌های ۲۰۱۰، ۲۰۱۲ و ۲۰۱۹ داشته که تنها شش تا ۱۵ ماه به طول انجامیده و در بقیه موارد وابستگی وارونه با قیمت دلار داشته است. به طور کلی، بازارهای طلا و دلار در طول رویدادهای مهم اقتصادی نیز هم‌بستگی زیادی به هم ندارند و جهت‌های وارونه‌ای را طی می‌کنند و هنگامی که رویدادی مهم اتفاق می‌افتد، بازار طلا راه خود را می‌رود و به دلار آمریکا ارتباط زیادی ندارد. دقیقاً به همین دلیل است که هر دو بازار را به صورت معکوس ردیابی می‌کنند. البته این مسئله با عدم اطمینان‌هایی مواجه است و نمی‌توان کاملاً به آن استناد کرد.

• وابستگی قیمت طلا به خزانه‌داری

به نظر می‌رسد شاخص پیش‌روی بعدی در پیش‌بینی قیمت طلا یعنی وابستگی قیمت طلا به خزانه‌داری، از جهاتی قابل اطمینان‌تر از دو مورد قبلی باشد. قیمت طلا در این حالت روند یکسانی با سیاست‌های خزانه‌داری هر دولت و کشور داشته است.

• ارتباط قیمت طلا و نفت

تغییرات قیمت نفت تأثیر شدیدی بر بازارهای مالی دارد. بر اثر گران شدن نفت، سهام بسیاری از شرکت‌ها و ارزهای رایج ضربه می‌بینند. حقیقت این است که بالا رفتن قیمت نفت موجب افزایش تورم جهانی می‌شود و در این شرایط سرمایه‌گذاران علاقه‌مندند سرمایه خود را به چیزی تبدیل کنند تا بیشترین مقاومت را در برابر افزایش تورم داشته باشد. طلا یکی از بهترین انتخاب‌های آن‌هاست و به همین دلیل تقاضا برای طلا بالا رفته و موجب گرانی آن می‌شود. حتی تنش‌های سیاسی منطقه‌ای نیز موجب بالا رفتن هم‌زمان قیمت نفت و طلا در طول زمان شده است.

سرمایه‌گذاری در حوزه طلا از جانب دولت‌ها

ستیون منوچین، وزیر خزانه‌داری آمریکا، اعلام کرده بود آمریکا و چین در ابتدای ژانویه فاز اول توافق تجاری را امضا خواهند کرد و این توافق مشمول مذاکرات بیشتر قرار نخواهد گرفت. استفن اینس، استراتژیست بازار در شرکت «اکسی تریدر»، در این‌باره گفت: عامل اصلی تأثیرگذار بر بازارهای طلا، کاهش ریسک جنگ تجاری با اعلام فاز اول توافق تجاری است و اظهارات منوچین برای طلا مثبت نبوده است. اما قیمت طلا که در شرایط بی‌ثباتی اقتصادی و سیاسی به پناهگاهی مطمئن برای سرمایه‌گذاری از جانب دولت‌ها تبدیل می‌شود، از ابتدای امسال تاکنون حدود ۱۶ تا ۲۰ درصد رشد کرده که عمدتاً تحت تأثیر جنگ تجاری آمریکا و چین و تأثیر منفی آن بر رشد اقتصاد جهانی بوده است. قیمت طلا تا پایان سال میلادی آینده ممکن است تا مرز ۱۷۰۰ دلار صعود کند، زیرا ابهامات فراوانی در دیگر انواع سرمایه‌گذاری وجود دارد که باعث می‌شود تقاضای طلا به عنوان یک دارایی امن، دولت‌ها را جذب کند.

سرمایه‌گذاری در حوزه طلا از جانب سرمایه‌گذاران خرد

صندوق‌های مبادله مبتنی بر طلا طی سال جاری با وجود رقابت کم در بازار، حدود ۵.۵ میلیارد دلار دارایی در بازار جذب کرده است و یک کارشناس اقتصادی نیز در این خصوص می‌گوید سرمایه‌گذاری مردم در بازار طلا و صندوق‌های مبتنی بر آن سیر صعودی داشته است. دن درپر، مدیرعامل و رئیس جهانی مؤسسه ETF، می‌گوید: «سرمایه‌گذاری در طلا همیشه جایگاه واقعی خود را بین مردم و سرمایه‌گذاران داشته است. علاوه بر بازار آزاد و سنتی، افرادی که علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در بازار طلا هستند، می‌توانند از ظرفیت‌های بورس کالا و ابزارهای موجود در این بازار از جمله اوراق گواهی سپرده سکه طلا و صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلا استفاده کنند.

شاید یکی از بزرگ‌ترین مزایای این اوراق، به‌ویژه در حوزه سکه و شمش طلا، این باشد که شما نیاز ندارید به صورت فیزیکی دارایی خود را حمل‌ونقل و جابه‌جا کنید که در دسرهای خود را دارد. بنابراین به راحتی می‌توانید این گواهی‌ها را بدون درآوردن و گذاشتن مداوم کالا در انبار، دادوستد کنید و نگران سرقت و گم شدن آن‌ها، تقلبی بودن سکه و پایین بودن کیفیت آن نیز نباشید.

منابع:

- cnbc.com/2019/01/10/safety-trades-outperformed-in-q3heres-what-could-lie-ahead.html
- investinghaven.com/forecasts/gold-price-forecast/
- cnbc.com/2019/11/11/top-gold-etf-attracts-5point5-billion-in-2019-despite-cheaper-competition.html
- cnbc.com/2019/26/11/market-experts-made-predictions-for-2019-did-they-get-them-right.html

تغییرات قیمت نفت تأثیر شدیدی بر بازارهای مالی دارد. بر اثر گران شدن نفت، سهام بسیاری از شرکت‌ها و ارزهای رایج ضربه می‌بینند. حقیقت این است که بالا رفتن قیمت نفت موجب افزایش تورم جهانی می‌شود و در این شرایط سرمایه‌گذاران علاقه‌مندند سرمایه خود را به چیزی تبدیل کنند تا بیشترین مقاومت را در برابر افزایش تورم داشته باشند. طلا یکی از بهترین انتخاب‌های آن‌هاست و به همین دلیل تقاضا برای طلا بالا رفته و موجب گرانی آن می‌شود



اوپک تلاش می کند قیمت نفت را بالا ببرد

هماوردی غولها در اوپک

اقتصاد جهانی
نسیم بنایی
مترجم

که رقمی شگفتی آور بود. در روز ۱۳ دسامبر، دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا، اعلام کرد با چین به توافق اولیه رسیده و در نتیجه فعلاً خبری از جنگ تجاری با این کشور نیست. همه اینها دست به دست هم دادند و قیمت نفت را بالا بردند. قیمت نفت برنت هم در این دوره به ۶۵ دلار و ۷۴ سنت در ازای هر بشکه رسید.

بالین حال، هنوز سرمایه گذاری که در بازار نفت فعالیت دارند و کشورهایی که زندگی خود را با نفت مدیریت می کنند، با دو ابهام بزرگ مواجه هستند. نخستین مورد به تولید نفت آمریکا مربوط می شود. این کشور تنها در ماه نوامبر ۱۷ میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه نفت در روز تولید کرده است. این در حالی است که متوسط تولید نفت روزانه این کشور در سال ۲۰۱۸ برابر با ۱۵ میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه بوده است. سرمایه گذاران هم در حال حاضر از این وضعیت شاکی هستند. آن‌ها نمی توانند صبر کنند تا در آینده ای خیلی دور به اندکی سود دست پیدا کنند. بر اساس گزارش های گلدمن ساکس، هزینه سرمایه گذاری برای شرکت های اکتشاف و تولید نفت در آمریکا از اواسط سال ۲۰۱۶ تا کنون تقریباً ۵۰ درصد افزایش یافته است. در ابتدای ماه دسامبر تعداد چاه های نفت فعال در آمریکا ۶۶۳ مورد بود. این رقم حدود یک چهارم کمتر از سال گذشته (۲۰۱۸) است. تولید نفت آمریکا در سال ۲۰۲۰ کوچک نخواهد شد. اما رشد آن احتمالاً آهسته و کند خواهد شد. پرسش اصلی این است که چه زمانی و چه مقدار این رشد کاهش پیدا خواهد کرد.

دومین نگرانی بزرگی که سرمایه گذاران نفتی با آن مواجه

هر کشوری که ارتباطی با نفت داشته، در یک سال گذشته چالش های زیادی را متحمل شده است. تغییرات اقلیمی به تهدیدی جدی برای حیات درازمدت نفت تبدیل شده است. فراوانی تولید و مازاد عرضه، جنگ های تجاری و هم چنین ترس و نگرانی بابت سقوط اقتصادهایی که نقش اساسی در وضعیت نفت دارند، همگی دست به دست هم داده اند و به باری اضافی بر دوش نفت تبدیل شده اند. همه این اتفاقات قیمت نفت را پایین کشانده و کشورهای تولیدکننده نفت را به فکر فرو برده است. سوم دسامبر سال ۲۰۱۹ بود که ناگهان قیمت نفت برنت حوزه دریای شمال به ۶۱ دلار در ازای هر بشکه سقوط کرد. این قیمت نسبت به قیمت نفت برنت در ماه آوریل، ۱۸ درصد کاهش پیدا کرده بود. اما در اواسط دسامبر، گروه های مختلف با هم متحد شدند تا راهی برای افزایش دوباره قیمت نفت پیدا کنند. ششم دسامبر بود که اعضای سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) و متحدانش با هم توافق کردند برای افزایش قیمت نفت، تولید خود را حدود دو میلیون و ۱۰۰ هزار بشکه در روز کاهش دهند.

علاوه بر این، مثبت اندیشی های دیگری هم در فضای نفتی وجود داشت. آرامکوی سعودی به عنوان بزرگترین شرکت تولیدکننده نفت جهان ۱،۵ درصد از سهام خود را برای فروش گذاشت. در روز ۱۲ دسامبر، ارزش سهام این شرکت در بازار به بیش از دوتریلیون دلار افزایش پیدا کرد

بزرگ و برتر در اوپک است، باید آن را انجام دهد. با این اقدامات، تولید نفت اوپکی‌ها نسبت به سطح آن در ماه نوامبر، حدود ۱,۳ درصد کاهش را تجربه خواهد کرد. اما باید ببینیم چه اتفاقی در آینده رخ می‌دهد. در واقع همه چیز در عمل می‌تواند متفاوت باشد و نتایجی دور از ذهن را به ارمغان بیاورد. به‌هرحال، حتی همین اقدامات اوپکی‌ها هم فقط می‌تواند سه ماهه نخست سال ۲۰۲۰ را پوشش دهد. برای ادامه سال، دوباره اعضای این گروه باید دور هم جمع شوند و تصمیم‌های جدیدی بگیرند تا بتوانند حضور خود را در بازار نفت حفظ کنند. اما یکی از مهم‌ترین بخش‌ها، روسیه است. کماکان روسیه این اجازه را دارد که تولید نفت خود را افزایش دهد. در واقع این کشور هر وقت بخواهد، می‌تواند از سقف تعیین‌شده عبور کند و کسی هم نمی‌تواند ایرادی به این کشور وارد کند. هم‌چنین روسیه در تولید انواع دیگری از نفت هم دست به کار خواهد شد که نقشی تعیین‌کننده در بازار جهانی نفت ایفا خواهد کرد. برای مثال روسیه می‌تواند نفت سبک تولید کند که این هم می‌تواند بازار نفت را دست‌خوش تغییراتی بزرگ کند.

عربستان سعودی هم‌چنان مشتاق است از افزایش قیمت‌ها حمایت کند و در واقع تلاش دارد به نوعی قیمت نفت را بالا ببرد. بخشی از این کار به خاطر بودجه‌اش است که هنوز به نفت وابستگی دارد. اما بخشی از آن هم به شرکت نفت آرامکو سعودی مربوط می‌شود. در واقع این کشور می‌خواهد با افزایش موقت قیمت نفت، ارزش سهام این شرکت را هم بالا ببرد و به این ترتیب، به‌راحتی آن را به سرمایه‌گذاران بفروشد. در واقع این نوعی زیرکی هوشمندانه است که آن‌ها به خرج می‌دهند. البته قطعاً افزایش ارزش سهام این شرکت در ماه‌های اخیر، موقتی خواهد بود و دوام چندانی نخواهد داشت. یعنی هیچ چیز پایدار نیست. بسیاری از سرمایه‌گذاران به دلیل کاهش ارزش سهام این شرکت، از خرید آن اجتناب می‌کردند، اما وقتی ارزش آن بالا برود، ممکن است این افراد هم گول بخورند. به‌هرحال، سرمایه‌گذاران از نقاط مختلف با افزایش ارزش سهام این شرکت به آن هجوم می‌آورند، چراکه تصور می‌کنند این افزایش ارزش، پایدار خواهد بود، درحالی‌که در واقعیت این‌طور نخواهد بود. اما اگر اعضای سازمان اوپک تا شش ماه دیگر به عهد خود پایدار نمانند، همه چیز به ضرر عربستان سعودی خواهد بود. این کشور یا ناچار می‌شود خودش تولید نفت را کاهش دهد تا بتواند دوباره قیمت نفت را بالا ببرد که به نفعش نیست، یا مجبور می‌شود همین‌طور آن را رها کند. به‌هرحال، هیچ‌یک از این‌ها برای سعودی‌ها جذاب نیست. به نظر می‌رسد بازنده بازی نفت، عربستان است.

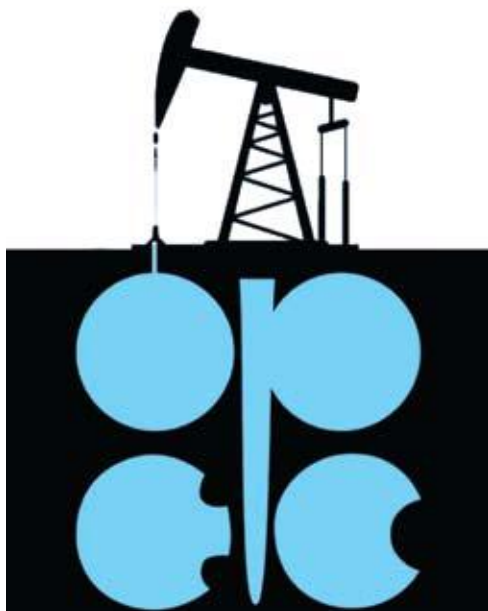
برگرفته از سرمقاله هفته‌نامه اکونومیست

هستند، این است که آیا ۲۳ کشوری که در اوپک و خارج از اوپک با هم بر سر کاهش تولید نفت خود توافق کرده‌اند، بر عهد خود پایدار می‌مانند یا خیر. یعنی آیا واقعاً برای افزایش قیمت نفت، دست از تولید نفت می‌کشند، یا هم‌چنان سعی می‌کنند در بازار نفت حضور داشته باشند و نفت خود را به فروش برسانند. اتفاقاتی که در ماه‌های اخیر در مورد نفت رخ داده، باعث شده افراد به‌درستی نسبت به متعهد ماندن اوپکی‌ها و غیراوپکی‌ها به توافق خود، تردید داشته باشند و با ظن به آن نگاه کنند. در واقع می‌توان دلایل خوبی برای نگرانی پیدا کرد. در دسامبر ۲۰۱۸، اوپک و شرکایش توافق کردند تولید نفت خود را یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه در روز کاهش دهند. عراق، نیجریه و روسیه در میان بقیه اعضای گروه، بدعهدی کردند و اغلب اوقات بیش از حدی که تعیین شده بود، نفت تولید و روانه بازار کردند. اما عربستان سعودی به عنوان قوی‌ترین و بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت اوپک، تلاش کرد این مازاد عرضه را به نوعی جبران کند. این کشور تولید نفت خود را به صورت متوسط، روزانه ۵۰۰ هزار بشکه کاهش داد. آژانس بین‌المللی انرژی هم این داده‌ها را تأیید می‌کند.

تحلیل‌گران در مورگان و استنلی برآورد کرده‌اند که تولید نفت کشورهایی که عضو اوپک نیستند، در سال ۲۰۲۰ حدود یک‌میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه در روز افزایش پیدا کند. برای مثال کشورهای برزیل، گویان و نروژ جزو اصلی‌ترین کشورهای غیراوپکی‌ها هستند که وضعیت تولید نفت آن‌ها نشان می‌دهد در سال ۲۰۲۰ هم نفت بیشتری تولید و روانه بازار نفت خواهند کرد. در ماه دسامبر وقتی اوپکی‌ها دوباره نشست خود را در وین برگزار کردند، کسی حتی تصور نمی‌کرد این کشورها دوباره توافق قبلی خود را تمدید کنند، چه برسد به این‌که میزان آن را هم بیشتر کنند. اما در عمل دیدیم که کشورهای عضو اوپک، توافق کردند بیشتر از گذشته تولید نفت خود را کاهش دهند تا بتوانند قیمت نفت را در بازار بالا ببرند. در واقع در بازار نفت، گاهی در مورد مسائلی تردید وجود دارد که آدم را شگفت‌زده می‌کند. این جریان در مورد اوپکی‌ها بارها اتفاق افتاده و اعضای این گروه بارها به بازار نفت شوک وارد کرده‌اند.

در پایان، از نگاه تحلیل‌گران، این عربستان سعودی است که با وزیر نفت جدید خود یعنی عبدالعزیز بن سلمان، توافقی تأثیرگذار و مهم را رقم می‌زند. قرار شد در ماه ژانویه، کاهش تولید نفت اوپکی‌ها از یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه در روز به یک‌میلیون و ۷۰۰ هزار بشکه در روز برسد. اگر هم قرار باشد کاهش تولید نفت بیشتری صورت بگیرد، عربستان که تولیدکننده

عربستان سعودی هم‌چنان مشتاق است از افزایش قیمت‌ها حمایت کند و در واقع تلاش دارد به نوعی قیمت نفت را بالا ببرد. بخشی از این کار به خاطر بودجه‌اش است که هنوز به نفت وابستگی دارد. اما بخشی از آن هم به شرکت نفت آرامکو سعودی مربوط می‌شود. در واقع این کشور می‌خواهد با افزایش موقت قیمت نفت، ارزش سهام این شرکت را هم بالا ببرد و به این ترتیب، به‌راحتی آن را به سرمایه‌گذاران بفروشد. در واقع این نوعی زیرکی هوشمندانه است که آن‌ها به خرج می‌دهند



چطور دولت‌ها غول کسری بودجه را شکست می‌دهند؟

وقتی دخل با خرج هم‌خوانی ندارد

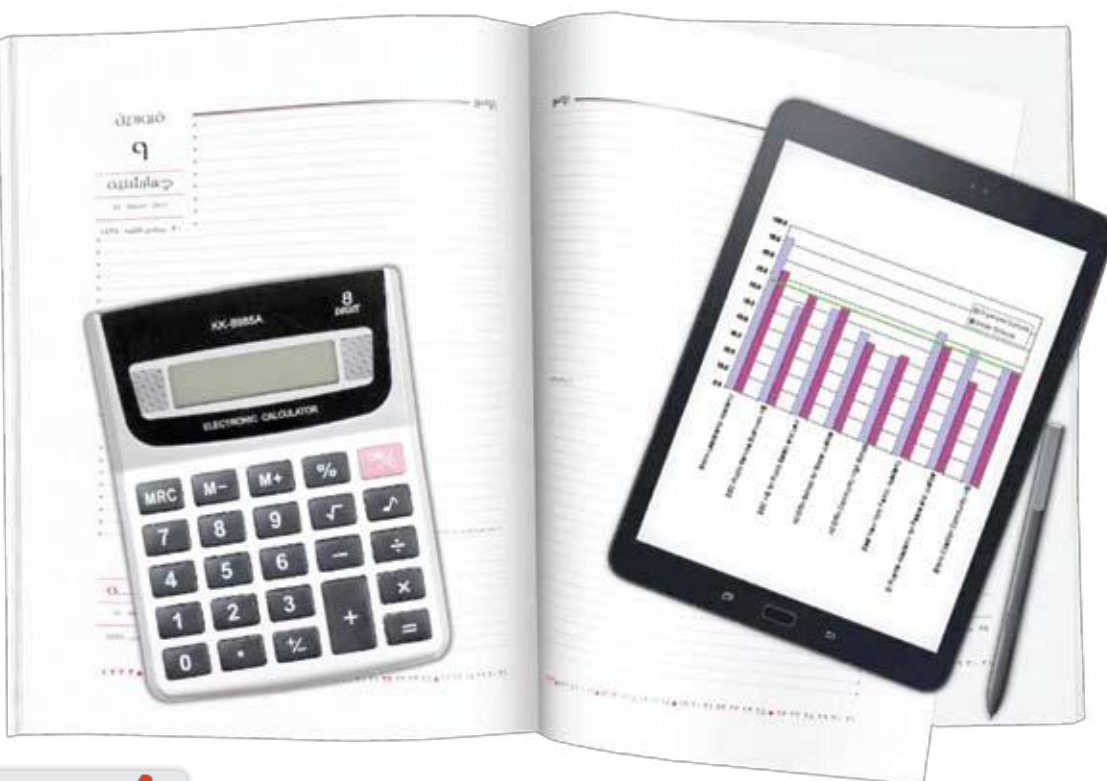
«دخل با خرج نمی‌خواند»؛ این اصطلاح به گوش آن‌ها که به قول معروف دستشان در خرج است، کاملاً آشناست. در واقع آن‌ها که هزینه‌های ماهانه دارند، اغلب اوقات با همان نظم ماهانه میزان ورودی و خروجی خود را بررسی می‌کنند تا با کسر و کمبود مالی مواجه نشوند. این جریان در مورد دولت‌ها هم صدق می‌کند. دولت‌مردان در هر کشوری، برای رسیدگی به امور مالی کشور خود، باید وضعیت دخل و خرج دولت را بررسی کنند. اغلب اوقات این بررسی‌ها به صورت سالانه صورت می‌گیرد. یعنی هر سال هزینه و درآمد دولت محاسبه می‌شود. اگر میزان هزینه‌های دولت بیشتر از درآمدهایش باشد، یعنی با کسری بودجه مواجه شده و در نتیجه باید راهی برای مقابله با آن پیدا کند. برای مثال دولتهایی که بودجه خود را بر اساس نفت تعیین می‌کنند، با هر نوسانی در قیمت نفت، دچار مشکل می‌شوند. دولت کویت در سال ۲۰۱۵ رتبه اول را در زمینه کسری بودجه داشت و دلیل آن، کاهش قیمت نفت در سال ۲۰۱۴ و در نتیجه کاهش درآمدهای نفتی برای این کشور بود. این مسئله به‌سادگی کشورهای تولیدکننده نفت را دچار مشکل می‌کند. به همین دلیل است که این کشورها به دنبال کاهش وابستگی بودجه خود به نفت هستند. برای مثال در ایران هم طبق برنامه پنج ساله ششم توسعه، راه‌کارهایی برای کاهش وابستگی بودجه به نفت ارائه شده است. عربستان هم مدتی است اصلاحات ساختاری را در پیش گرفته و تلاش می‌کند وابستگی بودجه خود را به نفت قطع کند. به‌هرحال، بحث اصلی همان کسری بودجه است که می‌تواند فرایندهای توسعه‌ای را تحت‌الشعاع خودش قرار دهد. اما دولت‌ها چطور با کسری بودجه مقابله می‌کنند؟

در مسیر تراز بودجه

تراز بودجه همیشه یکی از عناصر مورد بحث دولت‌ها بوده و هنوز هم در کانون مسائل مالی یک کشور قرار دارد. بررسی‌های «وخارزم» از گزارش ورلدفایننس نشان می‌دهد

در سال ۲۰۱۷ از میان ۲۲۲ کشور مورد بررسی، فقط ۴۷ کشور مشکلی در زمینه تراز بودجه نداشته‌اند. برخی از تحلیل‌گران می‌گویند بخش مهمی از ماجرا به بحران بزرگ سال ۲۰۰۸ مربوط می‌شود. در آن سال، اقتصاد جهان

وقتی دولتی با کسری بودجه مواجه می‌شود، ساده‌ترین روش می‌تواند همین افزایش مالیات باشد. به گزارش اکونومیک‌هیلپ، فرانسه چند وقت پیش با مشکل کسری بودجه مواجه شد، ساده‌ترین اقدامی که مقامات این کشور داشتند، افزایش مالیات بود. آن‌ها میزان مالیات را تا ۷۰ درصد افزایش دادند و از این طریق توانستند تا حدود زیادی کسری بودجه را مدیریت کنند



۲۵,۱ درصد از تولید ناخالص داخلی اش است.

از نفت تا جنگ

اقتصادهایی که به دلیل وابستگی بودجه به نفت، دچار کسری بودجه می‌شوند، تنها یک راه‌کار دارند؛ قطع وابستگی به نفت. برای مثال، عربستان یکی از کشورهایی است که راه‌کار تنوع‌بخشی به اقتصاد را در پیش گرفته است. مقامات در این کشور تلاش دارند به شیوه‌های مختلفی غیر از نفت به درآمد دست پیدا کنند. برای مثال، اخیراً عمده تمرکز خود را روی بخش گردشگری قرار داده‌اند تا بتوانند از این طریق هم کسب درآمد کنند. ایران هم سعی دارد از طریق قطع وابستگی بودجه به نفت و کسب درآمد به شیوه‌های دیگر، مشکل کسری بودجه یا خطر بروز کسری بودجه را برطرف کند. آن دسته از کشورهایی هم که به دلیل جنگ دچار بحران اقتصادی و کسری بودجه می‌شوند، تکلیفشان مشخص است. در واقع آن‌ها باید تنها عامل ایجادکننده بی‌ثباتی اقتصادی را برطرف کنند و آن عامل، جنگ است. یعنی این کشورها تا با مشکل جنگ مواجه هستند، با کسری بودجه هم مواجه خواهند بود. اما برخی از دیگر کشورها، به دلایلی غیر از نفت و جنگ با کسری بودجه مواجه می‌شوند و در نتیجه با راه‌کارهای خلاقانه دیگری مشکل خود را حل می‌کنند.

ایتالیا یکی از کشورهای توسعه‌یافته‌ای است که با بحران اقتصادی مواجه شده است. این کشور جزو همان معدود اقتصادهای توسعه‌یافته‌ای است که این روزها کسری بودجه را تجربه می‌کند. علاوه بر آن، این کشور اروپایی با افزایش حجم بدهی‌ها هم مواجه شده و به همین دلیل به دردهای بزرگ اقتصادی افتاده است. اکنون این کشور به دنبال راه‌کاری برای مواجهه با این بحران‌های مالی است. از آن‌جا که ایتالیا جزو کشورهای اتحادیه اروپاست، باید سیاست‌های مالی خود را هم با همین اتحادیه هماهنگ کند. در حال حاضر، ایتالیایی‌ها از اتحادیه اروپا درخواست کرده‌اند سیاست‌های پولی و مالی را تسهیل کنند تا آن‌ها بتوانند به کمک قوانین جدید و آسان، بدهی‌ها را پرداخت کنند و در نتیجه کسری بودجه را کاهش دهند. اتحادیه اروپا قوانین سخت‌گیرانه‌ای دارد که به کمک آن تلاش می‌کند جلوی بروز بحران مالی را در این منطقه بگیرد. اما از آن‌جا که وضعیت کشورها به لحاظ اقتصادی با یکدیگر متفاوت است، این سیاست‌های هماهنگ در مورد همه کشورها نتیجه خوبی نمی‌دهد، همان‌طور که برای کشوری مانند ایتالیا نتیجه‌ای در بر نداشته است و اکنون این کشور ناچار است به دنبال سیاست‌های مالی جدیدی از طرف اتحادیه اروپا باشد.

دچار بحران شد. این بحران بسیاری از اقتصادهای بزرگ و توسعه‌یافته را دچار مشکل کرد. یکی از این مشکلات، همین کسری بودجه است. نکته مهم این است که این بحران بیش از کشورهای در حال توسعه، دامن اقتصادهای توسعه‌یافته را گرفت. اما بحران اقتصادی در جهان تنها مسئله‌ای نیست که منجر به بروز کسری بودجه در بسیاری از کشورهای جهان شده، مسائل دیگری هم در این زمینه دخالت دارند، مهم‌ترین مسئله، جنگ است. کشورهایی که دچار جنگ یا تحریم شده‌اند، اغلب اوقات با کسری بودجه به صورت حاد مواجه هستند.

نام تیمورلست برای خیلی‌ها آشنا نیست، کشوری دورافتاده که از استرالیا فاصله زیادی دارد. بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد این کشور بیش از ۲۵ سال درگیر جنگ با اندونزی بوده و نخستین بار در سال ۲۰۰۲ توانست خود را به عنوان یک کشور به جهان بشناساند. در آن زمان که تازه سازمان ملل، تیمورلست را به عنوان یک کشور پذیرفته بود، چشم‌انداز اقتصادی خوبی برای آن متصور بود. اما بعد از استقلال، وضعیت اقتصادی این کشور تغییر کرد. در ابتدا این کشور رشد اقتصادی خوبی را تجربه کرد، اما تا سال ۲۰۱۲ نشان داد که وضعیت باثباتی ندارد. اقتصاد این کشور در سال ۲۰۱۴ بیش از ۲۶ درصد کوچک شد. در سال ۲۰۱۷، تیمورلست با کسری بودجه معادل ۷۵,۷ درصد از تولید ناخالص داخلی خود همراه شد.

ونزوئلا یکی دیگر از کشورهایی است که اقتصاد بحران‌زده‌ای دارد. این کشور مدت‌هاست درگیر آشوب‌های سیاسی و اقتصادی شده و اکنون هر اتفاقی در آمریکای لاتین رخ می‌دهد، همه انگشت اتهام را به سوی ونزوئلا دراز می‌کنند. بسیاری از افراد تصور می‌کنند ونزوئلا فقط با نرخ بالای تورم شناخته می‌شود، اما واقعیت این است که ونزوئلا کلاً با اقتصاد بحران‌زده‌ای مواجه است و در نتیجه در همه فاکتورهای اقتصادی مشکل دارد. برای مثال این کشور بخش عمده اقتصاد خود را با فروش نفت اداره می‌کند، اما اکنون که قیمت نفت پایین آمده و ونزوئلا به دلیل تحریم‌ها نمی‌تواند همان مقدار کم را هم به فروش برساند، با کمبود درآمد مواجه شده و کمبود درآمدهای نفتی برای این کشور برابر است با کسری بودجه. به این ترتیب، کاملاً طبیعی است که ونزوئلا هم با کسری بودجه شدیدی مواجه باشد.

بسیاری از کشورها به دلیل درگیری با جنگ با مشکل کسری بودجه مواجه شده‌اند. برای مثال، لیبی یکی از کشورهایی است که به دلیل جنگ با مشکلات اقتصادی مواجه شده و حتی نمی‌تواند مانند گذشته نفت بفروشد و به درآمدهای نفتی‌اش دست پیدا کند، در نتیجه اکنون با کسری بودجه مواجه شده است. میزان کسری بودجه این کشور برابر با

اقتصادهایی که به دلیل وابستگی بودجه به نفت، دچار کسری بودجه می‌شوند، تنها یک راه‌کار دارند؛ قطع وابستگی به نفت. برای مثال، عربستان یکی از کشورهایی است که راه‌کار تنوع‌بخشی به اقتصاد را در پیش گرفته است. مقامات در این کشور تلاش دارند به شیوه‌های مختلفی غیر از نفت به درآمد دست پیدا کنند. برای مثال، اخیراً عمده تمرکز خود را روی بخش گردشگری قرار داده‌اند تا بتوانند از این طریق هم کسب درآمد کنند



ونزوئلا به دلیل تحریم‌ها نمی‌تواند نفت خود را به فروش برساند و کمبود درآمدهای نفتی برای این کشور برابر است با کسری بودجه

میزان مالیات را تا ۷۰ درصد افزایش دادند و از این طریق توانستند تا حدود زیادی کسری بودجه را مدیریت کنند. البته این افزایش مالیات تبعاتی را به همراه دارد که بسیار جدی است. برای مثال، مردم از افزایش مالیات و مالیات سنگین شاکی می‌شوند و این امر می‌تواند جرعه تنش‌هایی را بزند که مهارشدنی نیست. به همین دلیل است که بسیاری از دولت‌ها زیاد مایل به استفاده از ابزار ساده مالی نیستند؛ آن‌ها می‌دانند چه تنش‌هایی پشت آن است.

در مسیر رشد

بهترین روشی که دولت می‌تواند به کمک آن کسری بودجه را کنترل کند، افزایش تولید ناخالص داخلی است. در واقع اگر دولت‌ها فضایی برای پیشرفت مهیا کنند، به توسعه می‌رسند و این توسعه می‌تواند مانع از بروز مشکلاتی مثل کسری بودجه در اقتصاد آن کشور شود. وقتی رشد اقتصادی مهیا می‌شود، شرکت‌ها هم وضع مالی بهتری پیدا می‌کنند و در نتیجه به پرداخت مالیات راغب می‌شوند و وقتی مالیات پرداخت کنند، آن وقت است که دولت به اندک درآمندی دست پیدا می‌کند و در نتیجه کمتر احتمال دارد که با مشکل کسری بودجه مواجه شود.

به‌رحال راه‌های بسیاری برای کاهش کسری بودجه یا مقابله با آن وجود دارد. برخی از این روش‌ها سریع‌تر جواب می‌دهند و برخی از آن‌ها جنجال‌ها و حاشیه‌های کمتری به پا می‌کنند. در هر صورت، مقابله با کسری بودجه امر ساده و درعین‌حال لازمی است که همه دولت‌ها می‌توانند از عهده آن برپایند؛ کافی است حواسشان باشد که همیشه دخلشان با خرجشان هم‌خوانی داشته باشد.

خرجت را کم کن!

راه‌کارهای عمومی هم برای کاهش کسری بودجه وجود دارد. یکی از روش‌های معمول، کاهش هزینه‌های دولت است. به‌رحال دولت می‌تواند هزینه‌های خودش را کاهش دهد تا این وضعیت را مهار کند و به اندازه دخلش، خرج کند. دولت‌ها می‌توانند به شیوه‌های مختلفی هزینه‌های خود را کاهش دهند. برای مثال، در دهه ۹۰ میلادی، کانادا میزان هزینه‌های خود را به حد چشم‌گیری کاهش داد و از این طریق توانست وضعیت را کنترل کند. برای مثال، دولت کانادا دیپارتمان‌ها و بخش‌های مختلف را در نظر گرفت و برای هر کدام آن‌ها ۲۰ درصد کاهش هزینه مقرر کرد. هر کدام از آن بخش‌ها موظف شدند طی چهار سال میزان هزینه‌های خود را کاهش دهند. این سیاست خوبی بود که در مورد کانادا جواب داد. به محض این‌که دولت نخستین قدم‌ها را برای کاهش هزینه‌ها برداشت، اقتصاد کانادا با رشد همراه شد. بریتانیا هم در دهه ۲۰ میلادی، تجربه مشابهی داشت. البته دولت نتوانست به صورت موفقیت‌آمیز هزینه‌های خود را کاهش دهد، اما به صورت کلی، توانست این سیاست را در پیش بگیرد.

دستبرد به جیب مردم برای مردم

راه‌های کسب درآمد برای دولت بسیار است. یکی از ساده‌ترین راه‌ها، دریافت مالیات است. در واقع یکی از بخش‌هایی که دولت از طریق آن کسب درآمد می‌کند، همین مالیات است. وقتی دولتی با کسری بودجه مواجه می‌شود، ساده‌ترین روش می‌تواند همین افزایش مالیات باشد. به گزارش اکونومیک‌هلپ، فرانسه چند وقت پیش با مشکل کسری بودجه مواجه شد، ساده‌ترین اقدامی که مقامات این کشور داشتند، افزایش مالیات بود. آن‌ها

ونزوئلا یکی از کشورهایی است که اقتصاد بحران‌زده‌ای دارد. این کشور مدت‌هاست درگیر آشوب‌های سیاسی و اقتصادی شده و اقتصاد بحران‌زده‌ای دارد. برای مثال این کشور بخش عمده اقتصاد خود را با فروش نفت اداره می‌کرد، اما اکنون که ونزوئلا به دلیل تحریم‌ها نمی‌تواند همان مقدار کم نفت را هم به فروش برساند، با کمبود درآمد مواجه شده و کمبود درآمدهای نفتی برای این کشور برابر است با کسری بودجه

«وخارزم» راه‌های اطمینان بخشی به سرمایه‌گذاران را بررسی می‌کند

این روزها همه ریسک می‌کنند، شما چطور؟

بتوان از طریق آن، این سرمایه‌ها را جذب و در بازار، به گردش درآورد.

سرمایه‌گذاری در روزهای توفانی

سرمایه‌گذاری در شرایط بحرانی، همیشه کاری ریسکی به حساب می‌آید. بسیاری از سرمایه‌گذاران در شرایط بحرانی، سرمایه خود را قایم می‌کنند و ترجیح می‌دهند آن را روانه بازار سرمایه نکنند. در این شرایط، دولت‌ها باید به فکر مشوق‌هایی باشند که به سرمایه‌گذاران انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاری را ببخشد. خاطره بحران بزرگ اقتصادی در سال ۲۰۰۸ که اقتصادهای بزرگ و توسعه‌یافته جهان را از پای درآورد، هنوز در خاطر بسیاری از سرمایه‌گذاران زنده است. به همین دلیل است که گاهی می‌ترسند و با یک خبر بد در حوزه اقتصاد و امور مالی، سریع از بازار عقب می‌کشند و سر در لاک خود فرو می‌برند. مردم در آن زمان با چشمان خودشان می‌دیدند که سرمایه‌های آب می‌شود و ارزش آن کاهش پیدا می‌کند. طبیعی است که نخواهند دوباره آن شرایط تکرار شود. در همین راستا، دولت‌ها یک ترفند ساده دارند تا سرمایه‌گذاران را وادار به سرمایه‌گذاری کنند. آن‌ها می‌گویند هر کسی در این شرایط سرمایه‌های خود را وارد بازار نکند، یا هر چه دارد، بفروشد، احتمالاً شکست می‌خورد. به این ترتیب، برخی از سرمایه‌گذاران ترغیب می‌شوند به بازار ورود کنند و در نتیجه مانع از بروز بحران می‌شوند. ناگفته نماند که سرمایه‌گذاری در هر شرایطی یک عمل ریسکی و پرخطر به حساب می‌آید، اما

شاخصی در دنیای اقتصاد وجود دارد که می‌توان آن را شاخص «ترس و ریسک‌پذیری» نامید. پایگاه خبری-تحلیلی سی‌ان‌ان بیزنس به صورت روزانه این شاخص را بررسی می‌کند. اما این شاخص چه می‌گوید؟ همان‌طور که از نامش پیداست، این شاخص قرار است میزان ترس و ریسک‌پذیری را در میان سرمایه‌گذاران فعال در بازار نشان دهد. این شاخص در حقیقت نموداری است که از صفر تا ۱۰۰ شماره‌گذاری شده و هر روز یک عدد را نشان می‌دهد. اگر این شاخص عددی بالا و نزدیک به ۱۰۰ را نشان دهد، وضعیت سبز می‌شود. در این وضعیت، سرمایه‌گذاران به راحتی ریسک می‌کنند، این یعنی آن‌ها بدون ترس و نگرانی، سرمایه‌های خود را روانه بازار سرمایه می‌کنند و امید به بازگشت سرمایه دارند. اما وقتی این شاخص عددی نزدیک به صفر را نشان می‌دهد، وضعیت قرمز می‌شود. در این شرایط، سرمایه‌گذاران دچار ترس و نگرانی شده‌اند و فعالیتی در بازار سرمایه نخواهند داشت. در واقع آن‌ها سرمایه خود را روانه بازار سرمایه نخواهند کرد، چراکه از چیزی ترس یا نگرانی دارند. اما چرا سرمایه‌گذاران می‌ترسند و وقتی سرمایه‌های خود را روانه بازار نمی‌کنند، با چه ترفندی می‌توان آن‌ها را وادار کرد سرمایه خود را در بازار جاری کنند؟ سرمایه آن‌هاست که مانند خون در رگ‌های بازار می‌چرخد و به آن حیات می‌بخشد، پس باید به فکر راهی بود که

سرمایه‌گذاران همیشه در حال رصد و بررسی شرایط اقتصادی کشور چین هستند. هر بار که اتفاقی در چین می‌افتد، یا هر بار خبر می‌آید که رشد اقتصادی چین کاهش یافته، سرمایه‌گذاران ناگهان عقب‌نشینی می‌کنند. به همین دلیل است که اکثر اوقات مقامات برای آرامش بخشیدن به بازار و جلوگیری از ترس سرمایه‌گذاران، از منابع خبری مختلف اعلام می‌کنند که اقتصاد چین در وضعیت سالمی قرار دارد

گاهی اوقات خطرات آن کمتر است. در واقع آن‌ها باید به این فکر کنند که سرمایه‌گذاری در شرایط بحرانی می‌تواند نوعی منفعت‌طلبی باشد و برای آن‌ها نوعی سود بآورد داشته باشد. باید این‌طور تصور کنند که سرمایه‌گذاری در شرایط بحرانی، نوعی ریسک است که می‌تواند پاداش زیادی را به همراه داشته باشد.

بحران اقتصادی همیشه بیشترین تأثیر را روی سرمایه‌گذاران می‌گذارد. در واقع هر بار سرمایه‌گذاران از یک شرایط بحرانی می‌شنوند، یا گمان می‌کنند شرایط به سمت بحران اقتصادی پیش می‌رود، دست از سرمایه‌گذاری می‌کشند. برای مثال، چین بعد از آمریکا، دومین اقتصاد بزرگ جهان است و هر بار به لحاظ ساختاری و اقتصادی با مشکل مواجه می‌شود، بقیه اقتصادها هم دچار مشکل می‌شوند. به همین دلیل است که سرمایه‌گذاران همیشه در حال رصد و بررسی شرایط اقتصادی این کشور هستند. هر بار که اتفاقی در چین می‌افتد، یا هر بار خبر می‌آید که رشد اقتصادی چین کاهش یافته، سرمایه‌گذاران ناگهان عقب‌نشینی می‌کنند. به همین دلیل است که اکثر اوقات مقامات برای آرامش بخشیدن به بازار و جلوگیری از ترس سرمایه‌گذاران، از منابع خبری مختلف اعلام می‌کنند که اقتصاد چین در وضعیت سالمی قرار دارد.

راهی برای مقابله با ضرر

آنچه در مورد سرمایه‌گذاران به‌وضوح مشخص شده، این است که اکثر آن‌ها بیشتر از آن که به دنبال ریسک کردن باشند، به دنبال جلوگیری از ضرر کردن هستند. یعنی آن‌ها زیاد به ریسک کردن فکر نمی‌کنند، بلکه به این فکر می‌کنند که اگر در کاری یا در بازاری، سرمایه‌گذاری کنند، با ضرر همراه می‌شوند یا خیر. نکته مهم دیگر این است که بررسی‌های روان‌شناسانه نشان می‌دهد مردم بیشتر از آن که از سود خود خوشحال و راضی باشند، از ضرر خود احساس رنج و ناراضی می‌کنند. به این ترتیب، مهم‌ترین اقدامی که برای تشویق اکثر سرمایه‌گذاران باید صورت بگیرد، این است که آن‌ها اطمینان حاصل کنند از کاری که انجام می‌دهند، ضرر نمی‌کنند.

گاهی اوقات سرمایه‌گذاران برای روزهای بحرانی، قوانینی برای خودشان در نظر می‌گیرند که به آن‌ها کمک کند بهترین تصمیم را برای سرمایه‌گذاری بگیرند. وارن بافت به عنوان موفق‌ترین سرمایه‌گذار جهان شناخته می‌شود. او بزرگ‌ترین میلیاردر جهان است و به همین دلیل توصیه‌هایی که برای سرمایه‌گذاران دارد، با استقبال همه روبه‌رو می‌شود. بافت برای سرمایه‌گذاری در شرایط بحرانی هم پیشنهادها و توصیه‌هایی دارد. در دوره‌ای از سال ۲۰۰۸ که بحران بزرگ اقتصادی رخ داده بود، همه از سرمایه‌گذاری دوری می‌کردند و چیزی نمی‌فروختند، اما وارن در آن روز تصمیم به فروش گرفت و نتیجه آن هم موفقیت‌آمیز بود. او در آن زمان مدیرعامل برکشایر هاتاوی بود و هنوز هم مدیرعامل همان شرکت است. در این سال‌ها موفق شده سرمایه‌اش را چندبرابر کند و همه این‌ها حاصل هوشیاری و درعین حال ریسک‌پذیری در شرایط بحرانی است. قانون طلایی بافت این است: «وقتی همه می‌ترسند، شجاع باش و طمع کن، اما وقتی همه طمع کار شده‌اند، بترس و عقب‌نشینی کن.» به این ترتیب، او در شرایط بحرانی کاملاً خلاف جریان آب حرکت می‌کند. در واقع او کامل در مسیری مخالف با مسیر عموم سرمایه‌گذاران گام برمی‌دارد و همین رمز موفقیتش شده است. او در مجله تایمز هم دقیقاً به این مسئله اشاره کرده و از آن می‌نویسد. در واقع او فرصت‌ها را شناسایی و از آن‌ها نهایت بهره را می‌برد. با

همین روش‌ها او موفق شده خودش را به وضعیت امروز برساند.

یکی از بخش‌هایی که می‌تواند رشد اقتصادی را رقم بزند، بخش خصوصی است. در واقع، سرمایه در اختیار بخش خصوصی قرار دارد و دولت‌ها برای ایجاد رشد اقتصادی به آن سرمایه نیاز دارند در نتیجه آن‌ها باید انگیزه‌ها و محرک‌هایی برای سرمایه‌گذاران ایجاد کنند تا آن‌ها وادار به سرمایه‌گذاری شوند. در قدم اول، دولت‌ها باید طرح‌ها و پروژه‌هایی را برای سرمایه‌گذاری و پیشرفت معرفی کنند. این پروژه‌ها می‌تواند محلی برای جذب سرمایه‌گذاران باشد. در واقع دولت‌ها می‌توانند از سرمایه‌گذاران در بخش خصوصی دعوت کنند برای پروژه‌های توسعه‌ای گام بردارند. در این بین می‌توانند با وام‌هایی که بانک‌های دولتی می‌دهند، به نوعی از آن‌ها حمایت کنند و در نتیجه حسن نیت خود را نسبت به این جریان نشان دهند.

سیاست‌های پولی و مالی که دولت‌ها در پیش می‌گیرند، یکی از مهم‌ترین فاکتورها در زمینه اطمینان‌بخشی به سرمایه‌گذاران است. این سیاست‌ها اگر در مسیر درست و به صورت حمایتی باشد، می‌تواند سرمایه‌گذاران را جذب کند. در واقع آن‌ها مشتوق‌هایی هستند که به سرمایه‌گذاران انگیزه می‌دهند.

معافیت شیرین مالیاتی

دست‌کاری نرخ مالیات، یکی دیگر از راه‌کارهایی است که دولت‌ها در پیش می‌گیرند تا بتوانند از طریق آن برای سرمایه‌گذاران انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاری ایجاد کنند. آن‌ها می‌توانند به سرمایه‌گذاران کاهش مالیات را پیشنهاد بدهند و از این طریق، شرکت‌ها را وارد یک حوزه مطلوب کنند. به صورت کلی، هیچ‌کس از مالیات استقبال نمی‌کند. به همین دلیل است که کاهش آن می‌تواند ابزار خوبی برای تشویق سرمایه‌گذاران باشد. دولت‌ها در بسیاری از بخش‌ها می‌توانند قوانینی برای معافیت مالیاتی در نظر بگیرند و از این طریق، سرمایه‌گذاران را جذب کنند. برای مثال در مورد مناطق آزاد، این اتفاق می‌افتد. مناطق آزاد، عموماً مناطق محروم و کم‌بهره‌ای هستند که کسی به راحتی سرمایه خود را روانه آن‌جا نمی‌کند. یکی از ترفندهای دولت‌ها برای این‌که پای سرمایه‌گذاران را به این مناطق آزاد باز کنند، این است که آن‌ها را از پرداخت مالیات معاف کنند. در ایران هم قوانین معافیت مالیاتی در مناطق آزاد حاکم است و هدف از آن، جذب سرمایه‌گذاران است. در واقع دولت با این شیوه، به سرمایه‌گذار اجازه می‌دهد به سود بیشتری دست پیدا کند و این سود بیشتر برابر است با انگیزه کافی برای سرمایه‌گذار.

وقتی دولت‌ها برای سرمایه‌گذاری در اموری خاص مثل بهداشت و سلامت یا افزایش بهره‌وری از سرمایه‌گذاران دعوت می‌کنند، اغلب اوقات با نتیجه بهتری روبه‌رو می‌شوند. در واقع این‌طور به نظر می‌رسد که سرمایه‌گذاران برای اموری که نتایج مثبت قطعی‌تری دارد، راحت‌تر ریسک می‌کنند و مقاومت کمتری به خرج می‌دهند. به همین دلیل است که عمده تلاش‌های دولت‌ها برای نظام بهداشت و سلامت صورت می‌گیرد.

بهرحال، دولت‌ها در همه زمینه‌ها به سرمایه از جانب سرمایه‌گذاران نیاز دارند و سرمایه‌گذاران همیشه به اطمینان و اعتماد نیاز دارند. به همین دلیل است که دولت‌ها همیشه به فکر راه‌کارهایی برای جذب سرمایه‌گذاران هستند. دنیای امروز بر پایه سرمایه بنا شده و به هر دلیل به این سرمایه نیاز است تا خون در رگ‌های بازار به گردش دربیاید.

دولت‌ها در بسیاری از بخش‌ها می‌توانند قوانینی برای معافیت مالیاتی در نظر بگیرند و از این طریق، سرمایه‌گذاران را جذب کنند. برای مثال در مورد مناطق آزاد، این اتفاق می‌افتد. مناطق آزاد، عموماً مناطق محروم و کم‌بهره‌ای هستند که کسی به راحتی سرمایه خود را روانه آن‌جا نمی‌کند. یکی از ترفندهای دولت‌ها برای این‌که پای سرمایه‌گذاران را به این مناطق آزاد باز کنند، این است که آن‌ها را از پرداخت مالیات معاف کنند



استانداردهای روز در برگزاری مجمع عمومی شرکتها

مجمع عمومی؛ تریبونی برای سهامداران

اقتصادی
بهار سلیمانی
مترجم

عمومی مؤسس ضروری است، شامل: همه مؤسسان و تعدادی از پذیرهنویسان که یکدوم سرمایه شرکت را متعهد شده‌اند.

• مجمع عمومی عادی (سالانه)

مجمع عمومی سالانه تنها یک بار در سال برگزار می‌شود که تاریخ برگزاری آن باید با زمان ذکر شده در اساسنامه شرکت مطابقت داشته باشد. اکثر شرکتها برگزاری مجمع عمومی سالانه خود را حداکثر چهار ماه پس از پایان سالی (اسفند) یعنی در ماههای بهار و تابستان برگزار می‌کنند. بررسی عملکرد مالی شرکت، تصویب ترازنامه، تخصیص سود و زیان، انتخاب مدیران و بازرسان از جمله مواردی است که در مجمع عمومی عادی درباره‌شان بحث و تصمیم‌گیری می‌شود و در مورد آنها شفافیت صورت می‌گیرد.

• مجمع عمومی فوق‌العاده

این مجمع همان‌طور که از نام آن مشخص است، در مواقع فوق‌العاده و ضروری مانند تغییر اساسنامه یا انحلال شرکت یا افزایش سرمایه و... برگزار می‌شود. برای مثال، اگر تغییر در اساسنامه این باشد که تاریخ سال مالی شرکت عوض شود، این موضوع از طریق مجمع عمومی فوق‌العاده به گوش اعضا خواهد رسید. البته اختیارات در این خصوص باید طبق نظر دیگر اعضا مانند سهامداران نیز باشد تا برای مثال تصمیمات مربوط به افزایش و کاهش سرمایه منجر به افزایش تعهدات مالی سرمایه‌گذاران و سهامداران نشود.

وظایف مجمع عمومی سالانه

از جمله وظایفی که اعضای مجمع عمومی عهده‌دار آن هستند، می‌توان از انتخاب هیئت مدیره، تصویب ترازنامه، انتخاب بازرسان شرکت و تقسیم منافع نام برد. بدیهی است تعدادی از این وظایف به هر چه بیشتر شفافیت در این جلسات

برگزاری مجمع عمومی سالانه فرایند مهمی در هر سازمان و ارگانی است که برای اعضا، سهامداران و شرکای آن سازمان می‌تواند شفافیت و اطلاعات جدید را تأمین کند و به اعضا فرصتی برای نظرسنجی و رأی‌گیری در مورد موضوعات مختلف بدهد. با این‌که این روزها استفاده از ویدیو کنفرانس و حضور مجازی سرمایه‌گذاران در این جلسات نیز باب شده است، اما به‌رحال مجمع عمومی سالانه اتفاقی است که در بسیاری از شرکت‌های دنیا به صورت حضوری به وقوع می‌پیوندد. حقیقت این است که در تمام شرکتها باید تصمیم‌های کلی که از سوی مدیران اخذ شده و همچنین خط‌مشی سالانه به اطلاع و تصویب شرکا برسد. دارندگان سهام نیز مایل هستند از امور کلی شرکت اطلاع داشته باشند. مجمع عمومی عادی تنها وسیله‌ای است که دارندگان سهام می‌توانند نظرات خود را اعمال کنند. بنابراین قانونی به وجود آمده است که طی آن مجمع عمومی سالانه شرکت باید سالی یک مرتبه منعقد شود.

انواع مختلف مجمع عمومی و نقش آنها

اما تنها مجمعی که در سازمانها تشکیل می‌شود، مجمع عمومی سالانه نیست، بلکه به‌طور کلی مجمع به سه دسته تقسیم می‌شوند:

الف) مجمع عمومی مؤسس

هنگامی که شرکت در شرف تأسیس است و صاحبان سهام گرد هم می‌آیند، مجمع عمومی مؤسس شکل می‌گیرد که تصویب اساسنامه و تعیین مدیران و بازرسان شرکت‌های سهامی از اهداف آن است. حضور بعضی از اعضا در مجمع

از آن جایی که بسیاری از سهامداران از شهرهای دیگر سرمایه‌گذاری می‌کنند و به واسطه وکیل خود رأی می‌دهند، بهتر است برای این‌که میزان اعتماد و شفافیت اطلاعات پرداخت‌شده در این جلسات برای آنها بیشتر شود، اجلاس به صورت مجازی و هم‌زمان از چندین مکان مانند سالن‌های مجازی پخش شود تا سهولت حضور سهامداران و ترغیب بیشتر مشارکت آنها را در پی داشته باشد

کمک خواهد کرد. برای مثال، بازرسانی که در اساس نامه معین شده‌اند، از طرف مجمع انتخاب شده و ناظر بر عملیات هیئت مدیره و واسطه اطلاع به صاحبان سهام هستند. هر شرکت باید در انتهای سال بدانند سود و زیان آن چه بوده و نفع یا ضرر آن چه مقدار است. به همین دلیل هیئت مدیره صورتی حاکی از مجموعه دارایی و مطالبات و دیون شرکت و صورت حساب دوره عملکرد سالانه را تهیه می‌کند. مجمع عمومی عادی با ملاحظه و دقت در آن تصویب و اگر اشکالی داشته باشد، توضیح و اصلاح آن را از هیئت مدیره می‌خواهد. مسلم است بدون قرائت گزارش بازرسی یا بازرسان شرکت در مجمع عمومی اخذ تصمیم نسبت به ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی معتبر نخواهد بود. یا در تقسیم منافع نیز معمولاً برای این که تبعیضی قائل نشوند، منافع شرکت با نظر مجمع عمومی سالانه تقسیم می‌شود. اما آیا همه چیز در این جلسات شفاف است؟ انتقاداتی به شیوه کار مجمع عمومی سالانه وجود دارد که در ادامه در موردش می‌خوانیم.

انتقادات به اثربخشی مجمع عمومی سالانه

انتقادات مربوط به اثربخشی این مجمع در دو دسته کلی اطلاعاتی و رویه‌ای قرار می‌گیرد. منتقدان معتقدند این جلسات اطلاعات کمی را منتقل می‌کند که در حال حاضر در بازار در دسترس نیست. درک بسیاری از جزئیات و مطالبی که برای این نشست تهیه می‌شود، از جمله گزارش مدیران، گزارش پاداش، بیانیه حاکمیت شرکت‌ها، گزارش حسابرسان و صورت‌های مالی پیچیده و دشوار است و سهامداران سازمانی، اطلاعات مکرر و باکیفیت‌تری نسبت به سهامداران خرده‌فروشی کسب می‌کنند. هم‌چنین آن‌ها می‌گویند با توجه به این که تعداد زیادی از سهامداران از طریق وکالت رأی داده‌اند، نظر آن‌ها در این جلسات اهمیتی ندارد و در نتیجه تأثیرگذار نیست. اما چگونه می‌توان این پاسخ‌گویی و اعتمادسازی بین اعضای مجمع در قبال سهامداران را افزایش داد؟

راهکار شرکت‌ها برای پاسخ‌گویی و اعتمادسازی بیشتر در قبال سهامداران

چندین رویکرد برای افزایش اعتماد اعضا در این مجمع قابل بررسی است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره شده است.

برگزاری اجلاس به صورت مجازی

از آن جایی که بسیاری از سهامداران از شهرهای دیگر سرمایه‌گذاری می‌کنند و به واسطه وکیل خود رأی می‌دهند، بهتر است برای این که میزان اعتماد و شفافیت اطلاعات پرداخت شده در این جلسات برای آن‌ها بیشتر شود، اجلاس به صورت مجازی و هم‌زمان از چندین مکان مانند سالن‌های مجازی پخش شود تا سهولت حضور سهامداران و ترغیب بیشتر مشارکت آن‌ها را در پی داشته باشد.

جریان اطلاعات از رأی‌گیری جدا شود

ابتدا بهتر است اطلاعات جدیدی که قرار است در مجمع ارائه شود، از قبل در اختیار سهامداران قرار بگیرد؛ سپس ۴۸

ساعت به آن‌ها فرصت داده شود تا در مورد تصمیم خود فکر کنند و فرصتی برای مشارکت بیشتر، مشورت‌های آگاهانه و تأمل و تفکر با دیگر سهامداران داشته باشند، یا موضوعات را پیش از رأی‌گیری بدانند و با دست پر به مجمع سالانه قدم بگذارند. برای مثال، اگر قرار است حسابرس و بازرس در این اجلاس سالانه انتخاب شود، نام آن افراد از پیش در اختیار اعضا قرار گیرد تا فرصت شناخت و بررسی را داشته باشند و با اعتماد بیشتری در رأی‌گیری شرکت کنند.

رأی‌گیری رسمی باشد

بهتر است تمام رأی‌گیری‌های جلسات عمومی مجمع از طریق نظرسنجی رسمی انجام شود، نه با بالا بردن دست یا روش‌هایی از این قبیل، تا اطمینان بیشتری نسبت به صحت رأی‌ها در ذهن سهامداران شکل گیرد و نتایج بهینه‌ای حاصل شود.

بهبود کیفیت ارتباط برای شفافیت محتوا

شرکت‌ها در این جلسات می‌توانند از مجموعه‌ای از محتواهای ناب مرتبط با جریان اطلاعات برای شفافیت هر چه بیشتر سهامداران استفاده کنند. وبکست، پادکست، استفاده از آمار و ارقام قابل اتکا همراه با یادداشت‌های توضیحی و استفاده بهتر از فناوری‌های صوتی و تصویری از جمله اینفوگرافیک و نمایش فیلم از پیشرفت‌های کارخانه، شرکت یا سازمان به جای روش‌های سنتی سخنرانی و گزارش‌هایی که از قبل تایپ شده و پشت تریبون خوانده می‌شود، می‌تواند به اعتماد هر چه بیشتر سهامداران منجر شود.

مدیریت بهینه جلسه

بهتر است در شکل برگزاری جلسه نیز تغییراتی داده شود که بیشتر به مذاق سهامداران خوش آید. برای مثال در کنار این که رئیس و هیئت مدیره صحبت می‌کنند، بهتر است تریبون به مدیران نیز اختصاص داده شود تا آن‌ها نیز حرف‌های خود را بزنند. پیش از جلسه از سهامداران خواسته شود که سؤالات خود را بپرسند تا در جلسه پاسخ داده شود و ابهامی برای آن‌ها باقی نماند. از مهارت‌های مدیریت جلسات و انتخاب صندلی مناسب برای هر فرد برای افزایش کارایی و اثربخشی بیشتر جلسه و مشارکت بیشتر حسابرسان برای پاسخ به سؤالات مالی نیز می‌توان استفاده کرد.

بهبود تعامل با سهامداران

بهبود مشارکت سهامداران نیاز به حسن نیت و تفاهم هر دو طرف دارد. این امر می‌تواند ذهنیت خوبی در آن‌ها ایجاد کند و باعث شود خود را در امور شرکت سهیم بدانند. در همین راستا بهتر است شرکت به راه‌های بهبود کیفیت تعامل با سهامداران فکر کند و اطلاعات صادقانه و شفاف را با توجه به مواردی که در بالا ذکر شد، در اختیار آن‌ها قرار دهد.

مجمع عمومی سالانه نقش مهمی در پیاده‌سازی رویکرد صحیح حاکمیتی شرکت‌ها دارد و بهبود آن می‌تواند متضمن اثربخشی بهتر و عملکرد بهینه آن شرکت در آینده باشد.

بهتر است اطلاعات جدیدی که قرار است در مجمع ارائه شود، از قبل در اختیار سهامداران قرار بگیرد؛ سپس ۴۸ ساعت به آن‌ها فرصت داده شود تا در مورد تصمیم خود فکر کنند و فرصتی برای مشارکت بیشتر، مشورت‌های آگاهانه و تأمل و تفکر با دیگر سهامداران داشته باشند، یا موضوعات را پیش از رأی‌گیری بدانند و با دست پر به مجمع سالانه قدم بگذارند. برای مثال، اگر قرار است حسابرس و بازرس در این اجلاس سالانه انتخاب شود، نام آن افراد از پیش در اختیار اعضا قرار گیرد

منابع:

- lh.listedcompany.com/recognition_important.html
- aicd.companymembership.com.au/membership/the-boardroom-report/volume-15-issue-17/ways-to-improve-the-agm
- lexology.com/library/detail.aspx?g=6378a93c-c74e-4cec-8a74-9b4923cdd889
- icsa.org.uk/assets/files/marketing/essays/Runner-Up-essay-2017.pdf



در این بخش می‌خوانید

- ◀◀◀ همه چیز درباره پدیده جدید دفاتر کار مشترک
- ◀◀◀ درس‌های کسب‌وکار از مرد اول گوگل؛ ساندار پیچای
- ◀◀◀ بررسی لزوم برخورداری از مهارت‌های نرم در سازمان‌های تجاری
- ◀◀◀ بایدها و نبایدهای راه‌اندازی و مدیریت مرکز ارتباط در گروه‌های تجاری
- ◀◀◀ نگاهی به چند و چون مدیریت آشفته‌گی‌های اقتصادی
- ◀◀◀ یک‌پارچه‌سازی کانال‌های ارتباطی با هدف ایجاد تجربه یکسان
- ◀◀◀ آیا زمان ترک شغل‌مان فرا رسیده است؟

مدیریت و کسب‌وکار

همه چیز درباره
پدیده جدید
دفاتر کار مشترک

فضای کار اشتراکی به رونق استارت آپها کمک می کند



می گیرند و به عنوان محیطهای مختلف کاری استفاده می شوند. برخی از آن ها به صورت مجازی هستند، در حالی که بعضی دیگر فضاهای فیزیکی واقعی را شامل می شوند. در برخی از این فضاها، بیش از یک نفر در یک زمان از فضای مشترک کاری استفاده می کند، در حالی که گزینه دیگر، فضایی است که در زمانهای مختلف از سوی افراد بسیاری به اشتراک گذاشته می شود. در ادامه به چهار نمونه مختلف از فضای مشترک کسب و کار اشاره می کنیم.

می توانند از این فضا در زمانهای مختلف و برای اهداف متفاوت استفاده کنند.

مجازی و بر مبنای همکاری: مکانهای مجازی مشترک ابزار و محیطهایی هستند که از سوی کارمندان مجازی برای همکاری مشترک در یک زمان واقعی استفاده می شوند. این نوع از فضای کارهای اشتراکی می تواند شامل جلسات مجازی، ویدیوها و هر گونه فضای مجازی مشترک در زمان واقعی باشد.

مجازی و مشارکتی: فضای کاری مشترک دیگر، یک محیط مجازی است که همکاران می توانند اطلاعات را به اشتراک بگذارند. این فضا، درحالی که مشارکتی است، به

ایدههای مختلفی در زمینه رونق هر چه بیشتر کسب و کارها هر روز ارائه می شود. یکی از ایدهها که هم چنان به محبوبیت آن افزوده می شود، استفاده از فضای کار مشترک است. وقتی موضوع استفاده از فضای کسب و کار مشترک مطرح می شود، ممکن است بسیاری از مردم فکر کنند دقیقاً چه مکانهایی مشترک محسوب می شوند؟

این محیطهای کار جدید، به نام محیطهای اشتراکی یا دفاتر کار مشترک، در واقع اشکال مختلفی به خود

فیزیکی و مبتنی بر همکاری: فضاهای کاری اشتراکی که به عنوان فضاهای همکاری نیز شناخته می شوند، فضاهایی هستند که در یک دفتر ایجاد می شوند و کارمندان می توانند با یکدیگر همکاری بیشتر و نزدیکتری داشته باشند. این فضای کاری مشترک هم چنین روشی برای استارت آپهاست تا یک فضای کاری بدون در دسرهای راه اندازی محل کار خود داشته باشند.

فیزیکی و مشارکتی: این نوع فضای کار مشترک شامل فضاهایی است که از سوی افراد مختلف به اشتراک گذاشته می شود، اما به صورت فردی استفاده می شود. تقریباً مانند اشتراک زمان در یک فضای اداری است. بسیاری از افراد



بدان معناست که فضای کاری مشترک برای هر استارت‌آپی مناسب است؟ جوانب مثبت و منفی فضای کاری مشترک چیست؟ اگر به دنبال فضای کاری مناسب برای استارت‌آپ خود هستید، از این راهنمایی‌ها استفاده کنید، تا تصمیم درستی در این زمینه بگیرید.

معایب استفاده از فضای کار مشترک

حواس‌پرتی: در هر یک از روزهای کاری به عنوان بنیان‌گذار یک استارت‌آپ، وظیفه دارید برای گزارش به سرمایه‌گذاران، تماس‌های فروش، گفت‌وگو درباره نقشه‌های راه با توسعه‌دهندگان و موارد دیگر آماده باشید. شما زمانی برای حواس‌پرتی نخواهید داشت. آیا می‌توانید تضمین کنید همکاران شما در همان قالب ذهنی قرار بگیرند؟ احتمالاً نه. همه روزهای خوب و بد دارند و نمی‌توانید به گروه داخل سالن بگویید که ساکت باشند، یا بتوانید تلفن افراد دیگر را به سمت دیوار پرتاب کنید. البته شما می‌توانید با اجاره یک دفتر خصوصی، میزان این حواس‌پرتی را به حداقل برسانید، اما سروصدا انتقال پیدا می‌کند. زمانی که از آشپزخانه استفاده می‌کنید، یا به سرویس بهداشتی می‌روید، به تعامل با کسانی که در پشت این در قرار دارند، بپردازید. در نتیجه از آن‌جا که فضاهای کاری مشترک نسبت به دفاتر سنتی کمتر ساختاریافته هستند، ترسیم یک خط بین کار و برقراری ارتباط ممکن است گاهی برای شما و تیم شما چالش‌برانگیز باشد.

نزدیکی با رقبا: بیشتر استارت‌آپ‌ها سطوح مختلف رقابت را تجربه می‌کنند. البته این مسئله می‌تواند اثبات کند که ایده شما باارزش است. در یک فضای کار اشتراکی، همیشه امکان شنیده شدن گفت‌وگوها درباره مسائل خصوصی و موضوعاتی که قصد ندارید دیگران متوجه آن شوند، وجود دارد! اگرچه ما هرگز پیشنهاد نمی‌کنیم که شکاک باشید، اما شاید لازم است به اعضای تیم خود یادآوری کنید برخی مکالمات خاص را برای اتاق‌های کنفرانس و پشت درهای بسته نگه دارند. عدم سفارشی‌سازی: یکی از جالب‌ترین جنبه‌های داشتن

صورت گروهی به کار گرفته نمی‌شود، بلکه اشتراک‌گذاری، به‌کارگیری و مدیریت آن به طور انفرادی است. نمونه متداول فضای کاری مشترک، یک صفحه گسترده اشتراکی مجازی مانند Google Drive است.

چگونه می‌توانید فضای کاری مشترک فیزیکی پیدا کنید؟

آیا تعجب خواهید کرد اگر فضاهای همکاری فیزیکی و اماکن مشترک در منطقه شما وجود داشته باشند؟ یک جست‌وجوی سریع گوگل از طریق کلمات کلیدی مانند «فضای کاری مشترک»، «اجاره یک میز» و دیگر کلمات مرتبط به همراه نام شهر خود، به راحتی به شما نشان می‌دهد چه گزینه‌هایی در دسترس قرار دارد.

با این‌که اشکال مختلفی از فضای کاری مشترک وجود دارد، وجه مشترک بین آن‌ها محیطی است که اطلاعات و مکان در آن مشترک است. بسیاری از مکان‌های اشتراکی ایجاد شده‌اند تا بتوانند اطلاعات را به راحتی در اختیار افراد مختلف قرار دهند و محیطی را فراهم می‌کنند که مشارکتی است و باعث ایجاد خلاقیت می‌شود.

دفعه بعدی که به عنوان بخشی از کار از راه دور خود به دنبال برقراری ارتباط با دیگران بودید، یا سعی داشتید یک روش مشارکتی‌تر برای انجام کار پیدا کنید، یک فضای کاری مشترک ممکن است گزینه انعطاف‌پذیرتری برای امتحان کردن باشد.

مزایا و معایب استفاده از فضای کار اشتراکی چیست؟

به عنوان بنیان‌گذار یک استارت‌آپ، یا باید یا از یک فضای کار اشتراکی استفاده کنید، یا فضای مختص خودتان را داشته باشید. تعداد قابل توجهی از شرکت‌ها در حال پیوستن به اجتماعات اشتراکی هستند. آن‌چه در ابتدا به عنوان قلمروی فریلنسرها شناخته می‌شد، به سرعت به گزینه‌ای در دسترس برای کسب‌وکارها در هر اندازه‌ای تبدیل شده است.

جای تعجب نیست که استارت‌آپ‌های فناوری نیز با افزایش تعداد آن‌ها به فضای کاری اشتراکی روی می‌آورند، اما آیا این

با این‌که اشکال مختلفی از فضای کاری مشترک وجود دارد، وجه مشترک بین آن‌ها محیطی است که اطلاعات و مکان در آن مشترک است. بسیاری از مکان‌های اشتراکی ایجاد شده‌اند تا بتوانند اطلاعات را به راحتی در اختیار افراد مختلف قرار دهند و محیطی را فراهم می‌کنند که مشارکتی است و باعث ایجاد خلاقیت می‌شود

دفتر کار مختص خود، نام تجاری آن است. دیوارها، مبلمان و حتی روشنایی، همه می‌توانند به گونه‌ای تنظیم شوند که شما ترجیح می‌دهید. هنگام دکوراسیون فضای کار مشترک شرایط متفاوت است. به طور کلی، هرچقدر تمایل بیشتری به پرداخت هزینه داشته باشید، از نظر زیبایی‌شناختی فضای بیشتری به دست خواهید آورد. البته فقط به این دلیل که فضایی زیبا تزئین شده است، به این معنا نیست که این خود واقعی شما هستید. مانند زندگی کردن در یک هتل بسیار خوب است، درحالی‌که منتظر ساخته شدن خانه خود هستید. هر زمان که ایده‌هایی برای طراحی و دکور داشته باشید، باید به خودتان یادآوری کنید که این مکان واقعاً متعلق به شما نیست.

فرهنگ محیط کار: فرهنگ هر شرکتی منحصر به فرد و متعلق به آن شرکت است. این فرهنگ نشان‌دهنده روح و قلب استارت‌آپ شماست. درحالی‌که در فضای کار مشترک، فرهنگ شرکت شما ممکن است مطابق با فرهنگ محل کار تغییر کند. پیش از سرمایه‌گذاری در یک فضای کاری مشترک، ارزش‌ها و اعتقاداتی را که آن محیط دنبال می‌کند، یا ملزم به رعایت آن می‌شوید، در نظر بگیرید. از خودتان بپرسید آیا محیط کار اشتراکی با فرهنگ استارت‌آپ شما مطابقت دارد یا خیر؟ اگر این‌گونه نباشد، یافتن موارد مشترک با اعضا کار دشواری خواهد بود.

مزایای استفاده از فضای کار مشترک

انعطاف‌پذیری بیشتر: بارزترین فواید فضای کاری مشترک انعطاف‌پذیری آن در سه حوزه مختلف است:

- در فضاهای کاری اشتراکی، به طور معمول اجاره‌نامه سالانه مورد نیاز نیست. صندلی گرم، میز خصوصی و عضویت در دفتر خصوصی به صورت ماهانه ارائه می‌شود.

- بدون پرداخت هزینه‌های گزاف، بدون سپرده‌گذاری و هزینه‌های متنوع دیگر، این فضاها فرصتی ارزشمند برای کاهش هزینه‌ها به بنیان‌گذاران ارائه می‌دهند.

- آیا مطمئن نیستید از زمان شروع کار، استارت‌آپ شما تا سه ماه آینده چه مقدار پول به دست

خواهد آورد؟ انعطاف‌پذیری فضاهای کاری اشتراکی می‌تواند آرامش خوبی را

در مقایسه با مسئولیت اجاره یک دفتر خصوصی

فراهم کنند.

فرصت‌های ارتباط با بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها: ایجاد یک استارت‌آپ می‌تواند گاهی اوقات به نوعی تنهایی دچار شود. مهم نیست در چه مرحله‌ای از توسعه قرار دارید، همیشه چیزهای جدیدی برای یادگیری، انجام و ارزیابی وجود دارند. احاطه کردن خود با دیگر کارآفرینان و مدیران می‌تواند زمانی که شرایط سخت می‌شود، به شما کمک کند، به‌ویژه اگر این افراد در فضای فناوری نیز کار کنند.

فضاهای کاری مشترک میزبان رویدادهای بسیاری برای برقراری ارتباط و یادگیری از همتایان است. کار کردن در کنار چنین افرادی به رشد استارت‌آپ شما کمک خواهد کرد.

دسترسی بیشتر به بازیکنان کلیدی و مشارکت‌ها: یکی دیگر از مزیت‌های کار در یک فضای مشارکتی فناوری این است که می‌توانید با دسترسی به بازیکنان کلیدی این حوزه به رشد کسب‌وکار خود کمک کنید. زمانی که با تعداد بسیاری از استارت‌آپ‌ها ارتباط برقرار می‌کنید، بیشتر می‌توانید به دنبال جلب توجه سرمایه‌گذاران برای ایجاد فرصت‌های جدید باشید.

امکانات و خدمات: هنگامی که یک فضای خصوصی را اجاره می‌کنید، امکانات لازم برای آغاز کار همیشه وجود ندارد. در بیشتر موارد باید مبلمان، تلفن و اینترنت تهیه و حتی برای کارمندان پارکینگ تعبیه کنید. اما در فضاهای کاری اشتراکی امکاناتی از قبیل وای‌فای پرسرعت، دستگاه چاپ و اسکن، وسایل کامل آشپزخانه، پشتیبانی سایت، اتاق جلسات و غیره در اختیاران قرار دارد.

فرصت‌های آموزشی: در نهایت، فضاهای کاری اشتراکی پذیرای بسیاری از فرصت‌های آموزشی از جمله برنامه‌نویسی، کارگاه‌ها و پنل‌های آموزشی و دیگر موارد هستند. این فرصت‌های ارزشمند یادگیری به بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها در کاهش هزینه‌ها کمک می‌کند.

منابع:

- rocketspace.com/tech-startups/what-are-the-pros-cons-of-shared-office-space/

- flexjobs.com/blog/post/shared-workspaces/

به عنوان بنیان‌گذار یک استارت‌آپ، یا باید یا از یک فضای کار اشتراکی استفاده کنید، یا فضای مختص خودتان را داشته باشید. تعداد قابل توجهی از شرکت‌ها در حال پیوستن به اجتماعات اشتراکی هستند. آن‌چه در ابتدا به عنوان قلمروی فریلنسرها شناخته می‌شد، به سرعت به گزینه‌ای در دسترس برای کسب‌وکارها در هر اندازه‌ای تبدیل شده است





درس‌های کسب‌وکار از مرد اول گوگل؛ ساندار پیچای

از عشق به تکنولوژی تا رهبری سیلیکون ولی



اطلاعات دنیا را سر و سامان دهیم و آن را در دسترس جهانیان قرار دهیم.» اطلاعات زیادی روی گوگل وجود دارد، اما کار پیچای فقط سر و سامان دادن به سرچ‌ها نیست، بلکه از هدایت و راه‌اندازی اندروید وان گرفته تا ادغام هوش مصنوعی کاربر در دستگاه‌های گوگل و عملکردهای جست‌وجو، همه و همه از اموری است که تحت مدیریت مستقیم و غیرمستقیم ساندار پیچای قرار می‌گیرد.

هم‌چنین پیچای گام‌های بزرگی را برای گوگل کروم نیز برداشته است. هنگامی که مایکروسافت مرورگر پیش‌فرض Bing را در رایانه‌های شخصی ساخت، پیچای سرمایه‌گذاران شرکت را متقاعد کرد نوار ابزار گوگل را در اینترنت اکسپلورر به صورت پیش‌فرض نصب کنند. پس از موفقیت‌های نوار ابزار گوگل با مدیریت پیچای، او به فکر ساخت یک مرورگر اختصاصی برای گوگل افتاد و ایده‌اش را با مدیران ارشد خود در میان گذاشت، اما در نهایت مدیرعامل وقت گوگل اریک اشمیت با این کار مخالفت کرد. او عقیده داشت طراحی و ساخت یک مرورگر هزینه زیادی را بر شرکت تحمیل می‌کند. اما پیچای هم‌چنان روی ایده خود پافشاری می‌کرد و اعتقاد داشت پس از عدم موفقیت IE به عنوان مرورگر پیش‌فرض، اکنون کروم راهی برای تبدیل شدن به محبوب‌ترین مرورگر دنیا پیش رو دارد و در نهایت توانست مؤسسان گوگل، یعنی لری پیج و سرگری برین، را متقاعد کند. ساندار پس از موافقت آن‌ها کار روی ساخت مرورگر را شروع و نقش بسیار مهمی در طراحی و توسعه آن ایفا کرد. کروم این موفقیت را مدیون جاه‌طلبی‌های ساندار پیچای است.

این مرورگر در سال ۲۰۰۸ با نام گوگل کروم وارد بازار شد و به دلیل آن‌که به کاربران اجازه دسترسی مستقیم به موتور

ساندار پیچای، مدیر متواضعی که در خانواده‌ای متوسط در هند رشد کرده و به موفقیت رسیده، امروزه به نقش اول گوگل در این ابرشرکت تبدیل شده است. پیچای در دوران کودکی در سطح رفاه مطلوبی بزرگ نشد، اما این مانع نشد که استعدادهایش را شکوفا نکند. پیچای با توانمندی و هوش بی‌نظیر خود توانست مدرک تحصیلی خود را در رشته مهندسی متالورژی از یکی از دانشگاه‌های معتبر هند دریافت کند و از دانشگاه استنفورد بورسیه تحصیلی بگیرد. رفتن به کالیفرنیا برای او سکوی پرتاب بزرگی بود. او در این باره گفته است: «من همیشه عاشق تکنولوژی بودم و از دوران کودکی آرزوی حضور در سیلیکون ولی را داشتم. من در دوران بچگی در مورد سیلیکون ولی بسیار می‌خواندم و داستان‌های زیادی را نیز از عمویم شنیده‌ام.» او اکنون خود به یکی از بهترین مدیران این دره تکنولوژی تبدیل شده است. پیچای مظهر رهبری است که «راه را می‌داند، مسیرش را جلو می‌برد و آن را به دیگران نیز نشان می‌دهد». در ادامه درس‌هایی را که از نحوه مدیریت کسب‌وکار و موفقیت این مدیر خواهیم آموخت، با هم مرور می‌کنیم.

درس اول: بلندپرواز باشید

وقتی اهداف زندگی را انتخاب می‌کنید، فراموش نکنید که «جاه‌طلب بودن» را در صدر آن قرار دهید. شکی نیست که نتایج بزرگ در نتیجه جاه‌طلبی‌های بزرگ به وجود آمده‌اند. آیا فکر نمی‌کنید ماموریت گوگل بدون شک در صدر ماموریت‌های جاه‌طلبانه است؟ پیچای در این مورد می‌گوید: «ما می‌خواهیم



جست‌وجوی گوگل را می‌داد، با استقبال بسیار زیادی از سوی کاربران مواجه شد.

درس دوم: به شکست‌هایتان افتخار کنید

کارآفرینان مشتاق در سیلیکون ولی هر روز در حال نبرد هستند تا مطمئن شوند به میزان کافی در راستای اهداف خود ریسک کرده‌اند. البته همه افراد در این مسیر موفق نمی‌شوند و شکست‌هایی نیز وجود دارد. در حقیقت اگر می‌خواهید به جلو بروید، برگشت به عقب اجتناب‌ناپذیر است و ممکن است برای هر فردی پیش آید. پیچای تأکید می‌کند که اگر سعی کنید درس‌های ارزشمندی از شکست‌هایتان استخراج کنید، می‌توانید به موفقیت برسید. دیدگاه پذیرش شکست را در خود ایجاد کنید و بپذیرید که شکست و جاه‌طلبی دو روی یک سکه هستند. اگر گاهی شکست نخورید، به اندازه کافی بلندپرواز نخواهید بود.

تغییر را با روحیه باز بپذیرید

شکست درس‌های بزرگی دارد، مگر این‌که تبدیل به عادت شود! مسلماً دست کشیدن از یک پروژه و کنار گذاشتن آن سخت است، اما تشخیص این‌که چه چیزی موجب این شکست شده، مهم است. به عنوان مثال هنگامی که پیچای مدیریت اندروید را به دست گرفت، این سیستم عامل به عنوان یک بخش مستقل عمل می‌کرد. اما پیچای دریافت که گوگل و اندروید بدون یک پارچه‌سازی نمی‌توانند به رشد برسند. اقدامات مربوط به گسترش پلتفرم اندروید هنوز هم در حال انجام است، ولی پیچای درصد است تا گوشی‌های هوشمند اندرویدی پایین رده را هم در بازارهای نوظهور گسترش دهد. در واقع او سعی داشت با گسترش اندروید وان، گوشی‌های با قیمت کم را برای پنج میلیون نفری که قصد خرید گوشی ندارند، فراهم کند. بنابراین یک درس دیگر از مدیرعامل گوگل این است که شما باید برای زندگی خود برنامه‌ریزی کنید و اگر مسیری را اشتباه رفتید، یک پلن B برای خود داشته باشید و آن را تغییر دهید.

کنجکاو باشید و روی تجارب سخت تمرکز کنید

پیچای معتقد است تأکید بر آموزش در هند اساس یادگیری و موفقیت جوانان است. او معتقد است برخلاف دانشگاه‌های آمریکا که عمدتاً از یادگیری تجربی حمایت می‌کنند، نیاز است بر ذهنیت و چیزهای فراتر از تجارب دست‌وپاگیر تمرکز کرد. بنابراین از پرسیدن و کنجکاو بودن نترسید. سؤال‌های چرا و چگونه را در بطن صحبت‌های خود بیاورید. این کار موجب باز کردن مرزهای خلاقیت و سرازیر شدن نوآوری به سمت شما می‌شود. پیچای در بخشی از صحبت‌هایش می‌گوید: من همه شما را تشویق می‌کنم تا در روزهای آبی تلاش کنید از دیدگاه‌های افراد مختلفی که فکر می‌کنید نظرات متفاوتی با شما دارند، آگاه شوید. من هم مانند شما همین کار را خواهم کرد و از آن‌ها در مورد دیدگاه‌هایشان سؤال خواهم پرسید. اگر

پیچای واقعاً می‌خواهد پایه‌گذار فرهنگی باشد که از تغییر و پیچیدگی سود می‌برد، قرار دادن خود در موقعیت این‌چنینی قدم اول محسوب می‌شود.

همکاری مناسب با دیگر هم‌تیمی‌ها داشته باشید

موفقیت به‌تنهایی امکان‌پذیر است و نیاز به تیمی قوی و کارکشته دارد. اگر می‌خواهید خودتان بالا بروید، باید کمک کنید دیگران نیز خود را بالا بکشند. برای مثال، ساندار پیچای به این مشهور بود که تیمی قوی ساخته است که در آن تیم هر کس بدون ترس از دیگری ایده‌هایش را به اشتراک می‌گذارد. پیچای و تیمش موفقیتشان را با یکدیگر سهیم می‌شوند و به پیشرفت متقابل اعتقاد دارند. بنابراین فارغ از این‌که شما دانشجو، کارآفرین یا مدیر هستید، لازم است بدانید که بهتر است به جای ساخت دیوار، روی پل ساختن تمرکز کنید.

انتقادپذیر باشید

پیچای می‌داند بسیاری از انتقادهای مطرح‌شده، مانند انتقادهایی که به نحوه آموزش کارکنان گوگل وارد می‌شود و...، موضوعات مهمی هستند. و مسلماً فردی که انتقاد کرده، حق داشته نظرات خود را در مورد این موضوعات بیان کند. بنابراین او با آغوش باز از انتقاد کردن استقبال می‌کند. هر چند شنیدن انتقادهایی که از سوی مؤسسات و افراد مختلفی که زیر نظر خودمان کار می‌کنند، خوشایند نیست، هرگز فراموش نکنید که این نوع بازخوردها بسیار ارزشمند هستند. پیچای معتقد است این نوع بازخوردها دید شما را به سازمان باز می‌کنند و موجب حل بسیاری از مشکلات در راستای بهبود وضعیت سازمان خواهند شد. پیچای سعی دارد حتی مخالفان را نیز قانع کند و ساعت‌ها به انتقادهای آن‌ها گوش می‌دهد.

صبر و فروتنی همیشه جواب می‌دهد

چه در زندگی و چه در محل کار، طبیعی است که موقعیت‌هایی پیش آید که آستانه تحمل خود را از دست دهیم و به شیوه‌ای پرخاش‌گرانه عمل کنیم. اما لازم است گاهی صبوری کنیم و از واکنش‌های هیجانی در محیط کار بپرهیزیم. ساندار پیچای، مدیرعامل گوگل، به این معروف است که در تمام موقعیت‌های حرفه‌ای و زندگی خود به‌شدت صبوری و فروتنی پیشه می‌کند. به عنوان مثال او در روزهای ابتدایی حضور خود در گوگل، ساعت‌ها خارج از دفتر می‌ریسا می‌ایستاد تا مطمئن شود اعضای تیم او امتیاز عملکرد لازم را کسب کرده‌اند. او به‌تازگی نیز برای شهادتی به دادگستری فراخوانده شد، اما با آرامش و بدون دلهره از خود دفاع کرد. تمام این درس‌ها را شما نیز می‌توانید در کسب‌وکار خود اعمال کنید و از آن‌ها درس بگیرید.

منبع:

blog.wednesday.com/7-lessons-from-sundar-pichai-to-plan-your-life/

کارآفرینان مشتاق در

سیلیکون ولی هر روز در

حال نبرد هستند تا مطمئن

شوند به میزان کافی در

راستای اهداف خود ریسک

کرده‌اند. البته همه افراد در

این مسیر موفق نمی‌شوند و

شکست‌هایی نیز وجود دارد.

در حقیقت اگر می‌خواهید به

جلو بروید، برگشت به عقب

اجتناب‌ناپذیر است و ممکن

است برای هر فردی پیش

آید. پیچای تأکید می‌کند که

اگر سعی کنید درس‌های

ارزشمندی از شکست‌هایتان

استخراج کنید، می‌توانید به

موفقیت برسید

مهارت‌های نرم الزامی امروزی

بهبود این پنج مهارت کارمندان سرمایه‌گذاری کنند، با نتایج درخشانی مواجه خواهند شد. البته در خصوص مهارت‌های نرم، بسیاری دیگر از مهارت‌ها که بخشی از آن بیش‌تر به آن اشاره شد، نیاز به بهبود دارد که از حوصله این مطلب خارج است.

مدیریت زمان

امروزه سبک زندگی افراد، خصوصاً در کلان‌شهرها، دست‌خوش تغییرات جدی قرار گرفته است. در حال حاضر بیشتر افراد با کمبود زمان در زندگی شخصی و کاری خود مواجه شده‌اند و این موضوع باعث شده افراد برای انجام کارها اولویت‌بندی کنند و تنها برای اقداماتی که برای آن‌ها اولویت زمانی و مخصوصاً ذهنی بیشتری دارد، زمان صرف کنند. مطالعات گالوپ نیز در این زمینه نشان می‌دهد ۴۱ درصد از افراد زمان کافی برای انجام هر کاری را ندارند و نزدیک به ۸۰ درصد این افراد در طول روز به این دلیل دچار استرس می‌شوند. از طرفی در زندگی کاری نیز مدیران سازمان‌های تجاری به دنبال افرادی هستند که مهارت مدیریت زمان را دارند. چون باور عمومی در این زمینه این است که افرادی که مهارت مدیریت زمان را داشته باشند، با بهره‌وری بیشتری همراه خواهند بود. در خصوص مدیریت زمان در ظاهر، شاید با تکیه بر برنامه‌ریزی‌های روزانه، هفتگی و... بتوان به این مهم دست یافت، اما تجربه‌های فردی نشان می‌دهد ملزم بودن این برنامه‌ها در بسیاری از مواقع با استمرار مواجه می‌شود. به همین دلیل در این خصوص تکنیک‌ها و ابزارهای مختلفی وجود دارد که قطعاً نمی‌توان به تمامی آن‌ها اشاره کرد، اما به‌زعم نگارنده، یکی از تکنیک‌های کاربردی و

پیچیدگی زندگی مدرن امروزی لزوم هم‌گام شدن با تغییرات و پاسخ به نیازهای جدید را به همراه آورده است و نیازمند کسب و بهبود مهارت‌های جدید است. مهارت‌هایی که نمی‌توان کاملاً از طریق روش‌های معمول شامل کلاس‌های درس، کتاب‌های آموزشی و... به دست آورد و نیازمند اتخاذ رویکردهای جدید آموزشی در حوزه‌های مهارت‌های انسانی، بین فردی و... است. این مهم در سازمان‌های تجاری نیز حائز اهمیت است و در حال حاضر کسب‌وکارها به مهارت‌هایی فراتر از مهارت‌های سخت کارمندان که شامل دانش فنی، تجربه کاری و... می‌شوند، نیازمند هستند. مواجهه سازمان‌های تجاری با محیط پیچیده خارج از سازمان باعث شده این سازمان‌ها نیازمند افرادی باشند که مهارت‌های نرمی شامل ارتباطات، انعطاف‌پذیری، مذاکره، کار تیمی، فن بیان، رهبری، انگیزه، شکیبایی، توانایی حل مسئله، مدیریت زمان و اخلاق کاری داشته باشند. این که سازمان‌های تجاری چگونه می‌توانند روی مهارت‌های نرم کارمندان سرمایه‌گذاری کنند و از این طریق بهبود حاصل شود و هم‌چنین این مهارت‌های نرم چه تأثیر بر موفقیت سازمان‌های تجاری می‌گذارد، بهانه‌ای شد تا در این مطلب به بررسی لزوم مهارت‌های نرم و چگونگی جاری‌سازی برخی از آن‌ها در داخل سازمان بپردازیم. بر اساس تازه‌ترین مطالعات لینکدین در سال ۲۰۱۹، پنج مهارت در بین کارمندان سازمان‌های تجاری حائز اهمیت است و اگر سازمان‌های تجاری بتوانند روی

سازگاری



همکاری



خلاقیت



اقتناع



مدیریت زمان



ساده در خصوص مدیریت زمان، تکنیک پومودور است. در این تکنیک وظایف مهم کاری که نیاز به تمرکز بالا دارد، در بازه زمانی ۲۵ دقیقه‌ای با تمرکز بالا به آن پرداخته خواهد شد و بین هر ۲۵ دقیقه، پنج دقیقه افراد می‌توانند استراحت کنند. همچنین بعد از چهار پومودور یا چهار بازه زمانی ۲۵ دقیقه‌ای، افراد می‌توانند ۱۵ تا ۳۰ دقیقه استراحت کنند. در این میان یکی دیگر از اقدامات بسیار مهم در خصوص مدیریت زمان در سازمان‌های تجاری، تفویض اختیار است. در این خصوص نیز متخصصان مرتبط با این حوزه بر این باورند که افراد باید توانایی اولویت‌بندی فعالیت‌های روزانه سازمان را داشته باشند و در صورتی که امکان تفویض اختیار آن وجود داشته باشد، حتی با بازدهی کمتر، این اقدام انجام شود.

سازگاری

بر اساس مطالعات فوربس، ماندن سازمان‌های تجاری در دنیای تجارت امروز نیازمند سازگاری سازمان با تغییرات محیطی است و سازمانی می‌تواند سازگار باشد که مدیران و کارمندی با این مهارت داشته باشد. بر اساس همین مطالعات، ۵۰ سال پیش امید به حیات سازمان‌های تجاری حدود ۷۵ سال بود، اما در حال حاضر این عدد به ۱۵ سال رسیده است. همچنین بر اساس مطالعات Fortune، از کسب‌وکارهای تجاری که در سال ۱۹۵۵ وجود داشتند، تنها ۱۲ درصد آن‌ها در سال ۲۰۱۴ به فعالیت‌های خود ادامه می‌دادند. این مطالعات به این معناست که ۸۸ درصد از این سازمان‌های تجاری ورشکسته، ادغام شده‌اند، یا به طور کامل سقوط کرده‌اند. این مطالعات نشان می‌دهد در حال حاضر سازمان‌های تجاری نیازمند افرادی هستند که انعطاف‌پذیر باشند و هم‌گام با فرصت‌ها و تهدیدهای جدید، فعالیت‌های خود را انجام دهند. مجله کسب‌وکار هاروارد نیز در این زمینه بیان می‌کند که سازمان‌های تجاری امروزی باید در یادگیری نحوه انجام کارهای جدید سرمایه‌گذاری کنند و این مهم بدون سازگاری محقق نخواهد شد. در خصوص سازگاری تیپ‌های شخصیتی بسیار حائز اهمیت است و در صورتی که سازمان تجاری قصد سرمایه‌گذاری در این موضوع را دارد، می‌تواند از آزمون‌های مرتبط در این حوزه استفاده کند. به عنوان نمونه یکی از این آزمون‌ها، تست دیسک است که می‌تواند رفتار کارمندان را مورد ارزیابی قرار دهد و از این طریق میزان انعطاف‌پذیری و سازگاری افراد قابل ارزیابی است.

همکاری

مطالعات انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد حدود ۷۵ درصد از سازمان‌های تجاری کار تیمی و همکاری را بسیار مهم تلقی می‌کنند، اما در همین سازمان‌ها تنها ۱۸ درصد از کارمندان مهارت همکاری را دارند. به بیان دیگر، امروزه بیش از هر زمان دیگری سازمان‌های تجاری نیازمند کارمندی هستند که مهارت همکاری را داشته باشند و به‌خوبی بتوانند با سازش با دیگران و به‌خصوص در گروه‌های کاری، فعالیت‌های سازمان را ادامه دهند. افرادی که می‌توانند اختلافات شخصی را برای انجام یک کار در سازمان‌های تجاری کنار بگذارند، افرادی هستند که مهارت همکاری با دیگران را دارند و در چنین سازمان‌های تجاری روابط کاری قوی ایجاد می‌شود. چون بر اساس مطالعات دیگر انجام‌شده در این حوزه، ۹۷

درصد از کارمندان و مدیران معتقد هستند عدم همکاری در گروه‌های کاری بر نتیجه پروژه‌ها تأثیر می‌گذارد. در خصوص میزان همکاری افراد در داخل سازمان نیز، نیاز به تحلیل و ارزیابی وجود دارد.

اقتناع

صرف نظر از نقش افراد در سازمان، هنر اقتناع دیگران یکی از مهارت‌های بسیار مهم در سازمان‌های تجاری به شمار می‌رود که این مهارت نرم نیز به صورت اکتسابی است. در حقیقت اقتناع‌سازی افراد، هنر مجبور کردن دیگران به انجام کارهایی است که به نفع خودشان و شمامست و اولین گام در این راستا، شناسایی افرادی است که در مدت زمان معین از نظر شما اقتناع خواهند شد. چون لزوماً اقتناع هر فردی در کوتاه‌مدت امکان‌پذیر نیست و برای برخی از موضوعات و افراد نیاز به صرف مدت زمان قابل توجه برای اقتناع‌سازی وجود دارد. از طرفی، از دیدگاه برخی افراد، هنر اقتناع دیگران در تیم‌های بازاریابی و فروش بیشتر کاربرد دارد. اگرچه در این گروه‌های کاری، افرادی که مشغول به کار هستند، باید دارای مهارت اقتناع دیگران باشند تا از این طریق بتوانند عملکرد مثبتی در سازمان داشته باشند، اما در دیگر گروه‌های کاری داخل سازمان نیز این مهارت بسیار حائز اهمیت است و در تعامل‌های کاری بسیار می‌تواند مثر و ثمر واقع شود. در خصوص نحوه جاری‌سازی این مهارت در داخل سازمان نیز برگزاری کارگاه‌های اصول و فنون مذاکره و اقتناع‌سازی افراد می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد. چون معمولاً در این مهارت می‌توان از تکنیک‌های مختلف مذاکره استفاده کرد.

خلاقیت

خلاقیت و نوآوری از مهارت‌های بسیار مهم در سازمان‌های تجاری به شمار می‌رود که مسیر موفقیت یا عدم موفقیت سازمان‌های تجاری را دست‌خوش تغییرات جدی قرار می‌دهد. در ظاهر، خلاقیت و نوآوری در محصولات جدید ایجاد می‌شود، اما در واقعیت این موضوع در لایه‌های سازمان می‌تواند اثربخش باشد. به عنوان نمونه، با خلاقیت در فرایندهای داخل سازمانی می‌توان عملکرد سازمان را افزایش داد، یا استفاده از روش‌های خلاقانه در فعالیت‌های روابط عمومی و بازاریابی، سازمان‌های تجاری را می‌تواند با موفقیت مناسبی همراه سازد. در این میان اگرچه تمرکز بر خلاقیت در فعالیت‌های روزانه هر سازمانی به دلیل فشارهای بی‌امان مدیران کسب‌وکار جهت دستیابی به اهداف مالی بسیار سخت است، اما با اتخاذ برنامه‌ریزی‌ها و استفاده از تکنیک‌های مرتبط با این موضوع می‌توان جریان خلاقانه‌ای را در داخل سازمان جاری کرد. در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که رویکردهای نوین در حوزه جذب کارمندان به سمت استفاده از کارمندی با مهارت‌های نرم می‌رود. نمود بیرونی این موضوع در سازمان‌های تجاری را می‌توان از نوع آگهی استخدامی این سازمان متوجه شد. به عنوان نمونه، در آگهی استخدامی کارمندان در بسیاری از سازمان‌های تجاری، مهارت‌های نرم در اولویت نسبت به مهارت‌های سخت قرار می‌گیرد، که این موضوع نشان می‌دهد برای این سازمان‌های تجاری، داشتن مهارت‌های نرم بسیار مهم‌تر از مهارت‌های سخت است.

حدود ۷۵ درصد از سازمان‌های تجاری کار تیمی و همکاری را بسیار مهم تلقی می‌کنند، اما در همین سازمان‌ها تنها ۱۸ درصد از کارمندان مهارت همکاری را دارند. به بیان دیگر، امروزه بیش از هر زمان دیگری سازمان‌های تجاری نیازمند کارمندی هستند که مهارت همکاری را داشته باشند و به‌خوبی بتوانند با سازش با دیگران و به‌خصوص در گروه‌های کاری، فعالیت‌های سازمان را ادامه دهند

بایدها و نبایدهای راهاندازی و مدیریت مرکز ارتباط در گروه‌های تجاری

برقراری ارتباطات اثربخش با مخاطبان

عنوان نمونه، گروه‌های تجاری که در حوزه سرمایه‌گذاری مشغول به کار هستند، با هر دو حوزه مالی و مشتری در ارتباط هستند؛ به این معنا که به عنوان مثال بسیاری از سهام‌داران در حوزه مالی با مرکز ارتباط تماس برقرار می‌کنند، یا در صورتی که مشتریان سازمان موضوع خاصی مانند شکایت را مدنظر داشته باشند، با واحد مرکز ارتباط تماس می‌گیرند و عدم توجه مناسب به رسیدگی به شکایات مشتریان باعث ایجاد نارضایتی و انتقال این تجربه به دیگر افراد جامعه خواهد شد. البته طبق مطالعات انجام‌شده در این موضوع، تنها پنج درصد از مشتریان شاکی لب به شکوه می‌کشایند و حدود ۹۵ درصد مشتریان شاکی بدون ابراز کوچک‌ترین انتقادی، به برند دیگر مراجعه می‌کنند. با توجه به این مطالعات، رسیدگی به همین پنج درصد از شکایات بسیار حائز اهمیت است و ابزار ارتباطی تحقق این موضوع نیز راه‌اندازی مرکز ارتباط با مشتری است. از طرفی، تحقیقات Hubspot نشان می‌دهد در حال حاضر ۶۲ درصد از مخاطبان از طریق ایمیل، ۴۸ درصد از طریق تلفن، ۴۲ درصد از طریق گپ (چت) آن‌لاین و ۳۶ درصد از طریق فرم «تماس با ما» تمایل دارند با سازمان‌های تجاری ارتباط برقرار کنند. این تحقیقات نیز بر لزوم به‌کارگیری مرکز ارتباط به جای مرکز تماس تأکید دارد. در این میان بر اساس مطالعات فوربس در سال ۲۰۱۷، سه‌چهارم مشتریان اظهار کرده‌اند که حاضرند برای شرکتی که ارتباط با مشتریان خوبی دارد، پول بیشتری هزینه کنند.

پاسخ‌گویی درست یا غلط

پاسخ‌گویی مناسب و صحیح در مراکز ارتباط یکی از مسائل بسیار مهم است؛ به این معنا که سازمان‌های تجاری با پاسخ‌گویی درست و صحیح می‌توانند رضایت و خوشحالی مشتریان را کسب کنند و در نگهداری و وفادارسازی مشتریان گامی استراتژیک بردارند. درنهایت نیز این امر منجر به افزایش سودآوری مشتریان می‌شود. به عنوان نمونه، مشتری شاکی که با عصبانیت با مرکز ارتباط تماس می‌گیرد، مستعد این موضوع است که برای همیشه خرید و ارتباط خود را با این سازمان تجاری قطع کند. در چنین شرایطی نحوه پاسخ‌گویی درست و مناسب به این مشتری شاکی، می‌تواند تجربه متفاوتی را برای او رقم زند و نه تنها او را به سازمان برگرداند، بلکه این تجربه پاسخ‌گویی باعث شود این مشتری به مشتری وفادار سازمان تبدیل شود و حتی تجربه ارتباطی خود را که شامل نحوه ارتباط و پی‌گیری این مشکل است، به عنوان یک تجربه مثبت به دیگران انتقال دهد.

انواع مرکز ارتباط

امروزه لزوم برقراری ارتباطات اثربخش با مخاطبان سبب شده سازمان‌های تجاری از ابزارهای رایج در این حوزه استفاده کنند و گامی استراتژیک در این موضوع بردارند. استفاده از مرکز ارتباط نیز یکی از ابزارهای بازاریابی است که در بسیاری از سازمان‌های تجاری در داخل کشور نیز لزوم استفاده از آن احساس می‌شود و سرمایه‌گذاری قابل توجهی را نیازمند است. مرکز ارتباط در سازمان‌های تجاری راه‌حل رایجی است که بسیاری از مدیران ارشد بر این باورند که با خریداری خط تماس مناسب و استخدام چند کارشناس پاسخ‌گو می‌توانند چنین واحد سازمانی را راه‌اندازی کنند. این در حالی است که فرایندهای موجود در حوزه مرکز ارتباط در صورتی که به صورت مناسب طراحی و اجرا نشود، سازمان را با مشکلات و خصوصاً هزینه‌های گزافی همراه می‌سازد. این که راه‌اندازی مرکز ارتباط در سازمان‌های تجاری چه بایدها و نبایدهایی دارد و سازمان‌های تجاری که در حال حاضر مرکز ارتباط دارند، چه برنامه‌ریزی‌ای باید در این حوزه انجام دهند، بهانه‌ای شد تا به برخی از نکات حائز اهمیت و کاربردی در این موضوع بپردازیم.

مرکز تماس یا مرکز ارتباط؟

قبل از ورود به موضوع، نیاز به تفکیک مرکز تماس از مرکز ارتباط وجود دارد. در حال حاضر بسیاری از سازمان‌های تجاری در ایران مرکز تماس و نه مرکز ارتباط دارند؛ به این معنی که تنها کانال و راه ارتباطی مخاطبان با سازمان از طریق تلفن (ثابت، همراه و...) است. این در حالی است که رسانه‌های اجتماعی فرصتی را پیش روی مخاطبان قرار داده است تا درخواست‌ها، پیشنهادها، انتقادات و... خود را از این طریق به سازمان‌های تجاری انتقال دهند. این موضوع باعث شده بسیاری از سازمان‌های تجاری از مرکز تماس عبور کنند و واحد مذکور را به مرکز ارتباط یا Contact Center تبدیل کنند.

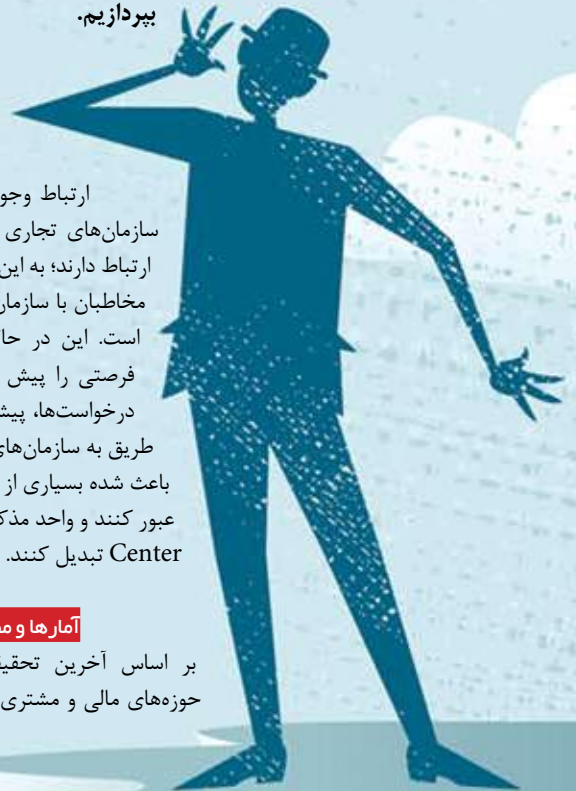
آمارها و مطالعات چه می‌گویند؟

بر اساس آخرین تحقیقات انجام‌شده در سال ۲۰۱۹، حوزه‌های مالی و مشتری بیشترین دلیل استفاده مخاطبان (در حدود ۵۰ درصد) جهت برقراری ارتباط با مرکز ارتباط است. به

● استیو کم‌کات

آبتین ایزدی

کارشناس ارشد کسب‌وکار



مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که تنها پنج درصد از مشتریان شاکی لب به شکوه می‌کشایند و حدود ۹۵ درصد مشتریان شاکی بدون ابراز کوچک‌ترین انتقادی، به برند دیگر مراجعه می‌کنند. با توجه به این مطالعات، رسیدگی به همین پنج درصد از شکایات بسیار حائز اهمیت است و ابزار ارتباطی تحقق این موضوع نیز راه‌اندازی مرکز ارتباط با مشتری است

می‌کنند که در نهایت با حسی سرشار از دل‌زدگی سؤال خود را می‌پرسید، یا در مواجهه با مراکز تماس، آن‌قدر مسیرهای مختلفی را طی کرده و مدت زمان زیادی را صرف می‌کنید که تحمل و صبر بر شما پایان می‌یابد. در حقیقت استانداردهای جهانی در این حوزه نشان می‌دهد مخاطبان نباید حداکثر بیشتر از دو تا سه مرحله ارجاع داده شوند و در صورتی که بیشتر از این مسیر مرکز تماس طولانی شود، سازمان‌ها با نارضایتی قابل توجهی از سوی مخاطبان مواجه خواهند شد. از طرفی، طبق همین استانداردهای جهانی مخاطبان نباید بیشتر از ۲۰ ثانیه در صف انتظار قرار گیرند، چون تحقیقات در این حوزه نشان می‌دهد انتظار بیش از ۲۰ ثانیه از صبر و حوصله مخاطبان خارج است و منجر به تماس از دست‌رفته یا مخاطبان از دست‌رفته مراکز ارتباط خواهد شد. البته ذکر این نکته نیز بسیار حائز اهمیت است که تعداد تماس‌های از دست‌رفته مراکز ارتباط نیز نباید بیشتر از دو درصد باشد و اگر بیش از این عدد، مرکز ارتباطی تماس از دست‌رفته داشته باشد، نیاز به اصلاح جدی فرایند وجود دارد.

در پایان باید این نکته مهم را هم یادآوری کرد که هر مرکز

مراکز تماس انواع مختلفی دارند که در هر سازمان تجاری بر اساس نوع فعالیت و استراتژی مرتبط با این موضوع تعیین می‌شود. اولین مراکز ارتباط، مراکز ارتباط ورودی یا Inbound call centers هستند که فقط تماس‌های دریافتی محدود به حوزه‌های محصولات و خدمات، پشتیبانی فنی، شکایت و... را پشتیبانی و پی‌گیری می‌کنند. این در حالی است که مراکز تماس خروجی یا Outbound call centers نیز وجود دارند که فقط تماس خروجی در حوزه‌های بازاریابی، نظرسنجی، برنامه‌ریزی، فروش و... دارند. در این میان مراکز تماس تلفیقی یا Blended call centers وجود دارند که هر دو تماس ورودی و خروجی را کنترل می‌کنند. مناسب‌ترین مراکز تماس بر اساس اقتضای سازمان‌های تجاری، مراکز تماس تلفیقی هستند که می‌توانند کاربردهای مختلفی را برای سازمان به همراه داشته باشند.

نقش‌های مراکز ارتباط

همان‌طور که کاملاً مبرهن است، مراکز ارتباط نیازمند نقش‌های مختلفی هستند که شامل مدیر، سرپرست، کارشناس پاسخ‌گو، ناظر کیفی، کارشناس آموزش و... است. تعریف نقش هر یک از این سمت‌ها در مراکز ارتباط از حوصله این مطلب خارج است، اما نکته حائز اهمیت در این موضوع که در بسیاری از مراکز تماس سازمان‌های ایرانی نادیده گرفته می‌شود، نقش ناظر کیفی است. در مرکز ارتباط که روزانه حجم تماس‌های قابل توجهی به آن‌ها ارجاع داده می‌شود، افرادی به عنوان ناظران کیفی حضور دارند که باید طبق استاندارد جهانی به دو درصد از تماس‌های مراکز ارتباط گوش دهند و با ارزیابی مناسب، بازخوردهای لازم را به کارشناسان یا افراد پاسخ‌گوی مراکز ارتباط ارائه دهند. چون ذکر این نکته بسیار مهم است که مخاطبان در مواجهه با مراکز ارتباط، باید یک چیز را از تمامی پاسخ‌گوها بشنوند و در صورتی که وحدت رویه بین تمامی افراد پاسخ‌گو وجود نداشته باشد، مخاطبان تجربه‌های متفاوتی را در ارتباط با سازمان دریافت می‌کنند.

فرایند تماس مخاطبان

احتمالاً شما نیز این تجربه را داشته‌اید که هنگام تماس با یکی از مراکز تماس یا سازمان تجاری خصوصاً دولتی، آن‌قدر مسیر طولانی و خسته‌کننده‌ای را طی کرده‌اید که شاید قید پی‌گیری یا سؤال خود را زده و تجربه نامناسبی را دریافت کرده باشید. به عنوان نمونه، شما با یکی از سازمان‌های دولتی تماس می‌گیرید و سؤالی درباره یکی از آیین‌نامه‌های داخلی این سازمان دارید، اما آن‌قدر افراد شما را به یکدیگر پاس‌کاری



ارتباطی نیاز به تعیین شاخص‌های ارزیابی و مدیریت عملکرد دارد، که معمولاً در بیشتر مراکز ارتباط باید سه تا شش ماهه این مدیریت عملکرد به‌روزرسانی شود و نتایج آن بر مسیر و وضعیت شغلی افراد تأثیر بگذارد. مدل‌های جدید در حوزه ارزیابی عملکرد در مراکز ارتباط تأکید به‌سزایی روی تعیین شاخص‌های فردی و گروهی دارند. معمولاً در شاخص‌های فردی دو حوزه دارای اهمیت است. اولین حوزه به ارزیابی هر یک از افراد به صورت کمی بر اساس تعداد تماس، تعداد رضایت و... و حوزه دوم به ارزیابی کیفی از لحاظ لحن مناسب، پی‌گیری، تعامل و... اشاره دارد. در شاخص‌های عملکرد گروهی نیز به مجموع عملکرد مراکز تماس از نظر مواردی مانند میانگین مدت زمان رسیدگی، میانگین مدت زمان مکالمه، رضایت کل مخاطبان از مرکز تماس اشاره می‌شود. در صورتی که مراکز ارتباط یا تماس نیاز به بهبود داشته باشند، باید به ارزیابی عملکرد توجه ویژه‌ای نشان دهند تا از این طریق بتوانند در مسیر مناسبی از بهبود قرار گیرند.



نگاهی به چند و چون
مدیریت آشفته‌گی‌های
اقتصادی

نقش دولت‌ها در مدیریت بحران

مدیریت

هدی رضایی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

و پیامدهای آن گرفته شود. حتی اگر شرایط برای اقدام مؤثر وجود نداشته باشد، شهروندان انتظار دارند رهبران و مقامات دولتی از آن‌ها در برابر تهدیدات موجود محافظت کنند.

اما دو عامل برآورده کردن انتظارات مردم را هنگام بحران‌هایی مانند بحران اقتصادی سخت می‌کند. اول؛ همان ویژگی‌هایی که باعث افزایش رفاه و پیشرفت در جوامع مدرن می‌شود، این جوامع را در معرض بحران قرار می‌دهد. دوم؛ شهروندان و سیاستمداران به طور یکسان در بحران‌هایی مانند بحران‌های زیست‌محیطی از خطرات عمده برای سلامتی، ایمنی و رفاه عمومی نگران‌اند. ترکیب این عوامل نشان می‌دهد چرا آشفته‌گی‌های نسبتاً کوچک می‌تواند به سرعت راه خود را به بحران‌های عمیق پیدا کند و چرا اثرات مدیریت بحران ذاتاً محدود است.

جامعه مدرن به طور فزاینده‌ای پیچیده و یک‌پارچه شده است. پیچیدگی، درک کامل فعالیت‌های انجام‌شده و فرایندهای رخ داده را دشوار می‌کند. در نتیجه، آسیب‌پذیری‌های در حال ظهور می‌توانند دیگر به رسمیت شناخته نشوند و تلاش برای مقابله با آن‌ها معمولاً عواقب ناخواسته‌ای (دامن زدن به بحران به جای کاهش آن) ایجاد می‌کند. بحران‌ها ممکن است ریشه‌هایی دورتر (از ناحیه جغرافیایی) داشته باشند، اما به سرعت از طریق شبکه‌های جهانی منتشر شوند. همه این موارد پیش‌بینی بحران پیش از تحقق آن را دشوار می‌کند. با شروع بحران، سیاست‌گذاران اغلب چیزی غیرعادی نمی‌بینند. همه چیز هنوز برقرار است، حتی اگر در پس‌زمینه مشکلی وجود داشته باشد. فقط وقتی بحران در حال وقوع است و در حال تخریب چشم‌انداز دولت است، مقامات می‌توانند تلاش کنند پیامدهای آن را به حداقل برسانند. اما این کار را چگونه

سیاست‌گذاری‌های اقتصادی می‌تواند به طور مستقیم در زندگی مردم تأثیر داشته باشد و در صورت نارضایتی آن‌ها، چالش‌ها و بحران‌های زیادی ایجاد کند. بی‌اعتمادی عمیق مردم به سیاست‌گذاری‌های اقتصادی دولت‌ها و عدم احساس امنیت اقتصادی موجب می‌شود جو روانی و ذهنی در جامعه موجب بروز بحران‌هایی در سطح کلان و در سازمان‌ها و در میان فعالان اقتصادی شود. اما برخورد صحیح دولت و ارگان‌های اصلی با این بحران‌های کلان چیست؟

بحران‌ها و جوامع مدرن

دولت‌ها با بحران‌های مختلفی از جمله بلایای طبیعی و تهدیدهای زیست‌محیطی، بحران‌های اقتصادی و مالی، حملات تروریستی، بیماری‌ها، انفجار و خرابی‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) روبه‌رو هستند. حوادث معمول مانند آتش‌سوزی یا حوادث رانندگی برای دولت بحران حساب نمی‌شود، اما اگر تبدیل به عاملی تکرار شونده شوند، آن دولت باید فکری به حال جاده‌ها یا فرهنگ‌سازی رانندگی کند. بحران‌ها حوادث غیرقابل‌تصور هستند که غالباً سیاستمداران، شهروندان و خبرنگاران را با با بهت و تعجب مواجه می‌کنند. بحران‌ها هنگامی رخ می‌دهند که یک جامعه از مردم - یک سازمان، یک شهر یا یک کشور - تهدیدی علیه ارزش‌های اصلی یا شرایط زندگی را مشاهده می‌کند که باید تحت شرایط عدم اطمینان عمیق با آن برخورد کند. این حوادث چالش‌های سختی را برای مقامات دولتی و سازمان‌هایشان به وجود می‌آورد. تصمیم‌های انتقادی باید تحت فشار زمانی قابل توجه و در صورت عدم وجود اطلاعات ضروری در مورد علل

مدیریت بحران در سطح کلان

وظیفه دولت‌ها در درجه اول توجه به جنبه استراتژی یک بحران است. مسئولیت مدیریت و هماهنگی عملیات بر عهده دستگاه‌های ذی‌ربط است. سازمان‌ها و ادارات دولتی از تلاش‌های مدیریت بحران دولت پشتیبانی می‌کنند. در ادارات دولتی، مانند سایر بخش‌های جامعه، مدیریت بحران بر اساس اصل مسئولیت بنا شده است. این بدان معنی است که وزارتخانه مسئول یک موضوع خاص در شرایط عادی، در شرایط بحرانی نیز مسئولیت آن موضوع را بر عهده دارد. هر وزارتخانه باید یک برنامه مدیریت بحران و یک سازمان مدیریت بحران داشته باشد. باید یک گروه مدیریت بحران منصوب در هر سازمان وجود داشته باشد که در تمرینات برخورد با بحران شرکت کرده باشد. چندین بار در سال، کل دولت، همه دبیران ایالتی و دفاتر دولتی در تمرینات - که در همه سطوح برگزار می‌شود - شرکت می‌کنند تا انواع مختلفی از حوادث و سناریوها را که ممکن است دولت با آن روبرو شود، آموزش ببینند. آن‌ها ممکن است همه چیز را از کمبود بودجه و بحران‌های اقتصادی تا بلایای طبیعی و بیماری‌های همه‌گیر و حادثه ناگهانی مانند حمله تروریستی یا یک فاجعه طبیعی آموزش ببینند.

گرفتن تصمیم‌های مهم

طی یک بحران مانند بحران اقتصادی، دولت‌ها و سازمان‌های دولتی باید در مورد مسائل مهمی تصمیم‌گیری کنند. این تصمیم‌ها می‌توانند انواع مختلفی داشته باشند. مثلاً منابع کمیاب ممکن است نیاز به اولویت‌بندی داشته باشند. این دقیقاً مثل سیاست‌گذاری اما در شرایط بحرانی است و در این شرایط اختلاف بین تقاضا و عرضه منابع عمومی بسیار بیشتر است. در چنین شرایطی اوضاع نامشخص و بی‌ثبات و زمان فکر کردن، مشورت و کسب تأیید برای تصمیم‌گیری‌ها بسیار محدود است. بحران‌ها دولت‌ها و رهبران را با مسائلی که روزانه با آن‌ها روبرو نیستند، مواجه می‌کند؛ به عنوان مثال، در مورد قطع اینترنت بین‌المللی، استقرار ارتش، استفاده از نیروی سرکوب‌کننده یا محدودیت شدید آزادی‌های مدنی. تصمیم‌گیری در مورد بحران، تصمیمی سخت است که

ریسک‌های مهم سیاسی را شامل می‌شود. یک پاسخ مؤثر به بحران نیازمند هماهنگی بین‌سازمانی و دولتی است. از این گذشته، هر تصمیم باید از سوی سازمان‌های مختلفی اجرا شود. اجرای مؤثر مستلزم همکاری این سازمان‌هاست. مدیریت یک بحران نیاز به انعطاف‌پذیری، سرعت اجرا و گاهی شکستن قوانین دارد.

یک واکنش واقعاً مؤثر در برابر بحران، تا حد زیادی نتیجه یک روند طبیعی در حال تحول است. نمی‌توان از یک مرکز بحران منفرد، هرچند که دارای اشخاص متبحر و تصمیم‌گیران برتر با فناوری اطلاعات پیشرفته باشد، انتظار مدیریت به صورت خطی، گام به گام و جامع را داشت. موانع بسیار زیادی وجود دارد که یک تصمیم مهم در مدیریت بحران را از اجرای به‌موقع آن دور می‌کند.

مغایضی

آنچه طی یک بحران از رهبران و مدیران رده بالا انتظار می‌رود، این است که عدم اطمینان مردم را کاهش دهند و گزارشی معتبر از آنچه اتفاق افتاده است، با شفافیت منتشر کنند. هنگامی که آن‌ها به بحران‌ها معنا می‌دهند، می‌توانند استراتژی خاصی نیز تدوین کنند و از دیگر سازمان‌ها برای قبول این وضعیت و برطرف کردن آن کمک بخواهند. وقتی بحرانی اقتصادی رخ می‌دهد، ارائه اطلاعات دقیق (مثلاً در مورد بازار ارز و مسکن و...) برای مقامات دشوار است. تبدیل یک تصویر منسجم از وضعیت به خودی خود برای آن‌ها یک چالش محسوب می‌شود و نیازمند روابط عمومی قوی‌ای است. افرادی که زندگی آن‌ها تحت تأثیر بحران قرار گرفته، عدم اطمینان و اضطراب دارند و دولت باید ضمن پاشیدن بذر امید، به آن‌ها راه‌کارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت در بهبود اوضاع دهد تا میزان بی‌اعتمادی را کم کند. اما بی‌اعتمادی موجود به دولت‌ها در مواقع بحران به هیچ عنوان صفر نمی‌شود.

درس گرفتن از بحران

یکی از اقداماتی که پس از خاتمه بحران انجام می‌گیرد، درس گرفتن از بحران و اعمال آن در شیوه‌های سازمانی، سیاست‌ها و قوانین است. البته این امر همیشه اتفاق نمی‌افتد و بحران‌ها تنها به بخشی از حافظه جمعی تاریخ برای رهبران و مدیران آینده سپرده می‌شوند.

نمونه موردی: مدیریت بحران‌ها در سطح کلان در آمریکا

طبیعی و... جلوگیری کرد. NRP بخش خصوصی را به عنوان شریک اصلی در مدیریت حوادث داخلی، به‌ویژه در زمینه حفاظت و احیای زیرساخت‌های حیاتی می‌شناسد. در حقیقت در آمریکا، سه ارگان اصلی به مدیریت بحران‌ها می‌پردازند: NRP در همراهی با سیستم ملی مدیریت حوادث بدون توجه به علت، اندازه یا پیچیدگی به عنوان یک الگوی عمومی‌تر برای مدیریت حوادث عمل می‌کند. FEMA آموزش‌های مبتنی بر وب را در مورد برنامه پاسخ ملی از طریق مؤسسه مدیریت اضطراری ارائه می‌دهد. پروتکل هشدار عمومی (CAP) یک مکانیسم نسبتاً جدید است که ارتباطات در خصوص بحران را میان رسانه‌ها و سیستم‌های مختلف تسهیل می‌کند. ارگان هم به ایجاد یک فرمت هشدار اضطراری سازگار برای دسترسی به مخاطبان متنوع از لحاظ جغرافیایی و زبانی از طریق رسانه‌های صوتی و تصویری کمک می‌کند.

از نظر تاریخی، دولت در همه سطوح - سازمانی، استانی و ملی - نقش مهمی در مدیریت بحران داشته است. در واقع، بسیاری از مکاتب سیاسی این مهم را یکی از نقش‌های اصلی دولت دانسته‌اند. برای مثال سرویس‌های اضطراری مانند بخش‌های آتش‌نشانی و پلیس در سطح محلی و گارد ملی ایالات متحده در سطح فدرال، اغلب در شرایط بحرانی نقش‌های اساسی را ایفا می‌کنند. برای کمک به هماهنگی ارتباطات در مرحله پاسخ به بحران، آژانس مدیریت اضطراری فدرال ایالات متحده (FEMA) در وزارت امنیت داخلی برنامه ملی پاسخ‌گویی (NRP) را اجرا می‌کند. این طرح با هدف ایجاد یک زبان مشترک و ترسیم زنجیره‌ای از دستورات هنگام بسیج احزاب مختلف در نظر گرفته شده است. براساس این پیش‌فرض است که باید با کمترین سطح ممکن سازمانی، از بروز حوادث مختلف اقتصادی، مالی، اجتماعی، بلایای

آن چه طی یک بحران از رهبران و مدیران رده بالا انتظار می‌رود، این است که عدم اطمینان مردم را کاهش دهند و گزارشی معتبر از آنچه اتفاق افتاده است، با شفافیت منتشر کنند. هنگامی که آن‌ها به بحران‌ها معنا می‌دهند، می‌توانند استراتژی خاصی نیز تدوین کنند و از دیگر سازمان‌ها برای قبول این وضعیت و برطرف کردن آن کمک بخواهند

منابع:

- britannica.com/topic/crisis-management-government/Making-critical-decisions
- instituteforgovernment.org.uk/blog/what-are-key-lessons-government-crisis-response
- en.wikipedia.org/wiki/Crisis_management#Government_and_crisis_management
- treasury.gov/connect/blog/pages/the-financial-crisis-five-years-later.aspx
- government.se/government-policy/emergency-preparedness/crisis-management-in-the-government-offices/



یک پارچه‌سازی کانال‌های ارتباطی با هدف ایجاد تجربه یکسان

تجربه پادشاه است!

مدیریت

امیر کاکایی

کارشناس ارشد کسب‌وکار

دریافت می‌کنند. این موضوع باعث می‌شود مخاطبان نتوانند تجربه یکسانی را در تمامی نقاط تماس و کانال‌های ارتباطی برند با مخاطبان دریافت کنند. در حقیقت در چنین سازمان‌های تجاری، هر یک از کانال‌های ارتباطی و نقاط تماس جزیره‌ای و مستقل عمل می‌کنند. این که سازمان‌های تجاری باید چه استراتژی‌ای را در این خصوص اتخاذ کنند و روندهای جهانی در این حوزه به چه سمتی می‌رود، بهانه‌ای شد تا در این مطلب به یک پارچه‌سازی کانال‌های ارتباطی با هدف ایجاد تجربه‌ای یک پارچه بپردازیم.

بازاریابی کانال همه‌کاره

این روزها بسیاری از متخصصان بازاریابی و کسب‌وکار از لزوم توجه به ایجاد تجربه‌ای متمایز برای مشتریان حرف می‌زنند. بسیاری از برندهای معتبر جهانی نیز طی چند سال اخیر سرمایه‌گذاری‌های مناسبی در این حوزه انجام داده‌اند. از طرفی، روندهای بازاریابی طی سه سال گذشته تأکید به‌سزایی بر این موضوع دارند و حتی در سال ۲۰۱۹ بر اساس مطالعات Forrester، تجربه مشتری به عنوان یک عامل اصلی در نحوه فعالیت شرکت‌ها ادامه داشته است. این موضوع نشان می‌دهد بسیاری از سازمان‌های تجاری نیز به این تغییر الگو رسیده‌اند که باید در حوزه تجربه مشتریان، استراتژی و برنامه‌ریزی‌های لازم را اتخاذ کنند. اما این که این سازمان‌های تجاری بتوانند تجربه‌های مورد نظر خود را در تمامی کانال‌های ارتباطی برای مشتریان ایجاد کنند یا نه، یکی از چالش‌های جدی متخصصان این حوزه است. به همین دلیل یکی از رویکردهای جدید در این موضوع

با پیشرفت ابزارهای بازاریابی، نقاط تماس مخاطبان با سازمان‌های تجاری که در آن اطلاعات بین برند و مخاطبان ردوبدل می‌شود، دست‌خوش تغییراتی قرار گرفته است. شاید در گذشته‌ای نه‌چندان دور، تنها نقطه تماس مخاطبان با سازمان‌های تجاری، خود محصول و نهایتاً نقاط فروشی بود که محصولات در آن وجود داشتند، اما ظهور رسانه‌های اجتماعی از یک سو و تمرکز فزاینده سازمان‌های تجاری بر فعالیت‌های بازاریابی از سوی دیگر، باعث شد این سازمان‌ها بر دیگر نقاط تماس برند با مخاطبان سرمایه‌گذاری کنند. در همین راستا مطالعات اخیر Marketing Week نشان می‌دهد ۱۵ سال پیش، مخاطبان هنگام خرید یک یا دو نقطه تماس سازمان را لمس می‌کردند، اما در حال حاضر مخاطبان به طور متوسط با شش نقطه تماس سازمان در ارتباط هستند. این موضوع فرصت‌های جذابی را پیش روی سازمان‌های تجاری قرار می‌دهد؛ به این معنا که برندهای تجاری می‌خواهند با استفاده از نقاط تماس مختلف، با گروه‌های مخاطب خود ارتباطات اثربخشی را برقرار کنند، اما از آن طرف، این موضوع تهدید جدی را برای سازمان‌ها از این منظر ایجاد کرده است که مخاطبان در نقاط تماس مختلف، تجربه‌های متفاوتی دریافت می‌کنند. به عنوان نمونه، سازمان در رسانه‌های اجتماعی حضور مناسبی دارد؛ به بسیاری از سؤال‌ها و دغدغه‌های مخاطبان خود به‌درستی پاسخ می‌دهد، اما هنگامی که همین مخاطبان با سازمان تماس تلفنی برقرار می‌کنند، واکنش کاملاً متضادی

در اومنی چنل یا بازاریابی کانال همه‌کاره، کانال‌های ارتباطی به طور پیوسته و گاهی هم‌زمان با هم و در یک راستا مشغول هستند تا تجربه‌ای یک پارچه برای مشتری ایجاد کنند. به عنوان نمونه، تجربه‌های خرید مشتریان در همه کانال‌های آنلاین شامل حضور فیزیکی در فروشگاه، رسانه‌های چاپی، تلفن و... و همچنین کانال‌های آنلاین شامل وبسایت، وبلاگ، ایمیل، رسانه‌های اجتماعی و... مدیریت و پیش‌بینی می‌شود

اتخاذ استراتژی Omni-Channel یا بازاریابی کانال همه‌کاره است. اگرچه معادل فارسی چندان مناسبی برای این استراتژی نمی‌توان یافت، اما Omni از کلمه Omnis به معنی عالم‌گیر یا جهانی می‌آید.

یک‌بارچگی تجربه

در اومنی چنل یا بازاریابی کانال همه‌کاره، کانال‌های ارتباطاتی به طور پیوسته و گاهی هم‌زمان با هم و در یک راستا مشغول هستند تا تجربه‌ای یک‌پارچه برای مشتری ایجاد کنند. به عنوان نمونه، تجربه‌های خرید مشتریان در همه کانال‌های آنلاین شامل حضور فیزیکی در فروشگاه، رسانه‌های چاپی، تلفن و... و هم‌چنین کانال‌های آنلاین شامل وب‌سایت، وبلاگ، ایمیل، رسانه‌های اجتماعی و... مدیریت و پیش‌بینی می‌شود. به صورتی که فرایند انتقال خرید از یک کانال به کانال دیگر به‌درستی انجام می‌شود و در نتیجه خرید مشتریان تغییری ایجاد نمی‌شود. اومنی چنل در پشتیبانی مشتریان نیز بسیار مهم است؛ به این معنا که سازمان رویکرد جامع برای پشتیبانی و پاسخ‌گویی به تقاضاهای مشتریان اتخاذ کند. در حقیقت این نوع از سازمان‌ها تلاش می‌کنند مشتریان در همه کانال‌ها رضایت مناسبی داشته باشند و این موضوع جز با حذف همه محدودیت‌ها در قیف پشتیبانی مشتری محقق نمی‌شود.

آمارها و مطالعات چه می‌گویند؟

بر اساس مطالعات انجام‌شده از سوی Aspect، سازمان‌های تجاری‌ای که استراتژی بازاریابی کانال همه‌کاره را اتخاذ می‌کنند، در مقایسه با کسب‌وکارهای دیگر، ۹۱ درصد نرخ نگهداری مشتری را در سال کسب می‌کنند. تیم تحقیقاتی گوگل نیز در این راستا تحقیقاتی را انجام داده که حاکی از آن است که ۹۸ درصد از مخاطبان در طول روز بین کانال‌های ارتباطاتی مختلف جابه‌جا می‌شوند.

چگونگی اجرای کانال همه‌کاره

پایاده‌سازی اومنی چنل نیازمند تدوین برنامه استراتژیک لازم در این حوزه است. در این برنامه نیاز است که سازمان نگاهی صادقانه به موضوع خلق تجربه برای مشتریان داشته باشد. به این دلیل که در حال حاضر سرعت تغییرات به اندازه‌ای زیاد است که سازمان‌های تجاری تمایل دارند استراتژی‌ها و رویکردهای نوین در حوزه بازاریابی را به‌سرعت در داخل پیاده‌سازی کنند. این موضوع باعث می‌شود بسیاری از سازمان‌ها اقدام به تقلید فرایندهای دیگر سازمان‌های موفق کنند. این در حالی است که وضعیت و شرایط هر یک از سازمان‌ها منحصربه‌فرد است و نمی‌توان صرفاً با تقلید، اقدام به طراحی استراتژی موفق در حوزه اومنی چنل کرد. با توجه به این موضوع جهت طراحی این برنامه ابتدا باید نیازها، اهداف، نقاط قوت و ضعف، چالش‌ها و سیستم پشتیبانی سازمان بررسی شود. در گام بعدی باید از اطلاعات مشتریان استفاده کرد تا مشخص شود کدام کانال‌ها برای مشتریان فعلی سازمان مفید است و کانال‌هایی که بیشتر مورد استفاده احتمالی قرار می‌گیرد، شناسایی شود. پس از شناسایی این کانال‌ها، می‌توان برنامه مناسب در حوزه ایجاد تجربه مناسب برای مشتریان طراحی کرد. به عنوان نمونه، وقتی مخاطبان با رسانه اجتماعی سازمان ارتباط برقرار می‌کنند، چه نوع پاسخ‌گویی به آن‌ها انجام شود و این موضوع نیز مستلزم طراحی دستورالعمل‌های مناسب در این حوزه

است. این‌که این تجربه چه باشد، نیازمند بررسی و تحلیل دقیق در این حوزه است و روندهای جهانی در این حوزه نشان می‌دهد باید تمرکز بر ایجاد تجربه‌ای منحصربه‌فرد انجام شود؛ تجربه‌ای که دیگر سازمان‌ها نمی‌توانند برای این مشتریان خلق کنند.

نگاه تدریجی به تغییرات

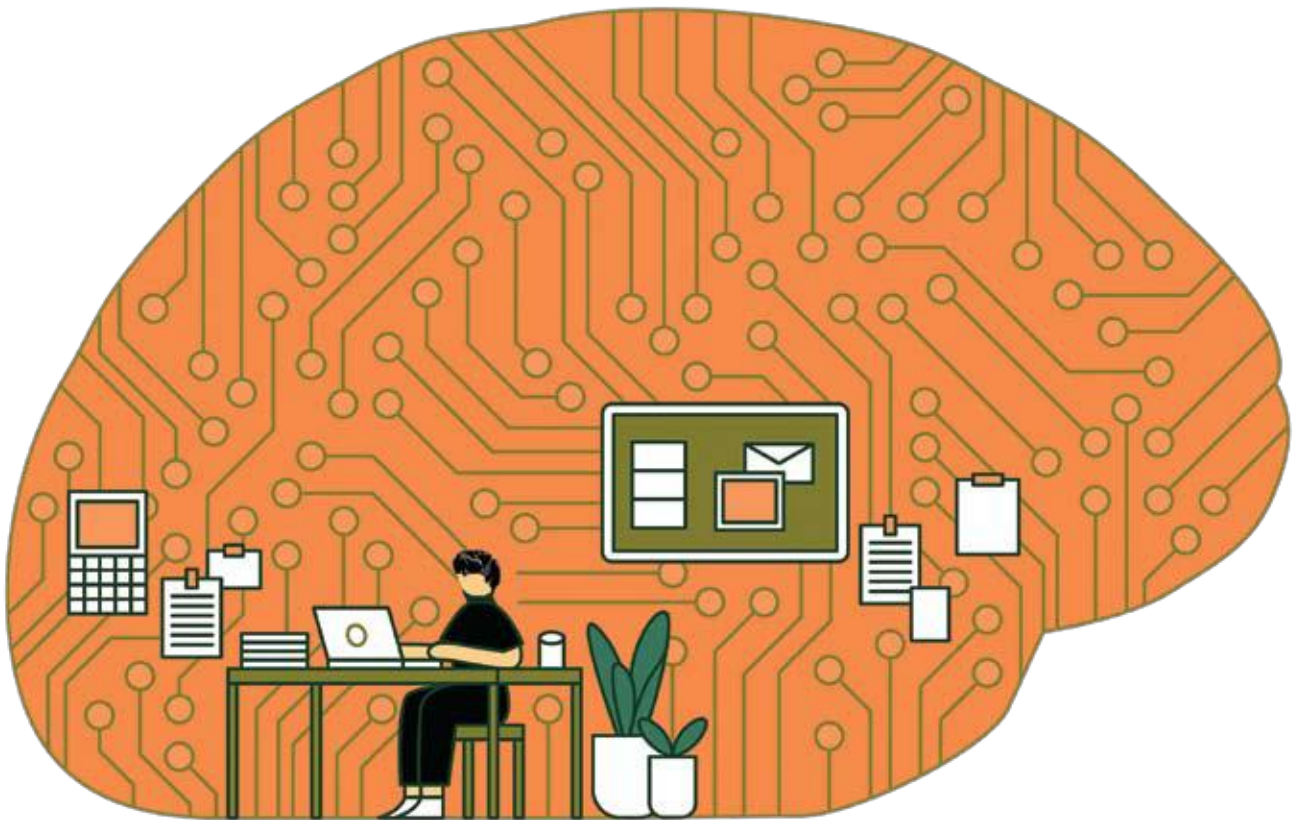
تغییر رویکرد سازمان به یک استراتژی اومنی چنل باید تدریجی باشد و تمرکز زیادی بعد از تدوین برنامه‌های مورد نظر بر آموزش کارمندان سازمان انجام شود. ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که باید در ابتدا خود کارمندان سازمان ماهیت چگونگی خلق این تجربه به صورت اومنی چنل را درک کنند. تحقق این موضوع می‌تواند با برنامه‌ها و جلسات آموزشی در دستور کار قرار گیرد. از طرفی، در خصوص موضوع استخدام کارمندان جدید نیز باید استخدام کارمندان با مهارت‌های ترکیبی در دستور کار قرار گیرد.

کانال همه‌کاره در هر کسب‌وکاری؟

رویکرد اومنی چنل در کسب‌وکارهای B2C که با مصرف‌کنندگان سروکار دارند، به این معنا که سازمان تجاری محصولاتش را به مصرف‌کنندگان نهایی می‌فروشد، کاربرد زیادی دارد. به عنوان نمونه، وقتی شما به یکی از شعبه‌های کتاب‌فروشی یک نشر خاص مراجعه می‌کنید، با نداشتن کتاب مورد نظر، می‌توانید به وب‌سایت آن کتاب‌فروشی مراجعه کرده و کتاب مورد نظر خود را خریداری کنید. در این جابه‌جایی کانال، شما می‌توانید تجربه یک‌پارچه‌ای از خرید خود داشته باشید. کاربرد قابل ملاحظه اومنی چنل در کسب‌وکارهای B2C باعث شده بسیاری از مدیران کسب‌وکارهای B2B که مشتریان آن‌ها کسب‌وکارهای دیگر هستند، به غیرقابل کاربردی بودن اومنی چنل در کسب‌وکار خودشان پی ببرند. این در حالی است که مطالعات نشان می‌دهد اتفاقاً اومنی چنل در کسب‌وکارهای B2B نیز بسیار کاربرد دارد و لزوم پیاده‌سازی آن در این نوع از کسب‌وکارها به‌شدت احساس می‌شود. بر اساس تحقیقات انجام‌شده، در کشورهای توسعه‌یافته یک‌سوم مشتریان کسب‌وکارهای B2B تمایل دارند بیش از ۹۰ درصد از خریدهای خود را به صورت آنلاین انجام دهند. به عنوان نمونه، همین مطالعات نشان می‌دهد ۷۵ درصد از مشتریان این کسب‌وکارها دوباره از کسب‌وکارهایی که استراتژی اومنی چنل را اتخاذ کرده‌اند، خرید می‌کنند. البته قطعاً استراتژی اومنی چنل در کسب‌وکارهای B2B نسبت به دیگر انواع کسب‌وکارها متفاوت است، اما با اتخاذ استراتژی‌های مناسب در این حوزه می‌توان به نتایج درخشانی در میان‌مدت دست یافت.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که به‌کارگیری استراتژی اومنی چنل به معنای این نیست که سازمان‌های تجاری باید در تمامی کانال‌ها و نقاط تماس حضور اثربخش و فعالانه‌ای داشته باشند و تجربه یک‌پارچه‌ای را در تمامی کانال‌های موجود ایجاد کنند. اتفاقاً این رویکرد به این معناست که سازمان‌های تجاری باید دقیقاً در همان جایی باشند که از آن‌ها انتظار می‌رود باشند. به همین دلیل، هنگام طراحی برنامه، شناسایی کانال‌ها و نقاط تماس موجود بسیار مهم است و واقعاً شاید بر اساس اقتضا و شرایط سازمان، نیاز نباشد حضور فعالانه‌ای در تمامی کانال‌های ارتباطاتی داشته باشد.

به‌کارگیری استراتژی بازاریابی کانال همه‌کاره به معنای این نیست که سازمان‌های تجاری باید در تمامی کانال‌ها و نقاط تماس حضور اثربخش و فعالانه‌ای داشته باشند و تجربه یک‌پارچه‌ای را در تمامی کانال‌های موجود ایجاد کنند. اتفاقاً این رویکرد به این معناست که سازمان‌های تجاری باید دقیقاً در همان جایی باشند که از آن‌ها انتظار می‌رود باشند



آیا زمان ترک شغل مان فرا رسیده است؟

باید و نباید‌های تغییر شغل

استرس باشد؛ نشانه هشداردهنده‌ای که اوضاع دقیقاً آن‌طور که باید، نیست.

استرس می‌تواند بر روحیه و سیستم ایمنی بدن شما تأثیر بگذارد، شما را مستعد ابتلا به بیمار شدن و اختلال در عملکرد کند و چون بدون نشانه است، مشکلات بهداشتی جدی‌تری نیز ممکن است برایتان ایجاد شود. فرسودگی شغلی می‌تواند بر روح و جسم و روان شما اثر بگذارد و شما به مرور زمان حتی نمی‌توانید مشکلات کوچک خود را حل کنید. بنابراین اگر احساس می‌کنید بدن شما می‌خواهد چیزی را به شما بگوید، ارزش دارد لحظه‌ای تلاش کنید تا پیامش را بفهمید. اگر در شغل خود احساس خستگی و فرسودگی می‌کنید و زیاد مریض می‌شوید، رنج کشیدن طولانی‌مدت می‌تواند نشان‌دهنده رضایت نداشتن شما از کارتان باشد و در واقع زمان آن رسیده که از این محل کار بیرون بیایید.

مانند گذشته به شرکت اعتماد ندارید

وقتی کار خود را شروع کردید، به نظر می‌رسید این کار برایتان مملو از توانمندی است و احساس افتخار می‌کنید که خود را به عنوان کارمند سازمان خود معرفی کنید. اما اخیراً شما متوجه تغییری در فضای اداری شده‌اید و اعتقاد به سازمان و اعتماد به نفس شما در سازمان مانند گذشته نیست. شاید این شرکت تصمیمات تجاری یا استراتژیکی اتخاذ کرده است که مانند گذشته در کنار شما نیست. شاید تغییر ساختار مدیریت تغییری در جهت بهتر شدن شرایط شما نداشته است. یا شاید فکر شما تکامل یافته و احساس می‌کنید ارزش‌های این شرکت

عصر جمعه که می‌شود، تا چه حد دوست دارید شنبه صبح به سرکار بروید؟ آیا بی‌تفاوت هستید، یا با ذهنی پر از ایده می‌خواهید به سرکار برگردید؟ آخرین باری که احساس کردید در محل کار خوشحال بوده‌اید و به شما ارزش داده شده، چه زمانی بود؟ آیا مرتباً در مورد ناامیدی شغلی به دوستان و همکارانتان شکایت می‌کنید؟ شاید زمان تغییر شغل شما فرا رسیده است. اما نشانه‌هایی برای این کار وجود دارد که می‌توانید مطمئن شوید اکنون زمان انجام این کار است یا خیر و چه باید و نباید‌هایی را پیش از تصمیم‌گیری در مورد شغل می‌بایست در نظر بگیرید.

نشانه‌های زمان لازم برای تغییر شغل

در زیر فهرستی از نشانه‌ها وجود دارد که به شما کمک می‌کند تصمیم بگیرید باید شغل خود را عوض کنید، یا همچنان در آن بمانید.

اغلب احساس استرس و خستگی می‌کنید

آیا هنگامی که به سمت محل کار می‌روید، گویی یکی پاهای شما را به‌زور به سمت محل کار می‌کشد و علاقه شخصی برای رفتن به آن‌جا ندارید؟ آیا شب‌ها خوب نمی‌خوابید و صبح‌ها در محل کار خود احساس خستگی دارید؟ اگر محیط شما پراسترس است و بر سلامت روانتان تأثیر گذاشته، شاید زمان آن است که نسبت به کار فعلی خود یک بازبینی اساسی داشته باشید. هر کدام از موارد بالا می‌تواند نشانه‌ای از بالا رفتن سطح

● **مجله سلامت**
آرین طاهری مترجم

دیگر به اندازه کافی با ارزش‌های شما هماهنگ نیست. فقدان ارزش‌های مشترک می‌تواند یک انگیزه قدرتمند برای خروج از شرکت باشد. اگر این موضوع درست باشد، شاید زمان آن فرا رسیده که به دنبال شرکتی جدید بگردید که واقعاً بتوانید به آن اعتقاد داشته باشید.

مدام ساعت را نگاه می‌کنید

شما قبلاً صبح زود از خواب بیدار می‌شدید و برای رفتن به سرکار هیجان داشتید. شما حتی دوست داشتید پروژه‌های اضافی را به عهده بگیرید و داوطلبانه دیر بمانید تا اضافه‌کاری انجام دهید. اکنون ساعت‌ها مدام نگاه می‌کنید و زمان را می‌شمارید تا هر چه زودتر بتوانید سیستم خود را خاموش کنید و از دفتر خارج شوید. به جای این‌که کار بیشتری انجام دهید، سعی می‌کنید از زیر کار شانه خالی کنید و کارهای سبک‌تر انجام دهید و به دنبال فرصت‌هایی برای فراتر رفتن از وضع موجود نیستید. خرید آن‌لاین، بازی یا چک کردن مدام ساعت در محل کار نشانه‌های کلیدی بی‌علاقگی به کار هستند. هر کسی سزاوار کار کردن در شغلی است که احساس اشتیاق و رضایت هنگام انجام دادن آن داشته باشد و این انگیزه موجب می‌شود مشتاقانه کار کند. ممکن است شغل شما دیگر در شما انگیزه ایجاد نکند، یا کارفرمای فعلی شما مسیر توسعه شغلی مناسبی برای شما نداشته باشد. می‌تواند زمان آن باشد که به سمت چیزی بروید که دوباره اشتیاق را در شما برانگیزاند.

مهارت‌های شما با علایق شخصی شما مطابقت ندارد

بعضی اوقات افراد به خاطر چیزهایی که واقعاً خوب هستند، استخدام می‌شوند، اما لزوماً این مورد برای استخدام کافی نیست. شاید شما در فروش نرم‌افزار مهارت داشته باشید، اما ترجیح می‌دهید در بخش بازاریابی کار کنید. شاید شما در ایجاد صفحات گسترده اکسل بسیار عالی باشید، اما ترجیح می‌دهید به جای نشستن پشت رایانه، تمام روز مشغول صحبت با مشتریان باشید. شاید همیشه علاقه خاصی به حوزه دیگری داشته‌اید، اما به خاطر مهارتتان در یک رشته دیگر مشغول به کار شدید. گرچه انجام این کار همیشه آسان نیست، اما طبیعی است که بخواهید علایق شخصی خود را با مهارت‌های شغلی‌تان هماهنگ کنید، و هرچه زمان بیشتری بگذرد تا به این کار اقدام کنید، تغییر سخت‌تر می‌شود و میزان نارضایتی شما نیز از شغل بیشتر می‌شود.

گاهی اوقات نیز انتظار دارید شغل جدید مهارتی به مهارت‌های شما اضافه کند. در واقع اگر احساس می‌کنید در محل کارتان هیچ چیزی نمی‌آموزید و هر روز کارهای روزمره انجام می‌دهید، بدانید باید به دنبال کار دیگری باشید. این مورد را در نظر بگیرید که اگر به کاری که می‌کنید، علاقه‌مند باشید، درگیر آن کار می‌شوید، یا حتی مهارت‌های خود را افزایش می‌دهید. افرادی که فقط به دنبال این هستند که یک کار تکراری انجام دهند، نه تنها دانشی نمی‌آموزند، بلکه به مرور دچار بی‌پودگی می‌شوند، پیشرفت شغلی نخواهند داشت، به آمال و آرزوهای خود دست پیدا نمی‌کنند و خستگی را خیلی بیشتر احساس

می‌کنند. این افراد بعد از مدت طولانی متوجه اشتباه خود می‌شوند و نمی‌توانند تصمیم درستی را نسبت به شغل خود بگیرند و نهایتاً به این فکر می‌افتند که تغییر شغل دهند.

چه زمانی باید تغییر شغل دهیم؟

باید وقت‌شناس باشید و هر زمان که یکی از نشانه‌های بالا را دیدید، در همان لحظه تصمیم نگیرید، بلکه باید سبک و سنگین کنید و تمام جوانب را بسنجید. برای مثال ترک خدمت قبل از گرفتن سنوات کار معقولانه‌ای نیست، بنابراین اگر در ماه‌های پایانی سال هستید، صبر کنید تا عیدی و سنوات خود را به طور کامل بگیرید. همچنین به مسائل مالی خود نگاه کنید و به این بیندیشید که آیا ترک شغل در حال حاضر و با توجه به شرایط شما درست است؟ آیا در حال پرداخت قسط و وام هستید، یا چک‌های معوق دارید؟ هر گونه تغییر شغل در این شرایط می‌تواند بر جریان پولی ماهانه شما تأثیر بگذارد، چراکه ممکن است تا چند ماه شغل مورد علاقه خود را پیدا نکنید و بی‌کار بمانید.

اگر برای تعطیلات خود برنامه‌ریزی کرده‌اید، سعی کنید تصمیم برای تغییر شغل را به پس از تعطیلات و مرخصی خود بیندازید، چراکه ممکن است در شغل دیگر مدیر شما اجازه یک هفته مرخصی ندهد و نتوانید آن‌طور که باید، از تعطیلات خود استفاده کنید. اکثر مردم در طول تابستان و زمستان از تعطیلات خود استفاده می‌کنند و بیشتر در بهار و پاییز به فکر تغییر شغل می‌افتند. به فرصت‌های شغلی که طی این ماه‌ها وجود دارد، نگاه بیندازید و سپس از شغل فعلی خود بیرون آید. همه موارد را بسنجید و سبک و سنگین کنید تا احساسی تصمیم نگیرید.

در موضع قدرت کار را ترک کنید

اگر تصمیم شما به رفتن قطعی است، بهتر است مقصد بعدی خود برای تغییر شغل را انتخاب کنید و با دستی پر از سازمان بروید. در واقع سعی کنید موضع قدرت از جانب شما باشد و شما سازمان را کنار بگذارید، نه برعکس آن. در این بازه خود را آسیب‌پذیر و ناراحت نشان ندهید. شما شایستگی چیزی فراتر از موقعیت کنونی را دارید و سعی کنید به پیشرفتی که در آینده خواهید داشت، فکر کنید.

در انتها باید گفت پیش از این‌که کار جدیدی پیدا کنید، به عواقب کنار گذاشتن شغل فعلی فکر کنید و به این نتیجه برسید که کار بعدی که می‌خواهید پیدا کنید، باید چه مزایایی داشته باشد و چه صلاحیت‌هایی را لازم دارد. با توجه به همه این داده‌ها در مورد شغل بعدی خود تصمیم‌گیری کنید.

سوتیتر: فرسودگی شغلی می‌تواند بر روح و جسم و روان شما اثر بگذارد و شما به مرور زمان حتی نمی‌توانید مشکلات کوچک خود را حل کنید. بنابراین اگر احساس می‌کنید بدن شما می‌خواهد چیزی را به شما بگوید، ارزش دارد لحظه‌ای تلاش کنید تا پیامش را بفهمید. اگر در شغل خود احساس خستگی و فرسودگی می‌کنید و زیاد مریض می‌شوید، رنج کشیدن طولانی‌مدت می‌تواند نشان‌دهنده رضایت نداشتن شما از کارتان باشد و در واقع زمان آن رسیده که از این محل کار بیرون بیایید

اگر احساس می‌کنید در محل کارتان هیچ چیزی نمی‌آموزید و هر روز کارهای روزمره انجام می‌دهید، بدانید باید به دنبال کار دیگری باشید. این مورد را در نظر بگیرید که اگر به کاری که می‌کنید، علاقه‌مند باشید، درگیر آن کار می‌شوید، یا حتی مهارت‌های خود را افزایش می‌دهید. افرادی که فقط به دنبال این هستند که یک کار تکراری انجام دهند، نه تنها دانشی نمی‌آموزند، بلکه به مرور دچار بی‌پودگی می‌شوند

منابع:

- forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/11/19/09/2-clear-cut-signs-its-time-for-you-to-change-jobs/#3e647a1c6c91
- robertwalters.com.au/career-advice/6-signs-it-is-time-to-change-jobs.html
- monster.ie/career-advice/article/when-is-it-the-right-time-to-change-jobs
- businessinsider.fr/us/why-change-jobs-20195-

سه کتاب، سه معرفی

گذار از کسب و کار سنتی به مدرن

علم بازاریابی در ایران هنوز در مراحل ابتدایی است و فعالان در این حوزه باید هم‌چنان از اساتید بزرگ جهانی بیاموزند. یکی از راه‌های یادگیری مطالعه آثار پیش‌کسوتان و بزرگان علم بازاریابی جهان است. در حوزه بازاریابی و فروش کتاب‌های بسیاری از سوی اساتید ایرانی ترجمه و تألیف شده است. در این نوشتار قصد داریم چند کتاب مهم در این حوزه را به علاقه‌مندان معرفی کنیم.

● معرفی کتاب
فرگس فرجی گزارشگر

بازاریابی عصر چهارم

چگونه امکان ارتباط بیشتر، زندگی انسان‌ها را تغییر داده است. هم‌چنین نگاهی دقیق‌تر به زیرگروه فرهنگی جوانان، زنان و شهروندان اینترنتی خواهیم انداخت که مبانی نسل کاملاً جدیدی از مشتریان را شکل می‌دهند. بخش دوم و اصلی کتاب پیرامون این موضوع بحث می‌کند که چگونه بازاریابان می‌توانند بهره‌وری را به درک مسیر حرکت مشتریان در فضای دیجیتال ارتقا دهند. این بخش مجموعه جدیدی از معیارهای بازاریابی و نیز راه کاملاً جدیدی را برای نگاه به روش‌های بازاریابی معرفی می‌کند. هم‌چنین نگاهی عمیق‌تر خواهیم داشت به چندین صنعت کلیدی و خواهیم آموخت چگونه ایده‌های بازاریابی عصر چهارم در این صنایع اجرا می‌شوند.

در نهایت، بخش سوم کتاب به شرح دقیق تاکتیک‌های اصلی بازاریابی عصر چهارم می‌پردازد. با بازاریابی انسان‌محور شروع می‌کنیم که هدف آن افزودن وجه انسانی به برندهایی با ویژگی‌های انسانی است. سپس بازاریابی محتوایی را دقیق‌تر و با هدف ایجاد بحث بین مشتریان درباره محتوای بازاریابی بررسی می‌کنیم. علاوه بر این، شرح می‌دهیم که چگونه بازاریابان می‌توانند روش‌های نوین بازاریابی را به منظور افزایش فروش به کار بگیرند و در نهایت، به مفهوم پای‌بندی مشتریان در عصر دیجیتال خواهیم پرداخت. در مجموع بازاریابی عصر چهارم مفهومی عمیق‌تر و گسترده‌تر از بازاریابی انسان‌محور را شرح می‌دهد تا تمامی جنبه‌های سفر مشتریان را پوشش دهد.

کتاب مورد نظر در ۱۹۰ صفحه به همت انتشارات سیت منتشر و در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.

رسانه‌های ارتباطی و محتوای آن در چند سال گذشته دچار تحولات بسیار زیادی شده که نتیجه آن ایجاد تغییرات اساسی در روند روابط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. این تغییرات در جریان تبادل اطلاعات باعث شده تمرکز و انحصار در تولید اخبار و اطلاعات دیگر امکان‌پذیر نیست. شبکه‌های اجتماعی در چند سال گذشته به عنوان تأثیرگذارترین عامل تصمیم‌گیری در جامعه، سبب انقلابی در ارتباطات اجتماعی و هم‌چنین تصمیم‌گیری در حوزه‌های زندگی و اقتصادی هستند.

به دلیل اهمیت بسیار زیاد تأثیر شبکه‌های اجتماعی در جامعه، فیلیپ کاتلر به همراه هم‌ماوان کارتاجیا و ایوان ستاوان در کتاب «بازاریابی عصر چهارم» با تیزبینی و دقت فراوان تصویر دقیق و جذابی از این تحولات را به خواننده معرفی کرده‌اند و ترجمه روان احمد روستا و سجاد عبدالله‌پور باعث شده مطالعه این کتاب خواندنی باشد.

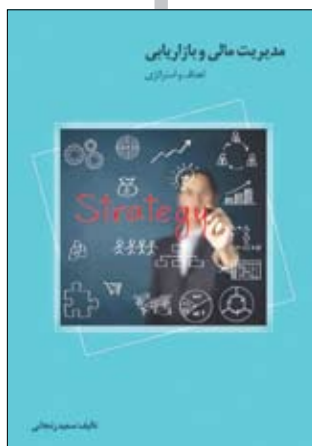
کتاب «بازاریابی عصر چهارم» در دو بخش و ۱۱ فصل تألیف و جمع‌آوری شده است. بخش نخست کتاب نتیجه مشاهدات نویسندگان از دنیایی است که در آن زندگی می‌کنند. در این بخش ابتدا سه جابه‌جایی در نیروهای تأثیرگذار که دنیای مخاطبان را شکل می‌دهند، معرفی می‌شوند. سپس به بررسی این امر پرداخته می‌شود که در نهایت





۱۰۰ ایده‌ی برتر فروش

راجر دالی، مؤلف کتاب «۱۰۰ ایده برتر فروش، فروش مبتنی بر نورومارکتینگ»، به زبانی فوق‌العاده آسان، سلیس، به دور از واژگان فنی و پیچیده مناطق خاص مغز، این ایده‌ها را به گونه‌ای تشریح می‌کند که خوانندگان در مقام فروشنده یا بازاریاب می‌توانند آن را به کار گیرند و تأثیر معجزه‌آسای آن را در بازار، تحلیل بازار و تحلیل فرایندهای مغز مشتری ببینند. صدای جیرینگ آن را در جیبشان بشنوند. کتاب «۱۰۰ ایده برتر در فروش، فروش مبتنی بر نورومارکتینگ» حاوی ایده‌هایی است که از مغز اطلاعاتی را به بازاریاب و فروشنده می‌دهد. این اطلاعات به شما می‌گوید با برخی اقداماتتان، دکمه درد را در مغز مشتری و بازار فعال می‌کنید که نتیجه‌ای جز عدم فروش نخواهد داشت. از سویی، برخی اقدامات را به خوانندگان می‌آموزد که بتوانند با فعال کردن دکمه لذت در مشتری و بازار به فروش قطعی دست یابند. این کتاب ۱۴ بخش دارد و حسین وظیفه‌دوست، پرویز درگی و بابک غضنفری اقدم آن را ترجمه کرده‌اند. در بخش‌های مختلف این کتاب موضوعات مختلفی مانند تأثیر خارق‌العاده مغز بر قیمت و کالا، برندسازی، اعتماد و صداقت، افراد، مصرف‌کننده و... بررسی شده است. در مجموع کتاب مورد نظر با معرفی یک مسئله در حوزه فروش آغاز می‌شود و به سرعت یک تکنیک تقدیم خواننده می‌شود با نام شگرد تأثیر خارق‌العاده مغز. کتاب مورد نظر در ۴۷۳ صفحه در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.



مدیریت مالی و بازاریابی

یکی از اهرم‌های اصلی تحقق اهداف سازمان، مدیریت اثربخش استراتژی‌های مالی و بازاریابی است. واقعیت این است که بازاریابی در میان یک انقلاب عملکردی قرار دارد و استفاده بهینه از منابع اطلاعاتی و تحلیل‌های کارآمد به مدیران این امکان را می‌دهد که بتوانند نرخ بازگشت سرمایه را با چنان دقتی که در گذشته هرگز امکان‌پذیر نبوده، رصد کنند. در این راه مدیریت مالی اصلی‌ترین شریک شغلی بازاریابی محسوب می‌شود و سازمان را در نحوه بودجه‌بندی پروژه‌ها یاری می‌کند. به‌وضوح یک راه برای تعامل مؤثرتر مدیران مالی و بازاریابی این است که هر دو گروه بر این باور باشند که در یک تیم واحد قرار دارند و مهم‌ترین مسئولیت آنان تحقق اهداف سازمان متبوع خود است. این مقدمه بخشی از کتاب «مدیریت مالی و بازاریابی» (اهداف و استراتژی) تألیف سعید زنجانی است که در سه بخش و ۱۳ فصل به نگرش درآمده است.

نیازهای روزمره مشتریان ایجاد شده است که لازمه تحقق این امر، به‌روز بودن واحد بازاریابی شرکت‌هاست.

در بخش‌هایی کتاب به این مسئله مهم توجه شده که درک متقابل مسئولیت‌های این دو واحد از یکدیگر باعث شکوفایی هرچه بیشتر و درنهایت اعتدالی سازمان مزبور خواهد بود. نیاز به ارتقای نحوه همکاری و پشتیبانی واحد مالی از برنامه‌ریزی‌های بازاریابی با رویکرد مالی (شامل نرخ بازده سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده و احیاناً افزایش کمی‌سازی شاخصه‌های بازاریابی) بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. بهینه‌سازی عملیات و استفاده صحیح از منابع سازمانی و کمک‌گیری از واحد مالی به منظور حداکثرسازی کارایی تصمیمات بازاریابی می‌تواند رابطه بسیار نزدیک و تنگاتنگی بین این دو واحد ایجاد کند. در مجموع کتاب «مدیریت مالی و بازاریابی» در ۲۲۴ صفحه در اختیار مدیران مالی و بازاریابی شرکت‌ها قرار گرفته است.

در بخش اول کتاب در اهمیت بررسی اهداف و ضرورت واحد مالی همین بس که کتب بسیاری در این زمینه وجود دارد و صاحب‌نظران بی‌شماری در این باره اظهار نظر کرده‌اند. با توجه به پیشینه و قدمت مسائل مالی (حدود هفت‌هزار سال) ضرورت نگه‌داری اطلاعات مالی برای بشر هر روز بیشتر محرز می‌گردد. گسترش فن دفترداری به شیوه نوین مرهون زحمات و کتابی است که لوکا پاچچولی در سال ۱۳۹۴ در حوزه ریاضیات تألیف و بر این اساس روشی نوین را در حسابداری پایه‌ریزی کرد که امروزه زیربنای حسابداری تمامی سازمان‌ها و شرکت‌هاست. نکته قابل تأمل این‌که این ساختار تاکنون تغییر خاصی نداشته، ولی دامنه آن به‌شدت گسترش یافته است و با توسعه علوم جدید و دستیابی بشر به فناوری‌های نوین از جمله فناوری اطلاعات، چهارچوب عملیات بسیار منسجم شده و محدوده مسئولیت‌های واحد مالی سازمان‌ها به‌شدت افزایش یافته است. از سوی دیگر، حجم مقررات و آیین‌نامه‌های وضع‌شده از سوی مراجع قانونی و انجمن‌های حرفه‌ای مرتبط با این حوزه باعث شده نحوه ثبت و نگه‌داری و ارائه اطلاعات مالی به ذی‌نفعان سازمان‌ها به‌شدت دست‌خوش تغییر گردد و این امر یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های امور مالی بسیاری از سازمان‌ها قرار گرفته است.

در بخش دوم کتاب مسائل مرتبط با بازاریابی مورد توجه قرار گرفته است. با افزایش میزان نیازهای بشر از یک سو و توجه سازمان‌ها به پاسخ‌گویی به رفع این نیازها از سوی دیگر، سعی بر تولید محصولات متنوع مطابق با خواسته و



در این بخش می‌خوانید

- ◀◀◀ زمستان، فصل سفرهای هیجان‌انگیز به سرتاسر ایران
- ◀◀◀ نگاهی به جدیدترین تبلیغات خلاق دنیا در پاییز ۲۰۱۹
- ◀◀◀ ضرورت رعایت حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی
- ◀◀◀ معرفی فیلم‌های مستند و داستانی درباره بحران اقتصادی
- ◀◀◀ نگاهی به پنج مدعی قهرمانی در پایان نیم فصل لیگ برتر
- ◀◀◀ آن‌ور آبی‌ها در شب یلدا چه می‌کنند؟

فرهنگ و هنر

ایران گردی در سوز و سرما

انتخاب کنند. در زمستان نیز مقاصد گردشگری با آب‌وهوای سرد و گرم پیش روی شما قرار دارند.

زمستان به‌ویژه برای کسانی که به ورزش‌های مهیج این فصل مانند اسکی و یخ‌نوردی و ماجراجویی در طبیعت علاقه‌مند هستند، یکی از بهترین فصل‌های سال است. سرما این افراد را از ماجراجویی بیشتر بازمی‌دارد. در این مطلب قصد داریم شهرهای مختلف ایران را که برای سفر زمستانی مناسب هستند، به شما معرفی کنیم.

پیست پیام- تبریز

شاید تصور کنید شهرهای سردسیری گزینه مناسبی برای سفر در زمستان نیستند و همواره در این فصل به دنبال مقصدی با آب‌وهوای مناسب‌تر و گرم‌تر باشید. اما در واقع این‌طور نیست. انتخاب درست مقصد و مسیر می‌تواند سفری به‌یادماندنی در زمستان برایتان به همراه آورد. یکی از این مقاصد گردشگری در فصل سرما تبریز است! تبریز شهری با آثار تاریخی زیبا و جاذبه‌های طبیعی در شمال غرب کشور دارای یک پیست اسکی است که پیام نام دارد. برای رسیدن به این پیست اسکی باید از تبریز به سمت مرند حرکت کنید، پس از ۲۰ کیلومتر به یک روستای زیبا به نام «پام» خواهید رسید. این روستا در دامنه کوه «می‌شو» قرار گرفته است. پیست اسکی پیام درست روبه‌روی این ایستگاه است. جالب است بدانید این پیست اسکی، از قدیمی‌ترین پیست‌های اسکی در ایران است. به‌راحتی می‌توانید وسایل مورد نیاز اسکی را کرایه کنید و از یک ورزش مهیج زمستانی لذت ببرید.



دریاچه زریوار- کردستان

دریاچه زریوار نگین کردستان است. این دریاچه که در سه کیلومتری غرب شهر مریان قرار گرفته، مقصد گردشگری تابستانی و زمستانی مردم به شمار می‌رود. زریوار به عنوان یکی از زیباترین جاذبه‌های طبیعی این استان در ۱۲۸۵ متری از سطح دریا قرار گرفته است. آب این دریاچه که در میان کوه‌ها قرار گرفته، از آب شدن برف‌ها تأمین می‌شود. همچنین این کوه‌ها از درخت‌های بلوط ایرانی، گل‌ابی وحشی و زالزالک پوشیده شده که در فصل زمستان و تابستان جلوه‌های خیره‌کننده دارد. در فصل زمستان این دریاچه یخ می‌زند و برف زیبایی این دریاچه را دوچندان می‌کند. بنابراین اگر طبیعت‌گرد هستید و با برف نیز میانه خوبی دارید، حتماً در فصل زمستان به این منطقه سری بزنید و آن را در میان گزینه‌های سفر خود جای دهید.

با آغاز فصل زمستان، بازار تفریحات و سفرهای مخصوص این فصل نیز داغ می‌شود. برخلاف برخی که زمستان را تنها با سرما و روزهای ابری و برفی آن می‌شناسند، این فصل جاذبه‌های گردشگری مخصوص به خود را دارد. از شمال تا جنوب کشور، غرب و شرق آن می‌تواند مقصد گردشگری زمستانی شما باشد.

با توجه به شرایط آب‌وهوایی در ایران، گردشگران همواره و در هر فصلی از سال می‌توانند ایده‌آل‌ترین مقاصد را با توجه به علاقه و سلیقه خود

سرعین- اردبیل

استان اردبیل بدون شک یکی از مقاصد بی‌نظیر برای گردشگری تابستانی و زمستانی است. در تابستان این شهر با هوای خنک خود و همچنین جاذبه‌های دیدنی مانند بقعه شیخ‌صافی و جاذبه‌های طبیعی متعدد آن مانند جنگل فندق‌لو، آبشارهای مرتفع، طبیعت بی‌نظیر این منطقه، قله سیلان و غیره برای گردشگران ایده‌آل است. اما اردبیل تنها مقصد گردشگری برای روزهای گرم سال نیست. این شهر با وجود چشمه‌های آب گرم سرعین بهترین مقصد گردشگری برای فصل زمستان است. رفتن به آب گرم سرعین در فصل سرد زمستان و در میان برف گزینه بسیار ایده‌آلی است تا در زمستان راهی سرعین در اردبیل شوید. رفتن به چشمه‌های مسقف یا روبازی که در این منطقه قرار دارند، در برف زیبای زمستانی را از دست ندهید.



قره کلیسا - ارومیه

استان هم‌جوار آذربایجان شرقی نیز با وجود هوای سرد زمستانی‌اش می‌تواند یکی از گزینه‌های شما برای سفرهای زمستانی باشد. ارومیه تنها با دریاچه آن، جزیره‌ها و حیوانات این منطقه شناخته نمی‌شود، بلکه در شهرهای استان آذربایجان غربی نیز می‌توانید جاذبه‌های بسیاری پیدا کنید. جاذبه‌های طبیعی و تاریخی‌ای که سالانه مسافران داخلی و خارجی بسیاری را به خود جلب می‌کند. یکی از این جاذبه‌ها قره کلیساست. قره کلیسا یکی از قدیمی‌ترین کلیساهای جهان و در واقع اولین کلیسای جامع جهان مسیحیت به شمار می‌رود. این اثر در فهرست آثار تاریخی یونسکو جای گرفته است و شامل بخش‌های مختلف مانند کلیسای اصلی، برج ناقوس، ورودی، برج، حیاط شرقی، حیاط غربی و انبار است. از تبریز مسیر خودتان را آغاز کنید و پس از این‌که از شهرهای مرند و قره ضیاءالدین به شوط رسیدید، با کمی پیش‌روی در مسیر شوط - چالدران و کمی راندگی سهرای قره کلیسا را در سمت راست خود خواهید دید.



آبشار پریشان - کرمانشاه

آبشار پریشان یکی از زیباترین آبشارهای استان کرمانشاه است. این آبشار در روستای چرمه‌علیا در فاصله ۲۳ کیلومتر شمال شرقی شهر سنقر قرار دارد. این روستا در بهار و تابستان آب‌وهوای معتدل و مطبوع دارد، اما به این معنا نیست که در زمستان نمی‌تواند یک مقصد گردشگری ایده‌آل باشد. این روستا که در دامنه‌های کوه‌های مرتفع بدر قرار گرفته، از طبیعتی بی‌نظیر برخوردار است.

با قرار گرفتن در چنین موقعیتی، آبشار پریشان یکی از برترین جاذبه‌های گردشگری این استان محسوب می‌شود. کوه‌های بدر که در فصل زمستان از برف پوشیده می‌شوند، زیبایی طبیعت این منطقه را دوچندان می‌کنند. کوهستان بدر برای کسانی که به دنبال ورزش زمستانی و دوست‌دار طبیعت هستند، از گزینه‌های ایده‌آل گردشگری زمستانی است.



روستای شیخ موسی - مازندران

شمال کشور همواره یکی از مقاصد گردشگری برای سفر در فصول مختلف است. تماشای طبیعت زیبای این منطقه در بهار، تابستان، پاییز و حتی زمستان بی‌نظیر است. روستای شیخ موسی یکی از مناطق ییلاقی توابع شهرستان بابل است. این روستا یکی از مناطق گردشگری و خوش‌آب‌وهواست که هم‌زمان هم مناظر زیبای کوهستانی دارد و هم مناظر جنگلی. هم‌چنین به دلیل قرار گرفتن در ارتفاعات، در میان ابرها جای گرفته است. تماشای زیبایی‌های این منطقه در فصل زمستان با توجه به زیبایی خیره‌کننده برف در آن بی‌نظیر است.

برای سفر به ییلاق حاجی شیخ موسی بعد از خارج شدن از شهر بابل، پس از طی ۱۵ کیلومتر به شهر کوچک گلوگاه می‌رسید. پس از آن با طی یک مسیر ۳۰ کیلومتری در جاده آسفالت‌ه و با عبور از دل جنگل سرسبز و رودخانه‌های بین‌راه، به ییلاق حاجی شیخ موسی خواهید رسید.



چشمه آب گرم عیوب - خراسان شمالی

این آب گرم نسبت به چشمه آب گرم سرعین در اردبیل کمتر شناخته شده است. این آب گرم که با نام چشمه ایوب پیامبر شناخته می‌شود، در فاصله حدود ۹۵ کیلومتری بجنورد در شمال روستای «حاجی عبدالوهاب» قرار دارد. چشمه آب گرم ایوب گوگردی است و به همین دلیل بسیاری از افراد برای درمان بیماری پوستی خود به این منطقه سفر می‌کنند. این چشمه آب گرم دارای استخرهای جدا برای بانوان و آقایان است. چشمه آب گرم عیوب یکی از جاذبه‌های گردشگری شناخته شده در استان خراسان شمالی است. دمای آب چشمه اصلی روستای ایوب در حدود ۴۷ درجه سانتی‌گراد است. در نزدیکی چشمه آب گرمی که پیش از این اشاره کردیم، یک چشمه آب سرد نیز وجود دارد که آب آن قابل آشامیدن است. چشمه آب گرم می‌تواند یکی از گزینه‌های طبیعت‌گردی و گردشگری زمستانی در فصل سرد زمستان باشد و استفاده از آب گرم هم برای گذراندن ساعاتی لذت‌بخش و هم برای استفاده از خواص درمانی آن است.



بیشتر مردم برای سفر زیارتی به استان خراسان رضوی سفر می‌کنند، اما این استان علاوه بر زیارت، سیاحت و گردشگری را نیز شامل می‌شود. آبشار آب گرم خراسان رضوی یکی از جاذبه‌های طبیعی و گردشگری این استان است. این آبشار در نزدیکی شهرستان کلات قرار گرفته و ارتفاع آن به حدود ۲۰ متر می‌رسد. دلیل این که این منطقه را به عنوان محلی برای گردشگری زمستانی به شما معرفی می‌کنیم، این است که آب آن گرم است و به حدود ۳۵ درجه می‌رسد. این آبشار از چشمه‌ای در چند کیلومتر بالاتر از آن نشئت می‌گیرد و زیر قله آبشکی قرار گرفته است. همچنین وجود کوه‌های انجیرک، آب گرم و دره آب گرم، زیبایی‌های این منطقه را دوچندان کرده است.

برای دسترسی به این منطقه باید ۷۵ کیلومتر از شمال شرق مشهد خارج شوید و پس از عبور از روستای محمدیه، روستای گوجگی و آب معدنی کلات به یک تونل و بعد از آن به یک دوراهی خواهید رسید. در این دوراهی مسیر آبشار را انتخاب کنید و آن را ادامه دهید تا به شش کیلومتری آبشار آب گرم برسید. ادامه راه را پیاده طی کنید تا به این آبشار آب گرم برسید.



تله‌کابین احرار - گیلان

لاهیجان یکی از شهرستان‌های زیبا در شمال کشور است که همواره مورد توجه گردشگران قرار دارد. بام سبز لاهیجان به تنهایی گردشگران بسیاری را به این نقطه از کشور جذب می‌کند. تله‌کابین احرار که با نام تله‌کابین بام سبز گیلان شناخته می‌شود، در ارتفاعات و جنگل‌های کوهستانی این منطقه قرار گرفته است. با وجود سرسبزی و زیبایی این منطقه در فصول گرم و سرسبز، اما رفتن به بام سبز گیلان در فصل سرد زمستان زمانی که دره و کوه‌ها مملو از برف است و سوار بر تله‌کابین به سوی ارتفاعات می‌روید، بسیار حیرت‌آور است و تصویری بی‌نظیر از طبیعت پیش روی شما قرار خواهد داد.

تله کابین لاهیجان در نزدیکی شیطان کوه و بالای بام سبز لاهیجان قرار دارد. این تله کابین از ایستگاه اول در بام سبز به ایستگاه دوم که به تاج خروس معروف است، می‌رسد. از داخل کابین می‌توانید زیر پای خود جنگل‌ها و باغات چای و شیروانی و سقف خانه‌ها را ببینید و از طبیعت بی‌نظیر آن لذت ببرید.



به مناطق گرمسیر بروید

بسیاری از افراد در سرما و برف زمستانی به دنبال مناطق گرم هستند و ترجیح می‌دهند سفرشان را به نقطه‌ای با آب‌وهوایی مطبوع بروند. برای رفتن به منطقه گرم و فرار از سرما قطعاً پیشنهاد ما جنوب کشور است. بوشهر، هرمزگان، خوزستان، فارس و کرمان از شهرهای ایده‌آل برای سفرهای زمستانی است.

سیراف در بوشهر: این بندر از پررونق‌ترین بنادر ایران در دوره‌های مختلف تاریخی بوده است. این بندر سه‌هزار ساله در بخش مرکزی شهر کنگان قرار دارد. سفال‌های نقش‌دار، پارچه‌ها، معماری گچی و اتاق‌های نقاشی‌شده که از سیراف کهن باقی مانده است، از جاذبه‌های گردشگری این بندر است. همچنین سازه‌هایی پیدا شده که اشاره به سه دوره پارسی، ساسانی و اسلامی دارد. از آثار تاریخی بندر سیراف، می‌توان به قلعه نصوری، بازار باستانی سیراف، مسجد جامع، گور دخمه‌ها و سیستم مهندسی آب‌رسانی ساسانیان اشاره کرد.

چاه کوه و دره تندیس‌ها در هرمزگان: دره چاه کوه یکی از جاذبه‌های طبیعی جزیره قشم در استان هرمزگان است. این دره در فاصله ۷۰ کیلومتری شهر قشم و در کنار روستای چاهو شرقی بخش شهاب قرار دارد. دره چاه کوه به عمق ۱۰۰ متر نمایشی از فرسایش سنگ‌های رسوبی است که تصویری بسیار زیبا و حیرت‌انگیز پیش روی تماشاگران قرار می‌دهد. چاه کوه پر از شیر، شکاف و حفره‌های عجیب و غریب است و یکی از عجایب هفت‌گانه جزیره محسوب می‌شود. چاه کوه و دره تندیس‌ها در هرمزگان، مکانی محبوب برای گردشگران خارجی و داخلی است.

شوش و زیگورات چغازنبیل در خوزستان: چغازنبیل در جنوب غربی ایران، در استان خوزستان و در شهرستان شوش واقع شده است. این سازه در ۴۰ کیلومتری جنوب شرقی شوش و ۳۵ کیلومتری غرب شهر باستانی شوشتر واقع است. شوش و زیگورات چغازنبیل در خوزستان یکی از مکان‌هایی است که باید در ایران دید. در تمدن‌های گذشته برای ساخت بناهای مذهبی مانند عبادتگاه‌ها از شیوه خاصی از معماری استفاده می‌کردند و عمده بناهای مذهبی در آن دوران هرمی شکل بوده‌اند. این هرم‌ها به صورت پله‌پله ساخته می‌شدند و از جنس آجر بودند که به آن‌ها به صورت اختصاصی زیگورات گفته می‌شود. زیگورات چغازنبیل نه تنها در ایران، بلکه در تمام دنیا نامش پراوازه است.

دریاچه مهارلو در فارس: استان فارس فقط شامل شیراز و بناهای تاریخی و آثار شناخته‌شده آن نیست. یکی از آثار طبیعی شناخته‌شده و بسیار زیبای این استان دریاچه مهارلو است. گردشگران و طبیعت‌گردان بسیاری تنها برای تماشای جاذبه‌های بی‌نظیر این دریاچه به این منطقه سفر می‌کنند. شهرت این دریاچه، به دلیل رنگ قرمزش است. مهارلو در سمت جنوب شرقی شهر شیراز و ۵۷ کیلومتری مسیر جاده شیراز به فسا قرار دارد.

کویر لوت - کرمان: کویر لوت در استان کرمان قرار دارد و یکی از مناطق مورد توجه کویرنوردان است. با توجه به سرمای زمستان رفتن به کویر یکی از جاذبه‌های بسیار مورد توجه گردشگران است. در لوت بر اثر فرسایش آبی و بادی شدید، کله‌های بسیار زیبایی شکل گرفته‌اند. کله‌ها قسمتی از حاشیه غربی دشت لوت را در سطحی پوشانده‌اند و تقریباً در تمامی این منطقه وسیع هیچ‌گونه گیاهی وجود ندارد. علاوه بر کله‌ها دیگر جاذبه‌های دیدنی کویر لوت در قسمت شرق شهرستان کرمان قرار دارد و شامل گرم‌ترین نقطه ایران و جهان می‌شود.

محله فهادان - یزد: یکی دیگر از مقاصد گردشگری در فصل زمستان می‌تواند سفر به محله فهادان در یزد باشد. یزد یکی از جذاب‌ترین مناطق گردشگری در ایران است. با آثار تاریخی بی‌نظیر و بافت قدیمی، این منطقه مقصد محبوب بسیاری از گردشگران خارجی و داخلی است. محله تاریخی فهادان در شهر یزد شما را به عمق تاریخ می‌برد. از بین بیش از ۲۵ جاذبه تاریخی - فرهنگی که در این محله به ثبت رسیده است، مهم‌ترین جاذبه‌های این محله تاریخی عبارت‌اند از: مسجد تاریخی فهادان، مسجد چهل‌محراب، خانه لاری‌ها، خانه عرب‌زاده، زندان اسکندر (مدرسه ضیاییه - بنایی چند هزار ساله که ۸۰۰ سال پیش مرمت شده است)، خانه کاشفی، امام‌زاده سید طاووس، خانه محمودی و بقعه دوازده امام. همچنین بناهای تاریخی ارزشمندی مانند آب‌انبار، مسجد، حسینیه، بازارچه و کارگاه که نشان‌دهنده اهمیت محله فهادان است، در این منطقه قرار دارد. اگر قصد اقامت در شهر یزد را دارید، بهتر است به سراغ خانه‌هایی که بازسازی شده‌اند و تغییر کاربری به فضای اقامتی داده‌اند، بروید. این خانه‌ها علاوه بر داشتن قیمت اقتصادی مناسب، تجربه زندگی در یک خانه قدیمی را نیز به شما می‌دهد. از زیباترین اقامت‌های این منطقه می‌توان به هتل موزه فهادان و هتل داد یزد اشاره کرد.

نگاهی به جدیدترین تبلیغات خلاق دنیا در پاییز ۲۰۱۹

یک مسابقه، برای یک بار!

ارائه تبلیغات موفق اغلب بسیار دشوار است، اما خوش بختانه استراتژی‌های مختلفی برای ایجاد تبلیغات مناسب وجود دارد. در عصر رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر و اینفوگرافیک‌ها، بسیاری از کسب‌وکارها روی تبلیغ خود در فضایی بزرگ‌تر مانند بیل‌بورد متمرکز می‌شوند تا بینندگان بیشتری جلب کنند. این دسته رویکرد سنتی‌تری دارند. در حالی که بسیاری دیگر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را مناسب می‌بینند. برخی از تبلیغات به معنای واقعی کلمه ذهن فرد را دگرگون می‌کنند. در ادامه تعدادی از تبلیغات خلاق پاییز ۲۰۱۹ را با هم می‌بینیم.

باتری‌هایی که جان انسان‌ها را می‌گیرند

می‌کنند، می‌گیرند. باتری خالی خودروی «سازگار با محیط زیست» شما را می‌توان به راحتی شارژ کرد، اما ۱۵۰ هزار کارگر معدن کبالت در جمهوری دموکراتیک کنگو فقط یک جان دارند. دریابید که تولیدکنندگان خودرو برای اطمینان از زنجیره تأمین اخلاقی خود چه اقداماتی انجام دادند. باتری‌های خودروهای الکتریکی از منابع کبالت تأمین می‌شوند و این ماده دارای توانایی ذخیره زیاد انرژی در خود است و به همین دلیل به شدت مورد توجه خودروسازان الکتریکی قرار گرفته است. اما با توجه به محدودیت منابع و رنج نیروی کار در قاره آفریقا و معدن کبالت، بهتر است راه‌کارهایی برای آینده این باتری‌ها اندیشیده شود.

یکی از پوستره‌های تبلیغاتی که در ماه نوامبر امسال سروصدای زیادی به پا کرد، از جانب سازمان عفو بین‌الملل بود که از سوی آژانس تبلیغاتی هاواس چک طراحی شده بود. خودروهای الکتریکی که از باتری تغذیه می‌کنند، در دنیای فناوری به شدت در حال محبوب شدن هستند. این خودروها که با شعارهایی مانند «سازگاری با محیط زیست» و «مصرف سوخت کمتر» روانه بازار می‌شوند، می‌توانند به طریقی دیگر جان انسان‌ها را بگیرند. در پوستر این طرح تصویر کودکان کنگویی که در معدن کبالت کار می‌کنند، دیده می‌شود. در شرح این تصویر روی پوستر چنین نوشته شده است: «باتری‌های خودروهای برقی جان برده‌هایی را که در معدن کبالت کار



گم شدن کارت، گم شدن هویت نیست

در جریان کمپین کارت‌های شناسایی در تورنتو، تعداد زیادی آی‌دی کارت یا کارت شناسایی پیدا شد. این برنامه موجب افزایش آگاهی از نیاز روزافزون به برنامه ID Safe می‌شود که در سال گذشته به افزایش ۲۵ درصدی مشتریان خود رسیده است. مدیران این کمپین کارت‌های شناسایی مختلف بدون چهره مانند کارت‌های درمانی، گواهی‌نامه رانندگی و... را در مناطق مختلفی از شهر روی زمین و مکان‌های مختلف گذاشتند. با نگاه دقیق‌تر به این کارت، یک عکس تار و توضیحات پس‌زمینه مبهم روی کارت را می‌دیدند. با برگرداندن کارت، توضیحات واضحی نشان داده می‌شد که نوشته بود: از دست دادن کارت شناسایی شما نباید موجب از دست دادن هویتتان شود. در کنار آن نیز یک کد QR قرار داشت که افراد را به وبسایت شرکت هدایت می‌کرد.

کارت‌ها معمولاً در مکان‌های عمومی مانند ایستگاه اتوبوس، میزهای کافه و نزدیک فروشگاه‌ها رها شده بودند. هنگامی که مردم کارت‌ها را پیدا می‌کردند، ابتدا با تعجب نگاه می‌کردند، اما وقتی نوشته پشت آن را می‌خواندند، متوجه این تبلیغ می‌شدند. در پشت کارت نوشته شده بود: افرادی که در خیابان کارت شناسایی خود را گم می‌کنند، در واقع دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی، برنامه‌های کمکی و خدمات مسکن را از دست می‌دهند. برنامه ذخیره امن اسناد برای افرادی که به آن احتیاج دارند، ثبات ایجاد می‌کند. این تبلیغات از سوی شرکت Rethink کانادا اجرا می‌شود، که در نوع خود خلاق و جذاب به نظر می‌رسد.



خداحافظی با مشهورترین خودروی دنیا

بیش از ۸۰ سال است که از اولین خودروی بیتل که شرکت فولکس واگن تولید کرده است، می‌گذرد. فولکس واگن می‌خواهد با این مدل نمادین که تاریخچه طولانی در جاده‌ها و تبلیغات دارد، خداحافظی کند. لحظه تولید اولین خودروی بیتل در سال ۱۹۳۸ لحظه‌ای تاریخی در دنیا بود. ۲۰ سال بعد ورود بین‌المللی این خودرو به بازار آمریکا و سپس تبلیغات Think small و Lemon توانست این خودروی محبوب را در یادها جاودانه کند.

اکنون فولکس واگن و شرکت DDB NZ به مناسبت بزرگداشت این میراث غنی و ادای احترام به این خودروی نمادین و تأثیر ماندگار آن تبلیغاتی یک‌پارچه در نیوزلند به راه انداخته‌اند.



در این قرار سیگار نکشید!

فیلیپ موریس، شعبه آفریقای جنوبی، با همکاری شبکه اجتماعی تیندر کمپین سیگار نکشیدن را به راه انداخته تا کاربران این شبکه دوست‌یابی را به سمت کاهش مصرف دخانیات سوق دهد. این کمپین با عنوان «یک مسابقه، برای یک بار» بیش از یک میلیون نفر از کاربران نوجوان و جوان این شبکه اجتماعی را هدف قرار داد تا خود را تشویق به ترک سیگار کنند. طبق گزارش‌ها برنامه تیندر یکی از برنامه‌های محبوب کاربران است که میزان دانلود بالایی بین کاربران اندروید و آی‌اواس در کشور آفریقای جنوبی دارد.

مارسلو نیکو، مدیرعامل فیلیپ موریس آفریقای جنوبی، می‌گوید این کمپین هم‌زمان با روز جهانی مجردها (اول نوامبر) به راه افتاده است و لینک بنرها در تیندر آن‌ها را به اطلاعاتی در مورد ترک سیگار سوق می‌دهد. نیکو می‌گوید: ما مصرف‌کنندگان را ترغیب می‌کنیم نیکوتین و تنباکو را ترک کنند. این بهترین تصمیمی است که هر فردی می‌تواند بگیرد. افرادی هم که ترک نمی‌کنند، بهتر است به یک جایگزین بهتر و بدون دود فکر کنند. Unsmoke به معنای خلاص شدن از دود در زندگی است و مربوط به هیچ کالا یا برند خاص سیگار نیست، بلکه به ترک کلی سیگار نهیب می‌زند. ما می‌خواهیم مصرف‌کنندگان را با گفت‌وگو در مورد کاهش میزان مصرف سیگار در سطح جهان درگیر کنیم. شبکه اجتماعی تیندر یک روش قابل اعتماد برای انجام این کار است، زیرا بسیاری مردم تصمیم‌های مربوط به روابط خود را بر اساس عادت سیگار کشیدن شریک احتمالی خود تغییر می‌دهند.

نیکو با استناد به تخمین سازمان بهداشت جهانی یا WHO گفت که تعداد افراد سیگاری در دنیا ۱,۱ میلیارد نفر است و بعید است این میزان از نظر مادی طی پنج سال آینده تغییر کند. ما فکر می‌کنیم اکنون زمان صحبت در این خصوص است و می‌تواند آینده را تغییر دهد. مطالعات PMI نشان می‌دهد استعمال دخانیات آسیب‌های زیادی به افراد سیگاری می‌زند. روشن کردن یک سیگار بیش از ۶۰۰۰ ماده شیمیایی آزاد می‌کند که حدود ۱۰۰ عدد از آن‌ها مرتبط با بیماری‌های استعمال دخانیات است. جایگزین‌های بدون دود زیادی برای ترک سیگار وجود دارد که در مقایسه با سیگار میزان مواد شیمیایی مضر را تا ۹۵ درصد کاهش می‌دهد. اگرچه این گزینه‌ها نیز بدون ریسک نیستند و بهتر است آن‌ها نیز کم‌کم کنار گذاشته شوند.



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

HERE'S TO A
SMOKE-FREE
EVENING.



ضرورت رعایت حریم خصوصی
در شبکه‌های اجتماعی

به اشتراک بگذارم یا نگذارم؟

به لطف شبکه‌های اجتماعی زندگی روزمره ما هر چه بیشتر به سمت آن لاین شدن و در معرض دید دیگران قرار گرفتن متمایل می‌شود. با این حال، همواره مسائلی وجود دارند که باید به صورت خصوصی نگه داشته شوند. خصوصی نگه داشتن این مسائل از این جهت اهمیت دارد که ممکن است به زندگی شخصی، حرفه‌ای و روابط شما و دیگران آسیب‌هایی وارد کند. بنابراین پیش از این که مطلبی را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید، از خودتان این سؤال را بپرسید: به اشتراک بگذارم یا نگذارم؟

مشپاره

مونا اشرف‌زاده مترجم

بیان جزئیات دقیق از تعطیلات آینده

گفتن جزئیات دقیق از تعطیلات آینده‌تان به معنای این است که «سلام، از خانه من دزدی کن». شاید تصور کنید فقط تجربه خود از سفر پیش رویتان در هفته‌های پیش رو را مطرح کرده‌اید، اما در واقع اطلاعاتی را به اشتراک می‌گذارید که ممکن است به ضرر شما باشد. در واقع مانند این است که به همه دنیا می‌گویید هیچ‌کس در خانه شما نخواهد بود.

هر چقدر که سخت باشد، اما سعی کنید برنامه‌های تعطیلاتتان را برای خود نگه دارید. اگر می‌خواهید، می‌توانید آن را با دوستان نزدیک و صمیمی خود به صورت حضوری یا تلفنی به اشتراک بگذارید، اما این اطلاعات حساس را از اینترنت دور نگه دارید. شما هرگز نمی‌دانید چه کسی ممکن است این اطلاعات را ببیند، یا چه نیت بدی در سر داشته باشد.

مشخص کردن موقعیت مکانی

این مورد نیز به طور کامل با مورد قبلی که مطرح شد، یعنی بیان کردن زمان تعطیلات در ارتباط است. زمانی که اجازه می‌دهید همه بدانند که در خانه نیستید، خودتان را در معرض خطر قرار می‌دهید. عجیب است که مردم می‌خواهند همه دقیقاً بدانند که در کجا هستند و در تمام این موقعیت‌ها چه کاری انجام می‌دهند، اما تعداد زیادی از این افراد وجود دارند که از این اقدام آن‌ها بهره می‌برند.

قربانی نشوید و موقعیت مکانی خود را غیرفعال کنید!

درباره تصاویر جغرافیایی نیز هوشمند باشید

لزوماً نباید موقعیت مکانی خود را برای به اشتراک گذاشتن جایی که در آن هستید، در شبکه‌های اجتماعی قرار دهید. برخی از برنامه‌ها موقعیت مکانی شخصی شما را در هر زمانی ردیابی می‌کنند، سپس آن اطلاعات را به تصاویر شما اضافه می‌کنند.

این یک راه دیگر برای گفتن به همه افراد سوچو در اینترنت است که کسی در خانه نیست و وسایل شما برای بردن آماده هستند.

ویدیوهای دوستانتان که بدون اجازه از آن‌ها برداشته‌اید

تلفن‌های همراه همیشه در دستان ما هستند و از این رو، فیلم و عکس گرفتن از تمام چیزهایی که می‌بینیم، وسوسه‌انگیز است. تا این‌جا کار خیلی بد نیست، اما اگر بدون اجازه از افرادی که از آن‌ها عکس و فیلم گرفته‌اید، آن‌ها را منتشر کنید، ممکن است خودتان را به دردسر بیندازید.

اگر واقعاً می‌خواهید یک عکس خنده‌دار از دوست خود به اشتراک بگذارید، ابتدا باید اجازه بگیرید. دوستان شما ممکن است نخواهند

این عکس‌ها و فیلم‌ها را به صورت آن‌لاین به اشتراک بگذارید.

تصاویر کارت‌های اعتباری

خب این مسئله‌ای کاملاً مشخص است که نباید تصاویر کارت‌های اعتباری خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید، اما این اتفاق می‌افتد. همه ما تصاویر این‌چنینی را مشاهده کرده‌ایم. به‌ویژه زمانی که قرار است پولی را برای کسی کارت به کارت کنیم، یا مبلغی را دریافت کنیم، عکس کارت بانکی دیگران را دریافت یا کارت اعتباری خودمان را برای دیگران ارسال کرده‌ایم. فقط برای این‌که وسوسه نشوید چیزی شبیه به این را در شبکه‌های اجتماعی ارسال کنید، باید بدانید هر کسی که شماره کارت اعتباری شما و تاریخ انقضای آن را داشته باشد، می‌تواند با روش‌های مختلف از شما سوءاستفاده کند، یا هویت شما را به سرقت ببرد.

دوستانتان واقعاً باید خودشان را به اشتراک بگذارند

هیجان‌انگیز است وقتی دوستان شما با خبرهای خاصی به سراغتان می‌آیند؛ خبرهایی مثل این‌که در حال ازدواج یا چشم‌انتظار به دنیا آمدن فرزند خود هستند. اجازه ندهید این هیجان باعث شود شما کاری از روی بی‌فکری و غیرمعمول انجام دهید. خبر خوش و بزرگ دوست شما فقط این است؛ دوست شما. این مسئله به شما اجازه نمی‌دهد این خبر جدید را با تمام گروه دوستان خود به اشتراک بگذارید. اجازه دهید دوست شما خبرهای زندگی خصوصی‌اش را در زمان و موقعیتی که خودش در نظر دارد، به اشتراک بگذارد. او از این اقدام شما قدردانی خواهد کرد.

عکس‌های نامناسب شخصی

شبکه‌های اجتماعی جای مناسبی برای به اشتراک گذاشتن عکس‌های شخصی شما نیست. این عکس‌ها را برای این‌که نظر دیگران را جلب کنید، در این شبکه‌ها قرار ندهید. در واقع، این یک راهنمایی خوب و کلی است. فقط عکس‌هایی را به اشتراک بگذارید که ناراحت نمی‌شوید اگر مادر بزرگتان آن‌ها را ببیند! به اشتراک گذاشتن عکس‌های خصوصی و برخی سلفی‌های نامناسب در شبکه‌های اجتماعی باعث ایجاد غم و اندوه بسیاری برای شما خواهد شد؛ چه مادر بزرگتان این پست‌ها را ببیند، چه والدین و کارفرمایان با این عکس‌ها مواجه شوند. از بهترین وجه خود برای قضاوت شدن از سوی دیگران استفاده کنید!

اطلاعات بانکی

قبلاً آموخته‌اید که تصاویر کارت‌های اعتباری را در شبکه‌های اجتماعی قرار ندهید، اما اطلاعات بانکی که نشان می‌دهد

اخیراً سود بسیار زیادی کسب کرده‌اید، مشکلی ایجاد خواهد کرد؟

این هم ایده خوبی نیست. هر اطلاعاتی می‌تواند به هکرها کمک کند هویت شما را به سرقت ببرند و به حساب‌های شما دسترسی پیدا کنند. به آن‌ها کمک نکنید. فقط منابع مالی خود را به صورت آن‌لاین و غیرفعال حفظ کنید.

شکایت کردن درباره ریستانتان

شاید واقعاً وسوسه‌انگیز باشد که ناراحتی‌های خود درباره رئیس وحشتناکتان را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید و خود را خالی کنید. تنها یک مشکل در این میان وجود دارد؛ اتفاقات زمانی که همه چیز به اینترنت ختم می‌شود، ممکن است متفاوت باشند و نتیجه دیگری بدهند. حتی اگر رئیس شما به پست‌هایتان دسترسی نداشته باشد، یک همکار حسود می‌تواند تصاویر گله‌مندی‌های شما را با رئیس به اشتراک بگذارد. این مسئله می‌تواند به سرعت مسیر اشتباهی را طی کند و حتی به قیمت از دست دادن کارتان تمام شود. فقط کاری را انجام دهید که مردم از ابتدا و زمانی که اینترنت نبود، انجام می‌دادند و شکایت خود را در فضای امن خانه یا دوستان خود مطرح کنید.

شوخی‌های نامتعارف

ممکن است آن‌چه برای یک نفر خنده‌دار به نظر می‌رسد، برای شخص دیگری توهین‌آمیز باشد. هنگام پست چنین مطالبی در رسانه‌های اجتماعی، نسبت به خوانندگان خود حساس باشید. شوخی‌هایی را که بسیار بزرگسالانه است، انجام ندهید و هر چیزی را که می‌تواند سوء برداشت داشته باشد، یا سوء رفتار محسوب شود، پست نکنید. پیش از ارسال چنین شوخی‌هایی، از خودتان بپرسید آیا این شوخی است که شما با مادر بزرگ خود (یا شخص دیگری) انجام دهید؟ اگر پاسختان منفی است، آن را به اشتراک نگذارید.

لزوماً نباید موقعیت مکانی خود را برای به اشتراک گذاشتن جایی که در آن هستید، در شبکه‌های اجتماعی قرار دهید. برخی از برنامه‌ها موقعیت مکانی شخصی شما را در هر زمانی ردیابی می‌کنند، سپس آن اطلاعات را به تصاویر شما اضافه می‌کنند. این یک راه دیگر برای گفتن به همه افراد سودجو در اینترنت است که کسی در خانه نیست و وسایل شما برای بردن آماده هستند



بدون این که لازم باشد، نابود کنید.

عکس‌های مهمانی

تست مادر بزرگ را به خاطر دارید؟ همان تستی که می‌گوید قبل از به اشتراک گذاشتن برخی پست‌ها در نظر بگیرید که آیا آن را با مادر بزرگ خود به اشتراک خواهید گذاشت یا خیر. حال تصور کنید مادر بزرگ و رئیس آینده شما هر دو به یک کامپیوتر نگاه می‌کنند. اگر پستی که به اشتراک گذاشته‌اید، مادر بزرگ شما را ناراحت می‌کند، احتمالاً شما را از دست یافتن به شغل رویایی‌تان در آینده نیز باز خواهد داشت.

تمام تفریحی را که می‌خواهید داشته باشید، برای خودتان نگه دارید و آن را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک نگذارید. شما نمی‌خواهید که کارفرمایان آینده‌نگران از مهمانی‌هایتان در تمام تعطیلات آخر هفته چیزی بدانند. بهترین راه برای پیش‌گیری از چنین اتفاقی این است که از ابتدا آن‌ها را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک نگذارید.

مسائل سیاسی

این‌که نظرات خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید، یک مسئله است، اما صحبت درباره مسائل که درباره آن‌ها تحقیق نکرده‌اید و اطلاعاتی ندارید، کار درستی نیست. نکته‌ای که می‌خواهیم به آن اشاره کنیم، این است که پیش از ارسال هر پستی کاملاً درباره آن تحقیق کنید و مطمئن شوید. در غیر این صورت، در ذهن دنبال‌کنندگان‌تان تصویر نامناسبی از شخصی که اطلاعات اشتباه ارائه می‌دهد، به جا خواهید گذاشت.

منبع:

urbo.com/content/things-you-should-never-share-on-social-media/

به اشتراک گذاشتن دعوای خانوادگی

شبکه‌های اجتماعی قطعاً جای مناسبی برای این نیستند که هنگام دعوا با شریک زندگی‌تان بخواهید در آن تسویه حساب کنید. پیش از این که چیزی را به اشتراک بگذارید، درباره آن به خوبی فکر کنید. این دعوا سرانجام پایان خواهد یافت و شرایط به حالت عادی باز خواهد گشت. بازگشتن به این شرایط عادی، زمانی که از طریق شبکه‌های اجتماعی شریک زندگی خود را تحقیر کرده‌اید، کار آسانی نیست. بهتر است نزاع‌های زندگی خود را به طور خصوصی نگه دارید، و در شبکه‌های اجتماعی درباره آن‌ها بحث نکنید.

عکس‌های سلفی در مراسم تدفین

شخصی نباشید که در مراسم سوگواری یا تدفین از خود سلفی می‌گیرد. مکان‌های این‌چنینی مانند مراسم خاک‌سپاری، مکان‌های عبادت و گورستان‌ها مناسب گرفتن عکس‌های سلفی نیستند. این مکان‌ها نیاز به رفتار احترام‌آمیز شما دارند. لبخند زدن و سلفی گرفتن در این مکان‌ها و به اشتراک گذاشتن آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی اشتباه است و قطعاً وجه اجتماعی خوبی برای شما به همراه نخواهد داشت.

اتهامات غیرقابل اثبات

شبکه‌های اجتماعی ابزاری قدرتمند برای ترغیب دیگران و پخش اخبار متنوع در جامعه است. اما این بدان معنا نیست که شما باید هر شایعه‌ای را که درباره کسی می‌شنوید، یا در هر جایی می‌خوانید، دوباره به اشتراک بگذارید. به اشتراک گذاشتن اتهامات و اخباری که منبع درستی ندارند، در شبکه‌های اجتماعی اقدامی بسیار جدی محسوب می‌شود. پیش از این که تصمیم بگیرید از شبکه‌های اجتماعی با این روش استفاده کنید، به خوبی به آن بیندیشید. اگر اشتباه کرده باشید، می‌توانید زندگی و اعتبار کس دیگری را

شبکه‌های اجتماعی قطعاً جای مناسبی برای این نیستند که هنگام دعوا با شریک زندگی‌تان بخواهید در آن تسویه حساب کنید. پیش از این که چیزی را به اشتراک بگذارید، درباره آن به خوبی فکر کنید. این دعوا سرانجام پایان خواهد یافت و شرایط به حالت عادی باز خواهد گشت. بازگشتن به این شرایط عادی، زمانی که از طریق شبکه‌های اجتماعی شریک زندگی خود را تحقیر کرده‌اید، کار آسانی نیست.

معرفی فیلم‌های مستند و داستانی درباره بحران اقتصادی

این جا چراغی روشن بود

همان‌طور که می‌دانید، دهه دوم قرن بیست و یکم به پایان رسیده و در تاریخ معاصر ایالات متحده آمریکا این اولین دهه‌ای است که بدون هیچ‌گونه بحران اقتصادی سپری شده. با این‌که این مسئله یک خبر خوش حساب می‌شود، اما به محض این‌که آن را می‌شنویم، ذهنمان سراغ اتفاقات تلخی می‌رود که همین ۱۰ سال پیش زندگی بسیاری از مردم دنیا، از ایالات متحده گرفته تا ژاپن را به نیستی و نابودی کشاند. همین مسئله باعث شد بسیاری از فیلم‌سازها از همان روزها تا امروز موضوع فیلم‌های داستانی و

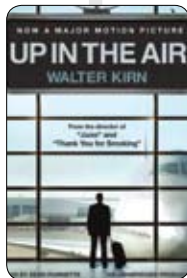
مستند خود را روی همین مسئله قرار دهند و عواقب، دلایل و آثار یک بحران اقتصادی را نشان دهند. البته اگر بخواهیم پا را فراتر گذاشته و به تاریخی بسیار قدیم‌تر هم برویم، به‌سادگی می‌توان مثال‌هایی چون «خوشه‌های خشم» را زد که داستان بلندی نوشته جان اشتاین‌بک بود و بعدها جان فورد هم آن را به فیلمی ماندگار تبدیل کرد. با این حال، در این جا با فهرستی از فیلم‌های داستانی و مستند روبه‌رو می‌شویم که در فضا و زمان و حس و حال بحران مالی سال ۲۰۰۸ ساخته شده‌اند.

روی هوا

Up in The Air

(۲۰۰۹)

۱



اوج افسردگی و ناچاری جان خود را می‌گیرند. همین مسئله باعث می‌شود به مرور زمان قهرمان داستان ما که خود را فردی موفق در کارش می‌داند، حس پوچی کند. عنوان این فیلم «روی هوا» است که هم می‌تواند به پروازهای دائمی قهرمان داستان اشاره کند و هم به این واقعیت که زندگی او رگ و ریشه سالم و صحیحی در زمین ندارد. این مسئله زمانی خود را بیشتر نشان می‌دهد که قهرمان داستان با یک خانم در این سفرهای خود آشنا می‌شود. به مرور زمان که این نزدیکی شکل می‌گیرد، مرد بیشتر درک می‌کند که زندگی نباید آن قدرها هم تپی از احساس باشد. در این میان نقش‌آفرینی دستیار جوان این مرد هم جایگاه ویژه‌ای در فیلم دارد. «روی هوا» در سال ۲۰۰۹ توانست موفقیت بسیار زیادی را نصیب خود کند و جدای از نامزدی برای شش گلدن گلوب و شش اسکار، فروشی تقریباً هفت برابر هزینه ساخت خود داشته باشد.

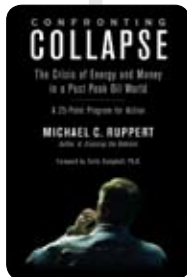
سال ۲۰۰۹ از این حیث اهمیت فراوانی دارد که بلافاصله پس از بحران مالی و اقتصادی ایالات متحده آمده. زمانی که این فیلم ساخته می‌شود، بحران مالی در حال نابود کردن زندگی اقشار گسترده‌ای از طبقه کارگر و متوسط بود. نکته بسیار جالب درباره این فیلم این است که به شکلی مستقیم به خود مسئله بحران اقتصادی نمی‌پردازد، بلکه تصویر خود را بر یکی از اتفاقات تلخ دوران بحرانی استوار می‌کند؛ تعدیل نیرو. در این فیلم، قهرمان اصلی داستان با بازی جورج کلونی، شغل بسیار جالبی دارد؛ او متخصص اخراج است. این شخصیت سوار بر هواپیما شده، از این ایالت به آن ایالت می‌رود و به عنوان فردی حرفه‌ای وظیفه خطیر مکالمه با یک فرد در زمان اخراجش را برای بسیاری از کمپانی‌ها و بنگاه‌های آمریکایی انجام می‌دهد. طبیعتاً این شغل بسیار دشوار است، چون افراد بسیار زیادی که از کار بی‌کار می‌شوند، یا با خشونت واکنش نشان می‌دهند، یا در

سقوط

Collapse

(۲۰۰۹)

۲



اشاره می‌کند که انرژی‌های ناپایدار و سیاست‌گذاری‌های مالی منجر به این مسئله شده‌اند که دائم با سقوط تمدن صنعتی مدرن روبه‌رو باشیم. نکته جالب درباره این فیلم این است که به نظر منتقدان، ادعاهای روپرت در این فیلم هم به چالش کشیده می‌شوند و هم مورد حمایت قرار می‌گیرند. خود کارگردان در نشست‌های در جشنواره تورنتو روی این مسئله تأکید کرد و گفت: «من می‌خواستم این نکته را نشان دهم که دل‌مشغولی روپرت به سقوط تمدن صنعتی منجر به سقوط زندگی شخصی خودش شده است.» حتماً این فیلم را در فهرست فیلم‌هایی که «باید دید» قرار دهید تا ببینید چطور روپرت با اعتمادبه‌نفس کامل مسائلی نظیر بحران مالی، اوج‌گیری قیمت نفت و گرایش‌های جدید اجتماعی را به هم گره می‌زند تا به کمک آن، تصویری وحشتناک از سقوط انسان متمدن ایجاد کند. خواه با او موافق باشید خواه مخالف، دیدن این فیلم برایتان خوشایند خواهد بود.

باز هم به همان سال ۲۰۰۹ بازمی‌گردیم، ولی این بار به جای یک فیلم داستانی با فیلمی مستند روبه‌رو هستیم که از عنوانش یعنی «سقوط» تقریباً می‌توانیم همه چیز را حدس بزنیم. در این فیلم با مایکل روپرت آشنا می‌شویم که پیش از آن، سابقه کار به عنوان مأمور پلیس لس‌آنجلس را داشته، اما پس از آن، خود را به عنوان یک متفکر رادیکال جا می‌زند که پژوهش‌های حیاتی درباره ۱۱ سپتامبر و مسائلی از این دست انجام می‌دهد. البته افراد بسیار زیادی در آمریکا روپرت را به داشتن «توهم توطئه» محکوم می‌کنند، اما شنیدن حرف‌های او خالی از لطف نیست. کارگردان این مستند کریس اسمیت نام دارد. اسمیت روپرت را مانند یک بازجویی روی یک صندلی نشانده و ۱۴ ساعت مکالمه با او را ضبط کرد، اما در نهایت ۸۲ دقیقه از آن به عنوان محصول نهایی به دست آمد، که حالت یک تک‌گویی به همراه تصاویر آرشیوی دارد. عنوان این فیلم یعنی «سقوط» به این ادعای روپرت

Maxed Out: Hard Times, Easy Credit and the Era of Predatory Lenders

(۲۰۰۶)

نکته بسیار جالب این است که این فیلم مستند پیش از بحران مالی ساخته شده است و در مضمون مرکزی‌اش به مشکل اضافی بودن اعتبارات در اقتصاد آمریکا اشاره می‌کند و نتایج و عواقب بسیار مضرى که این مسائل برای اقتصاد دارد. گرچه این مستند بر بدهی کارت‌های اعتباری متمرکز است، خودمان در حال حاضر می‌دانیم که این کارهای مضر، و احیاناً غیرقانونی، یکی از عوامل اصلی فراز و فرود مسکن در ایالات متحده بود که از یک سو مسکن را به نقطه توجه مردم آمریکا تبدیل کرد، اما پس از ترکیب حساب مسکن به بحرانی در این زمینه رسیدیم که قطعاً تیره‌ترین زوایای بحران اقتصادی را به ما نشان داد، زیرا گروه‌های گسترده‌ای از مردم بودند که دیگر نمی‌توانستند در خانه و کاشانه خود زندگی کنند و آواره می‌شدند.

احتمالاً در این فهرست کمتر فیلمی را ببینیم که به اندازه این فیلم سوبه‌های سیاه بعضی از عملکردهای مالی و اعتباری بنگاه‌های اقتصادی را نشان دهد. در این فیلم مستند مستقل سراغ کمپانی‌های کارت‌های اعتباری و تأمین‌کننده وام مصرف‌کننده می‌رویم که با استفاده از روش‌های خاص خود سودهای کلان به جیب می‌زنند و عملاً خونی در بدن مصرف‌کننده باقی نمی‌گذارند. در این فیلم مصاحبه‌های زیادی صورت می‌گیرد که برخی از آن‌ها شامل مصاحبه با زنی می‌شود که از سوی دایره‌های اعتباری مُرده اعلام شده بود و جدای از آن با دو کارآفرین از مینی‌سوپلیس گفت‌وگویی صورت می‌گیرد که از اطلاعات شخصی بدهکاران به منظور تحقیر آن‌ها و دریافت پولشان استفاده می‌کردند که این نمونه بسیار مشابه «شرخری» در ایران خودمان است.



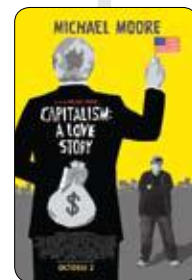
سرمایه‌داری: یک داستان عاشقانه

Capitalism: A Love Story

(۲۰۰۹)

اقتصاد آزاد آمریکا را به عنوان اقتصادی مثال می‌زنند که در آن دولت در امور اقتصادی دخالت نکرده و دست بازار را باز می‌گذارد، اما در فیلم می‌بینیم که دولت کمک هنگفتی به بانک‌ها می‌کند. از سوی دیگر هم بد نیست بدانیم مردم آمریکا به کنگره فشار آوردند تا این کمک به وال‌استریتی‌ها اجرا نشود، اما دولت درخواست کنگره و طبیعتاً مردم آمریکا را نادیده گرفت و به قول معروف نوعی «کودتای مالی» انجام داد. مسئله سوم بسیار جالب در این فیلم هم این است که برای اولین بار در سطح جهانی با چهره‌ای در کنگره آمریکا آشنا می‌شویم که علاقه‌ای به این نوع عملکردهای کاپیتالیستی دولت آمریکا ندارد؛ برنی سندرز. این فیلم هفت سال پیش از این که برنی به عنوان نامزد انتخابات ریاست‌جمهوری در سرتاسر جهان شناخته شود، ساخته شده، و خط بسیار جالبی از ثبات نظری برنی سندرز را به ما نشان می‌دهد.

این مستندی که از ساخته‌های مستندساز بسیار مشهور آمریکایی، مایکل مور، است. این فیلم مستند سه نکته بسیار قابل توجه دارد. اولین نکته که مضمون اصلی این فیلم را تشکیل می‌دهد، مربوط به چگونگی ایجاد بحران اقتصادی از سوی عملکردهای منفعت‌طلبانه وال‌استریتی‌هاست. در این بخش از فیلم می‌بینیم که بنگاه‌های اقتصادی چگونه عملاً با کلاه گذاشتن سر مردم سودهای کلانی به جیب زده و درنهایت بحرانی اقتصادی را ایجاد می‌کنند که کل اقتصاد آمریکا را درمی‌نوردد. نکته دوم که اصلاً نباید آن را فراموش کرد، این است که دولت بوش در سال پایانی خود ۷۰۰ میلیارد دلار از محل مالیاتی که از مردم آمریکا دریافت می‌کند، به بانک‌های ورشکسته وال‌استریتی کمک کرد تا خود را از این منجلاب بیرون بکشند، اما آن‌طور که فیلم نشان می‌دهد، این پول‌ها هزینه پاداش‌های کلان برای مدیران ارشد شد. این مسئله از این سو جالب است که مدافعان



ملکه ورسای

The Queen of Versailles

(۲۰۱۲)

قصری مشابه قصر شاهان سابق فرانسه را نشان دهد. نکته جالب در این فیلم این نکته است که این خانواده ثروتمند هم توانایی این را ندارند که در دوران سقوط اقتصادی از پس کارهای خود به‌خوبی برآیند، و این مسئله برخلاف این است که می‌گویند در دوران بحران‌های اقتصادی ثروتمندها ثروتمندتر می‌شوند و فقرا فقیرتر و افرادی که در لایه‌های میانی قرار دارند، به پایین سقوط می‌کنند. مشکل خانواده سیگل از جایی شروع می‌شود که ترکیب حساب مسکن و فروپاشی عظیمی که در بازار املاک ایجاد می‌شود، به کمپانی استراحت‌گاهی آن‌ها پیشاپیش ضربه زده است و آن‌ها دیگر مثل سابق توانایی اداره کردن یک زندگی با سبک لوکس را ندارند. به طور کل این فیلم هم بسیار دیدنی است و نظر بسیاری از منتقدان را به خود جلب کرده.

این فیلم مستند ساخته لارن گرینفیلد است و داستان جکی سیگل و دیوید سیگل را نقل می‌کند که مالک استراحت‌گاه وستگیت هستند. این دو نفر به همراه خانواده خود قصد دارند یک محل مسکونی خصوصی به نام ورسای برای خود بسازند که یکی از بزرگ‌ترین و گران‌قیمت‌ترین خانه‌های تک‌خانواده‌ای در ایالات متحده آمریکاست و تقریباً ۱۰ هزار متر مربع وسعت دارد. در همین دوران است که بحران اقتصادی از راه رسیده و مسائلی را برای خانواده سیگل ایجاد می‌کند. البته از آنجایی که این زن و شوهر چهره‌های سرشناس و رسانه‌ای هستند و به‌ویژه جکی (ژاکلین) به عنوان یک مدل بسیار شناخته‌شده است، این فیلم مستند بسیار شبیه یک «ریلیتی شو» بلند به نظر می‌رسد که قصد دارد تصمیم فاجعه‌بار این خانواده ثروتمند برای ساختن



I.O.U.S.A.

(۲۰۰۸)



که چهار «کسری» اساسی اقتصاد آمریکا را شکل می‌دهند؛ بودجه، پس‌انداز، تراز پرداختی و رهبری. این فیلم در جشنواره سان‌دنس برای اولین بار اکران شد. از همان اوایل سال ۲۰۰۸، این چهار کسری میزان ۹.۶ تریلیون دلار بدهی ملی ایجاد کردند که با یک محاسبه ساده نشان می‌دهد سهم هر آمریکایی ۳۰ هزار دلار است. کسری بودجه شامل بخشی از ۵۳ تریلیون دلار مزایایی است که هیچ پشتوانه صندوقی خاصی ندارد. کسری پس‌انداز ناشی از سبک زندگی افرادی است که بیش از درآمد خود خرج می‌کنند یا مجبور به خرج هستند. مشکل تراز پرداختی همان کسری تجاری است و برخاسته از این مسئله است که ایالات متحده بیش از این که صادر کند، وارد می‌کند و کسری رهبری هم به معنای کمبود رهبران مدنی و سیاسی است که حاضر باشند این مسئله را برای دولت آمریکا روشن کنند که باید هزینه‌های خود را کاهش دهد.



این فیلم مستند پرسشی صریح از مخاطب جوان آمریکایی خود دارد: آیا ایالات متحده آمریکا در زمان زندگی شما ورشکسته خواهد شد؟ این فیلم مستند به دلایلی می‌پردازد که به شکلی اسطوره‌ای به ما می‌گویند چنین نتیجه خطرناکی را باید به عنوان یک گزینه کاملاً ممکن در نظر بگیریم. به عقیده بسیاری از افراد با پیر شدن نسلی که پس از جنگ جهانی دوم به دنیا آمدند، هزینه‌های نظامی به حدی خواهند رسید که احتمالاً کشور را در آستانه فروپاشی مالی قرار می‌دهد. این فیلم به آمریکایی‌ها هشدار می‌دهد که اگر این کشور قصد نداشته باشد روش انجام کارهایش را تغییر دهد، بهتر است آن‌ها منتظر فاجعه باشند. نقطه اصلی تمرکز این فیلم، به کارگردانی پاتریک کریدون، مقوله بدهی ملی در ایالات متحده است. در این فیلم همراه با دو شخصیت، یعنی رابرت بیگزبی، مدیر ائتلاف کونگرده، و دیوید واکر، این مسئله را به ما منتقل می‌کند

مردان شرکتی

The Company Men

(۲۰۱۰)



درباره ورشکسته شدن زندگی افراد است و گروه بازیگران بسیار سرشناسی چون بن افلک، کریس کوپر، کوین کاستنر و تامی لی جونز دارد، با این‌که به طور نسبی مورد توجه منتقدان قرار گرفت، نتوانست در جلب توجه تماشاچیان موفق عمل کند و با این‌که ۱۵ میلیون دلار هزینه ساخت آن شده بود، تنها توانست اندکی بیش از هشت میلیون دلار در بخش فروش درآمد داشته باشد. نکته جذاب این داستان این است که قهرمان اصلی آن به نام بابی واکر در ابتدا فردی است که در شغلش بسیار موفق است و حقوقی بسیار بالا دارد، اما از کار بی‌کار شده و حالا باید قید زندگی لوکس خود را به طور کامل بزند و در مسیری قرار بگیرد که تا آن لحظه برایش قابل تصور نبود.



در این فیلم با ابعاد شخصی و روانی بحران اقتصادی روبه‌رو می‌شویم و باز هم مانند مورد «روی هوا» این مسئله را می‌بینیم که در دوران بحران اقتصادی تعدیل نیرو و از کار بی‌کار شدن اتفاقی است که عمدتاً به دفعات زیادی رخ می‌دهد. این فیلم در بین فیلم‌هایی که به تأثیر روانی بی‌کاری در دوران بحران اقتصادی می‌پردازند، جایگاهی بسیار مناسب داشته و با استقبال نسبتاً خوب منتقدان روبه‌رو شده است. این فیلم بر خلاف «روی هوا» روی هر دو سوی این معادله تمرکز دارد؛ هم آن دسته از مسئولانی که کارشان اخراج کردن است و هم آن دسته از کارکنانی که تعدیل نیرو شده‌اند و دوران طولانی از بی‌کار بودن را از سر می‌گذرانند. نکته بسیار جالب این است که این فیلم که

مشتری شماره ۹: ظهور و سقوط الیوت اسپیتزر

Client 9: The Rise and Fall of Eliot Spitzer

(۲۰۱۰)



کار خود استعفا دهد و دلیلش هم این است که اطلاعاتی درباره روابط نامشروع و رسواکننده از او درز می‌کند. در این فیلم او به همراه همکاران و دوستان سیاسی خود درباره این مسئله صحبت می‌کند که این روابط چقدر تأثیر مرگ‌باری بر زندگی و کار او گذاشته‌اند. مسئله اصلی در فیلم «مشتری شماره ۹» این است که به احتمال زیاد افرادی که اسپیتزر را به این سو کشانده و سابقه‌اش را نابود کرده‌اند، همان نیروهای وال‌استریتی بوده‌اند که اسپیتزر به دنبال بستن دست‌وپای آن‌ها بود و نقشی بسیار مهم در ایجاد بحران اقتصادی و مالی ۲۰۰۸ داشتند. از بین این بنگاه‌های مشهور می‌توان به شرکت بیمه شکست‌خورده AIG اشاره کرد که یکی از اهداف اصلی و دانه درشت اسپیتزر بود.



این فیلم هم مستندی است درباره فرماندار پیشین ایالت نیویورک، الیوت اسپیتزر، و رسوایی‌ای که باعث شد کل کارنامه و آینده سیاسی او نابود شود. داستان از این قرار است که در اواخر دهه اول قرن بیست‌ویکم میلادی، این فرماندار تبدیل به یک ستاره در حال ظهور در حزب دموکراتیک می‌شود. شخصیت او بسیار دقیق و منطقی است و پیش از این به عنوان دادستان کل فعالیت می‌کرده و نکته اصلی و برجسته عملکرد او این است که شرکت‌های بزرگ را مسئول انجام کارهایی غیراخلاقی در کسب‌وکار خود می‌داند و آن‌ها را بابت همین مسئله حساب‌کشی می‌کند. این داستان تا جایی ادامه پیدا می‌کند که یک سال پس از این‌که به سمت فرمانداری این ایالت مهم و بزرگ رسیده، مجبور می‌شود از

نگاهی به پنج مدعی قهرمانی در پایان نیم فصل لیگ برتر

تنور داغ داغ بالای جدول!

نیم فصل اول رقابت‌های لیگ برتر ایران تمام شد و حالا دیگر می‌شود گفت که حدس و گمان‌ها جدی‌تر شده‌اند و مدعیان خودشان را به طرفداران فوتبال نشان داده‌اند. البته فوتبال قابل پیش‌بینی نیست، اما با توجه به اتفاق‌هایی که در این مدت افتاده و نتیجه‌های به‌دست‌آمده، می‌توانیم دورنمایی را تصور کنیم. در این جا قرار نیست گوی جادویی روبه‌روی خودمان بگذاریم و تصویر قهرمان را توی آن ببینیم. می‌خواهیم نگاهی داشته باشیم به پنج تیم بالای جدول و چگونگی رسیدنشان به این رتبه. از طرفی دو تیم در این فصل با لیگ برتر خداحافظی می‌کنند؛ هرچند همه تیم‌ها طرفداران زیادی دارند، اما این قانون و روند فوتبال و لیگ است. به طور خلاصه سری می‌زنیم به دو تیم انتهایی جدول و اوضاعشان و امکان سقوطشان را بررسی می‌کنیم. (این نکته را باید اضافه کنیم که این گزارش روز بیستم آذر ماه نوشته شده است.)

فرید دانش‌فر
گزارشگر

استقلال

روند بازی‌ها: همان اول هم گفتیم که فوتبال را نمی‌شود پیش‌بینی کرد. این که روی این جمله تأکید می‌کنیم، بی‌جهت نیست، برایش دلیل هم داریم. پنج هفته از شروع لیگ گذشته بود و استقلال تنها سه امتیاز داشت؛ سه تساوی و دو شکست، که یکی از آن‌ها هم مقابل رقیب سنتی و دیرینه‌شان بود، که اوضاع آبی‌های پایتخت را حسابی به هم ریخت. آن روزها کمتر کسی را پیدا می‌کردی که ادعا کند روزهای بسیار روشنی پیش روی این تیم است. هوادارها با وجود ناراحتی و دل‌سردی‌شان، پشت تیم و البته پشت سرمربی تیم ایستادند. تیفوسی‌ها می‌دانستند که وقتی چندین بازیکن خوب و باکیفیت از تیمی جدا می‌شوند، شرایط چقدر می‌تواند سخت و پیچیده شود. برای واضح شدن این موضوع بد نیست یک بار با هم نگاهی کنیم به کسانی که از تیم جدا شدند: گادوین منشا، امید نورافکن، مهدی رحمتی، اللهیار صیادمنش، همام طارق، آیاندا پاتوسی و پژمان منتظری. البته استقلال بازیکنانی را هم به خدمت گرفت، اما نکته این‌جاست که تعداد خروجی‌ها بیشتر و نام‌ها بزرگ‌تر بودند. باین‌حال، صبر هواداران و حمایتشان نتیجه داد و بازی مقابل تیم تازه لیگ برتری شده گل‌گهر سیرجان، آن هم در ورزشگاه آزادی، اولین پیروزی را برای آبی‌ها به ارمغان آورد و تیم به نوعی از آن بحران خارج شد. در بازی بعدی شرایط بهتر هم شد و استقلال موفق شد این‌بار حریفش را با چهار گل بدرقه کند. پارس جنوبی هم نتوانست

مانع اوج‌گیری آبی‌ها شود. می‌توان گفت نقطه عطف بازی‌های نیم‌فصل اول استقلال، بازی مقابل تراکتورسازی بود؛ تراکتوری‌ها بدموقعی به استقلال برخوردند و در یک بازی پرگل و جذاب، مغلوب این تیم آماده شدند. این پیروزی روحیه تیم را به شدت بالا برد و اعتمادبه‌نفس خاصی به تمام اعضای تیم بخشید. صنعت نفت و نساجی دیگر حریفانی بودند که مغلوب شدند. شاید اگر آن صحنه‌ای را که توپ به دست مهاجم سپاهان خورد، داور بازی هم می‌دید، نوار پیروزی‌های استقلال کماکان ادامه پیدا می‌کرد. تساوی در یک بازی مهیج و باکیفیت، نیم‌جه ترمزی بود برای آبی‌ها. هرچند آن‌ها در هفته بعدش تیم یحیی گل‌محمدی را کنار زدند تا موتورشان سرد و خاموش نشود. تساوی با پیکان (با گل دقیقی پایانی پیکانی‌ها) باعث شد به‌سادگی دو امتیاز مهم را از دست بدهند، اما در هفته آخر نیم فصل، یک برد دل‌چسب و شیرین برای خودشان و هوادارانشان رقم زدند.

حالا تیم در صدر جدول جا خوش کرده است و مهاجم تیم هم صدرنشین گل‌زن‌هاست. شیخ دیاباته، که در ابتدا مخالفانی هم داشت و برخی از پیش‌کسوت‌های استقلال به او انتقاداتی وارد می‌کردند، آن قدر خوب بازی کرد و آن قدر گل زد تا محبوب آبی‌پوش‌ها شود. او با مهدی قائدی که حسابی آماده نشان داده، کاملاً هماهنگ شده؛ طوری که این دو بازیکن در کنار هم از ۱۱ تیم لیگ برتری بیشتر گل زده‌اند.

حاشیه‌ها: در روزهای آخر نیم فصل اول، اتفاق‌هایی برای تیم افتاد که موفقیت استقلالی‌ها را به حاشیه برد. حالا دیگر حرف اصلی پیروزی‌ها و گل‌زنی‌ها نبود، حرف اصلی درباره رفتن استراماچونی بود. تیم در شرایط بسیار خوبی به لحاظ آماری و فنی قرار دارد و اگر این حاشیه‌ها اجازه دهند، استقلال شانس اول قهرمانی خواهد بود.



سپاهان

روند بازی‌ها: در این سال‌ها سپاهان اصفهان همیشه جزو مدعیان فتح جام بوده. البته باید فصل ۹۶-۹۷ را استثنا قائل شویم؛ فصلی که بیشتر از قهرمانی پرسپولیس، جایگاه سپاهان در رده چهاردهم همه را شوکه کرد. هرچند این تیم یک فصل بعد خودش را پیدا کرد و دوباره تبدیل به یک مدعی درست و حسابی شد؛ آن‌ها فقط سه امتیاز با صدر جدول فاصله داشتند. بعد از رفتن برانکو از پرسپولیس، قرمزها وارد چالش شدند. همین موضوع باعث شد بعضی از کارشناسان تیم سپاهان را مدعی اصلی قهرمانی برای فصل ۹۸-۹۹ بدانند. البته این نظر اشتباه هم نبود. با شروع فصل جدید، تیم امیر قلعه‌نویی تا هفته هفتم در صدر جدول ایستاده بود و خیال ترک کردن این رتبه را هم نداشت. آن‌ها پرسپولیس را شکست دادند و شهرآورد اصفهان را هم به نفع خودشان تمام کردند تا نشان دهند این بار جدی‌تر از چند سال اخیر به دنبال گرفتن جام هستند. پیروزی مقابل تراکتور در هفته دهم، قدم مهمی بود در راه رسیدن به هدفشان. اما این آبی‌پوش‌های تهران بودند که مقابل توفان زرد ایستادند و راهش را سد کردند. سه تساوی متوالی مقابل استقلال تهران، نساجی مازندران

و شهر خودرو باعث شد در کنار از دست دادن امتیاز، این فرصت را به تیم‌های دیگر بدهند که به آن‌ها نزدیک شوند. با تمام این صحبت‌ها، سپاهان هنوز در رده دوم جدول است، آن هم با یک بازی کمتر. فاکتوری که قدرت این تیم را نشان می‌دهد و رقیب‌ها را می‌ترساند، خط دفاعی مستحکمشان است. سپاهان در این فصل هنوز طعم باخت را نچشیده و صاحب بهترین خط دفاعی است. آن‌ها طی ۱۴ بازی فقط ۶ گل دریافت کرده‌اند.

حاشیه‌ها: مهم‌ترین حاشیه پیش‌آمده برای این تیم، به بازی مقابل استقلال برمی‌گردد. بحث درباره صحنه برخورد توپ به دست کی‌روش استنلی، تا چند روز ادامه داشت. موضوعی که در نهایت به جریمه داور بازی ختم شد. این اواخر هم صحبت‌های امیر قلعه‌نویی در کنفرانس مطبوعاتی نیز حاشیه‌هایی برای سپاهان به وجود آورد.



پرسپولیس

روند بازی‌ها: نسبت به پنج تیم اول جدول، پرسپولیس نوسان بیشتری داشته؛ هم به دلیل تعداد باخت‌هایش و هم به خاطر پراکندگی این شکست‌ها. البته همان‌طور که پیش‌تر هم گفتیم، بعد از رفتن برانکو تا حدودی قابل پیش‌بینی بود که این تیم به چالش کشیده می‌شود و از پس این چالش برآمدن کار ساده‌ای نخواهد بود. چند بازیکن نظیر فرشاد احمدزاده، محمدحسین کنعانی‌زادگان و وحید امیری هم برای تقویت تیم به پرسپولیس اضافه شدند تا سرمربی آرژانتینی دغدغه کمتری در زمینه انتخاب بازیکن داشته باشد. تلاش باشگاه برای گرفتن یک مهاجم خوب هم بی‌فایده بود. جونیور براندئو که قرار بود خط حمله را تقویت کند، بیشتر از چند هفته

دوام نیاورد و رفت. از طرفی فشار روی علی علیپور بیشتر شد و شاید همین موضوع باعث شد علیپور نتواند بازی همیشگی‌اش را به نمایش بگذارد.

پرسپولیس تا این‌جا چهار شکست را تجربه کرده که همه آن‌ها هم مقابل تیم‌های مدعی بوده. از طرفی پراکندگی این شکست‌ها (هفته‌های دوم، پنجم، ششم و یازدهم) اجازه نداده این تیم روند امتیازگیری را به خوبی ادامه دهد. با این حال، پیروزی در شهرآورد پایتخت تا حد زیادی باعث شد فشارها از روی دوش کالدرون برداشته شود. حالا و در پایان نیم فصل اول، دو اتفاق مثبت برای قرمزها پیش آمده که هواداران را برای کسب چهارمین جام پیاپی امیدوار می‌کند؛ فرم آماده و گل‌زنی‌های مهدی ترابی و سه پیروزی متوالی در هفته‌های منتهی به پایان نیم فصل. ضمن این‌که سرخ‌پوشان پایتخت حالا این فرصت را دارند تا مهاجم خوبی را به خدمت بگیرند تا با خیالی آسوده‌تر سراغ نیم فصل دوم بروند.

حاشیه‌ها: زمزمه‌هایی مبنی بر تکرار ماجرای استراماچونی برای کالدرون به گوش می‌رسد؛ اگر چنین ماجرای پیش بیاید، می‌تواند تیم را به حاشیه بکشاند؛ تیمی که به‌تازگی با سه پیروزی در بازی‌های آخرش به ثبات رسیده و با سپاهان هم‌امتیاز شده.



روند بازی‌ها: پیش از آغاز بازی‌ها شاید خوش‌بین‌ترین هوادار صنعت نفت هم فکرش را نمی‌کرد این تیم جزو بالانشین‌های جدول باشد. البته که صنعت نفت همیشه تیم قابل احترامی بوده، اما وقتی هزینه‌های دیگر تیم‌ها را بررسی می‌کنیم و نام‌های مطرحی را

در تیم‌های دیگر می‌بینیم، سخت است حدس بزنیم تیمی مثل صنعت نفت بتواند با آن‌ها رقابت کند. و این بار آبادانی‌ها ثابت کردند فوتبال قابل پیش‌بینی نیست. آبادانی‌ها تنها دو شکست در کارنامه‌شان ثبت شده که هر دو شکست هم در تهران رقم خورده. این آمار نشان می‌دهد آن‌ها به راحتی امتیاز از دست نمی‌دهند. اگر به پیروزی‌هایشان هم نگاهی بیندازیم، می‌بینیم که آن‌ها کار بزرگی انجام داده‌اند و موفق شده‌اند دو تیم مدعی تراکتورسازی و شهر خودرو را شکست دهند. بازی عقب‌افتاده آن‌ها از هفته یازدهم اهمیت بسیار زیادی دارد؛ آبادانی‌ها باید مقابل سپاهان صف‌آرایی کنند. این بازی می‌تواند نقطه عطف بازی‌هایشان باشد و می‌تواند



نقش بسیار مهمی در تعیین سرنوشت قهرمانی این فصل ایفا کند. پیروزی در این دیدار منجر به دو اتفاق می‌شود؛ نزدیک شدن صنعت نفت به صدر جدول و جدی‌تر شدن رقابتش در بالای جدول، و البته نزدیک شدن امتیازها در بین مدعیان قهرمانی.

حاشیه‌ها: پیروزی‌های تیم و رسیدن به رتبه چهارم، هواداران را سر ذوق آورد، اما صحبت اسکوچیچ مبنی بر رفتنش از این تیم، کام طرفداران را تلخ کرد. اسکوچیچ هم بابت مشکلات مالی تیم نگران است و هم بابت اضافه نشدن بازیکن در تعطیلات نیم فصل. اگر اسکوچیچ تیم را ترک کند، این بار شوکی منفی به تیم داده می‌شود و شاید رویای گرفتن سهمیه لیگ قهرمانان آسیا هم بر باد برود.

شهر خودرو

روند بازی‌ها: پدیده نیم فصل قطعاً صنعت نفت آبادان بود، اما شهر خودرو هم یکی از شگفتی‌های رقابت‌هاست. تیم یحیی گل‌محمدی نتایج خوبی گرفت و در کمال تعجب حتی در هفته دهم صدرنشین لیگ برتر بود. بازی

روان و تاکتیکی این تیم حساسی دل هواداران را شاد می‌کرد؛ به‌ویژه این‌که در این بازی‌ها با گرفتن امتیاز همراه می‌شد. شهر خودرو به همراه سپاهان صاحب بهترین خط دفاعی است. دروازه‌بانی نظیر مهدی رحمتی بدون شک در به دست آمدن عنوان بهترین خط دفاعی نقش پررنگی داشته. تفاوت صنعت نفت با سپاهان این است که گل‌های خورده سپاهان هیچ‌گاه باعث باخت آن‌ها نشده، درحالی‌که شهر خودرو با همان میزان گل خورده متحمل سه شکست شده است. از طرفی دیگر، به خلاف سایر مدعیان، شهر خودرو در هفته‌های منتهی به نیم فصل دچار افت شد؛ به‌طوری‌که از رده اول در هفته دهم، به رتبه پنجم رسیده. اگر گل‌محمدی نتواند این روند را متوقف کند، ممکن است در آینده با چالش بزرگ‌تری روبه‌رو شود. نکته منفی دیگری که درباره شهر خودرو وجود دارد، این است که آن‌ها در بین پنج تیم بالای جدول ضعیف‌ترین خط حمله را دارند. آن‌ها در ۱۴ بازی فقط ۱۱ گل زده‌اند. بردهای اقتصادی آن‌ها البته امتیاز به همراه داشته، اما فوتبالی‌ها می‌دانند که ادامه دادن چنین پیروزی‌هایی بسیار سخت است و حتی ممکن است این تیم مقابل تیم‌های قدرنشین نیز به مشکل بخورد.

حاشیه‌ها: می‌شود گفت شهر خودرو حاشیه پررنگی نداشته و گل‌محمدی به عنوان سرمربی تیم همیشه مراقب این موضوع است که تیمش به حاشیه کشیده نشود. کم‌رنگ بودن حاشیه را اصلاً دست‌کم نگیرید؛ در همین لیگ خودمان دیده‌ایم تیمی را که به لحاظ فنی بسیار خوب بود، اما اسیر حاشیه شد و نتوانست آخر فصل جام را به خانه ببرد.





کتابخانه

آنور آبی‌ها در بلندترین شب سال چه می‌کنند؟

از تماشای غروب آفتاب، تا صبح جشن می‌گیرند. به عنوان مثال، سال گذشته سازمان میراث فرهنگی انگلستان به بازدیدکنندگان اجازه داد بلندترین شب سال را در اماکن تاریخی این کشور به صبح برسانند و طلوع آفتاب را کنار هم تماشا کنند.

یلدای ما و یلدای آن‌ها

اگر ما برای شب یلدا کرسی علم می‌کنیم و دیوان حافظ می‌آوریم و هندوانه و آجیل تزیین می‌کنیم، خارجی‌ها هم تزیینات خاص خودشان را دارند؛ تزییناتی که در نوع اصیلش عموماً به سه رنگ قرمز، سبز و سفید است. فانوس و شمع از مرسوم‌ترین ابزارها برای جشن گرفتن «انقلاب زمستانی» است. یکی از مشهورترین جشنواره‌هایی که در این شب برگزار می‌شود، مربوط به شهر ساحلی برایتون انگلیس است. این جشنواره از سال ۱۹۹۴ در بلندترین شب سال در ساحل زیبای این منطقه برگزار می‌شود. به گزارش گاردین، هر سال حدود ۲۰ هزار بازدیدکننده در سواحل ماسه‌ای این منطقه حاضر می‌شوند و رقص نور و آتش‌بازی و پرواز فانوس‌ها در باد را تماشا می‌کنند. آتش‌بازی‌ها به احترام تغییراتی انجام

اگر فکر می‌کنید ما تنها ملتی هستیم که بلندترین شب سال را جشن می‌گیریم، در اشتباهید. فرقی نمی‌کند کجای دنیا زندگی می‌کنید، همین که بدانید شبی که پیش رو دارید، بلندترین شب سال است، دلیلی محکم برای جشن گرفتن و شب‌زنده‌داری پیدا می‌کنید. یلدای ما همان «انقلاب زمستانی» آنورآبی‌هاست. کشورهای واقع در نیم کره شمالی زمین بلندترین شب سال را تجربه می‌کنند و نیم کره جنوبی‌ها بلندترین روز سال را. مناسبتی که گرمای داشت آن برای ما یک سنت و جشن ملی است، در بسیاری از کشورهای دنیا به عنوان یک پدیده نجومی مورد توجه قرار می‌گیرد و در تعدادی از فرهنگ‌ها بهانه جشن و شب‌زنده‌داری است. می‌گویند یونانیان باستان در آخرین روز پاییز با قربانی کردن یک انسان به استقبال زمستان می‌رفتند، اما در جشن‌های مدرن دیگر نیازی به خشونت و خون‌ریزی نیست. جشن‌های مدرن فرهنگی‌ها بیشتر بر شادمانی، مدیتیشن و مراقبه و شکرگزاری تمرکز دارد. در این شب صدها نفر در اماکن باستانی یا سواحل و مکان‌های زیبا دور هم جمع می‌شوند و بعد

مراسم کریسمس اغلب با هدیه دادن و هدیه گرفتن همراه است؛ هدایایی که از سمت والدین، دوستان و آشنایان و همسایه‌ها نصیب کودکان و گاهی بزرگ‌ترها می‌شود؛ البته بزرگ‌ترهایی که به اندازه کافی خوش‌شانس و محبوب باشند.

یلدا یا چهارشنبه‌سوری؟

یلدای خارجی‌ها بیش از آن که به شب چله ایرانی شبیه باشد، به چهارشنبه‌سوری ما شباهت دارد؛ پر است از آتش‌بازی و رقص نور. یکی دیگر از مراسمی که در جشن‌های بلندترین شب سال برگزار می‌شود، آتش زدن کنده‌های کریسمس است؛ همان کنده‌های بزرگی که شب میلاد مسیح به مناسبت آغاز مراسم عید در بخاری‌خانه‌ها می‌گذارند و خانه را با آن گرم می‌کنند. این کار اخیراً در سراسر اروپا مرسوم شده است. اگر امکان آتش زدن کنده در خانه فراهم نباشد، یک شمع با سر و شکل و عطر و بوی خاص روشن می‌کنند و با خانواده و دوستان وقت می‌گذرانند. بعضی‌ها هم کیک‌هایی را به شکل کنده‌های کریسمس می‌پزند و دور هم می‌خورند.

البته کیک‌های کنده‌ای شکل تنها خوردنی‌های مرسوم در آخرین شب پاییز نیست، بلکه دستور غذاهای ویژه‌ای برای این شب خاص طراحی شده است. این غذاهای خاص که از مواد اولیه محلی و محصولات فصلی تهیه می‌شود، بیشتر در کشورهای اروپای شمالی پخته می‌شود؛ جایی که مردمش انگار هنوز مطمئن نیستند ذخیره غذایی‌شان کفاف ماه‌های سرد زمستان را بدهد.

می‌شود که در چرخه طبیعت و هم‌زمان با تغییر فصل‌ها اتفاق می‌افتد. قدیمی‌ترها اعتقاد دارند آتش‌بازی در این شب خوش‌یمن است و گرما و شادی با خود به همراه می‌آورد.

مهمانی لباس‌های میدل

جشن بلندترین شب سال در بسیاری از نقاط دنیا نوعی مهمانی لباس‌های میدل یا همان «کاستم پارٹی» است؛ مانند همان مهمانی‌هایی که در شب هالووین برگزار می‌شود. شرکت‌کنندگان در این مهمانی‌ها نقاب‌هایی را عمدتاً به شکل عناصر طبیعت مانند برگ و درخت یا حیوانات وحشی و هیولاهای افسانه‌ای به چهره می‌زنند و گاهی هم خودشان را به شکل شکارچیان و انسان‌های اولیه درمی‌آورند. این مهمانی‌ها در ۲۱ دسامبر در بسیاری از شهرهای دنیا برگزار می‌شود و اجرای رقص‌های سنتی، پرفورمنس‌ها و نمایش‌های آیینی و خواندن سرودهای محلی و ملی را در بر می‌گیرد.

قاشق‌زنی به سبک خارجی‌ها!

مراسم آخرین شب پاییز در بسیاری از نقاط دنیا به دلیل نزدیکی به آغاز سال نوی میلادی، بسیار شبیه به مراسمی است که شب کریسمس برگزار می‌شود. در بعضی از خانواده‌ها، کودکان لباس‌های میدل به تن می‌کنند و به خانه همسایه‌ها می‌روند و با خواندن سرودهای شاد، از آن‌ها شکلات و شیرینی هدیه می‌گیرند؛ چیزی شبیه به قاشق‌زنی خودمان. مراسم بلندترین شب سال هم مثل باقی

یلدای فرنگی در یک نگاه

اهداف جشن

- تقویت روابط خانوادگی
- توسعه الگوهای موجود درباره جشن‌های خانوادگی
- هماهنگ کردن خانواده با چرخه طبیعت
- هم‌کوک کردن خانواده با سایر اجزای سیاره زمین
- ارتباط با نیاکان
- گرمی‌داشت میراث قومی و فرهنگی
- توسعه جشن کریسمس
- درک بهتر عشق و زندگی معنوی
- لذت بردن

مکان برگزاری جشن

- پشت میز آشپزخانه، کنار شومینه و بخاری، کنار درخت کریسمس، در سالن پذیرایی
- حیاط خانه
- پارک یا مناطق ساحلی
- اماکن باستانی

مدت زمان جشن

- خیلی کوتاه: کمتر از پنج دقیقه
- کوتاه: پنج تا ۲۰ دقیقه
- متوسط: ۳۰ تا ۹۰ دقیقه
- بلند: ۹۰ دقیقه تا سه ساعت
- بسیار بلند: بیش از سه ساعت، حدود یک شبانه‌روز

مهم‌ترین کشورهای برگزارکننده جشن



پرو



ایرلند



انگلستان

زمان برگزاری جشن

- لحظه غروب آفتاب آخرین روز پاییز بر اساس تقویم محلی
- سپیده‌دم آخرین روز پاییز
- پیش از خواب در آخرین روز پاییز
- طلوع خورشید آخرین روز پاییز
- ظهر یا بعدازظهر آخرین روز پاییز
- شب قبل از آخرین روز پاییز
- هفته قبل از آخرین روز پاییز

پرسه زدن ارواح در بلندترین شب سال

هم در بعضی از کشورهای دنیا مثل چین اجرا می‌شود. این جشنواره «جشنواره دانگی» نام دارد و به منظور افزایش انرژی مثبت در آخرین شب پاییز انجام می‌شود. چینی‌ها در این جشنواره رقص‌های آیینی و سنتی اجرا می‌کنند و از موسیقی‌های محلی و غذاهای خاص این جشنواره لذت می‌برند. آن‌ها معتقدند برگزاری این مراسم می‌تواند ارواح خبیث را از محل زندگی‌شان دور کند و زمستان شیرینی را برای آن‌ها به ارمغان بیاورد.

گفته می‌شود در کشورهایی مثل روسیه، بلغارستان و اوکراین مردم اعتقاد داشتند ارواح شیطانی در بلندترین شب سال بیشترین قدرت را پیدا می‌کنند. آن‌ها معتقد بودند در این شب خدای تاریکی‌ها خورشید را شکست می‌دهد و بعد از آن یک خورشید جدید متولد می‌شود. به همین بهانه مردم این کشورها با اجرای یک رقص آیینی، یاد خورشید ازدست‌رفته را در بلندترین شب سال گرامی می‌داشتند. این مراسم هنوز

رسوم متداول

نشانه کیهان، به سمت پایین به نشانه سیاره زمین و به سمت مرکز به نشانه وحدت الهی. سپس هر یک از افراد حاضر در مراسم آرزویی را برای سیاره زمین یا کل هستی در سال جدید بر زبان می‌آورد.

مراقبت از طبیعت: یکی از رسوم اروپایی‌ها در بلندترین شب سال این است که دانه و حبوبات را در سبد یا ظرفی بزرگ جمع می‌کنند و به منطقه‌ای پر از حیوانات و پرندگان می‌روند و طی مراسمی، به نوبت به حیوانات غذا می‌دهند. گاهی هم دانه یا نهالی را در مناطق مناسب می‌کارند.

هدیه دادن: در بسیاری از فرهنگ‌ها رسم بر این است که در آخرین روز پاییز به دوستان و آشنایانشان هدیه بدهند. این عادت حتی در میان خانواده‌هایی که رسم هدیه دادن در کریسمس را به جا می‌آورند هم دیده می‌شود و این خانواده‌ها طی چند روز، چند سری هدیه را میان خود ردوبدل می‌کنند. گاهی این هدایا مثل هدایای کریسمس با درج نام گیرنده هدیه، زیر درخت یا کنده کریسمس قرار می‌گیرد و گاهی هم طی مراسمی خاص اهدا می‌شود. در این مراسم اسامی اعضای خانواده را روی کاغذهایی کوچک می‌نویسند و کاغذها را در یک کلاه یا سبد قرار می‌دهند. هر کس یک اسم را از سبد بیرون می‌کشد و برای کسی که قرعه به نامش افتاده، هدیه می‌خرد. کسانی که می‌خواهند این مراسم را به شکلی سنتی‌تر به جا بیاورند، از هدایای طبیعی مانند تندیس چوبی یا سنگی حیوانات یا گوش‌ماهی‌ها و صدف‌های تزئینی استفاده می‌کنند. تهیه‌کنندگان هدایا حتماً باید جنبه‌های معنوی و طبیعی را در انتخاب‌های خود در نظر بگیرند.

حلقه زدن دور شمع: این مراسم چیزی شبیه به حافظ خوانی خودمان است، فقط کمی معنوی‌تر و پراحساس‌تر. به ازای هر یک از اعضای خانواده یک شمع روشن می‌کنند و شمع‌ها را منظم دور یک شمع بزرگ که نماد کل خانواده است، می‌چینند. چراغ‌های خانه باید مدتی خاموش باشد تا بر اهمیت نور خورشید برای حیات بشر و سایر موجودات تأکید شود. سپس یکی از والدین شمع مرکزی را روشن می‌کند و خانواده در فضایی نیمه‌تاریک، در حالتی شبیه به یک مدیتیشن کوتاه فرو می‌رود. بعد هر یک از اعضای خانواده شمع خودش را روشن می‌کند. پس از این که همه شمع‌ها روشن شد، اعضای خانواده دست به دست هم می‌دهند و با هم شعر و ترانه‌های شاد می‌خوانند.

کنده‌سوزی: در این مراسم خانواده‌ها یک کنده بزرگ مخصوص مراسم کریسمس را با روبان‌های قابل سوختن تزئین می‌کنند. سپس خانه را تاریک می‌کنند و کنده را می‌سوزانند. هم‌زمان با سوختن کنده، هر یک از اعضای خانواده ترکه‌ای را داخل آتش می‌اندازد و همه با هم آوازی شاد و امیدبخش و آرام می‌خوانند. قدیم‌ها رسم بر این بوده که بقایای کنده و خاکستر آن را حفظ کرده و آتش سال جدید را روی آن روشن می‌کردند.

بازی با زنگوله‌ها: این رسم می‌تواند از به صدا درآوردن زنگوله‌ها لحظه غروب آفتاب آخرین روز پاییز به دست اعضای خانواده تا یک آیین جمعی را در بر بگیرد. هر یک از اعضای خانواده با گروه یک زنگ را در دست می‌گیرد و در لحظه غروب آفتاب همه زنگ‌ها با هم به صدا درمی‌آید. زنگ‌ها در سه جهت حرکت داده می‌شود؛ به سمت بالا به

خطرناک‌ترین مراسم

بساط مراسم خطرناکی که در آن خون و خون‌ریزی اتفاق می‌افتاد، تا حد زیادی از دنیا برچیده شده، اما به طور قطع می‌توان گفت در حال حاضر خطرناک‌ترین مراسم برای گرامی‌داشت بلندترین شب سال در گواتمالا برگزار می‌شود. سرخ‌پوستان این منطقه سال‌ها پیش از آن که به مسیحیت رویبیاورند، خدای خورشید را پرستش می‌کردند. آن‌ها برای گرامی‌داشت این خدا آیینی خطرناک به نام «رقص پرواز از دکل» را به جا می‌آوردند. سه مرد از یک دکل حدود ۲۰ متری بالا می‌روند. به محض آن که یکی از آن‌ها شروع به طبل زدن و فلوت نواختن می‌کند، دو نفر دیگر درحالی که طنابی را از بالای دکل به یکی از پاهایشان بسته‌اند، از آن پایین می‌پرند. بومیان این منطقه باور دارند که اگر آن‌ها روی پاهایشان زمین بیایند، خدای خورشید خوشحال خواهد شد و روزها شروع به بلندتر شدن می‌کند. اینکاهای باستانی از این رسم‌های خطرناک برای ادای احترام به خدای خورشید کم نداشتند، اما از قرن شانزدهم میلادی برگزاری این مراسم از سوی کلیسای کاتولیک منع شد. با این حال، هنوز تعدادی از آن‌ها هم‌چنان باقی مانده و از سوی بومیان اجرا می‌شود.

تصاویری از سفره‌های شب یلدای اعضای خانواده خوارزمی

یلدا فرصتی است برای با هم بودن و از کنار هم لذت بردن. به همین منظور و با هدف اشتراک‌گذاشتن ساعات خوش همکاران به همت اداره روابط عمومی فراخوان ثبت و ارسال سفره یلدایی همکاران برگزار شد و تعدادی از همکاران در این فراخوان مشارکت کردند. قدردان‌شان هستیم.



● مرتضی تقی‌نسب



● مجتبی درستان



● زینب افضلی



● مهران حشمتی



● سودابه قویمی



● محمد عسکرآبادی



● عماد صانع زرنک



● احمد همتی



● علیرضا قراگوزلو



● سید رضا موسوی



● امید فتح‌الهی



● یزدان کرمی



● مژده نجفی

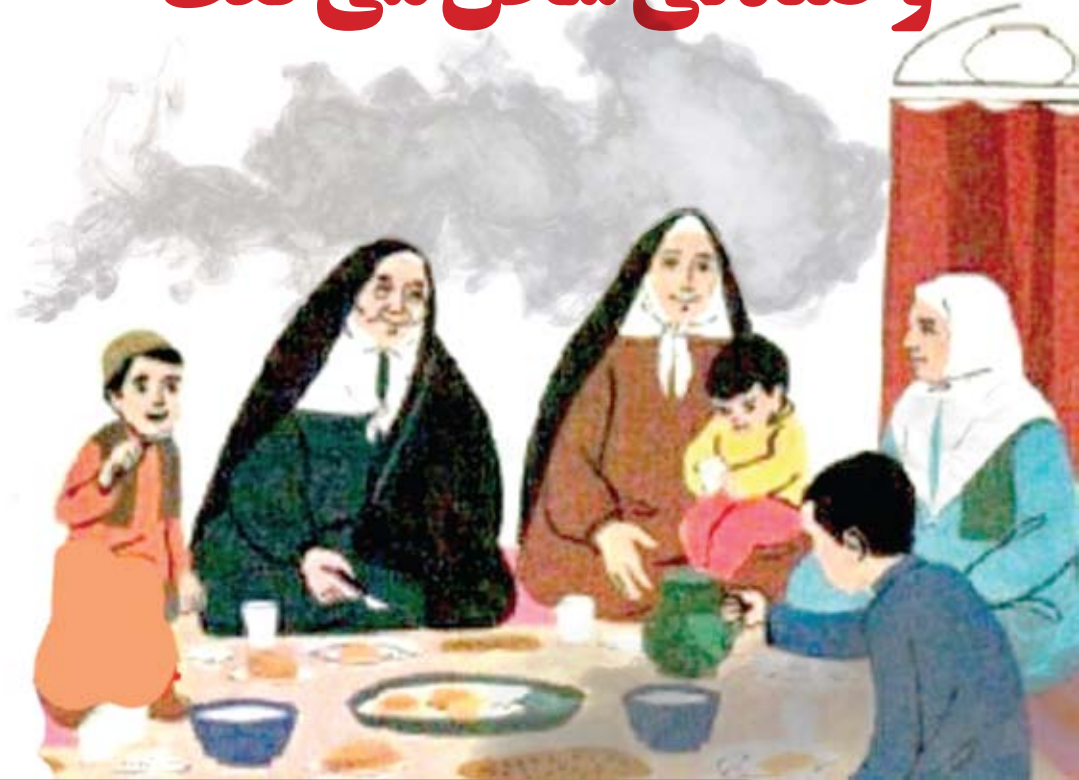


● محمدرضا محمدی



● یاسین سلیمانیان

میز متعجب بود و صدلی سخن می گفت



ما بانزده جفت چشم نگران

صبح یک روز ناسالم برای همه گروه‌ها، ابری و با احتمال ریزش باران است. ما بانزده نفر توی ون نشسته‌ایم. نفر شانزدهم سوار می‌شود و راننده در را می‌بندد. کم‌کم بانزده جفت چشم نگران به آن شقایق دارند حالت عادی پیدا می‌کنند که یک خرزهره از آن ته بلند می‌شود و می‌گوید: «نمی‌شه که! جا نمی‌شه.» و پیاده می‌شود. راننده در را باز می‌گذارد و می‌گوید: «کجا راه بیفتم؟ بنزین شده سه تومن، خالی هم برم؟» ما در خود می‌شکنیم. ما که این همه پر کرده‌ایم؟ یک ساعت دیگر، قرار مهمی دارم. من و کنار دستم روی صدلی دست‌ساز راننده نشسته‌ایم که انصافاً امن و بدون فروریختن، استوار، با صدای بی‌صدا، مثل کوه‌ها بلند تا مقصد یک صدلی خواهد بود، یک صدلی. قرار مهمی که دارم، کاری است. ما بانزده جفت چشم نگران دوباره به آدم‌های توی خیابان زل می‌زنیم و ابعاد ماجرا را می‌سنجیم و به خیلی‌ها می‌گوییم: «نه! شما که نه.» خوش‌بختانه یک نفر متناسب با آن چند سانتی‌متر جای باقی‌مانده سوار می‌شود. اصلاً یادم رفته قرار غیر کاری چه شکلی بود. در بسته

و صدای رادیو یک‌دفعه بلند می‌شود: «چی کار کنیم، چی کار نکنیم؟ گفتیم ماسک‌بندی بزنیم.» گزارشگر بلند فریاد می‌زند: «آفرین بر این زوج کار آفرین.» آقای کار آفرین می‌گوید: «حالا امکانات باشه، باز هم وام بدهند، چند نفر هم می‌آرم کار کنند. ولی آخه الان با کدوم پی...» صدای مرد قطع می‌شود. خانم کار آفرین می‌گوید: «خیلی اعصابش خرد بود، رو تاکسی کار می‌کرد. الان دیگه فقط ماست، پنیر، دوغ، کره.» همه چیز رویایی است. انگار «کوکب خانم» وارد عرصه کار آفرینی شده است. حتی من هم با چشم‌های خمار و با لبخند به ترافیک نگاه می‌کنم. انگار تا یک ساعت دیگر آن قرار کاری به گونه‌ای موفقیت آمیز خواهد بود که: «خداحافظ بی‌کاری! خداحافظ بی‌پولی! خداحافظ افسردگی!» بعد سر می‌چرخانم و می‌بینم تنها نیستم. ما شانزده نفر سرانه امید به زندگی و آینده را بر دوش گرفته‌ایم و بر سطح نمودار آرام آرام بالا می‌رویم. آقای راننده یک‌دفعه ترمز می‌کند. برمی‌گردد و نگاه متفکرانه به میانه ون می‌اندازد و بعد گوشی را کنار گوشش می‌گذارد: «الو؟ سلام بهرام جون خوبی؟ صحبت به خیر. آقا راه‌دست هست دو تا صدلی تکی؟ نه نصف اندازه معمولی که یه چوری جا شه دیگه. دمت گرم.» ما سرانه امید به زندگی را روی زمین می‌گذاریم و هاج‌وواج به پرواز سرخوشانه آقای راننده بر بالای سطح نمودار خیره می‌شویم. او در این مدت به این نتیجه رسیده که: «چرا شانزده نفر؟ چرا هجده نفر نه؟» به نظر می‌رسد آن گزارش رادیویی امید و انگیزه را به خوبی به آقای راننده هم تزریق کرده است.

بی پولی چیست؟

بهرام و آقای راننده اساساً تیم خوبی می‌شوند. شاید همه ۸۰ میلیون‌مان را با همین ون، تا کار آفرینی کوکب خانم این‌ها برسانند، صبحانه سالم بدون مواد نگه‌دارنده بخوریم. همه این‌ها البته نهایتاً تا ساعت ۹ صبح جواب می‌دهد. به فرض که کمی باد هم وزیده باشد و دو مولکول اکسیژن بعد از یک هفته وارد بدن نحیفه شود. بعد از آن چه؟ من که هم چنان جوان طردشده از جوامع انسانی به دلیل بی پولی هستم و گزینه وام ماست‌بندی را هم ندارم. از قیافه آن ۱۵ نفر دیگر هم معلوم است تحت فشارند. هر کس به نوعی، به مقصد می‌رسیم. همه به نوبت با پول‌های خرد به صف می‌شویم. از آقای راننده تشکر می‌کنیم، پیاده می‌شویم و ناگهان بالا می‌آوریم. رادیو اعلام می‌کند: «این را هم بگوییم که یک بوی گندی توی شهر در جریان است. نمی‌دانیم چرا.» بی پولی چیز عجیبی است. کاری می‌کند



که با دایناسورها دور آتش بنشینم و سر تکان بدهم برای غم‌هایی که باعث انقراض شدند. در ابتدای بی پولی در فاز انکار و خوش‌بینی به سر می‌بری. هی آن عدد کوچک ته حسابت را بودجه‌بندی می‌کنی. هی می‌گویی: «خب تا پول برسه، همین رو مدیریت کنم. خرید فلان ملزومات زندگی که ملغی، خب آن سفر هم که از بیخ ملغی، آن قرارها هم که اصلاً کرایه چند مسیر تاکسی ته جیب بماند بد نیست. پس ملغی. آن کلاس و کتاب و غذایی که ۱۰۰ سال است از بغلش رد نشدی هم ملغی. سمت کفش و لباس هم نمی‌شود رفت. ملغی...» بی پولی همین قدر راحت انسان را ملغی می‌کند. این‌جاست که کم‌کم وارد مرحله پذیرش می‌شوی و به دنبال دکمه «ببخشید راه برون‌رفت از بحران کدام سمت است؟» می‌گردی. دکمه‌ای در کار نیست. متأسفانه در فرایند هیجان‌انگیز تورم، همان عدد کوچک ته حساب هم مدام کوچک‌تر می‌شود. انسان در این مرحله از بی پولی مثل شعله بلندی که کبریت در آخرین لحظات سوختنش می‌کشد، خودش را به در و دیوار می‌زند که از حالت ملغی خارج شود. اگر بخت یار باشد، بالاخره آن عدد کوچک در حد دهکان تکانی می‌خورد. اگر نه که با انسان ملغی در این مرحله و با کسب پنج امتیاز باید خداحافظی کرد. او به فقرا می‌رود.

دو ایستگاه بعد از فقرا

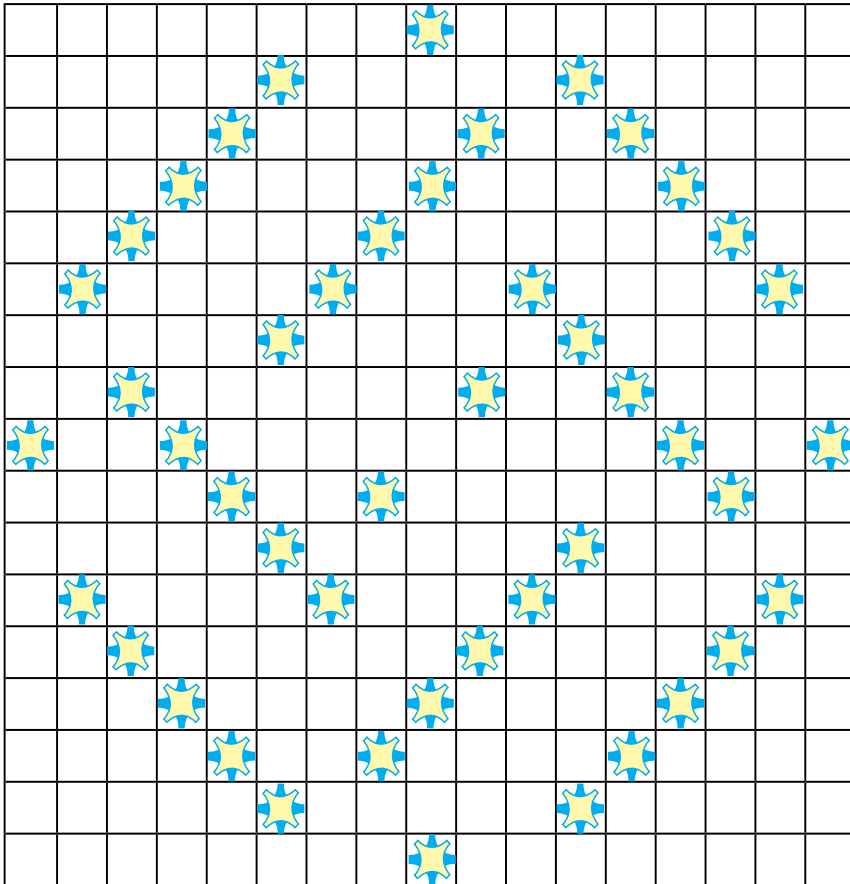
انسان ملغی اساساً به این امید از خانه بیرون می‌زند که مقداری پول به حسابش جاری شود. سر وقت رسیدم. با یک پوشه طرح و ایده به آن قرار کاری رفتم. پیش آن دوستی که خواهرزاده کوکب خانم کار آفرین بود و شرکت زده بود و گفته بود: «بیا به روز گپ بزنیم.» یک ماه برای آن «یه روز» برنامه ریختم و روی طرح‌هایم کار کردم. جوری که کل میز خواهرزاده کوکب خانم پر از کاغذ و پوشه و نمودار شد. میز و خواهرزاده کوکب خانم متعجب شدند. عصر است. خسته و گرسنه و گپ‌زده از آن دفتر بیرون می‌آیم. متأسفانه نتیجه این همه گپ، آن جمله مطلوب «بیا این پروژه و پول مال تو» نمی‌شود. حتی یک «ناهار می‌خوری؟» هم نمی‌شود. نهایتاً می‌شود: «دلم باز شد، بازم بیا.»

در راه بازگشت و بعد از طی صف پرتالعاب اتوبوس، تنها دل‌خوشی پیدا کردن یک صندوق خالی است. دو ایستگاه نشده که ناگهان صدای بوق صندوقی چرتم را پاره می‌کند. یک نفر با لیخند بالای سرم ایستاده و بعد یک‌دفعه صندوقی می‌گوید: «بلند شو ایشون رزرو کرده که بشینه.» همه آدم‌های توی اتوبوس می‌خندند. صفحه نمایشگر اتوبوس عکس پونز قرمز رنگ را نشان می‌دهد. صندوقی می‌گوید: «شمارش معکوس تا اعمال پونز: پنج، چهار...» مسافران اتوبوس تشویق می‌کنند: «پووونز، پووونز، هی هی!» گپج دوروبر را نگاه می‌کنم و بلند می‌شوم. از خواب می‌پریم. کسی بالای سرم نیست و صندوقی هم صحبتی درباره بلند شدن یا نشدن ندارد. قیافه آدم‌های توی اتوبوس جوری است که انگار پایین نمودار امید به زندگی با صورت زمین خورده‌اند. رادیو می‌گوید: «و اما گزارشی از جوان خلاق و کوشا، خواهرزاده کوکب خانم کار آفرین که به‌تازگی طرح رزرو صندوقی را ابداع کرده است. در این طرح همه نوع صندوقی را می‌توان رزرو و در صورت احتیاج از آن استفاده کرد؛ از اتوبوسی تا مدیریتی.» سردرد گرفته‌ام. درد بدترین اتفاق در بی پولی است. نمی‌دانم قرص مسکن هم به فخرست «ملغی» پیوسته یا نه. کاش بین گپ‌هایم از لزوم افزایش وسایل نقلیه در ناوگان حمل‌ونقل شهری چیزی نگفته بودم.



پاسخ معما
صفحه ۱۱۲

۱۷ ۱۶ ۱۵ ۱۴ ۱۳ ۱۲ ۱۱ ۱۰ ۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱



افقی:

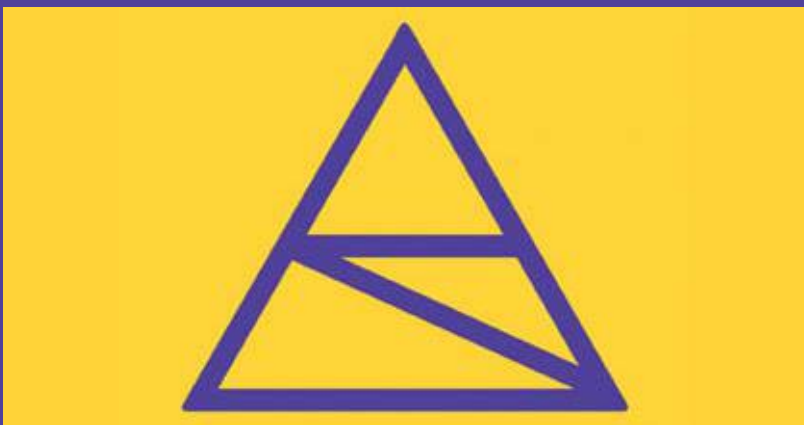
۱. روش تاویل و تفسیر و معانی یک متن یا پدیده - محل نگهداری و پرورش کود کان بی سرپرست
۲. رازیانه - طلاکاری شده - پیاپی رسیدن
۳. شهری در فرانسه - باب روز - همیشه - الماس
۴. سنگینی - از اوراق بهادار - خوش قد و قامت - نوعی موشک هدایت شونده ضد تانک
۵. شکم بند لاغری - فاقد حس شنیدن - سمت چپ - جوی خون
۶. بزرگوار - رسنده - پرداخت عکاسی
۷. وارسته - سالنامه - به دقت رسیدگی کردن
۸. گلی معطر و زیبا - دانه معطر - طایفه - تکرارش
۸. مارکی بود برای نوعی درباز کن برقی
۹. از گروههای خونی - گلی زردرنگ - بز کوهی
۱۰. حاصل صابون - نسخه برداشتن از روی نوشته‌ای - حرف یاوه - امتنان، تشکر
۱۱. بخش دلپذیر پلو - گردهم آبی - درآمد
۱۲. هدف، نشانه - سیلی زدن - آجر نصفه
۱۳. منقار مرغ - نام مادر گرامی حضرت محمد (ص) - مجانی - حرف فاصله
۱۳. گود، عمیق - نامی برای مردان - حيله گر - ناخن
۱۴. پای شتر
۱۵. دانای علم و ادب - پاکدامن - همه - حمایت کننده
۱۶. زاری کننده - نورگیر، حیاط خلوت - ورزشی رزمی
۱۶. ابداعی کشور روسیه
۱۷. درپچه‌ای اتوماتیک که نسبت به حرارت حساس است - استانی در شمال

عمودی:

۱. برچسب سه بعدی لیزری ضد تقلب - از توابع مثلثاتی
۲. مشاور - شتر گاوپلنگ - کار، عمل
۳. رنگ به رنگ - لباس شنا - تصدیق روسی - در سینما نمایش می دهند
۴. قوت لایموت - پشیمان - اشاره - از سرداران مشهور مازنی عهد یزدگرد ساسانی
۵. درخت زبان گنجشک - گیشه - معرکه - پوز
۶. راهنما - اراده - واژه‌های است برای احترام اشخاص
۷. خداوند - گوساله ماده - اختاپوس
۸. آب شرعی - ورق زدن کتاب - حاوی - بی جان
۹. اندک - فارغ البال - سست
۱۰. گرد، آرد - پیامبر صبور - کبوتر صحرايي - دریا
۱۱. شعر چهار مصراع - از هوش رفته - مقدار اندک
۱۲. جای اذان گفتن - خزنده گزنده - تصویر، نقش
۱۳. برهنه - درجه‌ای در ارتش - مقیاسی برای خلوص زر و سیم - صحنه نمایش
۱۴. پایتخت زمستانی هخامنشیان - روح - فربه - بحرانی
۱۵. هر یک از سلولهای جنسی گیاهان یا جانداران - بدی

معمای هوش:

در این تصویر
چند مثلث وجود دارد؟



- رونوشت - قصه گو، افسانه گو

۱۶. چوبهای چهار تراش دراز و ضخیم - همراه غذا می خورند - نوعی ساز کوبه‌ای و ضربی
۱۷. خط تصویری رایج بین کاهنان مصر باستان - کشوری در آفریقا

شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی

وسیع ترین شبکه تامین و پشتیبانی تجهیزات
فناوری اطلاعات و ارتباطات در سراسر کشور

WWW.KHARAZMICO.COM



۲۲ سال تلاش در پشتیبانی از صنعت بانکداری
کشور و امروز ارائه دهنده محصولات نرم افزار
BI, CRM, MISSION MANAGEMENT سازمانی نظیر

بزودی بزرگ ترین شبکه تعمیرات تلفن همراه ایران
با همکاری بزرگ ترین اپراتور تلفن همراه کشور



KHARAZMI IT DEVELOPMENT CORP

+۹۸-۲۱۸۴۳۱۵۵۳۰ ۱۰۰۰۰۹۷۹

kharazmico_com kharzami_com





گروه سرمایه‌گذاری
خوارزمی (سهامی عام)

خوارزمی

ثروت‌آفرینی پایدار برای نسرها

- فعال در حوزه های: نفت، گاز و پتروشیمی
- برق
- بانکداری
- واسطه‌گری مالی
- فناوری اطلاعات و ارتباطات
- صنعت ساختمان
- صنایع دارویی
- معدن و صنایع معدنی
- بیمه
- بازرگانی
- و سایر بازارهای کسب و کار

تهران . سعادت آباد . بلوار فرهنگ . بعد از تقاطع نیایش
پلاک ۱۸ . کد پستی: ۱۹۹۸۸۳۳۷۱۷
تلفن: ۰۲۱-۸۸۵۶۹۲۸۳ . فاکس: ۰۲۱-۸۸۵۶۹۲۷۹
www.kharazmi.ir . info@kharazmi.ir

www.kharazmi.ir