

سخن نخست

«سرمایه‌گذاری» تخصص است



فصلنامه داخلی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی
شماره ۸ - زمستان ۱۳۹۹

پرونده ویژه «خوارزم» از
چشم‌انداز احیای برجام و تأثیر آن بر اقتصاد ایران
**اقتصاد ایران؛
چشم‌انتظار تحولات عمیق**



روندهای پیش روی مدیریت
در سال ۲۰۲۱

رشد ۳۰ درصدی حقوق
صاحبان سهام «خوارزم»

بازار گرم سرمایه در زمستان



سبدگردان الگوریتم ALGORITHM CAPITAL

شرکت سبدگردان الگوریتم به عنوان عضوی از خانواده بزرگ گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در حوزه مدیریت دارایی‌ها فعالیت می‌کند.

محصولات و خدمات سبدگردان الگوریتم

- مدیریت سبد اوراق بهادار مشتریان به صورت اختصاصی
- مدیریت و تأسیس انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری
- خدمات مشاوره مالی و سرمایه‌گذاری
- خدمات تأمین مالی جمعی

صندوق با درآمد ثابت دارا الگوریتم

که منابع آن در اوراق بهادار با درآمد ثابت و سپرده بانکی سرمایه‌گذاری می‌شود و به کسانی که می‌خواهند سرمایه‌گذاری با ریسک بسیار پایین انجام دهند توصیه می‌شود.



صندوق سرمایه‌گذاری دارا الگوریتم

صندوق مشترک مانا الگوریتم

که منابع آن در بازار سهام سرمایه‌گذاری می‌گردد و مناسب کسانی است که قصد دارند سرمایه‌گذاری در بورس را با مدیریت دارائی‌ها، توسط افراد متخصص تجربه نمایند.



صندوق سرمایه‌گذاری مشترک
مانا الگوریتم

صندوق اختصاصی بازارگردانی کوشا الگوریتم

به منظور بازارگردانی اوراق بهادار تشکیل شده است و در حال حاضر سه سهم و دو صندوق را بازارگردانی می‌کند.



صندوق سرمایه‌گذاری
اختصاصی بازارگردانی کوشا الگوریتم

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تازه‌های خوارزمی

صفحات ۲۲ - ۳



اقتصاد ایران

صفحات ۳۰ - ۲۳



اقتصاد جهان

صفحات ۵۶ - ۳۱



مدیریت و کسب‌وکار

صفحات ۷۶ - ۵۷



فرهنگ و جامعه

صفحات ۹۶ - ۷۷



ضوابط درج مقالات در فصلنامه «وخارزم»

فصلنامه وخارزم 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 پیوست های احتمالی. حجم مقالات ارسالی حداکثر تا ۱۰ صفحه A4 (معادل ۳۳۰۰ کلمه) باشد که با احتساب تصاویر، جداول، نمودارها و تیتراژ، نهایتاً از ۴ صفحه نشریه بیشتر نخواهد بود. تحریریه فصلنامه وخارزم، در ویرایش محتوایی و شکلی مطالب واصله آزاد است و اصل مقاله نیز به ارسال کنندگان محترم مسترد نمی‌گردد. مسئولیت محتوای علمی - حقوقی مطالب با نویسندگان یا نویسندگان است و فصلنامه از انتشار مقالات منتشر شده در سایر نشریات و رسانه‌ها معذور است.

vakharazm@kharazmi.ir

زیر نظر شورای سردبیری

دبیر تحریریه: مریم عربی

همکاران این شماره: نسترن موسوی محسنی،

نرگس فرجی، نسیم بنایی، امیر کاکایی، فرید دانش‌فر،

محمدحسین علی‌اکبری، صدیقه ثنایی، هدی رضایی،

المیرا اکرمی، مونا اشرف‌زاده، محمد عسکرآبادی

طراح جلد: روشنک محمدی

گرافیک و صفحه‌آرایی: نادر قیله‌ای

ویراستار: شیدا محمدطاهر

امور دفتری: وحیده بهزادی

نشانی: میدان فرهنگ، بلوار فرهنگ، بین خیابان ۲۲

و ۲۴ شرقی، پلاک ۱۸

تلفن: ۸۸۵۶۹۲۸۳ - فاکس: ۸۸۵۶۹۲۷۹

تلفن امور سهام: ۶۶۹۷۱۰۳۰

نشانی الکترونیک: vakharazm@kharazmi.ir



فصلنامه داخلی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی

شماره ۸، زمستان ۱۳۹۹



«وخارزم» 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 دیدگاه‌های تان درباره دوره جدید «وخارزم» سپاسگزار خواهیم بود.

«سرمایه گذاری» تخصص است

دکتر سیدرضا موسوی، مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی



حفظ ارزش دارایی‌ها همواره یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های صاحبان سهام و فعالان بازار سرمایه بوده و خواهد بود. سرمایه‌گذاری هدفمند و دور از ریسک‌های ویران‌گر یکی از ابزارهای راهبردی برای حفظ ارزش دارایی‌هاست. به‌ویژه آن‌که به موازات توسعه و تنوع فرصت‌های سرمایه‌گذاری در عصر حاضر، این فعالیت نیازمند اطلاعات همه‌جانبه، دانش، تخصص و قدرت تحلیل شرایط است.

شکل‌گیری و گسترش فعالیت شرکت‌های سرمایه‌گذاری را می‌توان نتیجه احساس نیاز جامعه به کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، اثربخشی بیشتر، کسب سود و درآمد مناسب‌تر ارزیابی کرد. به‌واقع شرکت‌های سرمایه‌گذاری وظیفه دارند با اتکا به دانش و تخصص خود، و با انتخاب فرصت‌های سرمایه‌گذاری

مطلوب‌تر و خرید سهام شرکت‌های پربازده، ریسک سرمایه‌گذاری‌ها را کاهش دهند و اعتماد و اطمینان مردم، از جمله سرمایه‌گذاران خرد و حقیقی را در فراز و نشیب‌ها و تحولات گوناگون جامعه، حفظ و حراست کنند. به این ترتیب، کار برای شرکت‌های سرمایه‌گذاری عمیقاً حساس و بسیار دشوار است.

در همین راستا، برخی کارشناسان بازار سرمایه معتقدند با تنوع بخشیدن به انتخاب سهام شرکت‌های مختلف می‌توان ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش داد. اما بررسی‌ها و تجارب عینی نشان می‌دهد تنها تنوع دادن به خرید سهام نمی‌تواند این هدف را تضمین کند. به عبارت دیگر، لازم است در کنار تشکیل سبد سهام و تنوع‌بخشی به دارایی‌ها، به وضعیت صنعتی که در آن سرمایه‌گذاری صورت می‌گیرد و نیز انتخاب درست شرکت‌های فعال در آن صنعت، توجه کافی مبذول شود.

به عنوان مثال، صنعت بانکداری از جمله فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه است که اغلب مورد توجه فعالان این بخش قرار دارد، ولی در کنار آن، لازم است سرمایه‌گذاران با مطالعه و انتخاب بانک مناسب، سرمایه‌گذاری خود را تضمین کنند. به عنوان نمونه، مطالعات صورت‌گرفته در معاونت «سرمایه‌گذاری و توسعه» در گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی روی ۱۳ بانک بورسی فعال در بازار سرمایه، از منظر شاخص‌های متنوع طی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ قابل تأمل فراوان است.

در مطالعات یادشده برخی از شاخص‌ها عبارت بوده‌اند از: نسبت مطالبات غیرجاری به کل مانده تسهیلات اعطایی، سهم بانک از درآمدهای مشاع به جمع درآمدهای مشاع، درآمد غیرمشاع به جمع درآمدهای مشاع و غیرمشاع (بدون درآمد تسعیر ارز)، قیمت تمام‌شده پول، تفاوت سود دریافتی به ازای هر واحد سپرده جذب‌شده و قیمت تمام‌شده پول، سهم هزینه‌های اداری و عمومی در قیمت تمام‌شده پول، حاشیه سود و نسبت کفایت سرمایه...

این مطالعات نشان داده است مانده سپرده‌های ۱۳ بانک بورسی مورد بررسی در انتهای سال ۹۸ بالغ بر ۱۱ هزار و ۶۰۶ میلیارد ریال بوده که این بانک‌ها از این مبلغ، هشت‌هزار و ۷۷۵ میلیارد ریال تسهیلات اعطا کرده‌اند. در جذب سپرده، بانک‌های ملت، صادرات ایران و تجارت در رتبه‌های اول تا سوم قرار داشته و در شاخص اعطای تسهیلات نیز سه بانک ملت، صادرات ایران و پاسارگاد سه بانک برتر بوده‌اند. نتایج مطالعات یادشده حاکی از بازده و رشد مطلوب دارایی‌های این بانک‌ها در میان ۱۳ بانک فعال در بورس و لاجرم انتخاب صحیح سبد سرمایه‌گذاری شرکت خوارزمی در صنعت بانکداری است. زیرا بخشی از سبد سرمایه‌گذاری شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به بانک‌های صادرات ایران و پاسارگاد اختصاص دارد. گفتنی است، متوسط بازدهی سالانه بانک صادرات ایران از ابتدای ورود به بورس حدود ۱۳۹ درصد و بانک پاسارگاد حدود ۱۳۰ درصد بوده است.

گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی با احساس مسئولیت کامل در قبال بیش از ۲۵۰ هزار هم‌وطنی که سهام «خوارزم» را برگزیده‌اند، پیوسته می‌کوشد با اتکا به دیدگاه‌های کارشناسی و تخصصی همکاران خود در بخش سرمایه‌گذاری و توسعه، و با انتخاب سبد مناسبی از سرمایه‌گذاری‌ها، حافظ و نگهدارنده اموال و دوراندیش برای دارایی‌های آنان باشد.

بدیهی است، توانمندی و ظرفیت‌های ارزشمند شرکت‌های تحت پوشش گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در ارائه خدمت و مشاوره به فعالان و علاقه‌مندان حضور در بازار سرمایه، راه‌گشای سهام‌داران و نیز علاقه‌مندان به همراهی با گروه خوارزمی بوده و خواهد بود. از جمله این شرکت‌ها می‌توان به «گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم» اشاره کرد که با بهره‌مندی از مدیران و کارشناسان خبره و مجهز به دانش روز، انواع خدمات مورد نیاز فعالان این بازار را تأمین می‌کند.

عملکرد شش ماهه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز نشان می‌دهد این شرکت در سال جاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد و با توکل به خداوند توانا، همت مدیران و همکاران، و همراهی و هم‌دلی سهام‌داران گرامی در چهارچوب برنامه‌ریزی صورت‌گرفته، به پیش خواهد رفت.



در این بخش می‌خوانید

در مجمع عمومی عادی سالانه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی صورت‌گرفت

تصویب صورت‌های مالی و خارزم؛ رشد ۳۰ درصدی حقوق صاحبان سهام

رشد کم‌سابقه عملکرد «و خارزم» در چهار ماهه نخست سال مالی جدید

معاون مالی و توسعه منابع گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی:

شفافیت و انضباط مالی اولویت خوارزمی است

اخبار خوارزمی

تازه‌های خوارزمی

در مجمع عمومی عادی سالانه گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی صورت گرفت

تصویب صورت‌های مالی و خارزم؛ رشد ۳۰ درصدی حقوق صاحبان سهام

• ۵۰ ریال سود به هر سهم و خارزم تعلق گرفت

اطلاعات در کنار سیاست‌گذاری و اتخاذ تدابیر لازم برای رعایت حقوق صاحبان سهام در پرداخت سود سالانه در سال گذشته محقق شد.

او همچنین از تدوین برنامه دو ساله شرکت اصلی و شرکت‌های گروه در چهارچوب برنامه راهبردی خبر داد و گفت: با راهبری کمیته نظارت بر امور راهبردی و هدایت کمیته تلفیق و تدوین، تدوین برنامه در شرکت‌های گروه نیز در دستور کار قرار گرفت و برنامه دو ساله تمام شرکت‌های گروه تنظیم و نهایی شد.

مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در ادامه توضیح داد: در کنار این موارد شرکت در سال گذشته حد اعتباری ۸ هزار میلیارد ریالی دریافت کرد که این مهم برای تأمین مالی طرح‌ها و برنامه‌های پروژه‌محور شرکت‌های گروه بسیار کارساز بوده است.

او در ادامه در خصوص صورت‌های مالی این شرکت در سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۹ گفت: درآمدهای عملیاتی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در پایان سال مالی نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۷۹ درصد رشد داشته است. درآمد عملیاتی شرکت در سال مالی مورد گزارش به ۶ هزار و ۷۱۶ میلیارد ریال رسید که در مقایسه با ۲ هزار و ۴۰۳ میلیارد ریال ۳۱ خرداد سال ۹۸ بیش از ۴ هزار و ۳۱۳ میلیارد ریال رشد نشان می‌دهد.

او همچنین به رشد ۲۴ درصدی سود عملیاتی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در پایان سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۹ اشاره کرد و گفت: بهره‌مندی از فرصت‌های موجود سود عملیاتی این شرکت را در ۳۱ خرداد ۹۹ به مرز

مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی با حضور اکثریت سهام‌داران و با رعایت پروتکل‌های بهداشتی برگزار و صورت‌های مالی این شرکت به تصویب رسید.

دکتر سیدرضا موسوی، مدیرعامل این شرکت، در تشریح دستاوردهای سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۹۹ گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی در مجمع عمومی عادی سالانه، گفت: در سال مالی مورد گزارش، گروه جوان سرمایه‌گذاری خوارزمی، ضمن برنامه‌ریزی در دو افق کوتاه‌مدت و میان‌مدت، گام‌های مهمی در ارتقای عملیات شرکت برداشت که تأثیر مستقیمی بر بهبود شرایط شرکت اصلی و شرکت‌های گروه داشت.

او که روز ۲۹ مهرماه در مجمع عمومی سالانه شرکت سخن می‌گفت، افزود: مدیریت تسهیلات و وثایق در راستای ارتقای ساختار مالی و مدیریت هزینه‌های تأمین مالی گروه، تحکیم انضباط مالی، تسریع آزادسازی بیش از ۵۶ هزار میلیارد ریال وثایق مازاد، کاهش بار مالی تسهیلات سررسید گذشته از طریق تسویه یا جایگزینی با تسهیلات مناسب‌تر و برنامه‌ریزی برای اجرای مدیریت فعال سرمایه‌گذاری‌های بورسی از جمله اقدامات مهم شرکت در سال گذشته بوده است.

دکتر موسوی در ادامه تأکید کرد: در حوزه نظام راهبری، اقداماتی نظیر تجدید ساختار عملیاتی شرکت، آغاز به کار کمیته‌های انتصابات و نظارت بر امور راهبردی و استفاده مؤثر از ظرفیت کمیته‌های تخصصی هیئت مدیره، توسعه نظام‌های پایش و کنترل‌های داخلی از جمله تصویب دستورالعمل انتخاب و ارزیابی عملکرد کمیته‌های حسابرسی شرکت‌های گروه، سیاست‌گذاری برای رعایت کامل دستورالعمل افشای

درآمدهای عملیاتی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در پایان سال مالی ۳۱ خرداد ۹۹ نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۷۹ درصد رشد داشته است. درآمد عملیاتی شرکت در سال مالی مورد گزارش به شش هزار و ۷۱۶ میلیارد ریال رسید که در مقایسه با دو هزار و ۴۰۳ میلیارد ریال ۳۱ خرداد سال ۹۸ بیش از چهار هزار و ۳۱۳ میلیارد ریال رشد نشان می‌دهد





ریاست مجمع

مدیر عامل

مجمع عمومی عادی سالیانه صاحبان سهام شرکت سرمایه گذاری خوارزمی (سهام عام)

۲۹ مهرماه ۱۳۹۹ ♦ سالن همایش های مرکز مطالعات و بهره‌وری منابع انسانی سازمان مدیریت صنعتی

بهره‌مندی از فرصت‌های موجود سود عملیاتی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی را در ۳۱ خرداد ۹۹ به مرز شش هزار و ۵۲۱ میلیارد رساند، در حالی که این رقم در مدت مشابه سال گذشته دو هزار و ۲۴۸ میلیارد ریال بوده که بیش از چهار هزار و ۲۷۳ میلیارد ریال رشد داشته است. سود خالص شرکت نیز در این مدت در مقایسه با پایان خردادماه سال گذشته بیش از ۳۱۳ درصد رشد و از مرز پنج هزار و ۷۰۵ میلیارد ریال گذشته

کنونی اشاره کرد و گفت: در راستای افزایش ضریب بهره‌وری و افزایش سوددهی و به‌رغم دشواری‌های فضای کسب‌وکار در سال مالی گذشته، هزینه‌های مالی شرکت روند کاهشی داشته، به‌طوری‌که در پایان خردادماه سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل ۹ درصد کاهش نشان داده و این امر گویای مدیریت بهینه منابع در این شرکت است. در ادامه مجمع عمومی عادی سالانه شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، صورت‌های مالی این شرکت برای سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۹ به تصویب سهام‌داران رسید و بر اساس تصمیم مجمع مقرر شد ۵۰ ریال سود به هر سهم تعلق گیرد.

علاوه‌براین، بر اساس تصمیم مجمع، مؤسسه توسعه همیاری سپهر، شرکت‌های آرمان‌اندیشان رستاک، کارت ایران، امید آیندگان سپهر و پایاپای ایران برای دو سال به عنوان اعضای حقوقی هیئت مدیره این شرکت انتخاب شدند.

۶ هزار و ۵۲۱ میلیارد رساند، در حالی که این رقم در مدت مشابه سال گذشته ۲ هزار و ۲۴۸ میلیارد ریال بوده که بیش از ۴ هزار و ۲۷۳ میلیارد ریال رشد داشته است. سود خالص شرکت نیز در این مدت در مقایسه با پایان خردادماه سال گذشته بیش از ۳۱۳ درصد رشد و از مرز ۵ هزار و ۷۰۵ میلیارد ریال گذشته است. این رقم در پایان خرداد سال گذشته یک هزار و ۳۸۴ میلیارد ریال بوده است.

مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به رشد ۳۰ درصدی حقوق صاحبان سهام این شرکت در سال گذشته اشاره کرد و گفت: مجموع حقوق صاحبان سهام این شرکت در پایان خرداد از مرز ۲۲ هزار و ۶۵۳ میلیارد ریال گذشت که در مقایسه با ۱۷ هزار و ۴۴۸ میلیارد ریال ۳۱ خرداد سال گذشته بیش از ۵ هزار میلیارد ریال رشد نشان می‌دهد. او همچنین به اهمیت توجه به بهره‌وری در شرایط دشوار



رشد کم سابقه عملکرد «و خارزم» در چهار ماهه نخست سال مالی جدید

گزارش

حاصل از سود سهام از مجامع برگزار شده کسب کرده است. این شرکت در ماه قبل ۶۶۸ میلیارد ریال در بورس خرید کرد که عمده آن صندوق‌های قابل معامله در بورس بودند. در مردادماه بخشی از سهام چادر ملو، دارویی کاسپین تأمین، ملی مس، فولاد ارفع و واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق با درآمدهای ثابت دارا الگوریتم را در چهارچوب برنامه بازآرایی پرتفوی خود به پرتفوی بورسی افزود.

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران با کاهش بیش از ۱۴ درصد در مهرماه متأثر از ریسک‌های سیستماتیک بود و در همین دوره ارزش بازار پرتفوی بورسی سرمایه‌گذاری خوارزمی روند کاهشی به خود گرفت. ارزش بازار پرتفوی بورسی این شرکت در پایان شهریورماه ۹۸۴۴۸ میلیارد ریال بود که در پایان مهرماه به رقم ۸۵۸۳۱ میلیارد ریال رسید. با توجه به بهای تمام‌شده پرتفوی بورسی این شرکت در پایان مهرماه به میزان ۱۱۳۴۸ میلیارد ریال مزاد ارزشی بالغ بر ۷۴۴۸۳ میلیارد ریال قابل برآورد است. عمده سرمایه‌گذاری این شرکت در صنعت بانک‌ها و مؤسسات مالی، شرکت‌های هلدینگ، رایانه، محصولات شیمیایی، محصولات دارویی، فرآورده‌های نفتی و استخراج کانه‌های فلزی متنوع انجام شده است.

وضعیت خوارزمی در ۱۲ ماهه منتهی به پایان خرداد

این شرکت در گزارش ۱۲ ماهه منتهی به پایان خرداد ۹۹ مبلغ ۴۵۶ ریال سود به ازای هر سهم محقق کرد که رشدی ۳۱۱ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل نشان می‌دهد. و خارزم در سال مالی ۹۹ مبلغ ۶۷۱۶ میلیارد ریال درآمد عملیاتی کسب کرده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۷۹ درصد رشد داشته است. عمده این رشد ناشی از فروش سرمایه‌گذاری‌ها بوده است.

سود عملیاتی شرکت نیز مبلغ ۶۵۲۰ میلیارد ریال حاصل شده که نسبت به مدت مشابه ۱۹۰ درصد رشد داشته است. کاهش ۹ درصدی هزینه مالی نیز اتفاق مثبتی برای شرکت تلقی می‌شود. سود خالص و خارزم در پایان دوره مبلغ ۵۷۰۶ میلیارد ریال محقق شده که ۳۱۲ درصد بیشتر از مدت مشابه سال قبل است.

روند عملکرد ماهانه و خارزم

این شرکت در مهرماه سهام شرکت‌های گروه بهمن، تجارت الکترونیک پارسیان، البرز دارو، واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق با درآمد ثابت، دارا الگوریتم و... را به ارزش ۵۰۹ میلیارد ریال فروخت و از این محل مبلغ ۲۴۶ میلیارد ریال سود کسب کرد. همچنین تا پایان مهرماه مبلغ ۱۶/۵ میلیارد ریال درآمد

جدول شماره یک / روند عملکرد ماهانه «و خارزم» - میلیارد ریال

شرح	مهر ۱۳۹۹	شهریور ۱۳۹۹	مرداد ۱۳۹۹	تیر ۱۳۹۹
شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران	۱,۴۱۲,۳۵۵	۱,۶۵۲,۲۲۶	۱,۷۵۷,۲۲۹	۱,۹۲۴,۸۴۵
ارزش بازار پرتفوی بورسی انتهای دوره	۸۵,۸۳۱	۹۸,۴۴۸	۱۱۰,۵۸۳	۱۲۶,۲۱۱
اختلاف پرتفوی بورسی نسبت به بهای تمام شده	۷۴,۴۸۳	۸۶,۹۹۵	۹۹,۰۳۰	۱۱۵,۱۸۰
سود ناشی از واگذاری سهام	۲۴۷	۸۰۰	۴,۷۵۹	۵,۱۸۵
سهام تحویل شده بورسی	۳۴۴	۶۶۸	۱,۰۷۷	۱,۸۲۲
سهام تحویل شده غیر بورسی	۱۵۱	۸۷۲	۰	۰
سهام واگذار شده	۵۱۰	۱,۵۶۸	۵,۳۱۳	۶,۵۳۰
درآمد نقدی سود سهام	۱۶	۲	۱۴۳	۹۴۸

جدول شماره دو / مقایسه اقلام مهم صورت‌های مالی «وکارزم» - میلیارد ریال

شرح	سال مالی منتهی به پایان خرداد ۹۸	سال مالی منتهی به پایان خرداد ۹۹	درصد تغییر
درآمد عملیاتی	۲,۴۵۳	۶,۷۱۶	۱۷۹
هزینه عملیاتی	(۱۵۵)	(۱۹۵)	۲۶
سود عملیاتی	۲,۲۴۸	۶,۵۲۱	۱۹۰
هزینه مالی	(۸۹۷)	(۸۱۳)	(۹)
سود خالص	۱,۳۸۴	۵,۷۰۶	۳۱۲
سود هر سهم (ریال)	۱۱۰	۴۵۷	۳۱۵
سرمایه	۱۲,۵۰۰	۱۲,۵۰۰	-
حاشیه سود خالص	% ۵۷	% ۸۵	-
حاشیه سود عملیاتی	% ۹۳	% ۹۷	-

مقایسه اقلام مهم صورت‌های مالی

حاشیه سود عملیاتی و حاشیه سود خالص در این شرکت در سال مالی ۱۳۹۹ نسبت به مدت مشابه رشد داشته، که بیان‌گر ارتقای شاخص‌های ارزیابی عملکرد است. به گزارش هفته‌نامه بورس، مجمع شرکت برای سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۹۹، در تاریخ ۲۹ مهرماه ۹۹ با رعایت همه مسائل مرتبط با بیماری کووید ۱۹ برگزار شد و پرداخت مبلغ ۵۰ ریال به عنوان سود نقدی هر سهم به تصویب سهام‌داران رسید.

بررسی صورت‌های مالی سه ماه نخست سال مالی ۱۴۰۰

شرکت سرمایه‌گذاری وکارزمی در دوره سه ماه نخست سال مالی منتهی به پایان خرداد ۱۴۰۰ مبلغ ۸۸۷ ریال سود برای هر

سهم محقق کرده، که تقریباً دو برابر سود سال مالی ۹۹ است. این شرکت در سه ماه نخست سال مالی ۱۱۲۷۴ میلیارد ریال درآمد عملیاتی داشته که نسبت به کل سال مالی ۹۹ حدود ۶۸ درصد بیشتر است و نسبت به مدت مشابه سال مالی گذشته ۷۷۴ درصد رشد نشان می‌دهد. عمده دلیل رشد درآمدهای عملیاتی متأثر از فروش سرمایه‌گذاری‌هاست. حاشیه سود عملیاتی شرکت در دوره سه ماهه تابستان ۹۹ درصد بوده است. کنترل هزینه مالی و کاهش ۹ درصدی آن نسبت به مدت مشابه سبب شده سود خالص ۱۱۰۸۱ میلیارد ریال حاصل شود که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰ برابر بیشتر است. حاشیه سود خالص شرکت نیز ۹۸ درصد شده و به بیشترین مقدار خود رسیده است.

جدول شماره سه / مقایسه فصلی سودآوری «وکارزم» - میلیارد ریال

شرح	تابستان ۹۸ (۳ماه نخست سال مالی ۹۸)	تابستان ۹۹ (۳ماه نخست سال مالی ۱۴۰۰)	درصد تغییر نسبت به دوره مشابه سال قبل
درآمد عملیاتی	۱,۲۹۰	۱۱,۲۷۴	۷۷۴
هزینه عملیاتی	(۳۲)	(۵۱)	۵۸
سود عملیاتی	۱,۲۵۸	۱۱,۲۲۳	۷۹۲
هزینه مالی	(۱۶۱)	(۱۴۷)	(۹)
سود خالص	۱,۰۹۶	۱۱,۰۸۲	۹۱۱
سود هر سهم	۸۸	۸۸۷	۹۰۸
سرمایه	۱۲,۵۰۰	۱۲,۵۰۰	-
حاشیه سود خالص	% ۸۵	% ۹۸	-
حاشیه سود عملیاتی	% ۹۷	% ۹۹	-

مقایسه فصلی سودآوری وکارزم

همان‌طور که مشاهده می‌شود، وکارزم در گزارش سه ماه نخست سال مالی منتهی به پایان خردادماه ۱۴۰۰، رشد کم‌سابقه‌ای در

سودآوری داشته که عمده آن ناشی از فروش سرمایه‌گذاری‌ها بوده است و از طرف دیگر، با کنترل هزینه‌ها توانسته حاشیه سود عملیاتی و حاشیه سود خالص را افزایش دهد.

شرکت سرمایه‌گذاری وکارزمی در دوره سه ماه نخست سال مالی منتهی به پایان خرداد ۱۴۰۰ مبلغ ۸۸۷ ریال سود برای هر سهم محقق کرده، که تقریباً دو برابر سود سال مالی ۹۹ است. این شرکت در سه ماه نخست سال مالی ۱۱۲۷۴ میلیارد ریال درآمد عملیاتی داشته که نسبت به کل سال مالی ۹۹ حدود ۶۸ درصد بیشتر است و نسبت به مدت مشابه سال مالی گذشته ۷۷۴ درصد رشد نشان می‌دهد. عمده دلیل رشد درآمدهای عملیاتی متأثر از فروش سرمایه‌گذاری‌هاست

معاون مالی و توسعه منابع گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی:

شفافیت و انضباط مالی اولویت خوارزمی است

معاونت مالی و توسعه منابع و وظایفش

همتیان در خصوص ادغام دو معاونت مالی و اداری در گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی گفت: «پیش‌تر دو معاونت به نام‌های معاونت اداری و پشتیبانی و معاونت مالی و اقتصادی، هر کدام به صورت جداگانه در شرکت خوارزمی فعالیت می‌کردند. بر اساس اصلاحاتی که در ساختار سازمانی رخ داد، هیئت مدیره تصمیم بر ادغام این دو معاونت گرفت. پس از این تصمیم نام این معاونت به معاونت مالی و توسعه منابع تغییر یافت که واژه توسعه منابع در این ترکیب به توسعه منابع مالی و انسانی اشاره دارد.

این معاونت دارای دو مدیریت به نام‌های «مالی» و «اداری و پشتیبانی» است. مدیریت مالی دارای چند واحد از جمله واحد گزارشگری مالی است که وظیفه اصلی آن تهیه صورت‌های مالی، تهیه بودجه و افشای اطلاعات با اهمیت شرکت در بازار سرمایه است. واحد تأمین منابع مالی نیز بیشتر با بانک‌ها در ارتباط بوده و وظیفه اصلی آن مدیریت منابع و مصارف نقدی شرکت و اخذ تسهیلات مالی از بانک‌هاست. واحد دیگر واحد امور سهام است که فعالیت همکاران این واحد متمرکز بر پاسخ‌گویی به سهام‌داران است و واحد حسابداری مالی که به‌جز وظایف فوق، سایر امور مرتبط با امور مالی را انجام می‌دهد.»

او به تشریح وظایف بخش اداری و پشتیبانی پرداخت و گفت: «عمده فعالیت‌های این بخش به حوزه منابع انسانی



معاونت مالی و توسعه منابع گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی یکی از اصلی‌ترین بخش‌های این گروه است که نقش تعیین‌کننده‌ای در پیشبرد فعالیت‌های شرکت در راستای اهداف تعیین‌شده دارد. مدیریت این معاونت به عهده کیانوش همتیان است. او از سال ۶۹ تا ۷۸ در سازمان حسابرسی کشور به عنوان سرپرست حسابرسی، ۱۳ سال سابقه کار به عنوان قائم مقام معاونت مالی و مدیر حسابداری و مدیریت پروژه‌ها در شرکت تام ایران‌خودرو، هفت سال سابقه فعالیت به عنوان معاون مالی شرکت پالایش نفت جی و فعالیت به عنوان عضو غیرموظف هیئت مدیره در چندین شرکت را در کارنامه خود دارد. ایشان به‌عنوان حسابدار رسمی، عضو جامعه حسابداران رسمی و به‌عنوان کارشناس رسمی دادگستری در رشته حسابداری و حسابرسی، عضو کانون کارشناسان رسمی دادگستری استان تهران می‌باشند.



برمی‌گردد؛ یعنی حوزه جذب، نگه‌داشت و جبران خدمات منابع انسانی و بحث‌های مرتبط با آن، مثل آموزش، امکانات رفاهی پرسنل و... و بخش دیگری از فعالیت‌های این واحد، به فعالیت‌های اداری شرکت مانند کارگزینی، انتظامات و سایر خدمات عمومی دفتری در مدیریت اداری و پشتیبانی مرتبط است. بخش دیگری که در حوزه فعالیت‌های مدیریت اداری و پشتیبانی به آن اشاره داریم، بحث فرایندها و واحد سیستم‌ها و تشکیلات است که وظیفه اصلی آن‌ها تهیه نظام‌نامه‌ها، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مرتبط با فرایندهای شرکت است. این وضعیت کلی از معاونت مالی و توسعه منابع در ساختار سازمانی شرکت است.»

اهمیت حوزه منابع انسانی

همتین حوزه منابع انسانی را یکی از حوزه‌های مهم و اصلی شرکت و معاونت مالی و توسعه منابع خواند و افزود: «افرادی که در این شرکت کار می‌کنند، باید از قابلیت‌های بالایی برخوردار باشند تا بتوانند بازار را رصد و از سرمایه‌های سهامداران حفاظت کنند. این شرکت، شرکتی تخصص‌محور است؛ به این معنی که نیروی انسانی ما در پیشرفت و بهبود اوضاع شرکت نقش به‌سزایی دارد. در واقع مهم‌ترین دارایی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، نیروهای انسانی آن هستند.»

افشای به‌موقع و باکیفیت اطلاعات

معاون مالی شرکت خوارزمی شفاف‌سازی را یکی از مهم‌ترین اهداف این شرکت اعلام کرد و در این خصوص گفت: «ما در نظر داریم که بتوانیم به‌موقع و باکیفیت اطلاعات بااهمیت را در بازار سرمایه افشا کنیم. این موضوع برای ما از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است، چراکه شرکت‌هایی که ناشر بورسی هستند، بایستی بدون هیچ‌گونه ملاحظه‌ای، تمام اطلاعاتی را که روی قیمت سهم اثر می‌گذارد، در موعد مقرر افشا کنند. ما به عنوان معاونت مالی و توسعه منابع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، خود را مقید به حفظ این اصول می‌دانیم. وظیفه ما در این خصوص جمع‌آوری تمامی اطلاعاتی است که می‌تواند بار مالی و تصمیم‌گیری برای سهام‌داران بالفعل و بالقوه داشته باشد، که این اطلاعات باید از تمامی قسمت‌های شرکت و شرکت‌های فرعی جمع‌آوری و به صورت عمومی افشا شود.»

ارتقای شفافیت

همتین در ادامه گفت: «هر شرکتی دچار مشکلاتی است که در گزارش‌های حسابرسان مستقل و بازرسان قانونی آن نمود پیدا می‌کند. یکی از راه‌های ارتقای شفافیت این است که به این مسائل توجه کنیم و درصدد رفع آن باشیم. در مجمع عادی که در سال جاری برای عملکرد سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۹ برگزار شد، گزارش حسابرسان ما نسبت به سال قبل کم‌حجم‌تر شده بود و از این بابت ما با واکنش‌های بسیار

مثبتی از سوی سهام‌داران محترم روبه‌رو شدیم؛ به‌طوری‌که برخی از آن‌ها با شرکت تماس گرفتند و از بابت بهبود عملکرد شرکت ابراز خرسندی و تشکر کردند.»

تدوین فرایندها

او یکی از مهم‌ترین برنامه‌های پیش روی این معاونت را تدوین کردن فرایندهای شرکت و معاونت مالی و توسعه منابع در جهت شناسایی نقاط قابل بهبود و ویژگی‌های مثبت برشمرد و افزود: «ما با تدوین کردن فرایندها می‌توانیم حلقه‌های مفقوده یا فعالیت‌های مازوی را شناسایی و اصلاح کنیم، که نتیجه آن ارتقای سطح کنترل‌های داخلی شرکت خواهد بود.»

حضور مؤثر در تصمیم‌گیری‌های مالی مهم برای گروه

معاون مالی و توسعه منابع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی حضور جدی در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی‌های حوزه مالی، نیروی انسانی و اداری را از اهداف آتی این معاونت نام برد و گفت: «تمامی تلاش خود را کرده‌ایم و خواهیم کرد که یک بازوی قوی برای کمک به مدیریت ارشد شرکت در تصمیم‌گیری‌ها باشیم.»

مدیریت تسهیلات مالی و وثیقه‌ها

او با اشاره به بحث مدیریت تسهیلات مالی و وثیقه‌های مربوط به آن گفت: «به دلیل عدم تناسب وثیقه‌های بانکی با تسهیلات مالی دریافتی در گروه، بخشی از دارایی‌های گروه نزد بانک‌ها بلوکه شده بود که تصحیح این روند، یکی از اهداف کلان معاونت مالی و توسعه منابع در برنامه دو ساله گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی بود که به این معاونت ابلاغ گردید. او گفت: «توانستیم این شرایط را بهبود بخشیم و حدود ۵۶ هزار میلیارد ریال وثیقه مازاد را آزادسازی کنیم. در حال حاضر بین تسهیلات مالی دریافتی و میزان وثیقه‌های ما تفاوت چشم‌گیری وجود ندارد. این اقدام یعنی رفع توثیق بخش عمده‌ای از سهام شرکت به تیم سرمایه‌گذاری شرکت در بازآرایی پرتفوی کمک کرده است.»

او در زمینه تسهیلات مالی بانکی گفت: «با برخی بانک‌ها وارد مذاکراتی در خصوص اعطای تسهیلات بانکی برای منابع مورد نیاز شرکت‌های زیرمجموعه در جهت سرمایه‌گذاری شدیم. ما سعی کردیم از تسهیلاتی با نرخ بهره کمتر استفاده کنیم و تسهیلات را بین بانک‌های مختلف تقسیم کنیم تا بتوانیم راحت‌تر امهال آن را انجام دهیم. سیاست کلی ما این است که تسهیلات را به حداقل برسانیم و آن را به شرکت‌های فرعی منتقل کنیم تا آن‌ها بتوانند از مزایای حفاظت مالیاتی آن استفاده کنند و قانوناً مشمول پرداخت مالیات کمتری شوند. در بحث مدیریت هزینه‌های تسهیلات مالی اقداماتی انجام داده‌ایم که باعث شده است میزان هزینه مالی گروه کاهش پیدا کند، که اثرات آن در صورت‌های مالی شرکت اصلی مشهود است.»



کیانوش همتیان؛ معاون مالی و توسعه منابع گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی:
ما در نظر داریم که بتوانیم به‌موقع و باکیفیت اطلاعات بااهمیت را در بازار سرمایه افشا کنیم. این موضوع برای ما از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است، چراکه شرکت‌هایی که ناشر بورسی هستند، بایستی بدون هیچ‌گونه ملاحظه‌ای، تمام اطلاعاتی را که روی قیمت سهم اثر می‌گذارد، در موعد مقرر افشا کنند. ما به عنوان معاونت مالی و توسعه منابع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، خود را مقید به حفظ این اصول می‌دانیم. وظیفه ما در این خصوص جمع‌آوری تمامی اطلاعاتی است که می‌تواند بار مالی و تصمیم‌گیری برای سهام‌داران بالفعل و بالقوه داشته باشد

موفقیت در تسویه مطالبات

و بدهی‌های سنواتی از بابت سود سهام

همتیان در خصوص وصول مطالبات پس از انتصاب هیئت مدیره جدید شرکت در ابتدای سال ۱۳۹۸، گفت: «در شرکت مطالباتی از بابت سود سهام وجود داشت که به دلایل مختلف از سنوات قبل وصول نشده بود. اولین اقدام ما ایجاد کمیته وصول مطالبات بود و توانستیم این مطالبات معوق را وصول کنیم و در اختیار معاونت محترم سرمایه‌گذاری و توسعه در راستای انجام سرمایه‌گذاری‌های جدید بگذاریم. در حال حاضر نهنها مطالبات سنواتی از بابت طلب سود سهام نداریم، بلکه در برخی از موارد سود سهام شرکت‌های سرمایه‌پذیر را زودتر از موعد از آن‌ها دریافت کردیم.»

او رقم سود سهام پرداختی معوق ذکر شده در صورت وضعیت مالی شرکت را در سنوات گذشته مبلغ قابل توجهی خواند و افزود: «بسیاری از سهام‌داران عمده شرکت، به مدت سه یا چهار سال سود سهام خود را دریافت نکرده بودند. در پایان سال گذشته (۳۱ خرداد ۱۳۹۸) موفق به پرداخت تمام بدهی‌های شرکت بابت سود سهام‌داران عمده شدیم و در حال حاضر سود معوقی در صورت مالی شرکت وجود ندارد. تنها مبلغی که در حساب‌های شرکت به عنوان سود سهام پرداختی هست، مربوط به سهام‌دارانی است که به هر دلیل تاکنون به بانک برای دریافت سود سهام مراجعه نکرده‌اند، یا بنا به دلایلی مانند اعلام شرکت سپرده‌گذاری پرداخت سود سهام آن‌ها مسدود شده و ما نمی‌توانیم سودی به آن‌ها پرداخت کنیم. هر کدام از سهام‌داران که تاکنون سود خود را دریافت نکرده‌اند، می‌توانند با مراجعه به بانک صادرات ایران سود خود را دریافت کنند.»

پیش به سوی انضباط مالی

معاون مالی و توسعه منابع گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی یکی از اصلی‌ترین برنامه‌های آتی این گروه سرمایه‌گذاری را انضباط مالی خواند و آن را از خطوط قرمز شرکت‌های خوش‌نام مانند خوارزمی برشمرد. او در این خصوص گفت: «ما می‌خواهیم به سهام‌داران خود این اطمینان را بدهیم که تمام اتفاقاتی که در این شرکت رخ می‌دهد، بر اساس یک روال منطقی در یک زمان منطقی و با یک برخورد حرفه‌ای صورت می‌پذیرد. طبیعتاً برخی از اصول انضباط مالی که مدون کرده‌ایم (با هماهنگی معاونت محترم شرکت‌ها و مجامع)، شرکت‌های فرعی را در بر خواهد گرفت. لذا رعایت قوانین آمره کشور، در نظر گرفتن صرفه و صلاح گروه و گزارشگری به‌موقع سه نکته‌ای است که شرکت‌های زیرمجموعه باید آن را در نظر بگیرند.»

همکاری معاونت‌ها در جهت رفع مشکلات گروه

همتیان از تلاش شرکت برای رفع مشکلات، یافتن منطقی‌ترین راه‌حل و انتقال تجارب مفید برای حل تعارضات و مشکلات شرکت‌های زیرمجموعه نظیر مشکلات مالی، مشکلات شرکت‌ها در ارتباط با نهادها و سازمان‌های مختلف با همکاری معاونت‌ها و مدیران مستقیم شرکت، خصوصاً معاونت حقوقی خبر داد و گفت: «نقطه قوت بسیار تأثیرگذار که در شرکت وجود دارد و به نظر من باید در همه شرکت‌ها وجود داشته باشد، هماهنگی

بین معاونت‌ها و مدیریت‌های مستقل خوارزمی است. در جلسات متعدد با هماهنگی معاونین و مدیران در خصوص پیش‌بینی اتفاقات پیش رو و اقدامات جبرانی و اصلاحی برای حوادث گذشته هم‌اندیشی صورت می‌گیرد.

بنده با توجه به سوابق و تجارب حرفه‌ای ام، می‌گویم این ویژگی در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی سرآمد است و این هم‌بستگی نشئت‌گرفته از انسجام اعضای محترم هیئت مدیره و مخصوصاً شخص مدیرعامل محترم با معاونین خود و هم‌چنین روحیات بزرگوارانه همکاران در کمک به یکدیگر در تصمیم‌گیری‌هاست.»

پاسخ‌گویی و وظیفه ماست

او تلاش این شرکت در جهت خدمت‌رسانی بهتر به سهام‌داران خبر داد و تعداد سهام‌داران این شرکت را عددی در حدود ۲۶۰ هزار نفر شخص حقیقی و حقوقی عنوان کرد و گفت: «ما خود را موظف به پاسخ‌گویی به سهام‌داران محترم شرکت می‌دانیم. شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به معنای واقعی یک شرکت سهامی عام است و سهام این شرکت بیش از ۵۰ درصد شناور است. این ویژگی در میان شرکت‌های سرمایه‌گذاری ایران بی‌نظیر است؛ به‌طوری‌که نمی‌توان شرکتی را با این مشخصات در بین شرکت‌های ایرانی یافت. البته تعداد بالای سهام‌داران خصوصاً سهام‌داران خرد باعث می‌شود به رغم انتشار اخبار مربوط به شرکت از طریق سامانه، با پیچیدن شایعه‌های کوچک در بازار سرمایه، سریعاً سهام‌داران تحت تأثیر قرار بگیرند. لذا مدیریت این تعداد سهام‌دار در صورت برگزاری مجمع با حضور تمامی این عزیزان و پاسخ‌گویی به آن‌ها به نحوی که هیچ‌گونه دلخوری ایجاد نشود، کار بسیار سختی است. البته که تلاش اصلی ما همواره در راستای تحقق رضایت سهام‌داران محترم و پاسخ‌گویی به سؤالات آن‌هاست. در همین راستا اخیراً سامانه‌ای در جهت سنجش میزان رضایت سهام‌داران در حال راه‌اندازی است تا نقاط قابل بهبود خود را در این فرایند شناسایی و اصلاح کنیم. البته باید گفت برنامه داریم در ضمن افشای اطلاعات با اهمیت از طریق سامانه کدال، افشای اطلاعات مزبور به زبان ساده‌تر از طریق سایت شرکت برای تمامی سهام‌داران انجام شود.»

افزایش رضایت شغلی و تلاش

برای حفظ نیروهای انسانی حرفه‌ای

همتیان ضمن تقدیر از نیروی انسانی شرکت و حرفه‌ای خطاب کردن آنان و ارزشمند دانستن فعالیت‌های انجام‌شده از سوی این گروه گفت: «اگر شرکت در مسیر بهبود قرار گرفته یا می‌گیرد، تماماً به دلیل اقدامات درست و به‌جای تیم نیروی انسانی ماست. یکی از دغدغه‌های ما نگاه‌داشت این همکاران حرفه‌ای است. اولین اقدام ما در جهت پوشش بیمه تکمیلی برای همکاران بود. در بحث کمک‌های معیشتی نیز نظام‌نامه حقوق و دستمزد تدوین و تصویب شد. در این نظام‌نامه در خصوص جذب، نگاه‌داشت و جبران خدمات نیروی انسانی تصمیمات درستی اتخاذ شده که آثار آن بر رضایت شغلی همکاران مشهود است و این روند کماکان ادامه خواهد یافت.»



مدیر اداری و پشتیبانی:

منابع انسانی، مهم ترین سرمایه هاست

صورت گرفته و همچنین مواردی که در حوزه جبران خدمات برای کارمندان در نظر گرفته شده، راه اندازی کند. کرمی در این خصوص گفت: «ما به بحث‌های نوین مدیریتی و فرایندی هم ورود کرده‌ایم و این مباحث را در حوزه منابع انسانی به کار گرفته‌ایم.»

فرهنگ سازمانی متمرکز بر اهمیت نیروی انسانی

به گفته مدیر اداری و پشتیبانی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، این شرکت نیرومحور است. او در توضیح این ویژگی می‌گوید: «سرمایه‌های اصلی گروه ما نیروهای انسانی ما هستند و در واقع آن‌ها هستند که فعالیت‌های اصلی شرکت را پیش می‌برند و این موضوع به هیچ عنوان در حد شعار نیست. افرادی که در این مجموعه شاغل هستند، به لحاظ تحصیلات، فرهنگ سازمانی و نگاهی که به مراجعین، به سازمان و همکاران خود دارند، متفاوت هستند؛ تا جایی که به نظر می‌رسد در بخش‌های گزینش و به‌کارگیری، نیروها دست‌چین شده‌اند و افرادی که به لحاظ دانش و معیارهای شخصیتی سرآمد هستند، جذب شده‌اند. به همین جهت است که می‌توان گفت فرهنگ سازمانی این گروه (شرکت) با سایر شرکت‌های مشابه متفاوت است و بنده این تفاوت را از روزهای اول فعالیتیم در این مجموعه به‌خوبی حس کردم. فرهنگ سازمانی و نوع تعاملات همکاران با یکدیگر در این گروه را به نوعی سرآمد می‌دانم و این نوع تعاملات و روابط همکاران در گروه ما می‌تواند الگویی برای سایرین قرار گیرد. اگر به صورت سلسله‌مراتبی به این مسئله نگاه کنیم، خواهیم دید این تعاملات مناسب بین مدیران و مقامات بالاتر مجموعه تا سطوح پایین شرکت وجود دارد. می‌بایست مراقبت شود تا این فرهنگ پایدار بماند.»

مدیر واحد اداری و پشتیبانی مجموعه خوارزمی، یزدان کرمی است که از حدود یک سال پیش به گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی پیوسته است. او دارای مدرک تحصیلی کارشناسی اقتصاد، کارشناسی ارشد مهندسی صنایع از دانشگاه‌های دولتی و دانش‌آموخته دکتری مدیریت صنعتی در دانشگاه آزاد اسلامی است. ۱۷ سال سابقه کاری او در واحد منابع انسانی شرکت‌های بزرگ نفتی و صنعتی سپری شده و تخصص اصلی ایشان در قسمت سیستم‌های مربوط به این بخش است. او در خصوص ادغام معاونت مالی و اداری و وظایف محول‌شده به واحدی که مدیریتش برعهده اوست، پس از تغییر ساختاری که در مجموعه صورت گرفت، به «وخارزم» گفت: «واحد اداری و پشتیبانی علاوه بر حوزه‌های تخصصی، واحد سیستم‌ها و روش‌ها را نیز در بر می‌گیرد. در واقع ما در ترسیم، تدوین و تهیه آیین‌نامه‌ها، روش‌ها، دستورالعمل‌ها و فرایندهای داخلی شرکت نیز مسئولیت و مشارکت داریم و این وظیفه نیز پس از تغییراتی که صورت گرفت، بر عهده ما گذاشته شد.»

ورود به بحث‌های نوین مدیریتی و فرایندی

کرمی درباره وظایف این واحد در حوزه منابع انسانی گفت: «در حوزه منابع انسانی وظایف ما در چند بخش جذب، به‌کارگیری، آموزش و توسعه، نگهداشت و جبران خدمات تعریف می‌شود. البته باید گفت بخش‌های کارگزینی، خدمات و ترابری و انتظامات شرکت نیز زیرمجموعه واحد اداری و پشتیبانی هستند، اما عمده فعالیت‌های واحد ما در بخش اداری و پشتیبانی به سه بخش جذب و نگهداشت نیرو، آموزش و توسعه و جبران خدمات و نگهداشت کارکنان متمرکز است.» واحد اداری و پشتیبانی در نظر دارد در حوزه منابع انسانی، نظامی را برای ارزیابی عملکرد کارکنان در قالب تعاریفی که

ایجاد داشبورد مدیریت با همکاری مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات

در آیین‌نامه و دستورالعمل آموزش تدوین و تدریس شود. البته با توجه به شیوع ویروس کرونا برگزاری این دوره‌ها از بهمن سال گذشته علی‌رغم اهمیت آن‌ها به مشکل خورده است.

مدیر این واحد در خصوص اقدامات صورت گرفته درباره میحث «نیازسنجی» گفت: «شناسنامه پست و شغل با هدف تأمین نیازهای همکاران بر اساس مدل شایستگی تدوین شده است که در این شناسنامه افراد بر اساس توانمندی‌ها و مهارت‌های خود، تعیین سطح شده‌اند تا بدین صورت ضمن مشخص شدن نقاط قابل بهبود هر کارمند، درصد برگزاری دوره‌های مورد نیاز برای افراد برآییم. اما از آنجایی که مقصد ویروس کرونا درست هر جایی است که افراد تجمع می‌کنند، برگزاری این دوره‌ها را متوقف کردیم. اما دوره‌های دیگری در بین همکاران برگزار شد. هدف ما از برگزاری این دوره‌ها علاوه بر نهایی کردن دستورالعمل آموزش، دوره‌های مناسبی در حوزه‌های مختلف مانند بخش تشریفات و انتظامات و یکسری دوره‌های تخصصی برای سایر همکاران است. امیدواریم شیوع کرونا زودتر متوقف شود تا برگزاری دوره را از سر بگیریم. البته دوره‌های مخصوص محافظت در برابر کرونا را برای همکاران بخش نظافت تدوین کردیم.»

جبران خدمات

آیین‌نامه استخدامی و جبران خدمات که مورد تصویب هیئت مدیره محترم شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی قرار گرفته است، از جمله فعالیت‌های واحد اداری و پشتیبانی در زمینه جبران خدمات کارکنان است. در نظام جبران خدمات همکاران به نیازهای رفاهی، مادی، روحیات و حتی خانواده آن‌ها توجه شده است.

مدیر واحد اداری و پشتیبانی در این خصوص گفت: «سعی کرده‌ایم این آیین‌نامه شامل تمامی نیازهای همکاران باشد و فقط بعد مادی و مالی در نظر گرفته نشده باشد. هم‌چنین در تلاشیم تا نظام حقوق و دستمزد عملکردمحور را طراحی و تدوین کنیم تا از این طریق بتوانیم عدالت سازمانی را اجرا کنیم. علاوه بر این، همکاران را با پوشش‌های بهتری در حوزه بیمه تکمیلی، بیمه عمر و حوادث گروهی و مسئولیت مدنی قرار دادیم تا همکاران دغدغه این مسائل را نداشته باشند. تمامی تلاش ما این است که به نیازهای همکاران توجه کنیم، دغدغه‌های همکاران را کاهش دهیم و در جهت رفع نیازهای شغلی همکاران قدم برداریم.»

اهداف تعیین شده برای واحد اداری و پشتیبانی در حوزه منابع انسانی، بر حوزه‌های اداری و کارگزینی، پشتیبانی که شامل خدمات، ترابری و انتظامات است، فرایندهای سیستمی و در واقع اجرای آیین‌نامه‌ها در سازمان، به‌روزرسانی و تولید فرم‌های جدیدی که کارها را به صورت سیستمی پیش ببرد و هم‌چنین ایجاد نظام مدیریت فرایندها متمرکز است. یزدان کرمی در خصوص مدیریت فرایندها توضیحی ارائه داد و گفت: «مدیریت فرایندها در واقع ایجاد نقشه فرایندی برای تمامی فرایندهای کاری و تبدیل آن‌ها در بستر IT به یکسری اطلاعات مکانیزه است. درنهایت از طریق این عمل به اطلاعات عددی و رقمی در خصوص فرایندهای کاری صورت گرفته در شرکت خواهیم رسید. این اطلاعات در بستر IT به نمودارهایی تبدیل خواهد شد که در واقع نقش داشبورد مدیریت را ایفا می‌کنند.»

امور اداری و پشتیبانی دارای ۱۷ کارمند است که در بخش‌های مختلف منابع انسانی، پشتیبانی، خدمات و ترابری حضور دارند. سیاست این واحد در جذب و به‌کارگیری نیروها مطابق دستورالعملی است که برای این کار تدوین شده است. سیاست کلی این بخش مبتنی بر جذب افراد کارآمد برای شرکت است. هم‌چنین فیلترهای رفتاری نیز برای استخدام نیروها وجود دارد که بدان توجه ویژه‌ای می‌شود. این واحد درصدد ایجاد یک بانک اطلاعاتی از رزومه افراد شاغل در شرکت بر بستر IT است.

اصلاحات در شیوه کارمندیابی

یزدان کرمی در خصوص اصلاحات صورت گرفته در جذب متقاضیان با توجه به اهداف پیش رو گفت: «در فرم استخدام متقاضیان تصدی شغل در شرکت، اصلاحاتی متناسب با سیستم کارمندیابی صورت گرفته. هم‌چنین در مصاحبه‌هایی که با متقاضیان انجام می‌شود نیز تغییراتی ایجاد کرده‌ایم که بحث‌های تخصصی و عمومی را در این مصاحبه‌ها گنجانده‌ایم. تمامی این اطلاعات را تبدیل به بانک اطلاعاتی کرده‌ایم که هر زمان که نیاز بود، در اختیار همکاران یا مدیران ارشد مجموعه قرار گیرد. در طول این مدت نیز تعدادی همکار جدید به ما پیوسته‌اند.»

«نیازسنجی»، «اجرا» و «اثربخشی» از موارد مورد توجه در بحث آموزش کارکنان است که به طور جدی از سوی واحد اداری و پشتیبانی دنبال می‌شود و تلاش شده این سه مبحث



یزدان کرمی؛ مدیر اداری و پشتیبانی مجموعه خوارزمی: سرمایه‌های اصلی گروه ما نیروهای انسانی ما هستند و در واقع آن‌ها هستند که فعالیت‌های اصلی شرکت را پیش می‌برند و این موضوع به هیچ عنوان در حد شعار نیست. افرادی که در این مجموعه شاغل هستند، به لحاظ تحصیلات، فرهنگ سازمانی و نگاهی که به مراجعین، به سازمان و همکاران خود دارند، متفاوت هستند؛ تا جایی که به نظر می‌رسد در بخش گزینش و به‌کارگیری، نیروها دست‌چین شده‌اند و افرادی که به لحاظ دانش و معیارهای شخصیتی سرآمد هستند، جذب شده‌اند



اقدامات راهگشا در حوزه اداری و پرسنلی

از جمله اقدامات امور اداری و پشتیبانی، در حوزه اداری و پرسنلی می‌توان به پالایش و مرتب کردن پرونده‌های پرسنلی، ایجاد فایل‌های الکترونیکی مبتنی بر IT در بانک اطلاعات پرسنل، کاهش اطلاعات کاغذی، ارزیابی همکاران هنگام تمدید قرارداد همکاران، ایجاد دبیرخانه مرکزی برای متمرکز کردن و سامان‌دهی نامه‌ها و مراسلات اداری اشاره کرد.

انجام خریدهای روزانه، توجه به فضای محیطی مجموعه در جهت افزایش روحیه همکاران، ایجاد تغییراتی در چیدمان شرکت برای ایجاد فضای مناسب کاری از جمله اقدامات این واحد در زمینه پشتیبانی است. در حوزه تأسیسات در طول یک سالی که از مدیریت یزدان کرمی بر واحد اداری و پشتیبانی می‌گذرد، اقدامات مناسبی در جهت صرفه‌جویی و نیز اقدامات اصلاحی در جهت حفظ تأسیسات فیزیکی ساختمان صورت گرفته است.

جانشین‌پروری

کرمی در خصوص اقدامات آینده این واحد گفت: «ارزیابی عملکرد از جمله مباحث مدیریتی و منابع انسانی است. نتایج حاصل از این ارزیابی می‌تواند در حوزه‌هایی مثل جبران خدمات و سنجش کارکنان و ارتقا مورد استفاده قرار گیرد. همچنین برگزاری دوره‌های خاص توسعه رهبری را نیز به صورت جدی دنبال می‌کنیم و درصدد اجرای آن هستیم. حتی اگر کرونا به ما اجازه برگزاری دوره‌های حضوری را ندهد، این دوره‌ها را به صورت آن‌لاین برگزار خواهیم کرد. سعی می‌کنیم مکانیسم جانشین‌پروری را در شرکت ایجاد کنیم. ضرورت این مسئله با توجه به وجود شرکت‌های فرعی متعدد گروه خوارزمی و لزوم تربیت مدیران کارآمد ابتدا برای جامعه و بعد برای سازمان، بیشتر نمایان می‌شود. ایجاد زیرساخت برای نظام پیشنهادات را در برنامه‌های آتی خود داریم. علاوه بر این، نهایی‌سازی شناسنامه پست و شغل، ابلاغ شرح وظایف کارکنان، ایجاد یک بستر مناسب برای تعاملات همکاران، توجه به ایمنی همکاران، برگزاری دوره‌های نظرسنجی‌ها، ارزیابی شایستگی‌ها، ایجاد نظام عادلانه پرداخت حقوق و دستمزد، سامان‌دهی در حوزه اداری و پشتیبانی، ایجاد نظام مدیریت فرایندها، تنظیم آیین‌نامه و دستورالعمل جدید، ایجاد بانک اطلاعاتی جدید در سطح شرکت و جانشین‌پروری در برنامه آتی کار ما گنجانده شده است. در تمامی این اقدامات هدف ما این است که خوارزمی الگوی مناسبی برای سایر شرکت‌ها باشد.»

او در پایان از حمایت‌های مدیرعامل محترم و معاونین شرکت و سایر همکاران در جهت پیشبرد بهتر فعالیت‌ها قدردانی به عمل آورد.

مبارزه با کرونا

مدیریت این واحد در خصوص اقدامات صورت‌گرفته در راستای جلوگیری از شیوع کرونا در مجموعه، ضمن قدردانی از تلاش و زحمات همکاران واحد پشتیبانی و خدمات گفت: «علاوه بر رعایت تمام پروتکل‌های بهداشتی و ضدعفونی سطوح، تابلوی اعلاناتی در مجموعه نصب شد که از طریق آن توصیه‌های بهداشتی مناسب در جهت جلوگیری از ابتلا به کرونا برای همکاران اطلاع‌رسانی می‌شد، که این توصیه‌ها را از جانب منابع معتبر بهداشتی و پزشکی دریافت می‌کردیم. همچنین مراقبت از سلامت همکاران به طرق مختلف از جمله تب‌سنجی و انجام تست‌های پزشکی به طور مرتب صورت می‌گرفت. از جمله اقدامات دیگر در زمینه مبارزه با کرونا می‌توان دورکار کردن بخشی از همکاران را مثال زد.»

فعالیت‌های مهم در حوزه سیستم‌ها و روش‌ها

او فعالیت‌هایی را که در این واحد در طول یک سال اخیر در حوزه سیستم‌ها و روش‌ها صورت گرفته، برشمرد و گفت: «در طول این مدت شش آیین‌نامه و ۲۲ دستورالعمل تدوین شده است. بیش از ۱۵ فرم جدید با هدف تسهیل فرایندسازی و ثبت مستندات مجوزها در شرکت جاری شده است. این فرم‌ها مطمئناً می‌توانند راهگشا و تسهیل‌بخش فعالیت‌های ما باشند. با همکاری مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات



مدیر مالی:

حسابداری؛ زبان تجارت و ابزار پاسخگویی است

می‌کنند. اما واقعیت این است که می‌توان از زوایای دیگر نیز به این حرفه نگرست. بنده ترجیح می‌دهم حسابداری را به عنوان یک سیستم اطلاعاتی در نظر بگیرم. در کنار این که حسابداری، هنر، زبان تجارت و ابزار پاسخ‌گویی (اولین وظیفه حسابداری) هم هست. سیستم اطلاعاتی حسابداری مانند بسیاری از سیستم‌های اطلاعاتی دیگر، از داده‌هایی تشکیل می‌شود. پردازشی روی این داده‌ها صورت می‌گیرد و در نهایت نتایج و خروجی دارد. ورودی ما در فعالیت‌های اقتصادی، داده‌های مالی هستند. هر رویداد اقتصادی در حسابداری برای ما به عنوان داده حساب می‌شود. کاری که ما در امور مالی و حسابداری هنگام پردازش داده‌ها انجام می‌دهیم، همان سرخط‌های ابتدای صحبت، یعنی شناسایی، اندازه‌گیری و... است. در نهایت از چنین فرایندی، نتایج حاصل می‌شود که حتماً باید کیفی باشد و برای طیف گسترده‌ای از استفاده‌کنندگان از گزارش قابل فهم باشد.»

نتایج این خروجی امور مالی به دو دسته گزارش‌های

معاونت مالی و توسعه منابع علاوه بر مدیریت اداری و پشتیبانی، شامل مدیریت مالی نیز هست. این مدیریت شامل شش نفر پرسنل است که البته به گفته مدیریت آن، تمامی کارکنان بخش امور مالی شرکت‌های فرعی نیز به نوعی همکار آن‌ها محسوب می‌شوند. مدیریت این واحد بر عهده علیرضا شکوهی است. او با ۲۸ سال سابقه سازمانی در رده‌های مختلف شرکت‌های بورسی و غیربورسی، دعوت به کار شد و در آخرین روز شهریورماه سال جاری به مجموعه خوارزمی پیوست.

حسابداری به عنوان یک سیستم اطلاعاتی

مدیر امور مالی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی با برشمردن اهداف و وظایف این مدیریت گفت: «عموماً حسابداری را تحت عنوان فرایند شناسایی، اندازه‌گیری و ثبت آثار مالی و فعالیت‌های تجاری هر واحد اقتصادی که حاصل آن تهیه گزارش این آثار در قالب اطلاعات مفهوم است، تعریف





علیرضا شکوهی؛ مدیر امور مالی شرکت سرمایه‌گذاری

خوارزمی: در یک سال و

نیم گذشته تلاش زیادی

صورت گرفت تا تسهیلات

مالی گران‌قیمت تسویه یا

با تسهیلات مالی مناسب‌تر

جایگزین شود. در حال

حاضر با افتخار می‌گوییم

که هیچ‌یک از شرکت‌های

گروه خوارزمی بدهی معوق

بانکی در نظام بانکی ندارند

و حدهای اعتباری خوبی

از بانک‌های مختلف برای

سرمایه‌گذاری‌های جدید

در شرکت‌های فرعی اخذ

شده است، که به محض

اعلام معاونت‌های محترم

شرکت‌ها و مجامع و

سرمایه‌گذاری‌ها و توسعه در

اختیار آنان قرار خواهد گرفت

به گفته شکوهی، یکی از وظایف امور مالی در گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی ایجاد انضباط مالی در شرکت است، شامل تأمین به‌موقع و مناسب منابع مالی لازم در جهت سرمایه‌گذاری‌های جدید و مشارکت در افزایش سرمایه‌های مختلف شرکت‌های سرمایه‌پذیر از طریق وصول به‌موقع مطالبات، سایر منابع قابل دریافت و در صورت لزوم دریافت تسهیلات مالی مناسب. به‌علاوه طی عملیات جاری نیز امور مالی وظایفی به عهده دارد، از جمله تعهدات پرداخت به تأمین‌کنندگان تسهیلات مالی (بانک‌ها) در موعد مقرر، پرداخت سود مصوب مجمع عادی سالانه و تعهدات پرداخت به ارائه‌کنندگان خدمات روزانه از جمله هزینه‌های جاری و عملیاتی شرکت، و نهایتاً مدیریت منابع و مصارف به نحوی که همواره وضعیت نقدینگی شرکت قابلیت انعطاف لازم در جهت پاسخ‌گویی به تصمیمات مدیریت را داشته باشد. شرکت خوارزمی به عنوان یک شرکت مادر در راستای حمایت از شرکت‌های فرعی در صورت لزوم و هنگام درخواست آن‌ها، مشکلات نقدینگی آن‌ها را مرتفع می‌کند.

خوش‌نامی در بین بانک‌ها

شکوهی گفت: «در یک سال و نیم گذشته تلاش زیادی صورت گرفت تا تسهیلات مالی گران‌قیمت تسویه یا با تسهیلات مالی مناسب‌تر جایگزین شود. در حال حاضر با افتخار می‌گوییم که هیچ‌یک از شرکت‌های گروه خوارزمی بدهی معوق بانکی در نظام بانکی ندارند و حدهای اعتباری خوبی از بانک‌های مختلف برای سرمایه‌گذاری‌های جدید در شرکت‌های فرعی اخذ شده است، که به محض اعلام معاونت‌های محترم شرکت‌ها و مجامع و سرمایه‌گذاری‌ها و توسعه در اختیار آنان قرار خواهد گرفت.»

شفافیت اطلاعات مالی

از دیگر فعالیت‌های مهم این مدیریت می‌توان به افشای اطلاعات از جمله ارائه گزارش‌های منظم روتین بر اساس قوانین موضوعه سازمان بورس اوراق بهادار اشاره کرد. هم‌چنین این مدیریت وظیفه دارد نتیجه و گزارش اثرات کوچک‌ترین اقدام یا فعالیتی را که در وضعیت مالی شرکت بااهمیت است، بلافاصله از طریق سیستم کدال به اطلاع عموم برساند.

کیفیت گزارشگری مالی

مدیر مالی خوارزمی در ادامه گفت: «در راستای اجرای استانداردهای گزارشگری مالی که یکی از اهداف مهم امور مالی است، تولید اطلاعات مالی مفید یعنی اطلاعات ارزشمند

درون‌سازمانی و برون‌سازمانی تقسیم می‌شوند. گزارش‌های درون‌سازمانی شامل نتایج است که به مدیریت مجموعه داده می‌شود و به او در برنامه‌ریزی، کنترل عملیات و ارزیابی عملکرد و پیش‌بینی‌کنندگی (دومین وظیفه حسابداری) کمک می‌کند. مخاطب گزارش‌های برون‌سازمانی شامل طیف دیگری از استفاده‌کنندگان اطلاعات از جمله سرمایه‌گذاران، ادارات دولتی مانند سازمان مالیات و بیمه، نهاد ناظر مانند سازمان بورس اوراق بهادار و... است که از سازمان مالی می‌خواهد وضعیت مالی، نتایج عملکرد، صورت تغییرات حقوق مالکانه و گردش وجوه نقد شرکت را گزارش کند. بایستی همیشه این چابکی وجود داشته باشد تا در صورتی که اتفاقی افتاد که در زمره اطلاعات بااهمیت طبقه‌بندی می‌شد، بلافاصله از طریق سامانه کدال به بازار سرمایه اطلاع‌رسانی شود.

همراهی چندجانبه با مدیریت

شکوهی افزود: «وظایف مدیریت مالی در چهارچوب وظایف مدیریت ارشد هر سازمان تعیین می‌شود. مدیریت هر سازمان دو وظیفه کلی به عهده دارد. یکی از آن‌ها «وظیفه اقتصادی» و دیگری «وظیفه اداری» است. در حوزه اقتصادی، وظیفه مدیریت ارشد بررسی منابع محدود موجود و استفاده بهینه از آن‌ها به نحو احسن (حداکثرسانی ثروت سهام‌داران) است. مدیریت مالی در انجام این وظیفه به مدیریت ارشد کمک می‌کند. در شرکت‌های سهامی عام از جمله شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، صاحبان سهام میان طیف وسیعی از اشخاص حقوقی و حقیقی گسترش یافته‌اند. مدیریت در نگاه‌های اقتصادی بورسی به عنوان یک مباشر و امین وظیفه حسابداری و پاسخ‌گویی صحیح منابع را بر عهده دارد. در این‌جا امور مالی دخالت می‌کند و به مدیریت ارشد کمک می‌کند تا وظیفه مباشرت خود را به‌خوبی و طبق استانداردهای گزارشگری جلو ببرد. مدیریت ارشد در این‌جا یک وظیفه اداری دیگر نیز دارد که از همان وظیفه اقتصادی نشئت می‌گیرد و به پیش‌بینی‌کنندگی اطلاعات مالی شامل برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و کنترل عملیات شرکت مربوط می‌شود (بررسی و مقایسه عملکرد فعالیت‌های واقعی با برنامه‌های تدوین‌شده). شناسایی انحرافات حاصل با برنامه اولیه و نهایتاً خروجی آن، ارائه راه‌کارهایی است که مدیریت ارشد به این اهداف پیش‌بینی‌شده برسد.»

انضباط مالی در منابع و مصارف

و ارتقای کیفیت گزارش‌های برون‌سازمانی شرکت‌های فرعی با هماهنگی نزدیک معاونت محترم شرکت‌ها و مجامع را نیز بر عهده دارد و باید طی فواصل زمانی مشخص بررسی کند که آیا کیفیت گزارشگری در شرکت‌های فرعی مطابق با رویه شرکت اصلی پیش می‌رود یا خیر. ما این وظیفه را با همکاری معاونت امور شرکت‌ها انجام می‌دهیم و تاکنون شاهد پیشرفت‌های زیادی بوده‌ایم. امیدواریم در دوره‌های مالی آتی بتوانیم نقش خود را در خصوص ارتقای کیفیت گزارش‌دهی شرکت‌های فرعی بهبود بخشیم.»

ارتقای کیفیت گزارش حسابرس مستقل و بازرس قانونی

شکوهی گفت: «یکی از معیارهای ارتقای شفافیت اطلاعات مالی ناشران بورسی، کیفیت گزارش حسابرس مستقل و بازرس قانونی و عدم وجود بند در گزارش مذکور است. خوش‌بختانه در سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۹ نسبت به سال قبل حجم و تعداد بندهای گزارش حسابرس مستقل و بازرس قانونی کاهش یافت و برنامه‌ریزی کردیم نکات مطرح‌شده در گزارش حسابرسی تلفیق گروه خوارزمی (در شرکت اصلی بند گزارش نداریم) را که مربوط به شرکت‌های فرعی است، با رفع محدودیت‌ها، پی‌گیری‌های مستمر و اتخاذ تصمیمات به‌موقع با رعایت صرفه صلاح گروه با هماهنگی شرکت‌های مربوط به سرانجام برسانیم.»



و قابل استفاده برای تصمیم‌گیری عموم استفاده‌کنندگان اطلاعات در بازار سرمایه است. ویژگی مربوط بودن اطلاعات مالی بدین معنی است که مخاطب با مطالعه این اطلاعات ضمن دریافت بازخورد درست، بتواند تصویر شفافی از آینده داشته و اساس تصمیم‌گیری قرار دهد. ویژگی قابل اتکا بودن اطلاعات مالی به این معنی است که اطلاعات به طور کامل و با صداقت جمع‌آوری شده باشد. اگر اطلاعاتی شامل این دو ویژگی نباشد، اثربخشی لازم را نخواهد داشت.»

در واقع برای تهیه گزارش‌های مفید بایستی این گزارش‌ها واجد دو خصوصیت کیفی یعنی مربوط بودن و قابل اتکا بودن باشد؛ در غیر این صورت کیفیت اطلاعات مالی مخدوش خواهد شد. از ویژگی‌های یک گزارش مفید، قابل مقایسه بودن اطلاعات مالی و قابل فهم بودن آن است.

ارتقای کیفیت گزارش‌دهی شرکت‌های فرعی

شکوهی خاطر نشان کرد: «به دلیل این‌که این واحد تهیه‌کننده صورت‌های مالی تلفیقی گروه است، به نوعی وظیفه بازنگری





ارزیابی بازخورد نتایج اجرا و نهایتاً انجام اقدامات اصلاحی دارد. شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز از این قاعده مستثنا نیست و برای نیل به اهداف تعیین شده، دارای ساختار سازمانی منسجم، پرسنل مجرب و آموزش‌دیده و سیستم‌های اطلاعاتی چابک است. البته باید گفت منظور از سیستم‌های اطلاعاتی، فقط دستیابی به سیستم‌های نرم‌افزاری حسابداری موجود نیست، بلکه باید ضمن بهره‌مندی از این سیستم‌ها، ما به یک سری «فرم‌ها» و «روش‌ها» (از جمله آیین‌نامه و دستورالعمل) نیاز داریم که در حال حاضر در حال تهیه و تصویب است.

علیرضا شکوهی، مدیریت واحد مالی، در خصوص اهداف پیش روی این واحد گفت: «صورت‌های مالی تلفیقی میان‌دوره‌ای حسابرسی شده و افشای آن در سامانه کدال جزو وظایف آتی این شرکت است که تا ۱۵ اسفند سال جاری برای این مسئله وقت داریم. اما خوش‌بختانه فرایند اخذ گزارش حسابرسی بررسی اجمالی شرکت‌های فرعی را زودتر از موعد به پایان رسانده‌ایم که این اطلاعات در حال حاضر از سوی حسابرسان شرکت‌های اصلی و فرعی در حال بارگزاری است. از طرفی علی‌رغم محدودیت‌هایی که به دلیل شیوع ویروس کرونا مقرر شده و تمدید مدت زمان‌ها به وسیله سازمان اوراق و بورس بهادار، ما امیدواریم زودتر از زمان‌بندی مشخص شده بتوانیم گزارش‌های خود را ارائه دهیم. از دیگر برنامه‌های آتی، تهیه چهارچوب فنی در جهت برآورد نتایج عملکرد سال‌های آتی (در ردیف‌های درآمد و هزینه) به عنوان بودجه است که ان‌شاءالله پایه‌ای باشد برای انطباق با عملکرد واقعی و تهیه بازخورد و نهایتاً تصمیم‌گیری مدیریت.»

وی در پایان از حمایت‌ها و راهنمایی مدیرعامل محترم و معاونین شرکت و سایر همکاران در جهت پیشبرد بهتر فعالیت‌ها قدردانی به عمل آورد.

حفظ منافع سهام‌داران در حوزه مالیات و بیمه

او افزود: «در حوزه مسائل مرتبط با بیمه و مالیات اقدامات مؤثری از سوی همکاران بنده صورت گرفته است و می‌توان ادعا کرد که با رعایت امانت‌داری، حقوق سهام‌داران محترم حفظ شده است.»

حضور مؤثر در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌های مالی

دیدگاه معاون مالی و توسعه منابع گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی از ابتدا مشارکت در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌های مالی گروه به منظور افزایش ثروت سهام‌داران بوده است. در همین راستا دستورالعمل سازمان بورس در خصوص وظایف بالاترین مقام مالی ناشران بورسی که در نیمه دوم سال گذشته ابلاغ گردید، این موضوع را مورد تأکید قرار داده است.

حاکمیت شرکتی در خدمت رشد پایدار

شکوهی هدف از استقرار سیستم حاکمیت شرکتی را کمک به خط مشی‌گذاران با هدف حمایت از کارایی، اثربخشی، رشد پایدار و ثبات مالی خواند. او در تشریح این قسمت از صحبت‌هایش گفت: «در واقع ما باید با رعایت استانداردهای حسابداری و گزارشگری در حفظ حقوق سهام‌داران به همه آن‌ها نگاه یکسانی داشته باشیم و در قالب چهارچوب حاکمیت شرکتی حقوق سایر ذی‌نفعان را رعایت کنیم. هم‌چنین باید به مخاطب خود این اطمینان را بدهیم که در صورت بروز رخداد تأثیرگذار در شرکت، این رخداد به صورت کاملاً شفاف طبق اصول حاکمیت شرکتی افشا خواهد شد.»

او در ادامه گفت: «بنگاه‌های مالی و تجاری برای دستیابی به اهداف تعریف‌شده، نیاز به برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، اجرا و

دکتر موسوی: واگذاری شرکت‌های دولتی موجب رونق بازار سرمایه است

تأمین بخشی از کسری بودجه دولت می‌تواند موجب ثبات وضعیت عرضه‌های سهام متعلق به دولت در بازار بورس گردد. بر اساس بررسی‌های صورت‌گرفته در شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، روند بانک صادرات ایران طی سال‌های ۱۳۹۶ تا پایان سال ۱۳۹۸ در اکثر شاخص‌های عملکردی برآوردی، افزایشی بوده و این بانک را در زمره بانک‌های موفق کشور قرار داده است. این استاد دانشگاه در ادامه به اقتصاد آنلاین گفت: برآورد شاخص‌های عملکردی برای بانک‌های بورسی و رتبه‌بندی بانک‌ها در سال ۱۳۹۸ و مقایسه آن با سال ۱۳۹۶ نشان می‌دهد رتبه بانک صادرات ایران در عمده شاخص‌ها ارتقا یافته که نشان‌دهنده بهبود وضعیت این بانک در بازار پولی کشور است. در چنین شرایطی با عنایت به چشم‌انداز بهبود روابط بین‌المللی، به نظر می‌رسد بازده سهام این بانک در آینده با تداوم رشد همراه خواهد بود.

مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی معتقد است مصوبه جدید هیئت وزیران مبنی بر واگذاری سهام شرکت‌های پالایشی، سرمایه‌گذاری و... به بانک‌های صادرات ایران، ملت و تجارت در قالب رد دیون، با عنایت به افزایش نقدشوندگی مطالبات در بانک‌ها، می‌تواند اثرات مثبتی بر عملکرد آن‌ها و اقبال سهام‌داران به خرید سهام بانک‌های مزبور گردد. دکتر سیدرضا موسوی توضیح داد: این مشارکت علاوه بر کاهش مشکلات تصدی‌گری بخش دولتی، زمینه‌ساز رونق اقتصادی را نیز فراهم می‌کند. مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در توصیف وضعیت بازار سرمایه در ماه‌های پیش رو گفت: خوش‌بینی به کاهش ریسک‌های سیستماتیک در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی آثار مثبتی را برای بازار سرمایه و به‌خصوص برای بانک‌های دارای شعب خارجی همچون بانک صادرات ایران به همراه خواهد داشت، ضمن این‌که واگذاری سهام دولتی به بانک‌های مذکور علاوه بر

تقدیراز دکتر واصفی، معرفی مهندس احمدزاده

مدیرعامل جدید شرکت سینا دارو معرفی شد



احمدزاده از مدیران سخت‌کوش و اثرگذار کشور است که یقیناً حضور ایشان در شرکت سینا دارو اثرات مثبت فراوانی، به‌ویژه در تکمیل طرح توسعه شرکت، به همراه خواهد داشت.

دکتر محمدحسن واصفی نیز در این مراسم ضمن تشریح دستاوردهای سال‌های حضورش در این شرکت گفت: شرکت سینا دارو از جمله شرکت‌های مطرح در صنعت داروسازی کشور است که به همت تلاش همه همکاران در وضعیت مطلوبی قرار دارد. این تغییر مانند خون تازه در رگ‌های شرکت، زمینه‌ساز افزایش سرعت و پیشرفت شرکت سینا دارو خواهد شد.

مهندس مسعود احمدزاده، مدیرعامل جدید این شرکت، نیز در این مراسم شرکت سینا دارو را به عنوان یکی از شرکت‌های بزرگ و تأثیرگذار صنعت دارویی کشور معرفی کرد و گفت: با حضور دکتر واصفی به عنوان مدیرعامل سنگ بنای خوب و قدرتمندی پایه‌گذاری شده و با همت و تلاش همه همکاران برای اعتلای بیش از پیش شرکت تلاش خواهیم کرد. در این مراسم اعضای هیئت مدیره و نمایندگان سهام‌داران عمده شرکت سینا دارو نیز با اهدای لوح تقدیر از زحمات دکتر واصفی قدردانی کردند. شرکت سینا دارو از جمله شرکت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی است که بیش از ۴۷ درصد سهام این شرکت تولیدکننده دارو به شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی تعلق دارد.



با حضور معاون شرکت‌ها و مجامع، اعضای هیئت مدیره و نمایندگان سهام‌داران حقوقی، مدیرعامل جدید شرکت سینا دارو معرفی شد. به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، محمدتقی چراغی، معاون شرکت‌ها و مجامع این شرکت، در مراسم معارفه مهندس مسعود احمدزاده، مدیرعامل جدید شرکت سینا دارو، ضمن قدردانی از زحمات مدیرعامل پیشین این شرکت گفت: دکتر واصفی از مدیران خوش‌نام و تلاش‌گر صنعت داروی کشور به شمار می‌رود که در مدت حضور ایشان در شرکت سینا دارو اقدامات خوب و اثرگذاری در این شرکت انجام گرفته است.

صنعت دارو از جمله صنایعی در کشور است که با شرکت‌های خارجی در ارتباط است. با افزایش تحریم‌های ظالمانه پیش‌بینی می‌شد این صنعت حیاتی در تأمین نیاز مردم با مشکل مواجه شود، ولی خوش‌بختانه دکتر واصفی با اتکا به ظرفیت‌های شرکت سینا دارو توانست اثر این بحران را در سینا دارو مدیریت کند. چراغی با اشاره به این‌که نام دکتر واصفی در تاریخ شرکت سینا دارو ماندگار خواهد بود، گفت: مدیران ارشد شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی به عنوان سهام‌دار عمده با تغییر ایشان در شرایط اجرای پروژه توسعه موافق نبودند و این تصمیم بنا بر پافشاری ایشان اتخاذ شده است. او در خصوص مدیرعامل جدید شرکت سینا دارو نیز گفت: مهندس

دکتر موسوی: سینا دارو از شرکت‌های خوش‌نام و تأثیرگذار صنعت دارو به شمار می‌رود



بود. دکتر محمدحسن واصف، مدیرعامل شرکت سینا دارو، در بازدید مدیران ارشد شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی از این شرکت ضمن تشریح آخرین جزئیات طرح توسعه این شرکت گفت: پیاده‌سازی طرح توسعه خلی در روال عادی کار شرکت ایجاد نکرده و تمام خطوط تولید شرکت در حال فعالیت است.

بخش عمده طرح توسعه شرکت انجام شده و به امید خدا و با تلاش همکاران و پیمان‌کاران شرکت در آینده نزدیک خطوط تولید جدید مورد بهره‌برداری قرار خواهد گرفت.

او به دشواری‌های تأمین مواد اولیه برای محصولات خاص اشاره کرد و گفت: بخشی از مواد اولیه تعداد محدودی از محصولات از خارج از کشور تأمین می‌شود که تحریم‌های ظالمانه در کنار نوسانات قیمت ارز فرایند تأمین این مواد را با مشکل مواجه کرده است.

دکتر محمدحسن واصف در خصوص تأثیرات گسترش ویروس کرونا در تولید محصولات این شرکت نیز گفت: با آغاز گسترش این ویروس در اسفند گذشته، رعایت تمام پروتکل‌ها و دستورالعمل‌ها در بخش‌های مختلف شرکت در دستور کار قرار گرفت و خوش‌بختانه کمترین آسیب را در این بحث داشتیم.

در این بازدید علاوه بر مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره، مهندس سیاوش محمدی رودباری، معاون سرمایه‌گذاری و توسعه، محمدتقی چراغی، معاون شرکت‌ها و مجامع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، و جمعی از مدیران شرکت سینا دارو نیز حضور داشتند.

مدیران ارشد شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی ضمن بازدید از شرکت سینا دارو، در جریان جزئیات طرح توسعه این شرکت قرار گرفتند. به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، دکتر سیدرضا موسوی، مدیرعامل این شرکت، در جریان بازدید از شرکت سینا دارو، با اشاره به اهمیت تکمیل طرح توسعه این شرکت در آینده نزدیک، گفت: اقدامات مهمی در طرح توسعه شرکت سینا دارو انجام شده که دستاوردی بزرگ در صنعت دارویی کشور خواهد بود.

او در ادامه توضیح داد: اقدامات ماندگار صورت‌گرفته در شرکت سینا دارو ضریب بهره‌وری تولید در این شرکت را به شکل چشم‌گیری افزایش خواهد داد، که این موضوع آثار مثبت زیادی بر صورت‌های مالی شرکت خواهد داشت. صنعت دارو از صنایع استراتژیک کشور به شمار می‌رود، که خوش‌بختانه شرکت سینا دارو از جمله شرکت‌های خوش‌نام و تأثیرگذار این صنعت محسوب می‌شود.

دکتر جواد فرشباف ماهریان، رئیس هیئت مدیره شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، نیز در این بازدید بر لزوم تسریع در نهایی‌سازی طرح توسعه شرکت سینا دارو تأکید کرد.

او با اشاره به ظرفیت غنی دانش علمی در شرکت سینا دارو گفت: این پتانسیل ایجاب می‌کند که اقدامات لازم برای تولید محصولات جدید دارویی در دستور کار شرکت قرار گیرد.

دکتر فرشباف ماهریان همچنین به تدوین برنامه دو ساله شرکت اشاره کرد و ادامه داد: با اتکا به برنامه تدوین‌شده و اصلاح فرایندهای شرکت سینا دارو شاهد درخشش بیش از پیش این شرکت در صنعت دارویی کشور خواهیم



بازدید معاون شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی از معدن طلای شادان



توسعه معدن صدرجهان، از سایت معدنی و صنعتی طلای شادان واقع در ۶۵ کیلومتری جنوب غربی شهرستان بیرجند بازدید کردند و از نزدیک در جریان فعالیت‌ها و اقدامات انجام‌شده طی سال جاری قرار گرفتند.

مدیرعامل شرکت توسعه معدن صدرجهان در حاشیه بازدید معاون شرکت‌ها و امور مجامع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی از معدن طلای شادان، آخرین وضعیت این معدن را تشریح کرد. به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، میرمحمود یگانلی، مدیرعامل شرکت توسعه معدن صدرجهان، گفت: معدن طلای شادان از جمله معدن ارزشمند طلای کشور به شمار می‌رود که اقدامات زیربنایی و مفیدی برای استخراج طلا در آن انجام شده است. او با اشاره به این‌که این معدن موجب رونق اقتصادی منطقه خواهد شد، افزود: خط لوله انتقال و ایستگاه پمپاژ آب معدن مورد بهره‌برداری قرار گرفته، ضمن این‌که تجهیزات سنگ‌شکن یک‌میلیون تنی در کنار خطوط انتقال برق، محل هیپ آزمایشی فعال ۱۰ هزار تنی، محل آزمایشگاه و تأسیسات و تجهیزات فرآوری و استحصال طلا نیز ایجاد شده است.

شایان ذکر است، محمدمتقی چراغی، معاون شرکت‌ها و مجامع شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، و هیئت همراه در کنار مهندس میرمحمود یگانلی، مدیرعامل، و دکتر داود رئیسی، معاون فنی و مهندسی شرکت

استقبال سرمایه‌گذاران از پذیرهنویسی صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه پویا الگوریتم با نماد «پویا»

توسعه محصول یا ورود به بازار جدید خواهد بود. به همین جهت سیاست صندوق، سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی هست که حداقل یک محصول یا خدمت قابل ارائه داشته باشند. همچنین سیاست سرمایه‌گذاری نیز به صورت مرحله‌ای (staging) خواهد بود. بدین معنی که اگر شرکت‌های سرمایه‌پذیر به شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) تعیین‌شده خود دست پیدا کرده و ارزش افزوده مناسبی را در بازه زمانی تعیین‌شده ایجاد کردند، سرمایه مرحله بعد آن‌ها تأمین خواهد شد.

مدیرعامل سبدرگان الگوریتم با تأکید بر این‌که سرمایه‌گذاری در این صندوق ماهیتی بسیار پرریسک دارد، گفت: سرمایه‌گذاران باید توجه داشته باشند که سرمایه‌گذاری در این نوع صندوق‌ها تنها باید از سوی افرادی صورت گیرد که منابع مالی کافی برای پذیرش چنین ریسکی را دارند و در هیچ مقطعی نیاز فوری به نقد کردن سرمایه‌گذاری صورت‌گرفته در این صندوق را ندارند. همچنین واحدهای صندوق نباید از سوی کسانی خریداری شود که از نظر مالی و روانی آمادگی پذیرش از دست دادن کل این سرمایه را ندارند و سرمایه‌گذاری در این نوع صندوق‌ها نباید بخش اصلی سبد سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذار را تشکیل دهد.

او در ادامه توضیح داد: صندوق‌های جسورانه با توجه به ماهیت فعالیتشان عموماً ریسک بالاتری نسبت به سایر صندوق‌ها از جمله صندوق‌های سهامی دارند. علی‌رغم ریسک بالای صندوق، با توجه به سابقه درخشان مؤسسان صندوق در حوزه فناوری‌های نوین و شرکت‌های نوپا، انتظار می‌رود در پایان عمر صندوق سودآوری مناسبی حاصل گردد.

او در پایان گفت: در آینده نزدیک دومین صندوق جسورانه با مدیریت سبدرگان الگوریتم به بازار معرفی می‌شود که عمده تمرکز آن بر سرمایه‌گذاری روی شرکت‌های فناوری یا دانش‌بنیان در مرحله رشد و تثبیت جایگاه خود در بازار است.

مدیرعامل سبدرگان الگوریتم از استقبال سرمایه‌گذاران از محصول جدید این شرکت خبر داد و گفت: ظرفیت پذیرهنویسی صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه پویا الگوریتم با مدیریت شرکت سبدرگان الگوریتم در دومین روز پذیرهنویسی تکمیل شد. هم‌اکنون در حال انجام امور مربوط به ثبت و مجوز فعالیت صندوق هستیم. امیدواریم طی یک ماه پیش رو معاملات ثانویه صندوق آغاز گردد.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، آرش آفاقلیزاده در خصوص موضوع فعالیت این صندوق گفت: موضوع فعالیت صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه پویا الگوریتم در حوزه فناوری‌های نوین و شرکت‌های نوپا با موضوع فناوری اطلاعات و ارتباطات، پزشکی و سلامت، رسانه و سرگرمی و بایو و نانو تکنولوژی است. سرمایه صندوق، ثابت و معادل مبلغ ۵۰۰ میلیارد ریال و ارزش اسمی هر واحد یک‌میلیون ریال است. از ۵۰۰ هزار واحد سرمایه‌گذاری صندوق ۱۰۰ هزار واحد آن ممتاز و مابقی عادی است.

به گفته او بر اساس امیدنامه صندوق، عمر این صندوق پنج سال است که یک سال قابلیت تمدید دارد.

او با تأکید بر این‌که ترکیب مؤسسان صندوق از شرکت‌ها و نهادهای باسابقه قوی در حوزه فعالیت صندوق است، تشریح کرد: مؤسسان صندوق، شرکت سبدرگان الگوریتم (۲ درصد)، گروه خدمات بازار سرمایه الگوریتم (۴۵ درصد)، توسعه کارآفرینی بهمن (۳۳ درصد) و صندوق نوآوری و شکوفایی (۲۰ درصد) هستند که در کمیته سرمایه‌گذاری صندوق دارای نماینده‌اند. سبدرگان الگوریتم نیز به عنوان مدیر صندوق فعال خواهد بود.

او در خصوص سیاست‌های سرمایه‌گذاری صندوق گفت: همان‌طور که بیان شد، موضوع فعالیت صندوق در حوزه سرمایه‌گذاری جسورانه، فناوری‌های نوین و شرکت‌های نوپاست و تمرکز اصلی آن در مرحله

بازدید مدیران شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی از معدن مس رشیدآباد



معدن رشیدآباد به عنوان یکی از معدن شرکت توسعه معدن صدرجهان است که این شرکت نیز از جمله شرکت‌های شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی است.

به منظور آگاهی از روند آماده‌سازی، تجهیز و شروع عملیات استخراج کانسنگ از معدن مس رشیدآباد، جمعی از مدیران ارشد شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی از این معدن بازدید کردند.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، مهندس یگانلی، مدیرعامل شرکت توسعه معدن صدرجهان، جزئیات اقدامات و فعالیت‌های انجام برای شروع عملیات اکتشافات تکمیلی، آماده‌سازی و تجهیز تونل‌های استخراجی معدن رشیدآباد را تشریح کرد و گفت: معدن مس رشیدآباد به عنوان یکی از پتانسیل‌های معدنی باارزش در کانی‌زایی مس و طلا در کشور از جمله دارایی‌های باارزش شرکت توسعه معدن صدرجهان به شمار می‌رود که بر اساس پروانه بهره‌برداری، میزان ماده معدنی قابل استخراج سالانه آن ۱۲۰ هزار تن است.

در این بازدید محمدتقی چراغی، معاون شرکت‌ها و مجامع، مهندس سیاوش محمدی، معاون سرمایه‌گذاری و توسعه، و جمعی از مدیران شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی حضور داشتند.

دکتر افشار مدیرعامل شرکت توسعه برق و انرژی سپهر شد

سندیکای شرکت‌های تولیدکننده برق در هیئت تنظیم بازار برق، مشاور مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق قزوین در زمینه تحقیقات و عضو کمیته تحقیقات شرکت، مشاور معاونت بازار برق شرکت مدیریت شبکه برق ایران، حضور در عرصه‌های دانشگاهی و... از دیگر سوابق اجرایی او در سال‌های گذشته به شمار می‌رود.

دکتر افشار همچنین سوابق ارزنده‌ای در تألیف کتاب و مقالات تخصصی صنعت برق دارد.

شرکت توسعه برق و انرژی سپهر از جمله شرکت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی است.

با تصمیم هیئت مدیره شرکت توسعه برق و انرژی سپهر، دکتر کریم افشار به عنوان مدیرعامل این شرکت منصوب شد. به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی، افشار فارغ‌التحصیل رشته مهندسی برق - قدرت از دانشگاه صنعتی شریف در مقاطع دکترا و فوق‌لیسانس است و تجربیات ارزنده‌ای در این بخش دارد.

او از سال ۹۲ به عنوان مشاور و معاون بازار در شرکت برق و انرژی سپهر حضور دارد. علاوه بر این، رئیس بنیاد نخبگان استان قزوین، مشاور بازار برق، مدیرعامل نوآوران آرمان پویا (زیرمجموعه گروه مهمام شرق)، مشاور بازار برق سندیکای شرکت‌های تولیدکننده برق، نماینده

مهندس یگانلی خبر داد:

تمرکز شرکت توسعه معدن صدرجهان بر تسریع در ورود به بازار طلا و مس و توسعه فعالیت‌های دانش‌بنیان معدنی

مهندس یگانلی در ادامه تأکید کرد: با توجه به تمرکز فعالیت‌های شرکت بر معدن‌کاری، تولید و تجارت مس و طلا و قیمت‌های بالای جهانی و جذابیت بالای آن‌ها در بازار سرمایه، امکان عرضه سهام شرکت توسعه معدن صدرجهان در بورس فراهم است و می‌توانیم با استفاده از ظرفیت بازار سرمایه بخشی از سرمایه مورد نیاز را برای تکمیل پروژه‌های موجود و ورود به سرمایه‌گذاری‌های جدید تأمین کنیم.

در تدوین برنامه دو ساله شرکت به عنوان یک شرکت دانش‌بنیان معدنی، توجه ویژه‌ای به توسعه فعالیت‌های دانش‌محور شده و مقرر است در تکمیل و توسعه فعالیت‌های نوآورانه شرکت، فاز نیمه صنعتی سنتز کلکتور ویژه پرعبارسازی ذخایر مس اکسیدی کم‌عیار آغاز شود.

شایان ذکر است، بر اساس نتایج تست‌های مقیاس آزمایشگاهی انجام شده در مرکز تحقیقات فرآوری مواد معدنی ایران، بازیابی کنسانتره مس‌های اکسیدی کم‌عیار با استفاده از کلکتور سنتز شده این شرکت، بیش از ۹۶ درصد بوده است که می‌تواند در پرعبارسازی ذخایر مس اکسیدی کم‌عیار معدن این شرکت و سایر معدن کشور مورد استفاده قرار گیرد.

مدیرعامل شرکت توسعه معدن صدرجهان گفت: تمرکز این شرکت بر تسریع ورود به بازار طلا و مس و توسعه فعالیت‌های دانش‌بنیان معدنی است.

به گزارش روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی، مهندس میرمحمود یگانلی افزود: در برنامه دو ساله شرکت توسعه معدن صدرجهان، ارتقای ظرفیت‌های سازمانی از طریق تقویت سرمایه‌های انسانی، سازمانی و اطلاعاتی اهمیت ویژه‌ای داشته و در اولویت‌های برنامه شرکت قرار دارد.

او با اشاره به برنامه‌های اکتشافی شرکت افزود، عملیات اکتشافی در محدوده پروانه‌های موجود و در مهلت‌های مقرر قانونی، به شرط رسیدن به ذخیره مناسب تا مرحله اخذ گواهی کشف در دست اقدام است.

مدیرعامل شرکت توسعه معدن صدرجهان همچنین به اهمیت درآمدزایی پایدار در این شرکت اشاره کرد و گفت: برای دستیابی به این مهم از تمام ظرفیت‌های در اختیار برای تسریع در تکمیل اکتشافات، تجهیز و راه‌اندازی معدن و احداث واحدهای ثابت یا سیار فرآوری و استحصال طلا و مس در معدن خود استفاده خواهیم کرد. در برنامه دو ساله شرکت، استفاده از سازوکارهای متنوع تأمین مالی به‌ویژه استفاده از ظرفیت‌های بازار سرمایه پیش‌بینی شده است.

مهندس کریمی: نیروگاه منتظر قائم از سال ۹۴ مازوت مصرف نمی کند

مهندس کریمی در ادامه تأکید کرد: هر چند تأمین برق کشور در اولویت قرار دارد، ولی نیروگاه منتظر قائم که به تنهایی حدود ۲۰ درصد برق مورد نیاز استان‌های تهران و البرز و سه درصد برق کشور را تأمین می‌کند، به هیچ وجه برای ایفای وظیفه خود در تأمین برق، سلامت جامعه را به خطر نمی‌اندازد.

او در خصوص اقدامات صورت گرفته در این نیروگاه در حفظ محیط زیست گفت: علاوه بر استفاده از گاز برای تولید برق، به منظور رعایت الگوهای زیست محیطی، تصفیه خانه پساب صنعتی و بهداشتی نیروگاه در سه فاز احداث شده، ضمن این که احداث و نگهداری فضای سبز ۱۳ هکتاری در سایت نیروگاه، پایش مستمر گازهای خروجی از دودکش واحدهای بخار و گازی، پایش مستمر شرایط خاک سایت مجموعه با هدف اطمینان از عدم آلاینده‌گی و... از دیگر اقدامات صورت گرفته در این بخش است.

به گفته مهندس کریمی نیروگاه منتظر قائم همکاری نزدیکی با سازمان حفاظت محیط زیست و نهادهای مدنی فعال در این بخش دارد. شایان ذکر است که برخی از مسئولان این استان نیز در گفت‌وگو با خبرنگاران ضمن تأیید رعایت استانداردهای زیست محیطی در این نیروگاه، استفاده از مازوت در نیروگاه منتظر قائم را رد کرده بودند. شرکت توسعه برق و انرژی سپهر به عنوان مالک نیروگاه منتظر قائم از جمله شرکت‌های گروه سرمایه‌گذاری خوارزمو به شماره می‌رود که نقش مهمی در تأمین برق مصرفی کشور ایفا می‌کند.

هوای روزهای اخیر در کلان‌شهرها در وضعیت قرمز قرار گرفته و آلودگی هوا سلامت شهروندان را تهدید می‌کند.

به گزارش روابط عمومی شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمو، در سال‌های قبل عامل افزایش آلودگی هوا در ماه‌های سال به رفت و آمدهای شهری نسبت داده می‌شد، ولی امسال با توجه به گسترش ویروس کرونا و برگزاری آن‌لاین کلاس‌های آموزشی و به تبع آن، کاهش تردهای شهری، دلایل مختلفی برای افزایش حجم آلاینده‌ها در روزهای اخیر مطرح شده است، که یکی از این دلایل استفاده از سوخت مازوت در واحدهای صنعتی از جمله نیروگاه‌های تولید برق است.

مهندس عباس کریمی، مدیرعامل نیروگاه منتظر قائم، در این باره گفت: در سال‌های دور استفاده از مازوت در نیروگاه‌های تولید برق امری مرسوم بود، ولی با همکاری و همراهی شرکت گاز استان البرز در تأمین گاز مورد نیاز، از خرداد ۹۴ حتی برای یک لحظه از مازوت برای تولید برق در نیروگاه منتظر قائم استفاده نشده است.

نیروگاه منتظر قائم به عنوان یکی از بزرگ‌ترین نیروگاه‌های تأمین کننده برق مصرفی کشور رعایت سلامت افراد جامعه را به عنوان استراتژی خلل‌ناپذیر در دستور کار دارد.

او با اشاره به این که بازدید از نیروگاه منتظر قائم به صورت دوره‌ای در دستور کار نمایندگان سازمان محیط زیست، فرمانداری و سایر نهادهای ذی‌صلاح قرار دارد، گفت: تمامی شیرهای مخازن مازوت نیروگاه از سال ۹۴ پلمب شده است.





در این بخش می‌خوانید

پرونده ویژه «وחרزم» از چشم‌انداز احیای برجام و تأثیر آن بر اقتصاد ایران
«» اقتصاد ایران؛ چشم‌انتظار تحولات عمیق

گزارش «وחרزم» از پیش‌بینی وضعیت بورس در ماه‌های آینده
«» بازار گرم سرمایه در زمستان

اقتصاد ایران



پرونده

محمدحسین علی اکبری

پرونده ویژه «وخارزم» از چشم انداز احیای
برجام و تأثیر آن بر اقتصاد ایران

اقتصاد ایران؛ چشم انتظار تحولات عمیق

اردیبهشت ۹۷ بود که ایالات متحده آمریکا با دستور دونالد ترامپ از برجام خارج شد و همه تحریم‌های این کشور که بر اساس توافق برجام تعلیق و رفع شده بود، با شدت بیشتری بازگشت. از این رو بسیاری از شرکت‌های خارجی که با ایران قرارداد داشتند، چمدان خود را بستند و راهی کشورشان شدند. از شرکت توتال که قراردادی برای توسعه فاز ۱۱ پارس جنوبی داشت، تا شرکت‌های خودروسازی رنو و پژو که قرار بود محصولات جدید خود را با همکاری ایران خودرو و سایپا تولید کنند. برجامی که در پاییز سال ۹۴ به امضا رسیده بود، دوام زیادی نداشت و پس از دو سال به حالت تعلیق درآمد. اکنون از برجام تنها یک نام باقی مانده و هیچ کدام از کشورهای غربی به تعهدات خود عمل نمی‌کنند. ایالات متحده آمریکا هم به شرکت‌های جهان هشدار داده که همکاری با ایران جریمه‌های سنگینی را به دنبال خواهد داشت و از این طریق فشار و تحریم را تشدید کرده است.

تلاش برای رفع تحریم به موازات خنثی‌سازی آن

موسی شهپازی غیائی / کارشناس اقتصادی

ایران در زمینه‌های مختلف اقتصادی ظرفیت‌های بالایی دارد، اما متأسفانه از این ظرفیت خود نمی‌تواند به‌درستی استفاده کند. در طول سال‌های گذشته سیاست ایران نسبت به ایجاد روابط با کشورهای غرب تغییر پیدا کرد، اما نتیجه آن تشدید تحریم‌ها بود. زمانی که دونالد ترامپ از برجام خارج شد و اعلام کرد نسبت به این قرارداد هیچ تعهدی ندارد، شرایط پیچیده‌ای شکل گرفت. به‌طوری‌که ایران در برجام تنها ماند و حتی کشورهای اروپایی هم به تعهدات خود عمل نکردند. با انتخاب رئیس‌جمهور جدید آمریکا اعلام می‌شود که قرار است تحریم‌ها برداشته شود و دوباره به شرایط سال ۹۴ بازگردیم، اما باید در نظر داشت پازل تحریمی ایران آن‌قدر پیچیده شده که بعید است با یک امضا همه چیز به حالت قبل بازگردد.

معضلی که اکنون شاهد هستیم، بودجه سال آینده است که در آن فرض بر رفع تحریم‌ها قرار گرفته، که در غیر این صورت منجر به کسری بودجه خواهد شد. بودجه سال آینده در حالی انبساطی تدوین شده که کشورهایی که ایران را تحت فشار اقتصادی قرار دادند، به‌شدت در حال رصد هستند. ما باید از رفع تحریم استقبال کنیم، اما نباید روی آن حساب بی‌حد و حصر باز کنیم و آینده کشور را به این موارد گره بزنیم. یک زمانی تحریم بنزین یکی از اهرم‌های فشار در نظر گرفته شد و زمانی که ایران مورد تحریم‌های جهانی قرار گرفت، تحریم بنزین یکی از همین موارد بود. ایران با این‌که صادرکننده نفت خام بود، طی سالیان گذشته بنزین وارد می‌کرد، اما با یک دهه تلاش نه‌تنها ایران از واردات بی‌نیاز شد، بلکه در سید صادراتی خود بنزین را قرار داد. این موضوع نشان می‌دهد در اقتصاد ایران ظرفیت بالایی برای خنثی‌سازی تحریم‌ها وجود دارد، درواقع نباید مدام چشممان را به دست غربی‌ها پدویم تا شاید کاری برای ما انجام دهند. پازل تحریمی که آمریکا در زمان ترامپ پیچیده، به این راحتی قابل بازگشایی نیست و بعید است با تغییر رئیس‌جمهور در مدت کوتاه بتوان شاهد گشایش کامل در این زمینه شد. استفاده از مکانیسم فشار حداکثری و بالا بردن ریسک مبادلات با ایران یک‌روزه به وجود نیامده که یک‌روزه برطرف شود. اکنون ریسک فعالیت با ایران آن‌قدر بالا رفته که حتی اگر تحریم‌ها هم برداشته شود، بعید است روابط ایران با کشورهای دیگر در کوتاه‌مدت جنبه عادی به خود بگیرد. ایران به موازات تلاش برای رفع تحریم باید به دنبال خنثی‌سازی تحریم هم باشد.

صنایع مختلفی پس از تحریم سال ۹۷ با مشکل روبه‌رو شدند که مهم‌ترین آن خودروسازی بود. دلیل برخی از گرانی‌های صورت‌گرفته در بازار خودرو ناشی از عدم واردات مواد اولیه و اشکال در قوانین داخلی است، اما اکنون در همان حوزه قطعات اولیه مورد نیاز خودروسازی طی قراردادی که با قطعه‌سازان منعقد شده، سرمایه‌گذاری صورت گرفته و به تولید انبوه رسیده‌اند. این موارد نشان می‌دهد ایران ظرفیت‌های خوبی برای خنثی‌سازی تحریم را دارد. دنیا روی کشوری حساب می‌کند که در جامعه جهانی حرفی برای گفتن داشته باشد. اگر در موضع ضعف قرار بگیرد، تحریم‌ها شدیدتر خواهد شد و اگر مطابق میل آن‌ها رفتار نشود، مشکلات زیادی ایجاد خواهند کرد. زمانی که برجام به نتیجه رسید و قرار شد تحریم‌های علیه ایران یک‌بار برداشته شود، بانک‌های بزرگ خارجی حاضر به همکاری با ایران نشدند و با این‌که ایران نسبت به این موضوع اعتراض کرد، نتیجه‌ای به دست نیاورد. اکنون نیز شرایط همانند همان سال‌هاست و اگر دوباره تحریم‌ها لغو شود، نباید انتظار داشت گشایش اقتصادی فوری در ایران اتفاق بیفتد. تجربه ثابت کرده هر بار که به کشورهای دیگر چشم امید داشتیم، نتیجه به‌دست‌آمده از آن‌چه تصور می‌شده، بسیار کمتر بوده و تا زمانی که نگاهمان به کشورهای غربی باشد، توسعه اقتصادی در کشور اتفاق نمی‌افتد.

خنثی‌سازی تحریم این مزیت را دارد که اگر روابط با کشورهای غربی برقرار شود، می‌توان از آن به نفع منافع داخلی استفاده کرد. قابل توجه است که بودجه‌ای که برای سال آینده در نظر گرفته شده، چندان به توان داخلی امید ندارد و به این‌گونه تنظیم شده که تحریم‌ها برداشته شود و بتواند نفت زیادی بفروشد. اما با توجه به تحریم شبکه بانکی، ممکن است ارز وارد کشور نشود و دولت به همان میزان در داخل پول چاپ کند که منجر به تورم و افزایش پایه پولی می‌شود. با این تفاسیر، به جای رفع تحریم باید به دنبال خنثی‌سازی تحریم باشیم و نباید چشم امید به کشورهای خارجی از جمله آمریکا داشته باشیم.

هدف: حذف صادرات نفت

با بازگشت تحریم‌ها علیه ایران مکانیسم فشار حداکثری به کار گرفته شد که در چند مرحله قرار بود اجرا شود. اولین هدف تحریم آمریکا علیه ایران محدود کردن درآمد ارزی بود و از آن‌جایی که بودجه کشور وابستگی زیادی به نفت دارد، هدف‌گذاری خود را برای به صفر رساندن صادرات نفت به کار گرفت. ابتدا صادرات نفت ایران به هشت کشور محدود شد که حدود ۸۰۰ هزار تا یک میلیون بشکه بود. با این‌که پول نفت ایران در همان کشورها بلوکه می‌شد، مقامات ایران در آن زمان اعلام می‌کردند صادرات نفت ایران از این مقدار کمتر نخواهد شد. هم‌زمان با صادرات حدود یک میلیون بشکه‌ای نفت ایران کشورهای عربستان، روسیه، عراق و آمریکا تولید نفت خود را افزایش دادند و قیمت نفت بسیار کاهش یافت. یک‌بار آمریکا مجوز خرید نفت از ایران را باطل کرد و گفت هیچ کشوری حق خرید نفت از ایران را ندارد. این ماجرا تا جایی پیش رفت که محمدباقر نوبخت، رئیس‌سازمان برنامه و بودجه و معاون رئیس‌جمهور، اعلام کرد اجازه فروش یک قطره نفت را هم نداریم.

در انتظار امضا

تحریم‌ها هر روز شدت بیشتری علیه ایران پیدا کرد، تا جایی که زمان انتخابات آمریکا فرا رسید. در ماه‌های پایانی فعالیت دونالد ترامپ بود که سیگنال‌هایی برای مذاکره با ایران داده شد تا بتواند به عنوان یک دستاورد در تبلیغات انتخاباتی خود از آن نام ببرد، اما ایران حاضر به مذاکره نشد و بازگرداندن تحریم‌ها از سوی آمریکا را کاری غیرقانونی دانست. انتخابات به پایان رسید و دونالد ترامپ جمهوری‌خواه از جو بایدن دموکرات شکست خورد... جو بایدن اکنون در آستانه ورود به کاخ سفید است و حسن روحانی، رئیس‌جمهور، صریحاً اعلام کرده رئیس‌جمهور جدید دولت آمریکا می‌تواند با یک امضا تحریم‌ها را رفع کند. بیژن نامدار زنگنه، وزیر نفت، هم اعلام کرد بازگشت ایران به بازار نفت و فروش دومیلیون و ۳۰۰ هزار بشکه کاری شدنی است و مشکلی در این زمینه دیده نمی‌شود. دولت در بودجه سال ۱۴۰۰ در نظر گرفته روزانه دومیلیون و ۳۰۰ هزار بشکه می‌تواند بفروشد و روی درآمد ۲۰۰ هزار میلیارد تومانی از این محل حساب باز کرده است. از سوی دیگر، فروش اوراق نفتی و همچنین برداشت از صندوق توسعه ملی را در برنامه مالی سال آینده قرار داده است. کاهش تخصیص از صندوق توسعه ملی برای تأمین کسری بودجه هم موضوع دیگری بود که حساب و کتاب دولت برای سال آینده را با محدودیت‌هایی مواجه می‌کند و احتمالاً باید منابع دیگری را در نظر بگیرد. به این دلیل که با صادرات بیش از یک‌میلیون بشکه در روز باید سهم صندوق توسعه ملی را بازگرداند.

با پایان انتخابات آمریکا قیمت دلار از پایه ۳۰ هزار تومان در ایران به پایه ۲۰ هزار تومان آمد و به تبع این کاهش، قیمت طلا از گرمی یک‌میلیون و ۴۰۰ هزار تومان به یک‌میلیون تومان رسید. هر چند بازارهای سرمایه‌گذاری در ایران نوسانات زیادی را تجربه می‌کنند، اما تحریم‌هایی که علیه ایران به کار گرفته شد، کاهش شدید ارزش پولی ملی و کاهش سرمایه‌گذاری در کشور را به دنبال داشت. همچنین اتکا به درآمد‌های نفتی که در بودجه دیده شده بود و به نتیجه نرسید، موجب خلق نقدینگی شد که نتیجه آن تورم و کاهش قدرت خرید مردم بود. حالا با بازگشت دموکرات‌ها به سیستم قدرت آمریکا باید دید تا چه حد نسبت به رفع تحریم‌های علیه ایران جدی هستیم.

اقتصاد ایران جراحی می‌خواهد...

یک ساله کشور باید در راستای پیشرفت تنظیم شود، اما طی یک دهه گذشته اثری از هماهنگی میان برنامه‌های توسعه‌ای و بودجه نیست. در دهه ۴۰ اقتصاد ایران رشد ۱۱ درصدی را تجربه کرد، که البته در آن زمان نفت نقش مهمی در اقتصاد ایران نداشت و نمونه این موضوع را طی سال‌های ۷۵ تا ۸۸ شاهد بودیم که رشد اقتصادی به پنج درصد رسید. در مابقی سال‌ها رشد اقتصادی ایران به فروش نفت گره زده شد و رشد اقتصادی که در سال ۹۵ به دست آمد، ناشی از فروش نفت در بازارهای جهانی بود، درحالی‌که باید از این فرصت برای توسعه اقتصادی ایران استفاده می‌شد. باز هم باید تأکید کنم که هر چند اقتصاد ایران باید به دنبال رفع تحریم‌ها برای توسعه خود باشد، اما باید در نظر داشت که همه مشکلات به‌وجودآمده در کشور متوجه تحریم‌ها نیست و باید به جایگاهی رسید که اقتصاد بتواند جایگاه اصلی خود را پیدا کند. ظرفیت‌های اقتصادی ایران می‌گوید کشورمان باید قدرت اول منطقه از نظر اقتصادی باشد، اما کشورهای ترکیه و برخی کشورهای عربی اقدامات توسعه‌ای برای کشورشان تعریف کردند که این موضوع باعث می‌شود جبران آن برای ایران چندین سال به طول انجامد. یکی دیگر از مشکلات داخلی ایران که باید حل شود و ربطی به تحریم ندارد، بزرگ بودن دولت است. اکنون بخش زیادی از هزینه‌هایی که در بودجه می‌آید، مربوط به شرکت‌های دولتی و بخش‌های دیگری است که تصدی آن در اختیار دولت قرار دارد. همین موضوع باعث شده درآمدهای مالیاتی دولت نیز به میزان معقولی نباشد، اما باید توجه داشت که اگر بخش خصوصی وارد اقتصاد شود و شرکت‌های دولتی از چتر دولت خارج شوند، هم هزینه‌های دولت کاهش می‌یابد و هم بخش خصوصی برای فعالیتی که انجام می‌دهد، مالیات پرداخت می‌کند، که در هر دو صورت دست دولت در بخش درآمدها باز خواهد شد. افزایش درآمدهای دولت می‌تواند پروژه‌های توسعه‌ای در کشور را افزایش دهد و در یک دهه آینده اقتصاد ایران به یک ثبات نسبی برسد. متأسفانه این جراحی در اقتصاد ایران سخت است و هر دولتی که سر کار می‌آید، با این موضوع محافظه‌کارانه برخورد می‌کند.

پیمان مولوی / کارشناس اقتصادی

رفتن دونالد ترامپ و آمدن جو بایدن نمی‌تواند معیاری برای نشان دادن وضعیت اقتصاد ایران باشد، بلکه این اعداد و ارقام هستند که مشخص می‌کنند در چه شرایطی قرار داریم. اساساً نگاه‌ها به آمدن آقای بایدن دوخته شده که چه واکنشی نسبت به ادامه برجام و رفع تحریم‌های ایران دارد، اما شخصاً اعتقاد دارم ایران باید رویه خود را در بخش‌های مختلف از جمله اقتصاد تغییر دهد. نه بدون تحریم‌ها مشکلاتش حل می‌شود و نه با ادامه تحریم‌ها می‌توانیم بدون حضور در بازارهای جهانی موفق شویم، درنتیجه باید توجه داشت ایران باید نگاهی درون‌زا و برون‌نگر داشته باشد.

نگاهی به وضعیت اقتصادی ایران در ۱۰ سال گذشته نشان می‌دهد متوسط رشد اقتصادی از سال ۹۰ تا کنون صفر بوده است. اگر جو بایدن، رئیس‌جمهور جدید آمریکا، قصد رفع تحریم‌ها را داشته باشد، قطعاً نیاز به مذاکره مجدد دارد و بعید است بدون مذاکره به رشد اقتصادی سال ۹۵ برگردیم. باید توجه داشت زمانی که رشد اقتصادی ایران منفی یا صفر است، کشورهای دیگر مانند عربستان و ترکیه که رقبای اقتصادی ایران در منطقه هستند، پیشی می‌گیرند و به جای این‌که ایران از نظر اقتصادی قدرت اول منطقه باشد، باید جایگاه خود را از دست بدهد و چندین سال در تلاش باشد تا جایگاه قبلی خود را به دست بیاورد. باز هم باید تأکید کنم که با رفع تحریم همه مشکلات ما رفع‌شدنی نیست و باید برخی معضلات در داخل رفع شود. اگر مشکلاتی را که در داخل است، برطرف کنیم، قطعاً با رفع تحریم‌ها می‌توانیم به رشد اقتصادی پایدار برسیم. نباید فراموش کنیم که اگر شش سال مداوم رشد اقتصادی هشت درصد داشته باشیم، به وضعیت سال ۹۱ خواهیم رسید، و این موضوع نشان می‌دهد که چقدر مشکلات داخلی و تحریم بر اقتصاد ایران اثر گذاشته است. یکی از معضلاتی که در نظام اقتصادی ایران وجود دارد، بودجه‌ریزی سالانه است. به این صورت که به بودجه تنها به عنوان یک سند حسابداری نگاه می‌شود، درحالی‌که سند مالی



با رفع تحریم همه مشکلات ما رفع‌شدنی نیست و باید برخی معضلات در داخل رفع شود. اگر مشکلاتی را که در داخل است، برطرف کنیم، قطعاً با رفع تحریم‌ها می‌توانیم به رشد اقتصادی پایدار برسیم. نباید فراموش کنیم که اگر شش سال مداوم رشد اقتصادی هشت درصد داشته باشیم، به وضعیت سال ۹۱ خواهیم رسید، و این موضوع نشان می‌دهد که چقدر مشکلات داخلی و تحریم‌ها بر اقتصاد ایران اثر گذاشته است

مجدد را پایین می‌آورد، یا ریسک آن را افزایش می‌داد. عدم توجه به این موارد باعث شد هر سال شاهد کاهش سهم اقتصاد ایران در جهان باشیم، که نتیجه آن در کاهش رشد اقتصادی و تولید و تجارت مشهود است.

با این‌که اکنون این پیش‌بینی وجود دارد که قرار است تحریم‌ها در کشور برداشته شود، باز هم مردم اعتماد کافی به بازارهای داخلی ندارند و همه افراد دارای سرمایه به صورت بدبین فعالیت اقتصادی خود را پیش می‌برند. از سوی دیگر، کاهش ارزش پول ملی عاملی شده برای تبدیل دارایی‌های نقدی به غیرنقدی که اصطلاحاً بیان می‌شود پول داغ، و اکنون ریال ایران چنین وضعیتی پیدا کرده است. هم‌چنین به نظر می‌رسد آمدن بایدن در چند ماه آینده اثر واقعی بر اقتصاد ایران ندارد و اکثر اتفاقات به واکنش‌های روانی بازار مربوط می‌شود. ایران در آستانه انتخابات ریاست‌جمهوری قرار دارد، در نتیجه انتخابات آمریکا در اقتصاد کم‌اثر شده است. ضمن این‌که بعید است در کوتاه‌مدت و طی زمان باقی‌مانده دولت دوازدهم تحریم‌ها از اقتصاد ایران رخت بپندد، قطعاً باید قبول کنیم که فعالیت جو بایدن از پایان دولت ترامپ آغاز خواهد شد که شباهتی به دوران پایان دولت اوباما ندارد. در طول سال‌هایی که ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا بود، آسیب‌های زیادی به اقتصاد ایران زده شد و اگر آمریکا خواستار مذاکره جدید نشود، باز هم در کوتاه‌مدت بعید است تن به رفع تحریم‌ها بدهد. ترامپ هزینه بازگشت به برجام و رفع تحریم‌های ایران را سنگین کرده و رئیس‌جمهور جدید آمریکا برای انجام این کار، راه سختی در پیش دارد. اتفاق مثبتی که با انتخاب جو بایدن در اقتصاد افتاد،

کاهش انتظارات تورمی بود. اگر ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا می‌شد، هم نرخ ارز افزایش می‌یافت و هم انتظارات تورمی بالا می‌رفت، که این موضوع منجر به گرانی بیشتری می‌شد. این‌که این تصور در بازار ایجاد شود که کسی روی کار آمده که امکان مصالحه، مذاکره و رسیدن توافق با او وجود دارد، می‌تواند فشار روانی را از بازار بردارد.

مجیدرضا حریری / کارشناس اقتصادی، رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین

باید قبول کنیم که بخشی از مشکلات اقتصادی ایران ناشی از رفتار ترامپ در طول ریاست‌جمهوری خود در آمریکا بود. از فشار حداکثری تا خروج از برجام اثراتی را در اقتصاد ایران داشت که بازگشت به شرایط قبل از آن نیازمند رفع پیچیدگی‌های موجود است. ایران به دلیل مشکلات سیاسی با آمریکا تحت تحریم‌های سنگین قرار گرفت، از این‌رو درآمد دولت از محل فروش نفت کاهش یافت. فروش نفت به تنهایی مشکلی برای اقتصاد ایران به دنبال ندارد، اما زمانی مهم



می‌شود که روی این درآمد در بودجه کشور حساب شده و عدم تحقق آن منجر به رشد پایه پولی، افزایش نقدینگی و تورم خواهد شد. در کنار کاهش درآمدهای نفتی، درآمدهای غیرنفتی هم به دلیل شیوع ویروس کرونا پایین آمده است. تجارت ایران به طور متوسط ۴۰ میلیارد دلار است که در کنار میزان ارقام میلیاردی قاچاق کالا که قرار می‌گیرد، عدد بزرگی را نشان می‌دهد. طبق محاسبات انجام‌شده ایران سالانه به حدود ۷۰ تا ۸۰ میلیارد دلار نیاز دارد، اما اکنون درآمد ارزی کشور به‌زحمت به ۴۰ میلیارد دلار می‌رسد، که نتیجه آن کمبود ارز در کشور، کاهش ارزش پول ملی و گران‌تر شدن دلار است. متأسفانه در ایران با اقتصاد برخورد سیاسی می‌شود و اقداماتی صورت می‌گیرد که به جای توسعه اقتصادی مشکلات این بخش را می‌افزاید. مدتی است بحث FATF در کشور مطرح است و برخی مسئولان معتقدند تا زمانی که تحریم هستیم، پیوستن به گروه ویژه اقدام مالی برای کشور فایده‌ای ندارد، اما نکته قابل توجه این‌جاست که اگر تحریم‌ها برداشته شود و ما به FATF نپیوسته باشیم، مشکل شبکه بانکی افزوده می‌شود. حالا با آمدن جو بایدن، به عنوان رئیس‌جمهور جدید آمریکا، انتظار می‌رود تحریم‌ها برداشته شود، اما باید توجه داشت زمانی که برجام امضا شد و از شر تحریم‌ها خلاص شدیم، آن‌طور که باید و شاید، از فرصت به‌دست‌آمده استفاده نکردیم. حدود ۱۸ ماه سایه تحریم از سر ایران برداشته شد، اما متأسفانه به دلیل عدم پیوستن به FATF مشکلات بانکی برطرف نشد و بانک‌های بزرگ خارجی حاضر به همکاری با ما نشدند. اگر این کار انجام می‌شد، می‌توانستیم از فاینانس‌های خارجی استفاده کنیم و هر چقدر پول خارجی به صورت فاینانس یا سرمایه‌گذاری مستقیم وارد ایران می‌شد، امکان تحریم

در کنار کاهش درآمدهای نفتی، درآمدهای غیرنفتی هم به دلیل شیوع ویروس کرونا پایین آمده است. تجارت ایران به طور متوسط ۴۰ میلیارد دلار است که در کنار میزان ارقام میلیاردی قاچاق کالا که قرار می‌گیرد، عدد بزرگی را نشان می‌دهد. طبق محاسبات انجام‌شده ایران سالانه به حدود ۷۰ تا ۸۰ میلیارد دلار نیاز دارد، اما اکنون درآمد ارزی کشور به‌زحمت به ۴۰ میلیارد دلار می‌رسد، که نتیجه آن کمبود ارز در کشور، کاهش ارزش پول ملی و گران‌تر شدن دلار است

میثم موسایی / عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

حل بحران‌های خارجی می‌رساند. باید قبول کرد بخشی از مشکلات اقتصادی ما ناشی از تحریم‌هاست و اظهار نظرهایی که اعلام می‌شود تحریم بر اقتصاد ایران اثر نگذاشته، قطعاً بدون آگاهی و غیرمستند است.

در طول سال‌هایی که آمریکا از برجام خارج شد، سفره مردم ایران هر سال کوچک‌تر شده و با شیوع ویروس کرونا به مشکلات معیشتی مردم اضافه شده است. همان‌طور که گفته شد، ایران باید در ملاحظات سیاسی و اقتصادی با حفظ کرامت و عزت ملی تجدید نظر کند و مهم‌ترین دلیل آن کوچک شدن سفره مردم است. برخی مقامات دولت این اظهار نظر را دارند که بودجه سال ۱۴۰۰ این پیام را به دنیا می‌دهد که سال آینده ایران بدون تحریم خواهد بود، و اگر این درست باشد، باید از چنین تصمیماتی حمایت کرد. رفتن ترامپ می‌تواند برای ایران یک فرصت برای دستیابی به رشد اقتصادی باشد، که برای رسیدن به این هدف ابتدا باید تحریم‌ها برداشته شود و از سوی دیگر، همکاری ایران با کشورهای دیگر برای انتقال فناوری درجه یک گسترش یابد. یکی از دلایلی که رشد اقتصادی ایران پایدار نیست، استفاده از فناوری درجه دو کشورهای دیگر است. درحالی‌که این ظرفیت وجود دارد که ایران به یک رشد اقتصادی پایدار پنج تا شش درصد حتی بدون نفت دست یابد. پیشنهاد می‌شود زمانی که تحریم‌ها برداشته شد، از این فرصت استفاده شود و به سمت بودجه عملیاتی برویم. وابستگی بودجه ایران به نفت باعث بروز مشکلات زیادی می‌شود. باید توجه داشت که درآمدهای نفتی باید صرف پروژه‌های توسعه‌ای کشور شود، نه هزینه‌های جاری دولت. برداشته شدن تحریم‌ها دور از ذهن نیست، اما باید از این فرصت در راستای پیشرفت‌های اقتصادی و در مسیر دستیابی به رشد اقتصادی پایدار بهره برد.

اقتصاد ایران به سیاست وابسته است و می‌توان بزرگ‌ترین معضل کشور را همین وابستگی دانست. از محدودیت‌های دیپلماسی برای جذب سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی گرفته، تا کشمکش‌های سیاسی در داخل که منجر به تورم و کوچک‌تر شدن سفره مردم می‌شود. شکی نیست ایران باید در زمینه سیاسی و اقتصادی خود تجدید نظر کند و راه جدیدی را پیش بگیرد. البته این بدان معنا نیست که فردا باید ایران به یک کشور وابسته و غیرمستقل تبدیل شود، یا تمام روابط خود را قطع کنیم تا احساس خودکفایی داشته باشیم! ایران در طول سال‌های پس از انقلاب اسلامی اثبات کرده که در مواقع حساس تصمیمات درستی گرفته و از خطرات عبور کرده، اما جای خالی این‌گونه تصمیمات در حوزه اقتصاد مشاهده می‌شود.

در طول سال‌های گذشته مشکلات زیادی متوجه کشور شده و از نظر اقتصادی عقب‌ماندگی‌های زیادی داریم. به‌طوری‌که اگر از ابتدای انقلاب اسلامی تا کنون سالانه حدود چهار درصد رشد اقتصادی داشتیم، با توجه به جمعیت آن زمان اکنون رشد کل اقتصاد ۵,۲ برابر بود. به‌طوری‌که اگر در آن زمان دوهزار میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی داشتیم، اکنون بیش از ۱۰ هزار میلیارد دلار حجم تولید ناخالص داخلی بود، که با توجه به افزایش جمعیت، پنج‌هزار میلیارد دلار در رشد اقتصادی تأثیر داشت. باید توجه داشت در ابتدای انقلاب اسلامی جمعیت کشور کمتر از ۴۰ میلیون نفر بود و اکنون بیش از ۸۰ میلیون نفر است، اما معتقدم اقتصاد ایران در طول سال‌های گذشته آن قدر کاستی به خود دیده که نتوانسته از ظرفیت‌های خود بهره ببرد. هم‌چنین باید اشاره داشت که اقتصاد کره جنوبی در سال ۵۷ مانند اقتصاد ایران بود، ولی تصمیمات اقتصادی این کشور باعث شده اکنون

به یکی از قدرتهای اقتصادی آسیا تبدیل شود. اما اقتصاد ایران هر سال کوچک‌تر شده و ادامه این روند مشکلات ما را بیشتر خواهد کرد.

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، اقتصاد ایران سیاست‌زده است و برخی تصمیمات سیاسی اقتصاد را هم به چالش می‌کشد. از این رو ثبات اقتصادی در کشور نداریم، که این موضوع باعث بروز مشکلات زیادی مانند کاهش سرمایه‌گذاری می‌شود. شاید برای فعالان اقتصادی این موضوع بارها پیش آمده که با تغییر دولت‌ها، یا حتی یک وزیر، قوانین هر حوزه تغییر می‌کند و سرمایه‌گذار نسبت به آینده بازار آگاهی خود را از دست می‌دهد. نگاهی به خروج سرمایه از کشور نشان می‌دهد تغییر قوانین سلیقه‌ای است، درحالی‌که باید در راستای توسعه کشور قرار بگیرد. هر بار که انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران برگزار می‌شود، شعارهای رنگارنگ

شنیده می‌شود، اما زمانی که افراد بر مسند کار می‌نشینند، اغلب همان تصمیمات سیاه و سفید اتخاذ می‌شود. گذر از مشکلات داخلی ما را به



رفتن ترامپ می‌تواند برای ایران یک فرصت برای دستیابی به رشد اقتصادی باشد، که برای رسیدن به این هدف ابتدا باید تحریم‌ها برداشته شود و از سوی دیگر، همکاری ایران با کشورهای دیگر برای انتقال فناوری درجه یک گسترش یابد. یکی از دلایلی که رشد اقتصادی ایران پایدار نیست، استفاده از فناوری درجه دو کشورهای دیگر است. درحالی‌که این ظرفیت وجود دارد که ایران به یک رشد اقتصادی پایدار پنج تا شش درصد حتی بدون نفت دست یابد

صنایعی با رشد صددرصدی

میرمعینی به بازگشت آمریکا به برجام و تأثیر آن در بازار سرمایه اشاره کرد و افزود: اگر آمریکا به برجام بازگردد، روند مثبت و رو به رشدی در بازار سرمایه خواهیم داشت، اما باید توجه داشت که تداوم روند صعودی بازار سرمایه به معنای رشد تمام سهم‌ها نیست و حتماً گروهی از سهم‌ها که از تحولات احتمالی سیاسی و اقتصادی منتفع می‌شوند، راه خود را از سایر سهم‌های بازار جدا خواهند کرد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به این که با بازگشت برجام، صنایع صادرات‌محور برنده اصلی بازار سرمایه هستند، توضیح داد: زمانی که کالایی از کشور صادر می‌شود، هم در حجم تولید و فروش سود کسب می‌کند و هم هزینه‌های صادراتی آن‌ها کاهش می‌یابد. از سوی دیگر، باید توجه داشت تأمین مواد اولیه برای کارخانجات با هزینه پایین‌تری انجام می‌شود. او در ادامه تأکید کرد: صنایع پتروشیمی، غذایی، دارویی، خودرویی، معدنی و بانکی از بازگشت آمریکا به برجام بیشترین نفع را می‌برند. البته منتفع شدن این صنایع در کنار حذف ارز دولتی که موجب رانت زیادی شده، می‌تواند به بهبود عملکرد این شرکت‌ها کمک کند.

اگر آمریکا به برجام بازگردد، بازارهای موازی سوددهی خود را از دست می‌دهند و قطعاً سرمایه‌گذاری در بورس افزایش خواهد یافت، که این موضوع باعث قدرت‌گیری شرکت‌ها برای اقدامات توسعه‌ای است.

نبات در بورس

حامد فلاح، کارشناس بازار سرمایه، با بیان این که بعید است تا پایان سال اتفاق خاصی متوجه بازار سرمایه شود، به خبرنگار ما گفت: اگر تغییر و تحولات خاصی در زمینه اقتصادی و سیاسی ایران رخ ندهد، بازار سرمایه هم متحول نخواهد شد. ضمن این که باید توجه داشت هر چه بازار سرمایه بزرگ‌تر شود، نظارت بر فعالیت شرکت‌ها باید دقیق‌تر شود تا سرمایه اجتماعی از بین نرود.

فلاح با بیان این که اقتصاد ایران با مشکلات زیادی دست‌وپنجه نرم می‌کند، توضیح داد: بازار سرمایه از این جهت در جهان شهرت دارد که زیر سایه شفافیت فعالیت خود را ادامه می‌دهد، اما باید توجه داشت عملکرد دولت‌ها نباید به اعتماد سهام‌داران لطمه بزند و اگر این اتفاق بیفتد، شاید مشکلات زیاد شود و دارندگان سرمایه از ورود پول‌های خود به این بازار خودداری کنند.

این کارشناس بازار سرمایه پیش‌بینی کرد: به نظر می‌رسد بازار سرمایه تا پایان سال روند ثابتی داشته باشد و بعید است با نوسان زیادی روبه‌رو شود. هر چند باید توجه داشت از ابتدای سال تا کنون ورود نقدینگی به این بازار افزایش چشم‌گیری داشته و شاخص کل که ۵۰۸ هزار واحد بوده، سه برابر رشد داشته است. اگر این نقدینگی وارد بازارهای دیگر شده بود، تورم در بازارهای موازی بسیار بیشتر بود. از این رو باید از بازار سرمایه حمایت شود تا میزبان پول‌های سرگردان باشد. به گفته او، بازار سرمایه یعنی پولی که صرف تولید و ادوات تولید و فراهم شدن زمینه‌های تولید در کشور می‌شود. به همین دلیل این بازار نسبت به سایر بازارها می‌تواند موقعیت‌های لازم برای رونق اقتصاد در کشور را فراهم کند. اما اگر این پول صرف هزینه‌های جاری شرکت‌ها شود، آورده‌ای برای اقتصاد نخواهد داشت. در نتیجه باید نظارت‌ها در حوزه فعالیت شرکت‌ها قوی‌تر شود و سهام‌داران با رغبت بیشتری وارد این بازار شوند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد صنایع ۳۸گانه بورس در بهار امسال وضعیت بسیار مناسبی داشتند. طبق بررسی خبرنگار ما صنعت لاستیک و پلاستیک در نیمه نخست امسال بیش از ۸۷ درصد رشد داشت و در پاییز امسال هم حدود ۴۵ درصد رشد را تجربه کرد. افرادی که سهام این شرکت‌ها را داشتند، بیش از صددرصد نسبت به پولی که سرمایه‌گذاری کرده بودند، سود کسب کردند. صنعت کاشی و سرامیک نیز در شش ماهه نخست امسال رشد ۵۷ درصدی داشت که در پاییز نیز دوباره رشد بیش از ۴۳ درصدی را رقم زد و بیش از صددرصد به ارزش سهام خود افزود. صنعت بیمه که در نیمه نخست سال رشد بیش از ۱۲۲ درصدی را نصیب سهام‌داران کرده بود، در تابستان با افت ۲۴ درصدی روبه‌رو شد، اما در پاییز دوباره نزدیک به ۴۰ درصد بالا رفت. صنعت زغال‌سنگ از جمله صنایعی است که در مسیر نزول قرار نگرفته و یک رشد نسبی را از ابتدای سال داشته است. در بهار رشد ۵۵ درصدی، در تابستان رشد ۲۴ درصدی و در پاییز رشد ۲۳ درصدی داشته است. اما در مقابل صنایع قند و شکر، بانک‌ها، استخراج معادن، محصولات شیمیایی، سرمایه‌گذاری‌ها، تأمین آب، برق و گاز و کانه‌های فلزی هم در پاییز روند منفی را طی کردند. بیشترین نزول مربوط به کانی‌های فلزی با منفی ۹۰٫۳ درصد و کمترین مربوط به صنایع قند و شکر با درصد منفی ۰٫۸ است. برخی کارشناسان معتقدند سیگنالی که به بازار وارد شده، نشان می‌دهد دارندگان سهام سیمان، پالایشی و بانک‌ها طی ماه‌های آینده وضعیت بهتری پیدا می‌کنند.

بازگشت به برجام!

با انتخاب جو بایدن به عنوان رئیس‌جمهور آمریکا از سوی مردم این کشور، زمزمه‌های بازگشت آمریکا به برجام شنیده می‌شود، که البته در بسیاری از موارد این موضوع می‌تواند راه‌گشا باشد. بازار سرمایه از جمله بازارهایی است که می‌تواند با گشایش‌های اقتصادی بیشترین نفع را ببرد، که البته نیازمند زیرساخت‌ها و عمق‌بخشی به این بازار است. حال با توجه به این که بورس تا پایان سال چه وضعیتی پیدا می‌کند، با کارشناسان بازار سرمایه گفت‌وگو کردیم، که نظرات آن‌ها را در ادامه گزارش می‌خوانید.

برجام و گشایش اقتصادی

حمید میرمعینی، کارشناس بازار سرمایه، به خبرنگار «وچارزم» گفت: هر بازاری که در آن پول وارد و خارج می‌شود، ریسک‌هایی دارد که سهام‌داران باید بپذیرند و بعد اقدام به سرمایه‌گذاری کنند. این رویه در بورس‌های بزرگ جهان هم وجود دارد و به سهام‌داران تضمین داده نمی‌شود که در یک مدت مشخص می‌توان سود کسب کرد.

او در ادامه گفت: زمانی که انتخابات آمریکا در حال برگزاری بود، بسیاری از بازارها در رکود قرار گرفت و با این که برخی بازارها روند نزولی را طی کردند و برخی دیگر وارد مدار صعود شدند، خبری از سرمایه‌گذاری و افزایش تقاضا نبود. در هر ایالتی که ترامپ رأی بالاتری داشت و اعلام می‌شد، یک‌باره بازار ایران متأثر می‌شد و با رأی‌آوری بایدن در ایالت‌های دیگر دوباره به ثبات می‌رسید، اما با پایان یافتن انتخابات ایالات متحده آمریکا و مشخص شدن نتیجه، بازار به ثبات نسبی رسیده است.

حامد فلاح، کارشناس بازار سرمایه: به نظر می‌رسد بازار سرمایه تا پایان سال روند ثابتی داشته باشد و بعید است با نوسان زیادی روبه‌رو شود. هر چند باید توجه داشت از ابتدای سال تا کنون ورود نقدینگی به این بازار افزایش چشم‌گیری داشته و شاخص کل که ۵۰۸ هزار واحد بوده، سه برابر رشد داشته است. اگر این نقدینگی وارد بازارهای دیگر شده بود، تورم در بازارهای موازی بسیار بیشتر بود. از این رو باید از بازار سرمایه حمایت شود تا میزبان پول‌های سرگردان باشد



در این بخش می‌خوانید

- ▶▶▶ بالا و پایین‌های بورس جهانی در پاییز ۲۰۲۰
- ▶▶▶ دلایل نوسان قیمت جهانی طلا و تأثیرات آن
- ▶▶▶ همه‌چیز درباره رویدادهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی سالی که گذشت
- ▶▶▶ کدام کشور منتخب سال اکونومیست خواهد بود؟
- ▶▶▶ آیا بیت‌کوین به سلطنت دلار پایان می‌دهد؟
- ▶▶▶ جدیدترین آمار حداقل دستمزد در سراسر دنیا
- ▶▶▶ آسیب‌شناسی سلطه اسکناس سبز در تجارت جهانی
- ▶▶▶ سهم کشورها از بازار جهانی غذا

اقتصاد جهان



بالا و پایین‌های بورس جهانی در پاییز ۲۰۲۰

در مسیر صعود

بسیاری از سرمایه‌گذاران سرمایه خود را از بورس خارج کردند. به طوری که رقمی حدود ۲۵/۸ میلیارد دلار از بازار بورس آمریکا خارج شد که بخش زیادی از آن (۱۱/۶ میلیارد دلار) متعلق به سهام شرکت‌های بزرگ بود. این سرمایه‌گذاران آمریکا انگیزه مالی زیادی از سوی کنگره دریافت نکردند و سرمایه‌هایشان را از بازار بورس آمریکا خارج کردند. این سومین خروج بزرگ سرمایه از بورس از تاریخ ژوئن ۲۰۱۹ بود و موجب ریزش بورس آمریکا شد. این ریزش‌ها روی بازار بورس ایران در اوایل مهرماه نیز تأثیر گذاشت.

اما ریزش بزرگ‌تر بورس در پی خبر مثبت شدن کروناوی ترامپ به وجود آمد. اوایل اکتبر (دهه اول مهرماه) خبر ابتلای ترامپ به کرونا روی بازارهای جهانی تأثیر گذاشت. شاخص سهام بورس وال استریت آمریکا پس از مثبت اعلام شدن تست کروناوی دونالد ترامپ و همسرش با ریزش همراه شد. با رسانه‌های شدن این خبر برخی از سرمایه‌گذاران در نخستین اقدام به دلیل عدم اطمینان به آینده سیاسی تشکیل صف فروش دادند تا ریسک‌های ناشی از آن را کاهش دهند. بر این اساس شاخص صنعتی داو جونز بیش از ۵۰۰ واحد کاهش یافت و شاخص‌های اس اند پی ۵۰۰ و نزدک نیز منفی شدند. سود اوراق قرضه دولتی ۱۰ ساله خزانه‌داری آمریکا نیز به کمتر از ۰.۶۵۷۸ درصد کاهش یافت. منظره دوم ترامپ و بایدن نیز که قرار بود ۹ اکتبر برگزار شود، به دلیل بیماری او لغو شد.

خبر بیماری ترامپ برای بورس ایران اما خبر خوشی بود و

آخرین روزهای سال ۲۰۲۰ را در حالی پشت سر می‌گذاریم که امسال بازارهای سهام دنیا به دلیل شیوع بیماری کرونا دست‌خوش تغییراتی شدند و در روزهای تشدید تنش‌های آمریکا و چین به رنگ قرمز و روزهایی دیگر با امید به توزیع گسترده واکسن کرونا به رنگ سبز درآمدند. در اولین ماه‌های سال ۲۰۲۰ وضعیت بورس صعودی بود، اما با آمدن ویروس کرونا همه چیز به طرز چشم‌گیری تغییر و بورس ریزش پیدا کرد. ویروس کرونا میلیون‌ها نفر را آلوده کرد و قربانیان بسیاری گرفت. مشاغل و کسب‌وکارهای زیادی از بین رفتند و افراد زیادی بی‌کار شدند. بازار بورس آمریکا پس از مدتی هر روز رشد می‌کرد، در حالی که آمار بدترین نرخ تولید ناخالص داخلی در طول تاریخ را ثبت کرده بود. این موضوع موجب سردرگمی سرمایه‌گذاران در این بازار شد و بسیاری از آن‌ها به دلیل ریسک بالا از بازار خارج شدند. اما اکنون با ساخت واکسن کرونا در روزهای بهتری قرار داریم و امید به ریکاوری هرچه زودتر اقتصاد جهانی می‌رود. در این گزارش نگاهی به تغییرات بورس جهانی طی ماه‌های اخیر انداختیم و تأثیر رویدادهایی چون انتخابات آمریکا، برگزیت، کرونا و توزیع واکسن آن را بر بورس جهانی بررسی کردیم.

بازارهای سرمایه و کرونا

اواخر تابستان که دنیا با موج دوم کرونا دست‌وپنجه نرم می‌کرد،

اقتصاد جهانی

آرین طاهری

بازار معاملات را با رشد همراه کرد. برخی اعتقاد داشتند این بیماری می‌توانست شانس او را برای پیروزی در انتخابات کاهش دهد، زیرا بازار کالاهایی که او به آن‌ها بسیار متکی است، منفی شده بود و برخی بر این باور بودند که طلا ممکن است تا ۱۸۰۰ دلار و نفت تا ۳۰ دلار نیز ریزش داشته باشد. در آن روزها مجلس نمایندگان آمریکا جزئیات بسته محرک مالی کرونایی را تصویب کرده و منتظر تصویب در مجلس بودند. سرمایه‌گذاران نیز منتظر تحولات بعدی بودند تا با توجه به نتایج آن، روی بازارهای مختلف سبد سرمایه خود را بچینند. در هفته سوم مهر با مرخص شدن ترامپ وضعیت بورس‌های جهانی بهتر شد. برای مثال، بازارهای سهام آسیا در واکنش به مرخص شدن رئیس‌جمهور آمریکا از بیمارستان و احتمال تصویب بسته حمایتی جدید به بالاترین سطح دو هفته گذشته خود رسیدند. شاخص هانگ سنگ بورس هنگ‌کنگ ۹ دهم درصد بالا رفت و در سطح ۲۳ هزار و ۹۸۰۶۵ واحد بسته شد. در معاملات بازارهای بورس در اروپا، شاخص فوتسی ۱۰۰ بورس لندن با ۱۲ صدم درصد افزایش نسبت به روز قبل و در سطح ۵۹۴۹۹۴ واحد بسته شد. شاخص دکس ۳۰ بورس فرانکفورت در آلمان با صعود ۶۱ صدم درصدی و ایستادن در سطح ۱۲ هزار و ۹۰۶۰۲ واحدی به کار خود خاتمه داد. در استرالیا شاخص اس اند پی اس اند ایکس ۲۰۰ بورس سیدنی با ۳۴ صدم درصد صعود و ایستادن در سطح ۵۹۶۲۰۷ واحدی به کار خود خاتمه داد. در بازار نفت نیز قیمت‌ها صعودی بود. در هفته چهارم مهر و با نزدیک شدن به فصل سرما و نگرانی‌ها از تشدید ابتلای افراد بیشتر به کرونا، بورس آمریکا قرمزپوش شد و بیشتر شاخص‌ها نزولی بودند. هم داوجونز و هم S&P۵۰۰ با ریزش کار خود را ادامه دادند. نزدک نیز ۱۷ درصد کاهش داشت و در ۳۵۲۵۴ واحد بسته شد. متعاقب آن بورس‌های لندن، آلمان، توکیو ژاپن و استرالیا نیز کاهش‌هایی را تجربه کردند. شاخص بورس‌های آمریکایی تا پیش از انتخابات آمریکا در هفته چهارم مهر رفتارهای متفاوتی را نشان دادند و سرمایه‌گذاران نیز مردد بودند تا پس از نتیجه انتخابات تصمیم‌گیری کنند. تام لی، کارشناس امور مالی در مؤسسه فاندزرات گلوبال ادوایزرز، در این باره گفت: «به گمانم تا زمان انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا رفتار مضطربانه معامله‌گران ادامه خواهد داشت، چراکه دو رقیب انتخاباتی دیدگاه‌های کاملاً متفاوتی در حوزه تجاری و اقتصادی با یکدیگر دارند و در نتیجه بازارها به افزایش یا کاهش شانس پیروزی بایدن و ترامپ واکنش‌های مختلفی از خود نشان خواهند داد».

سپاه انتخابات آمریکا بر سر بورس

دومین رویداد مهم تأثیرگذار بر بورس‌های جهانی در پاییز سال جاری، انتخابات آمریکا بود. در روز انتخابات شاخص‌های بورس جهانی واکنش مثبت به شروع انتخابات نشان دادند. میانگین شاخص داوجونز با ۱۶۰ درصد افزایش به میزان ۲۶۹۲۵ و شاخص S&P۵۰۰ نیز با ۱۲۳ درصد افزایش به ۳۳۱۰ رسید.

پس از برگزاری انتخابات شمارش آرا چند روز به طول انجامید و خبرهایی از پیش‌روی هر دو رقیب در ایالت‌های مختلف به

گوش می‌رسید. چشم بازرگانان و سرمایه‌گذاران دنیا به نتیجه انتخابات بود و شمارش آرا کند پیش می‌رفت و هیچ‌کدام از طرفین نتوانسته بودند به حد نصاب آرا دست پیدا کنند، اما بایدن شانس بیشتری برای راه‌یابی به کاخ سفید داشت. در چنین شرایطی همه شاخص‌ها در اواسط آبان در وال استریت صعودی بودند، به طوری که شاخص داوجونز با ۱۰۹۵ درصد افزایش نسبت به روز قبل و در سطح ۲۸ هزار و ۳۹۰۱۸ واحد بسته شد. شاخص اس اند پی ۵۰۰ نیز با ۱۰۹۴ درصد صعود تا سطح ۳۵۱۰۴۵ واحدی بالا رفت و دیگر شاخص مهم بورس آمریکا یعنی نزدک کامپوزیت با ۲۵۹ درصد صعود در سطح ۱۱ هزار و ۸۹۰۹۳ واحدی بسته شد.

دیگر بورس‌های جهانی، یعنی بورس‌های آسیایی و اروپایی نیز عملکرد خوبی نسبت به پیروزی احتمالی بایدن از خود نشان دادند. شاخص فوتسی ۱۰۰ بورس لندن با ۰۳۹ درصد صعود نسبت به روز قبل و در سطح ۵۹۰۶۱۸ واحد بسته شد. هم‌چنین شاخص کک بورس پاریس با افزایش ۱۲۴ درصدی در سطح ۴۹۸۳۹۹ واحد بسته شد. در مادرید شاخص ایبکس ۲۰۱۰ درصد بالا رفت و به ۶۹۲۴۲۰ واحد رسید. در آسیا نیز شاخص نیک کی ۲۲۵ بورس توکیو ژاپن با صعود ۱۰۷۳ درصدی تا سطح ۲۴ هزار و ۱۰۵۲۸ واحدی بالا رفت. شاخص هانگ سنگ بورس هنگ‌کنگ ۳۲۵ درصد بالا رفت و در سطح ۲۵ هزار و ۶۹۵۲۲ واحد بسته شد. در چین شاخص شانگهای کامپوزیت صعود ۱۴۸ درصدی را تجربه کرد و در سطح ۴۸۸۵۱۱ واحد بسته شد. شاخص اس اند پی اس اند ایکس ۲۰۰ استرالیا نیز با ۱۲۹ درصد افزایش در سطح ۶۱۳۹۶۱ واحد ایستاد.

باین‌حال، هر روز وضع به این منوال نبود و بالا و پایین‌های بورس ادامه داشت. تا طولانی شدن روند شمارش آرا شاخص داوجونز منفی شد و قیمت طلا افزایش و قیمت دلار با کاهش مواجه شد. بیت‌کوین هم روند صعودی خود را آغاز کرد. کارشناسان همه این نشانه‌ها را حاکی از احتمال شکست ترامپ می‌دانستند. تا هفته سوم آبان نتیجه انتخابات آمریکا از جانب چند رسانه معتبر اعلام و طی آن نامزد حزب دموکرات یعنی جو بایدن پیروز این رقابت نام گرفت. واکنش بازارهای مالی جهان به این نتیجه مثبت بود. پس از اعلام نتیجه انتخابات با امید به تغییرات اقتصادی و رویکرد دولت جدید شاهد تضعیف قیمت دلار، تقویت قیمت طلا، واکنش مثبت بورس و امید برای قیمت و عرضه مناسب نفت بودیم. سی‌ان‌ان در گزارشی در این باره نوشت: «انتخابات تمام نشده، اما وال استریت در حال جشن گرفتن است، چراکه با وجود بحران‌های اقتصادی به واسطه همه‌گیری ویروس کرونا صحنه بورس در آمریکا با هیچ موج آبی یا قرمزی همراه نبود.» هم‌چنین در نخستین روز کاری پس از انتخاب بایدن در بازارهای جهانی نفت و انرژی، قیمت نفت برنت با ۰۶۹ سنت افزایش نسبت به روز گذشته به ۴۰۳۹ دلار رسید و دلار نیز به پایین‌ترین سطح خود طی ۲۵ سال اخیر رسید. سرمایه‌گذاران سراسر دنیا این اتفاق را به فال نیک گرفتند و به بهترین روش با اندازه‌گیری سهام جهانی که به بالاترین رکورد در معاملات اولیه رسیده بودند، واکنش نشان دادند. اما سرمایه‌گذاران اروپایی که مسائل دیگری چون

در آذرماه یکی از واکنش‌های خبرساز ترامپ در بورس آمریکا مربوط به اخراج شرکت‌های چینی از بورس بود. او در واپسین روزهای ریاست‌جمهوری‌اش در تلاش است آخرین و مهلک‌ترین ضربه‌ها را به چین بزند. در همین راستا چهار شرکت چینی دیگر را به لیست سیاه کاخ سفید اضافه کرد. این چهار شرکت چینی که شاخص سهام آن‌ها به دستور آمریکا از نزدک حذف و اخراج می‌شوند، تنها شرکت‌های موجود در لیست سیاه واشنگتن هستند که در «بازار بورس نزدک» حضور دارند. تنش‌های میان آمریکا و چین به شدیدترین حد خود از سال ۱۹۷۹ رسیده است



بورس و واکسن کرونا

تقریباً هر زمان خبری مبنی بر ساخت واکسن کرونا منتشر می‌شود، بورس‌های جهانی به رنگ سبز درمی‌آید. برای مثال، هنگامی که شرکت مادرنای خبر مؤثر بودن ۹۵ درصدی واکسن تولیدی خود را داد، شاخص بورس‌های جهانی افزایشی شدند. به‌تازگی با ساخت رسمی واکسن کرونا از سوی شرکت فایزر و دیگر شرکت‌های دارویی در سراسر دنیا و تزریق اولین واکسن‌ها، امید به توزیع گسترده واکسن کرونا روی شاخص‌های مهم بورسی جهان نیز تأثیر گذاشت و آن‌ها را در تاریخ ۲۵ آذر نزدیک به بازه کریسمس و سال نوی میلادی ۲۰۲۱ افزایشی کرد. تا جایی که شاخص داوجونز در سطح ۳۰ هزار بسته شد و شاخص اس اند پی ۵۰۰ با ۰.۱۶ درصد افزایش تا سطح ۳۶۶۹.۲۵ واحدی بالا رفت. دیگر شاخص مهم بورسی آمریکا یعنی نزدک کامپوزیت با ۰.۹۹ درصد صعود در سطح ۱۲ هزار و ۵۰۰.۰۱ واحدی بسته شد. بورس‌های ژاپن و استرالیا و پاریس و مادرید نیز افزایش شاخص را تجربه کردند. البته با وجود شروع روند واکسیناسیون، شیوع کرونا همچنان در سطحی نگران‌کننده است و این موجب شده سرمایه‌گذاران و معامله‌گران همچنان با ترس و احتیاط در بازارهای مالی رفتار کنند. محدودیت‌های کرونایی در بسیاری نقاط دنیا ادامه دارد و چشم‌امید مردم به توزیع سریع این واکسن است. انتظار می‌رود ۸۰ درصد افراد دارای اولویت در آمریکا تا پیش از فرارسیدن فصل تابستان واکسینه شده باشند.

پیش‌بینی بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۲۱

در انتهای سال ۲۰۲۰ بیشتر کشورهای دنیا در حال ریکواری اقتصادی خود هستند و بهبود رشد را در سه ماهه آخر سال جاری تجربه کرده‌اند. با بهبود اقتصاد، سود بازارهای مالی به‌تدریج بهبود خواهد یافت و پس از چند سال به سطح پیش از کرونا می‌رسد. بسته کمک‌های مالی کرونا، انتخاب بایدن و امید به تغییر برخی سیاست‌ها از جانب دولت آمریکا، توزیع گسترده واکسن کرونا و خلاصی از این بیماری در آینده‌ای نزدیک، همه و همه از دلایلی هستند که موجب می‌شود به چشم‌انداز پیش رو دیدی مثبت داشته باشیم.

بسیاری از سرمایه‌گذاران به چشم‌انداز سال ۲۰۲۱ نگاه ویژه دارند و سؤال آن‌ها این است که عملکرد بعدی بازار بورس آمریکا چیست. کارشناسان *usatoday* می‌گویند با وجود آن‌که تعداد تلفات کرونا سرسام‌آور است، اما بازار سهام آمریکا نسبت به سال ۲۰۲۰ خوش‌بین است. کارشناسان سی.ان.ان نیز اعتقاد دارند بازار در مارس ۲۰۲۱ می‌تواند به روند صعودی خود ادامه دهد. این روزها سرمایه‌گذاری روی ارزهای دیجیتال مانند بیت‌کوین که به‌تازگی رکورد سال ۲۰۱۷ خود را شکست نیز تبدیل به بحث مهم بازارهای مالی شده است. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که شاخص بازارهای سهام در سال ۲۰۲۱ افزایشی خواهد بود. سرمایه‌گذاران خرده‌فروشی اقدام به خرید سهام در ماه ژانویه می‌کنند؛ ماهی که احتمالاً ریسک آن کمتر است. انتظار می‌رود در سه ماهه دوم و سوم سال ۲۰۲۱ و بازگشت به زندگی عادی و واکسینه شدن بسیاری از مردم دنیا، فرصت‌های زیادی برای سرمایه‌گذاری فراهم شود و شرکت‌ها بتوانند با جبران ضررهای سال قبل خود به سطح سود مدنظرشان برسند.

بحرانی شدن اوضاع کرونا و برگزیت در قاره آن‌ها وجود داشت، تا حدودی از عقب افتادن نسبت به رقبای منطقه‌ای خود احساس خطر کردند. شکست مذاکرات برگزیت بیش از هر زمان دیگری به خطری برای آینده اقتصادی اروپا تبدیل شده است. با این حال، پیش‌بینی می‌شود سهام اروپا نیز می‌تواند با وجود مشکلات کرونا از حاشیه تجارت و مالیات شرکت‌ها سود ببرد.

اخراج شرکت‌های چینی از بورس آمریکا

در آذرماه یکی از واکنش‌های خبرساز ترامپ در بورس آمریکا مربوط به اخراج شرکت‌های چینی از بورس بود. او در واپسین روزهای ریاست‌جمهوری‌اش در تلاش است آخرین و مهلک‌ترین ضربه‌ها را به چین بزند. در همین راستا چهار شرکت چینی دیگر را به لیست سیاه کاخ سفید اضافه کرد. این چهار شرکت چینی که شاخص سهام آن‌ها به دستور آمریکا از نزدک حذف و اخراج می‌شوند، تنها شرکت‌های موجود در لیست سیاه واشنگتن هستند که در «بازار بورس نزدک» حضور دارند. تنش‌های میان آمریکا و چین به شدیدترین حد خود از سال ۱۹۷۹ رسیده است و این جنگ اقتصادی با اعمال تعرفه‌های سنگین روی کالاهای چینی و تحریم شرکت‌هایی چون هواوی شروع شد و هم‌اکنون به اخراج شرکت‌ها و حتی تحریم مقامات چینی رسیده است.

در ادامه این تنش‌ها، بازار بورس آمریکا به دستور سران آمریکایی، چند شرکت چینی دیگر را که متهم به رابطه با ارتش چین هستند، از شاخص‌های خود خارج می‌کند. هم‌چنین در تازه‌ترین اقدام نیز وزارت خزانه‌داری آمریکا با صدور بیانه‌ای اعلام کرد نام ۱۴ عضو ارشد حزب مرکزی کمونیست چین را به دلیل آن‌چه دخالت در امور داخلی هنگ‌کنگ خوانده، به فهرست تحریم‌های خود افزوده است، که این اقدام با انتقاد شدید وزارت خارجه چین مواجه شد. در پی انتشار این خبر وال استریت شاخص‌های نزولی را تجربه کرد. هم‌چنین داوجونز با ۰.۴۳ درصد کاهش به سطح ۲۹ هزار و ۹۳۸ واحد رسید. نزدک کامپوزیت با ۰.۲۹ درصد پیش‌روی در سطح ۱۲ هزار و ۳۷۵.۳۱ واحدی بسته شد. برخی از شاخص‌های اروپایی مانند لندن افزایشی و برخی دیگر مانند آلمان کاهش‌ی بود و ثباتی در بازارها مشاهده نشد.

بسیاری از سرمایه‌گذاران به چشم‌انداز سال ۲۰۲۱ نگاه ویژه دارند و سؤال آن‌ها این است که عملکرد بعدی بازار بورس آمریکا چیست. کارشناسان *usatoday* می‌گویند با وجود آن‌که تعداد تلفات کرونا سرسام‌آور است، اما بازار سهام آمریکا نسبت به سال ۲۰۲۰ خوش‌بین است. کارشناسان سی.ان.ان نیز اعتقاد دارند بازار در مارس ۲۰۲۱ می‌تواند به روند صعودی خود ادامه دهد



دلایل نوسان قیمت جهانی طلا و تأثیرات آن

صعود فلز زرد از نردبان پاندمی

۱۹۲۰ دلار بود. این فلز با ارزش تلاش کرد در ماه نوامبر از سطح ۱۹۵۰ دلار بالاتر رود، اما بازار این حرکت را رد کرد و طلا به پایین‌ترین سطح چندماهه اخیر خود رسید. در دو هفته پایانی ماه نوامبر، قیمت هر اونس طلا در بازه حدودی ۱۸۸۹ تا ۱۸۷۱ دلار به فروش رسید. دلایل زیادی برای این کاهش وجود دارد، که یکی از مهم‌ترین آن‌ها انتخابات آمریکا بود. ترامپ آخر ژانویه باید کاخ سفید را ترک کند و سیاست‌های جو بایدن می‌تواند بر قیمت طلا تأثیر بگذارد.

دلیل دوم این‌که دنیا با واکسیناسیون سراسری علیه ویروس کرونا فاصله کمی دارد و در بعضی کشورها نیز این واکسیناسیون آغاز شده است. با کاهش نگرانی‌های سرمایه‌گذاران شرکت‌ها و کسب‌وکارها در خصوص بیماری کرونا و تأثیر آن بر اقتصاد جهانی، ممکن است سرمایه‌گذاری طلا به عنوان منبعی امن کاهش یابد.

دلیل سوم این‌که میانگین شاخص صنعتی داوجونز برای اولین بار در ماه نوامبر از مرز ۳۰۰۰۰ دلار بالاتر رفت. با اخباری که از واکنش کرونا می‌آید، سرمایه‌گذاران به‌وضوح کمتر از ماه‌ها پیش در مورد چشم‌انداز اقتصادی آینده نگران هستند. در پایان ماه نوامبر طلا به سطح معاملات در ماه ژوئن رسید. بارقه‌های امید در پیش‌بینی قیمت صعودی طلا وجود دارد، زیرا شاخص قدرت نسبی (RSI) برای اولین بار از ماه سپتامبر به زیر ۳۰ رسیده است.

نوسان‌های بازار موزی مانند طلا و مسکن در نرخ ارز می‌توانند بر وضعیت معیشت و مشاغل تأثیرگذار باشد. علاوه بر عوامل محیطی سیاسی و جهانی، مواردی مانند پاندمی کرونا را نیز در نظر بگیرید تا ببینید این امر تا چه حد در بازارها آشفتگی ایجاد می‌کند و این آشفتگی‌ها تا چه میزان می‌تواند اقتصاد و وضعیت کسب‌وکارها را تحت تأثیر قرار دهد. همان‌طور که کرونا مشاغل زیادی را حذف و افراد زیادی را بی‌کار کرد، نوسان قیمتی مواردی مانند فلزات با ارزش و نرخ ارز در این دوره نیز سرمایه‌گذاران زیادی را در معرض خطر ایست قلبی قرار داد! در این گزارش در مورد دلایل نوسان فلز زرد و تأثیر کرونا روی این صنعت صحبت می‌کنیم و پیش‌بینی کوتاهی نیز بر آینده این بازار در سال ۲۰۲۱ خواهیم داشت.

دلایل نوسان طلا در ماه‌های اخیر چه بود؟

سفر قیمت طلا در رسیدن به بالاترین قیمت خود در ماه ژوئیه آغاز شد. اما تجزیه و تحلیل‌های نمودار طلا نشان داد که آن قیمت ۲۰ هزار دلاری سرخوشی لحظه‌ای بیش نبود و سپس طلا با افت ناگهانی مواجه شد و به قیمت ۱۸۸۰۰ دلار رسید. از اواسط ماه اوت، قیمت طلای جهانی در محدوده ۱۸۵۰ تا

شفاف نبودن وضع اقتصادی بسیاری از کشورها و اعتماد به بازار طلا نسبت به سایر بازارهای سرمایه گذاری باعث افزایش ذخیره طلا شده است. بر اساس گزارش منتشر شده از سوی شورای جهانی طلا، بانکهای مرکزی در سال ۲۰۱۹، بیش از ۶۶۸ تن طلا خریداری کرده اند که این رقم ۱۷ تن بیشتر از رکورد ثبت شده در سال ۲۰۱۸ است

برخی از این تحلیل های فنی می تواند به سرمایه گذاران و کسب و کارها در تصمیم گیری های بهتر و آگاهانه کمک کند. تجزیه و تحلیل طلا نشان می دهد در کوتاه مدت ممکن است بازار طلا به سمت نزولی گرایش پیدا کند و حتی به سطح ۱۷۴۵ برسد. با این حال، این یک گام به عقب است. بررسی نمودارهای بلندمدت نشان می دهد سرمایه گذاران نباید وحشت کنند. نمودار ۵۲ هفته ای سایت capital.com نشان می دهد که طلا فاصله آشکاری با پایین ترین سطح خود دارد. وضعیت اقتصادی کشورها رو به بهبود است و کسب و کارها در سه ماهه دوم ۲۰۲۱ جان تازه ای خواهند گرفت.

تاثیر کرونا بر صنعت طلا در دنیا

بیماری همه گیر کرونا صنعت استخراج طلا و کارگران این معادن را تحت تاثیر قرار داد. تولید با هزینه های بالا و قرنطینه های طولانی موجب کسب سود کمتر در این بازار و افزایش قیمت شد. به طوری که از اول ژانویه تا ۱۴ اوت سال ۲۰۲۰، قیمت طلا به میزان ۲۸ درصد افزایش یافت. در همین حال قیمت انرژی و ارز در برخی از کشورهای استخراج کننده طلا کاهش یافت، اما به دو دلیل خنثی شد؛ تهدیدی که کرونا برای بسیاری از شرکت های معدنی و کارمندان آنها ایجاد می کرد و دوم محدودیت های قرنطینه ای که در کشورهایی مانند کانادا و مکزیک، پرو و آفریقای جنوبی اعمال و موجب شد که آنها عملیات خود را کاهش دهند، یا برای مدتی به طور کامل متوقف کنند.

کمبود تأمین طلا و عدم حمل و نقل موجب افزایش هزینه ها در برخی عملیات و کاهش عرضه از سوی معادن طلا شده است. این مشکلات تاثیر قابل توجهی روی قیمت طلا داشتند و قیمت را یک تا سه درصد افزایش دادند. دولت های آرژانتین، مکزیک، پرو و آفریقای جنوبی معادن طلای خود را به طور موقت تعطیل کردند. برخی دیگر از کشورها نیز در پاسخ به کمبود منابع و عدم

توانایی در انتقال کارگران و پرسنل متخصص، روند تولیدشان را کند کردند. با این حال، برخی معادن روباز به فعالیت خود ادامه دادند، اما با اعمال قرنطینه سراسری دو هفته ای آنها نیز تعطیل شدند. تجزیه و تحلیل مؤسسه MineSpans نشان می دهد زبان های ناشی از این چالش های عملیاتی می تواند به ۳.۷ درصد برسد.

میزان ذخایر طلای بانک های مرکزی

بانک های مرکزی در سراسر دنیا میزانی طلا را به عنوان ذخیره و پشتوانه برای پول ملی نزد خود نگه می دارند. شفاف نبودن وضع اقتصادی بسیاری از کشورها و اعتماد به بازار طلا نسبت به سایر بازارهای سرمایه گذاری باعث افزایش ذخیره طلا شده است. بر اساس گزارش منتشر شده از سوی شورای جهانی طلا، بانک های مرکزی در سال ۲۰۱۹، بیش از ۶۶۸ تن طلا خریداری کرده اند که این رقم ۱۷ تن بیشتر از رکورد ثبت شده در سال ۲۰۱۸ است.

بخش عمده ای از این خرید (حدود ۳۹۰ تن) در نیمه نخست سال انجام شده است.

این گزارش همچنین نشان می دهد خرید طلا از سوی بانک های مرکزی در سال ۲۰۱۹ به بالاترین سطح ۵۰ سال گذشته رسیده است.

آمارهای شورای جهانی طلا نشان داد میزان ذخایر رسمی طلای جهان تا اکتبر ۲۰۱۹ میلادی به بیش از ۳۴۵۰۰ تن رسید. از این رقم منطقه یورو شامل بانک مرکزی اروپا بیش از ۱۰۷۷۶ تن ذخایر جهانی طلا را در اختیار دارد که معادل ۵۷.۴ درصد کل ذخایر ارزی خارجی است.

به جز سیاست های بانک مرکزی هر کشور، عمده تاً در دوران بحران و افزایش عدم اطمینان مانند دوران کرونا تقاضا برای خرید طلا بالا می رود. تنش های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه، جنگ تجاری،





مالی کروناپی آمریکا و سیاست‌های پولی بانک‌های مرکزی همه و همه می‌تواند بر افزایش قیمت طلا در سال ۲۰۲۱ تأثیر داشته باشد.

کارشناسان این افزایش قیمت را نامحتمل نمی‌دانند. برای مثال، استفن اینس، استراتژیست بازار طلا در شرکت اکسی کورپ، اعتقاد دارد طلا نیروی صعودی کافی برای رسیدن به بالای مرز ۱۹۰۰ دلار تا پایان سال و حتی صعود به سطح ۱۹۲۵ دلار را پیدا می‌کند.

او می‌گوید: «اگر بسته کمک مالی را با خوش‌بینی برای پایین نگه داشتن نرخ‌های بهره به مدت طولانی از سوی بانک مرکزی آمریکا یکی کنیم، می‌توان انتظار داشت که قیمت طلا حداقل تا مارس ۲۰۲۱ به‌خوبی پشتیبانی شود.»

این پیش‌بینی تا ماه مارس است. انتظار می‌رود در سه ماهه دوم و سوم سال میلادی جدید، با تسریع روند ریکاوری اقتصادی کشورها و تزریق واکسن، وضعیت بهتر شود و با افزایش دلار، طلا هم قابلیت افزایش بیشتر را داشته باشد.

اوتار ساندو، مدیر ارشد کالا در شرکت فیوچرز نیز در یادداشتی نوشت: «وخامت همه‌گیری ویروس کرونا رشد اقتصاد جهانی را محدود کرده و بانک‌های مرکزی سراسر جهان را واداشته است سیاست‌های پولی تسهیلی اتخاذ کنند که به نفع طلا خواهد بود.»

سال ۲۰۲۱ مانند سال ۲۰۲۰ برای سرمایه‌گذاران و کسب‌وکارها نخواهد بود. در سال ۲۰۲۰ بیش از هر چیز تحت تأثیر ویروسی ناشناخته بودیم که تمام زندگی ما را در بر گرفت. اکنون نگرانی‌های مربوط به کووید ۱۹ با توزیع اولیه واکسن کاهش می‌یابد.

برگزیت (خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا) از جمله دلایل افزایش نااطمینانی در سال گذشته و کرونا نیز از دلایل جاری برای افزایش ذخیره طلای بانک‌های مرکزی بود.

بسیاری از کشورهای جهان در طول سال‌های اخیر نسبت به افزایش ذخایر طلای خود اقدام کرده‌اند و آمریکا و آلمان در رأس این کشورها بودند. وضعیت ذخایر طلای بانک‌های روسیه نیز تابستان ۲۰۲۰ رکورد زد و به ۷.۴ میلیارد دلار رسید. نگرانی از تداوم بحران کرونا یکی از دلایلی بود که بانک‌های مرکزی این کشور به جمع‌آوری ذخایر طلا روی آوردند. با این حال، کشورهایی مانند کانادا هم هستند که در ذخایر بانک مرکزی خود طلا ندارند. آخرین شمش‌های طلا که متعلق به دولت کانادا بود، در سال ۲۰۰۳ فروخته شدند. با این حال، نظر به این واقعیت که در هیچ شرایطی از جذابیت و ارزش طلا به عنوان یک ارز امن کم نمی‌شود، بانک مرکزی کانادا در مطالعه اخیر خود توصیه کرده است که با توجه به مخاطرات و ابهامات اقتصادی و سیاسی فزاینده در جهان، بهتر است ذخایر ارزی کشور بار دیگر به این عنصر گران‌بها مزین شود.

آینده بازار طلا در سال ۲۰۲۱

در اولین روز زمستان و نزدیک به بازه کریسمس، طلای جهانی یک درصد صعود کرد و به بالاترین حد یک ماه و نیم اخیر خود رسید. بهای هر اونس طلا در این روز به ۱۸۹۶ و ۳۹ سنت رسید. این در حالی است که اوایل معاملات تا مرز ۱۸۹۹ دلار و ۲۹ سنت پیش رفته بود. در بازار معاملات آتی آمریکا، هر اونس طلا با ۰.۷ درصد افزایش، به ۱۹۰۲ دلار و ۷۰ سنت رسید. امید به توزیع واکسن کرونا، بسته حمایتی

اوتار ساندو، مدیر ارشد کالا در شرکت فیوچرز نیز در یادداشتی نوشت: «وخامت همه‌گیری ویروس کرونا رشد اقتصاد جهانی را محدود کرده و بانک‌های مرکزی سراسر جهان را واداشته است سیاست‌های پولی تسهیلی اتخاذ کنند که به نفع طلا خواهد بود.»

همه آن چه باید از رویدادهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در سالی که گذشت، بدانیم

جهان در سال ۲۰۲۰

مقاله برگرفته از هفته نامه اقتصادی اکونومیست، این مقاله در ۱۹ دسامبر ۲۰۲۰ منتشر شده است

همین تعطیلی ها و قرنطینه های ناگهانی باعث شد مردم در برخی از کشورها و منطقه ها به خریدهای هیجانی روی بیاورند. این مسئله به ویژه در آمریکا و بریتانیا قابل مشاهده بود. در این کشور قفسه فروشگاهها خیلی زود خالی شد. بسیاری از افراد هم به خریدهای آن لاین روی آوردند. موتورهای جستجوگر اینترنتی هم خیلی زود برای خرید کالاهایی مثل دستمال توالت، تجهیزات تناسب اندام و ابزار ساخت نان و شیرینی به راه افتادند. در کشورهای فقیرتر مثل هند، هزینه های انسانی بالاتر بود. بسیاری از کارگران مهاجر، به صورت ناگهانی بی کار شدند و در نتیجه به ناچار به وطن خود و نزد خانواده هایشان بازگشتند. این جابه جایی در هند در حقیقت بزرگترین جابه جایی انسانی در این کشور از زمان جداسازی در سال ۱۹۴۷ بود. اقتصاد هند در فاصله ماه های آوریل تا ژوئن، حدود ۲۵ درصد کوچک شد.

در اواخر ماه مارس، چین اعلام کرد موارد ابتلا در این کشور روند نزولی گرفته است. تعطیلی سرتاسری در ووهان هم اوایل ماه آوریل به پایان رسید. چین مرزهای خود را به روی خارجی ها بست، چراکه بیماری به سرعت در اروپا شیوع پیدا می کرد. بریتانیا، فرانسه، ایتالیا و اسپانیا جزو کشورهایی بودند که ویروس به تهدیدی جدی برای آن ها تبدیل شده بود.

خیلی نزدیک به من نیست

آمریکا تقریباً بزرگترین ضربه را از ویروس کرونا خورد. دونالد ترامپ ابتدا این ویروس را جدی نگرفت. او محدودیت های فدرال را در ماه آوریل برداشت. حتی به مردم وعده داد تا پیش از جشن هایی که در راه بود، زندگی به روال عادی بازگردد. پوشیدن ماسک برای پوشاندن صورت هم خیلی زود به یک برچسب سیاسی در این کشور تبدیل شد. ترامپ انگشت اتهام به سمت سازمان بهداشت جهانی دراز کرد و گفت این سازمان از چین حمایت می کند. او گفت آمریکا در سال ۲۰۲۱، سازمان بهداشت جهانی را ترک خواهد کرد. برزیل هم رئیس جمهوری مشابه آمریکا داشت. ژائیر بولسونارو گفت این بیماری مثل یک سرماخوردگی ساده است.

سقوط بازارهای مالی در اواسط ماه مارس به وضوح دیده می شد. بسیاری از شاخص ها در بازار، در مسیر نزولی قرار گرفتند. ترس از رکود همه جا را در خود بلعید. فدرال رزرو یا همان بانک مرکزی آمریکا و همچنین سایر بانک های مرکزی در جهان در یک اقدام اضطراری، نرخ های بهره را کاهش دادند. در آمریکا، فدرال رزرو، اوراق شرکتی را هم برای بازارها ارائه کرد. این اقدامی است که در گذشته، یعنی یک دهه پیش وقتی بحران بزرگ اقتصادی رخ داده بود، از آن خودداری کرده بود.

بازار نفت هم دچار مشکل شد و حساسی ضربه خورد. گویی

T H E
W O R L D
I N 2 0 2 0
T R U M P B R
E X I T A I T O
K Y O M A R S C L
I M A T E X I R E C E
S S I O N M O D I E
X P O S D G S B O N D B
E E T H O V E N V I S I O N S B I
O D I V E R S I T Y R A T N P T W A R
R E N R A P H A E L N I G H T I N G A L E R U S S I A

در سال ۲۰۲۰، شکل جدیدی از ویروس کرونا، احتمالاً از طریق حیواناتی که در بازار حیوانات شهر ووهان در چین فروخته می شدند، در جهان منتشر شد و بدترین بحران جهانی را از زمان جنگ جهانی دوم تا کنون، رقم زد. ویروس کووید ۱۹ تا کنون منجر به بیماری ۷۳ میلیون نفر و مرگ بیش از یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر در جهان شده است. بیست و سوم ژانویه ۲۰۲۰ بود که دولت چین قرنطینه سرتاسری در شهر ووهان را اعلام کرد. طولی نکشید که سروکله این ویروس در کل استان هوبی و فراتر از آن هم پیدا شد. رفته رفته ویروس به همه جای دنیا سرایت پیدا کرد. سیاست «تعطیلی سرتاسری» در سایر کشورهای درگیر با این ویروس هم دنبال شد تا جلوی همه گیری آن را بگیرند. اواخر ژانویه، موارد ابتلا به این ویروس در آلمان، ژاپن، تایوان و ویتنام شناسایی و گزارش شد. بازارها دچار نوسان شدند، نگرانی هایی در مورد اختلال در زنجیره تأمین شکل گرفت و خیلی زود چین را با مشکل مواجه کرد. اواخر ماه فوریه بود که سازمان بهداشت جهانی اعلام کرد اکثر موارد ابتلا به این بیماری، در خارج از چین رخ داده است. ایتالیا نخستین کشوری بود که به شدت آسیب دید. ابتدا بیمارستان ها پر از بیمار شد و بعد هم کل کشور در اوایل ماه مارس قرنطینه شد.

اقتصاد جهانی
صدیقه ثنایی مترجم

مشکلات ناشی از همه‌گیری کرونا برای بازار نفت و ضربه زدن به آن کافی نبود، عربستان سعودی هم چکشی به دست گرفت و با جنگ نفتی با روسیه، وضعیت را بدتر کرد. این دو کشور توافقی بر سر سطح تولید داشتند که نتوانستند به آن عمل کنند. به این ترتیب، قیمت نفت به پایین‌ترین میزان خود از سال ۱۹۹۱ تا کنون رسید، در واقع نفت به قیمتی رسید که تا کنون سابقه نداشت در یک روز به آن حد برسد. البته شرایط بعداً کمی بهتر شد. در اواخر سال ۲۰۲۰، سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) و روسیه به توافقی برای افزایش عرضه نفت دست پیدا کردند.

سیاستمداران هم در کشورهای مختلف تلاش می‌کردند از اقتصاد خود حمایت کنند. بسته‌های حمایتی برای رونق بخشی به اقتصاد در آمریکا تأیید کننده را دریافت کرد. یکی از بسته‌ها به ارزش ۲.۲ تریلیون دلار بود. تنها در ماه آوریل، حدود ۲۱ میلیون نفر از مردم بی‌کار شدند. نرخ بی‌کاری ۱۴.۷ درصد افزایش یافت. اما هیچ‌وقت به ۲۰ درصدی نرسید که خیلی‌ها پیش‌بینی کرده بودند. بریتانیا ۸۰ درصد از دستمزدها را برای کارگرانی که از وضعیت موجود به ستوه آمده بودند، تضمین کرد. برخی از رستوران‌ها هم در ماه اوت یارانه دریافت کردند.

برنده‌ها و بازنده‌ها

همه‌گیری برای بعضی از افراد بد هم نبود. وقتی شوک ناشی از تعطیلی‌های سرتاسری برطرف شد، بورس و بازار سهام به حدی رسید که تا کنون سابقه نداشت. در واقع رکوردهای جدیدی به ثبت رسید. بخش زیادی از ماجرا به شرکت‌های فناوری مربوط می‌شد. مثلاً زوم برنامه‌ای است که برای نشست از راه دور کاربرد دارد. این شرکت به یکی از مهم‌ترین شرکت‌ها در جهان تبدیل شد. بسیاری از کارمندان دورکار شده‌اند و از این فناوری‌ها بهره می‌گیرند. افزایش خرید اینترنتی هم باعث شد آمازون صدها هزار نیروی جدید استخدام کند. ثروت جف بزوس، مالک شرکت آمازون که در زمینه خرید اینترنتی فعالیت دارد از ۱۱۱ میلیارد دلار در ماه مارس به ۱۸۵ میلیارد دلار در ماه دسامبر رسید. مجموع ثروت ۱۰ فرد ثروتمند جهان هم با رشد ۵۷ درصدی به ۱.۱۴ تریلیون دلار رسید.

در میان صنایع، گردشگری و هواپیمایی بزرگ‌ترین بازنده‌های همه‌گیری بودند. حتی کمک‌های دولتی هم نتوانست بسیاری از خطوط هواپیمایی را نجات دهد. آن‌ها با کاهش درآمد ۵۱ میلیارد دلاری مواجه شدند. سازمان ملل هم گزارش داد صنعت گردشگری در فاصله ماه‌های ژانویه تا اوت با کاهش ۷۰ درصدی در درآمد مواجه شده است. به این ترتیب، ضرری ۷۳۰ میلیارد دلاری به این صنعت وارد شده است.

دانشمندان هم سرگرم کاری بودند که به نظر خیلی دشوار می‌آید؛ ساخت واکسن برای کووید ۱۹. شرکت‌های داروسازی در این بازی برنده بودند. تا اواخر سال هم واکسن‌ها حاضر شدند. بریتانیا نخستین برنامه تزریق واکسن را آغاز کرد. این کشور از واکسنی استفاده کرد که کاملاً آزمایش شده است. به دنبال آن، آمریکا هم فرایند واکسیناسیون را آغاز کرد. حتی با واکسن هم مقامات هشدار داده‌اند که جهان باید یک سال دیگر با این ویروس مبارزه کند.

وقوع جنگ داخلی در اتیوپی یکی از ناامیدکننده‌ترین اتفاقات در سال ۲۰۲۰ بود. ابی احمد، نخست‌وزیر این کشور که برنده جایزه نوبل صلح بود، برنامه حمله‌ای را راه‌اندازی کرد و به این ترتیب دوباره جدایی‌طلبان به میدان آمدند.

ارتش‌های چینی و هندی هم نخستین مواجهه مرگ‌بار را بعد از دهه‌ها داشتند. در ارمنستان و آذربایجان هم درگیری‌هایی شکل گرفت. البته دست‌آخر صلح برقرار شد، اما این صلح به نظر خیلی لرزان و موقتی می‌آید.

آبه شینزو، نخست‌وزیر ژاپن، بعد از سال‌ها از قدرت کنار رفت که دلیل آن بیماری بود. سوگا یوشیهیدو جای او را گرفته است. او تصمیم دارد المپیک توکیو را در سال ۲۰۲۱ در ماه ژوئیه برگزار کند. چین هم درگیری‌هایی مجددی با هنگ‌کنگ داشت. مردم در هنگ‌کنگ دیگر نمی‌خواهند تحت سلطه چین باشند.

رویدادهای بزرگ

انتخابات ریاست‌جمهوری در آمریکا یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای سال ۲۰۲۰ بود. دموکرات‌ها بالا و پایین زیادی داشتند تا بالاخره جو بایدن را انتخاب کردند. سه‌شنبه بزرگ آمریکا با پیروزی جو بایدن پیش رفت. دونالد ترامپ هم در ماه فوریه در مسیر استیضاح قرار داشت. اکنون او باید در تاریخ ۲۰ ژانویه ۲۰۲۱ کاخ سفید را ترک کند.

مرگ جورج فلوید، مرد سیاه‌پوست آمریکایی به دست پلیس در مینیاپولیس، منجر به خشم و آشوب در آمریکا بعد از چندین دهه شد. فریادهای فلوید که می‌گفت نمی‌تواند نفس بکشد، به فریاد همه مردم در سرتاسر جهان تبدیل شد. جنبش «جان سیاهان مهم است» به دنبال این جریان در جهان به راه افتاد. این جنبش علیه برده‌داری و نژادپرستی بود. تندیس مردان سفیدپوستی که علیه سیاهان اقدام کرده بودند هم به دنبال این ماجرا پایین کشیده شد. آمریکا تابستان خود را با اعتراضات سپری کرد.

نتیجه از همیشه

بریتانیا، جزیره‌ای کوچک در اروپا، در ۳۱ ژانویه اتحادیه اروپا را ترک کرد. این کشور تا ۳۱ دسامبر در دوره گذار از اتحادیه اروپا بود. مذاکراتی برای توافق بعد از جدایی بریتانیا از اتحادیه اروپا (برگزیت) در جریان است. نتیجه هر چه باشد، بریتانیایی‌ها از حالا به بعد از این قاره دورتر شده‌اند.

ونزوئلا هم چنان به تنهایی می‌جنگد و درگیر است. مادور و گوایدو هنوز برای قدرت در نزاع هستند. بلاروس وارد بحران شده و اعتراضات گسترده‌ای در این کشور به راه افتاده است. در بولیوی، لوپیس آرک به قدرت رسید و رئیس‌جمهوری این کشور شد. او چپ است، اما به عنوان یک تکنوکرات دیده می‌شود. ترور سردار ایرانی می‌توانست جرقه جنگی بزرگ را بزند. سرنگون شدن هواپیمای اوکراینی و کشته شدن ۱۷۶ نفر به دلیل خطای انسانی مدت‌ها مورد بحث بود.

بخشی از بیروت در یک انفجار از دست رفت و ۲۰۰ نفر در این جریان کشته شدند. شش‌هزار و ۵۰۰ نفر هم دچار جراحت شدند. اکنون این شهر در لبنان دوباره باید ساخته شود. در کره جنوبی فیلمی به اسم «انگل» جایزه اسکار را دریافت کرد. به صورت کلی، صنعت فیلم بیشترین آسیب را از تعطیلی‌های سرتاسری دیده است. سینماها در انتظار سال ۲۰۲۱ هستند. آفریقای جنوبی موفق شد برای همیشه فلج اطفال را ریشه‌کن کند و اکنون فقط مواردی در افغانستان و پاکستان وجود دارد. درمانی برای فلج اطفال وجود ندارد و تنها راه، تزریق واکسن است.

این‌ها عمده‌ترین و مهم‌ترین اتفاقات جهان در سال ۲۰۲۰ بود. حالا باید در انتظار سال ۲۰۲۱ و رویدادهای جدید باشیم.

گویی مشکلات ناشی از همه‌گیری کرونا برای بازار نفت و ضربه زدن به آن کافی نبود، عربستان سعودی هم چکشی به دست گرفت و با جنگ نفتی با روسیه، وضعیت را بدتر کرد. این دو کشور توافقی بر سر سطح تولید داشتند که نتوانستند به آن عمل کنند. به این ترتیب، قیمت نفت به پایین‌ترین میزان خود از سال ۱۹۹۱ تا کنون رسید، در واقع نفت به قیمتی رسید که تا کنون سابقه نداشت در یک روز به آن حد برسد. البته شرایط بعداً کمی بهتر شد. در اواخر سال ۲۰۲۰، سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) و روسیه به توافقی برای افزایش عرضه نفت دست پیدا کردند



کدام کشور منتخب سال اکونومیست خواهد بود؟

تحسین برانگیزها

این مقاله مربوط به ۱۹ دسامبر ۲۰۲۰ از هفته‌نامه اقتصادی اکونومیست است. این نشریه هر سال، کشوری را به عنوان کشور سال انتخاب می‌کند.

دست داده‌اند. عملکرد اقتصادی این کشور هم بسیار بهتر بوده است. البته برخی می‌گویند تایوان کشور نیست، بلکه صرفاً قلمروی با دولت مستقل است. اما به‌هرحال این کشور توانست بدون تعطیلی مدارس، رستوران‌ها و فروشگاه‌ها، ویروس کرونا را از خود دور نگه دارد. در واقع تعطیلی زیادی در این کشور برقرار نشد. به همین دلیل است که انتظار می‌رود این کشور جزو معدود کشورهایی باشد که در سال ۲۰۲۰ رشد اقتصادی را تجربه کرده است. نکته دیگر این بود که این کشور توجهی به تهدیدهای خصمانه پکن نکرد و به این ترتیب، شجاعت و جسارتی عجیب از خود به نمایش گذاشت. دولت چین بارها گفته است تایوان باید با سرزمین اصلی (چین) متحد شود. این بار حتی سروکله کشتی‌های جنگی و سایر جنگنده‌های چینی هم در نزدیکی این جزیره پیدا شده بود. وضعیت بدتر از همیشه بود. اما باز هم رأی‌دهندگان تایوانی در ماه ژانویه، دست رد به سینه رئیس‌جمهوری زدند که به دنبال پیوندها و روابط گرم‌تر و بهتر با چین بود و به جای او، تسای اینگ-ون را انتخاب کردند که دولتش به فعالان دموکراسی از هنگ‌کنگ پناه داده است. تایوان به صورت مستمر و دائمی به ما خاطرنشان می‌کند که فرهنگ چینی کاملاً سازگار با دموکراسی لیبرال است.

این توفیق‌هایی که حاصل شده، همگی تأثیرگذار است و ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اما تا زمانی که همه‌گیری کرونا برای همیشه محو نشده باشد، نمی‌توان کشوری را بر اساس عملکردش در مبارزه با این ویروس مورد قضاوت قرار داد. در واقع شرایط خاصی وجود دارد که مانع قضاوت صحیح ما می‌شود. مثلاً مسائلی نظیر جغرافیا و ژنتیک نقشی اساسی در این زمینه دارند. در واقع این شرایط اثرگذار است. مثلاً جزیره بودن به مدیریت بهتر مرزها کمک می‌کند. یا مثلاً برخی از جمعیت‌ها در برابر این ویروس ایمن هستند. به همین دلیل است که ما کشورهای دیگری را نامزد کرده‌ایم و معتقدیم ارزشش را دارد که آن‌ها را هم بررسی کنیم.

معمولاً در بیشتر سال‌ها، اکثر کشورها در جهات مختلفی پیشرفت می‌کنند. اما سال ۲۰۲۰ سالی متفاوت بود؛ سالی که در آن مسائلی نظیر مرگ‌های زود هنگام و افول رشد اقتصادی به وضعیت عادی جدیدی تبدیل شدند. در این سال، اکثر کشورها فقط تلاش می‌کردند از این مخمصه نجات پیدا کنند و گرفتار شرایط بدتری نشوند. به همین دلیل است که ما هم ناگزیر، فهرست کوتاه خود را از کشورهایی که بیشترین پیشرفت را داشته‌اند، صرفاً به کشورهایی اختصاص داده‌ایم که فقط توانسته‌اند جلوی بدتر شدن شرایط را بگیرند.

نیوزیلند؛ امسال بهتر از پارسال

تقریباً بسیاری از افراد معتقدند نیوزیلند در سال ۲۰۲۰ نسبت به سال ۲۰۱۹ به جای بهتری برای زندگی تبدیل شده است. مقامات در این کشور موفق شده‌اند ویروس را مهار کنند. زمانی که تنها ۱۰۰ مورد جدید ابتلا در این کشور شناسایی شده بود، جاسیندار آردرن، نخست‌وزیر این کشور، مرزهای نیوزیلند را به روی خارجی‌ها بست، تعطیلی‌های سرتاسری خیلی زود در کشور برقرار شد و خانم آردرن از «تیم پنج‌میلیون نفری‌اش» (که یعنی تمام جمعیت این کشور) درخواست کرد با هم خوب و مهربان باشند. فقط ۲۵ نفر از مردم این کشور جان خود را بابت این ویروس از دست دادند و اکنون می‌توان گفت که زندگی کم‌وبیش به وضعیت عادی‌اش بازگشته است. مثلاً ورزشگاه‌ها و استادیوم‌های بازی راگبی، این فصل را با سالن‌های پر از تماشاچی به پایان رساندند. خانم آردرن که بسیار محبوب است، دوباره در این کشور با اکثریت آرا انتخاب شد و چنین چیزی در این کشور تقریباً بی‌سابقه است.

تایوان در مسیر رشد اقتصادی

تایوان نسبت به نیوزیلند، عملکردی به مراتب بهتر داشته است. در این کشور فقط هفت نفر جان خود را بابت ابتلا به کرونا از

اقتصاد جهانی
صدیقه ثنایی مترجم

آمریکا و بولیوی زیر سایه انتخابات

عملکرد ایالات متحده آمریکا در برابر ویروس کرونا به اندازه بریتانیا، ایتالیا و اسپانیا بد بود. اما این کشور عملیاتی را راه‌اندازی کرد که بر اساس آن مردم بتوانند زودتر به واکسن دست پیدا کنند. در واقع این مأموریت، واکسن کرونا را در اولویت قرار داد. به‌علاوه مردم در آمریکا در ماه نوامبر، دست رد به سینه ترامپ زدند. رأی‌دهندگان آمریکایی با این اقدام خود، توانستند تا حدود زیادی دست پوپولیسم را که حسابی در جهان رواج یافته، کوتاه کنند. البته ترامپ تلاش زیادی داشت تا رأی این افراد را دوباره به نفع خودش تغییر دهد. اما داورانی که در این زمینه پی‌گیر بودند، ترجیح دادند به جای وفاداری به فردی (ترامپ) که آن‌ها را انتخاب کرده و به کار گمارده، به قانون وفادار بمانند.

کسانی هم که در بولیوی به پای صندوق‌های رأی رفتند، تا حدود زیادی توانستند در جهت ایجاد یک وضعیت عادی قدم بردارند. ابتدا یک انتخابات فریب‌کارانه برگزار شد و بعد هم رئیس‌جمهوری سوسیالیست این کشور برکنار شد. پس از آن، معترضان با خشونت و کینه‌توزانه دست به اعتراض زدند و شاهد حکمرانی یک رئیس‌جمهوری موقت در این کشور بودیم. اما بالاخره در ماه اکتبر، این کشور توانست انتخاباتی در صلح برگزار کند. مردم هم یک تکنوکرات به اسم لویس آرک را به عنوان رئیس‌جمهوری خود انتخاب کردند.

پیشتازی مالوای

با همه این احوالات، جایزه بهترین کشور امسال تعلق می‌گیرد به کشوری در آفریقای جنوبی. بر اساس برآوردهای مؤسسه خانه آزادی در آمریکا، دموکراسی و احترام به حقوق بشر، دست‌کم در ۸۰ کشور جهان از ابتدای شیوع همه‌گیری و

هم‌چنین در ماه سپتامبر، نقض شده و روندی رو به افول گرفته است. اما تنها کشوری که در این زمینه قدمی مثبت برداشته، کشور مالوای است.

اما این کشور چه کرده است؟ برای این که بهتر درک کنید، باید اتفاقاتی را که در این کشور از گذشته رخ داده است، تا کنون مورد بررسی قرار دهید. در سال ۲۰۱۲، رئیس‌جمهوری این کشور از دنیا رفت. اما مقامات مرگ او را از مردم پنهان کردند و جنازه‌اش را برای انجام درمان‌های پزشکی، به شهری در آفریقای جنوبی فرستادند. از این طریق در واقع می‌خواستند زمان بخرند تا فضای مناسبی برای به قدرت رسیدن برادرش ایجاد شود. نام آن برادر پیتر موتاریکا بود. این فرد موفق نشد در آن زمان قدرت را به چنگ بیاورد، اما دو سال بعد در انتخابات ریاست‌جمهوری شرکت کرد و انتخابات مجدداً برگزار شد. می‌گفتند در این انتخابات تقلب شده و نتایج آن دست‌کاری شده است. شمارش مجدد آرا صورت گرفت. ناظران خارجی حاضر شدند و با این که مطمئن نبودند، نتیجه را تأیید کردند. مردم مالوای در اعتراض به انتخاباتی که در آن تقلب شده است، اعتراضاتی را ترتیب دادند و به خیابان‌ها آمدند. بالاخره قاضی‌های مالوای دست رد به کیف‌های پر از پول رشوه زدند و تصمیم گرفتند این ریاست‌جمهوری را لغو کنند. سرانجام در ماه ژوئن، انتخابات عادلانه‌ای برگزار شد و مردم آقای موتاریکا را از دفتر ریاست‌جمهوری بیرون انداختند. اکنون لازاروس چاکورا، منتخب مردم، در این کشور به قدرت رسیده است. مالوای هنوز یک کشور فقیر است که مردمش با فقر دست‌وپنجه نرم می‌کنند. اما مردم این کشور در حقیقت شهروندانی هستند که زندگی می‌کنند، آن‌ها اشیای بی‌جان نیستند. به این دلیل که دموکراسی در منطقه‌ای اقتدارگرا به دست مردم احیا شده است، مالوای کشور برگزیده ما در سال ۲۰۲۰ است.

جایزه بهترین کشور امسال اکونومیست تعلق می‌گیرد به کشوری در آفریقای جنوبی. بر اساس برآوردهای مؤسسه خانه آزادی در آمریکا، دموکراسی و احترام به حقوق بشر، دست‌کم در ۸۰ کشور جهان از ابتدای شیوع همه‌گیری و هم‌چنین در ماه سپتامبر، نقض شده و روندی رو به افول گرفته است. اما تنها کشوری که در این زمینه قدمی مثبت برداشته، کشور مالوای است



آیا بیت کوین به سلطنت دلار پایان می دهد؟

طلای دیجیتال

شیوع کرونا موجب شد بسیاری به فکر سرمایه گذاری در حوزه رمزارزها بیفتند. بسیاری از مردم از ترس این که بانک های مرکزی ارزش ارزهای خود را کاهش دهند، به سوی خرید بیت کوین به صورت عمده گام برداشتند. همین امر موجب شد قیمت بیت کوین از ماه مارس تاکنون بیش از چهار برابر شود و اکنون به عنوان یکی از داغ ترین سرمایه گذاری های سال ۲۰۲۰ مطرح شود.

بالا و پایین های سرمایه گذاری در بیت کوین

سازندگان بیت کوین از زمان راه اندازی آن در سال ۲۰۰۹ درصدها هستند آن را به عنوان «طلای دیجیتال» و منبعی معتبر معرفی کنند و از آن یک پناهگاه امن در زمان های پرتلاطم ایجاد کنند. با این حال، سرمایه گذاری روی بیت کوین با خطرات بسیاری مواجه است و افرادی که نسبت به ریسک حساس هستند، زیاد به سمت این بازار نمی آیند. برای مثال، تنها در مدت پنج ماه ارزش آن سه مرتبه تا ۳۸، ۴۰ و ۲۹ درصد سقوط کرد. هم چنین می توان به چندین مورد اشاره کرد که سرمایه گذاری روی بیت کوین را پرریسک می کند: ۱. از بین رفتن جذابیت بلاکچین بیت کوین، ۲. احتمال عدم پذیرش بیت کوین از سوی شرکت های بزرگ، ۳. شمشیر دو لبه به نام قوانین، ۴. حمله سایبری، ۵. دخالت وال استریت و... آخرین حباب بیت کوین کمتر از سه سال پیش ظاهر شد و نوسانات روزانه قیمتی آن هنوز چهار برابر بیشتر از طلاست. به همین دلیل افرادی که جسارت کمتری دارند، خصوصاً آن هایی که در عصر دیجیتال بزرگ نشده اند، تمایل دارند به طلا روی آورند که ثبات خود را طی این سال ها حفظ کرده است.

استقبال سرمایه گذاران از رمزارزها

با این حال، با افزایش نرخ بیت کوین، سرمایه گذاران زیادی روی مقوله رمزارزها سرمایه گذاری می کنند و این موضوع خصوصاً در دوران کرونا تشدید شده است. کوین مورکو، بنیان گذار و مدیرعامل صرافی CoinMetro در استونی، می گوید: «می توان گفت که شیوع کووید ۱۹، انتخابات ایالات متحده آمریکا، برگزیت، به طور کلی کل اتفاقاتی که در سال ۲۰۲۰ افتاد، باعث تغییر سیستم های مالی سنتی به سمت دارایی های دیجیتال با ارزش شده است.»

پس از رونق رمزنگاری در سال ۲۰۲۰، مرجع راهبردی امور مالی انگلستان (FCA) اعلام کرد، بیش از یک میلیون نفر برای اولین بار امسال دارایی های رمزنگاری را خریداری کرده اند. در مجموع ۲.۶ میلیون نفر در انگلیس ارزهای رمزپایه خریداری کرده اند و ۱.۹ میلیون نفر دیگر دارایی های رمزنگاری شده را هم چنان در دست دارند. آمار جالب توجه این است که در لندن از هر چهار نفر، یک نفر ارز رمزپایه خریداری کرده است. در این تحقیق، ۱۹ درصد افراد جوان تر بین ۱۸ تا ۳۴ ساله، و فقط یک درصد از افراد بالای ۵۵ سال در کریپتوکارانسی سرمایه گذاری کرده اند.

بیت کوین سال جاری با رسیدن به رقم ۱۹۸۶۰ دلار، رکوردش در سال ۲۰۱۷ را شکست و بسیاری از تحلیل گران رسیدن ارزش آن به ۲۰ هزار دلار را نیز پیش بینی کرده اند. با این حال، چند روز بعد ارزش بیت کوین به رقم ۱۹۴۰۰ و سپس به سمت کانال ۱۸ هزار کاهش یافت. بیت کوین هنوز در حال آزمودن بالاترین سطح خود است و این بدان معنی است که هنوز در این بازار تنش وجود دارد. به عبارت دیگر، بیت کوین درصدها حرکت به سمت رقم های بالاتر است. به همین دلیل پیش بینی حرکت بعدی مهم است. این بازار پرریسک این روزها جذاب شده و تهدید مهمی برای سرمایه گذاران سهام و بازارهای بورس به شمار می رود. سرمایه گذاران بسیاری به بازار ارزهای دیجیتال علاقه مند شده اند، به طوری که در لندن از هر چهار نفر یک نفر در بازار ارزهای دیجیتال سرمایه گذاری کرده است و دولت هایی مانند چین و روسیه نیز به فکر گسترش یوان دیجیتال و روبل دیجیتال افتاده اند. اما آیا این رمزارز می تواند به دوران حاکمیت دلار پایان دهد؟ با گزارش زیر همراه باشید تا تحلیلی بر رویکرد بیت کوین در سال جاری و نگاهی به آینده آن در سال ۲۰۲۱ داشته باشیم.

بیت کوین جایگزینی برای دلار؟

اوایل شیوع کرونا، دلار آمریکا علی رغم تزلزل هایی که داشت، مانند همیشه قدرتمند بود و هم چنان به عنوان واسطه تجارت بین الملل و ارز مورد پذیرش اکثر کشورها مطرح بود. دلار هم چنین ارز ذخیره و پس انداز حاکم بیشتر بانک های مرکزی دنیا است. پیش از آمریکا، فقط پنج قدرت برتر آرزوی برتری ارز کشورشان به عنوان ارز ذخیره در بانک ها را داشتند، که تاریخ آن به دهه ۱۴۰۰ برمی گردد؛ پرتغال، اسپانیا، فرانسه، هلند و انگلیس. مدعیانی نیز برای دلار وجود داشت. برای مثال در اروپا به جایگزینی یورو به جای دلار در سال ۱۹۹۹ امیدوار بودند. اما این ارز به دلیل تردید در اثربخشی دولت چند ایالتی منطقه یورو نتوانست اعتماد جهانی را جلب کند. تا آغاز سال ۲۰۲۰ دلار به مدت ۱۰۰ سال هم چنان به حکمرانی خود ادامه می داد، اما این سؤال پیش آمد که این زمان چه مدت می تواند ادامه یابد؟ این امر بستگی به یک نکته مهم داشت؛ نبود جانشین. مقامات آمریکایی در واکنش به تعطیلی کسب و کارها و فشار اقتصادی در دوران کرونا، دلار را در مقادیر نامحدود چاپ کردند، بدون این که وضعیت ارز ذخیره خود را تضعیف کنند. اما طبقه جدیدی از مدعیان به نام ارزهای رمزپایه در حال ظهور هستند. ارزهای رمزنگاری شده مانند بیت کوین به عنوان جانشینی جدید برای دلار مطرح می شوند.



کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

با افزایش نرخ بیت کوین، سرمایه گذاران زیادی روی مقوله رمزارزها سرمایه گذاری می کنند و این موضوع خصوصاً در دوران کرونا تشدید شده است. کوین مورکو، بنیان گذار و مدیرعامل صرافی CoinMetro در استونی، می گوید: «می توان گفت که شیوع کووید ۱۹، انتخابات ایالات متحده آمریکا، برگزیت، به طور کلی کل اتفاقاتی که در سال ۲۰۲۰ اتفاق افتاد، باعث تغییر سیستم های مالی سنتی به سمت دارایی های دیجیتال با ارزش شده است.»



این آمار هنگامی که بر اساس جنسیت تقسیم می‌شود، نشان می‌دهد ۱۳ درصد از مردان و هشت درصد از زنان مورد بررسی ارز رمزنگاری شده را خریداری کرده‌اند.

پشتیبانی از بیت‌کوین در پرداخت و تجارت

بیت‌کوین شروع به پیش‌روی در مسیر جاه‌طلبانه خود برای جایگزینی دلار به عنوان یک ابزار مبادله‌ای کرده است. درست است که اکثر بیت‌کوین‌ها به عنوان یک منبع سرمایه‌گذاری و نه برای پرداخت استفاده می‌شوند، اما این رویکرد نیز در حال تغییر است، چراکه مشاغل و کسب‌وکارهای کوچک شروع به استفاده از بیت‌کوین در تجارت بین‌الملل کرده‌اند، به‌ویژه در کشورهایی که تأمین دلار برای آن‌ها دشوار است (مانند نیجریه)، یا پول محلی بی‌ثبات دارند (آرژانتین).

در هفته‌های اخیر نیز پی‌پال و شرکت‌های تابع آن، خبر از پشتیبانی این رمزارز در کیف پول خود دادند. پی‌پال در بیانیه‌ای اعلام کرد که مشتریان این شرکت از اوایل سال ۲۰۲۱ می‌توانند با استفاده از رمزارزها از ۲۶ میلیون فروشنده شبکه پی‌پال خرید کنند. پشتیبانی از رمزارزها در حساب‌های متعلق به سایر کشورها نیز در نیمه اول سال ۲۰۲۱ اضافه خواهد شد. پیش از این شرکت اسکوئر (Square) که بیشتر در زمینه پرداخت موبایلی فعالیت می‌کند و رابین‌هود مارکتس (Robinhood Markets) که زمینه فعالیت آن خرید و فروش سهام است نیز به کاربران خود اجازه می‌دادند با استفاده از رمزارز خرید و فروش کنند، اما با توجه به مقیاس بسیار بزرگ‌تر پی‌پال، پشتیبانی آن از رمزارزها خبر بسیار مهم‌تری برای دنیای ارزهای دیجیتال است.

هم‌چنین بانک مرکزی چین در نظر دارد از ارز دیجیتال خود به عنوان ابزار پرداخت نوین استفاده کند و استفاده از دیگر ارزهای دیجیتال مانند بیت‌کوین را که دارای پشتوانه رسمی نیستند، به حداقل برساند. دیگر بانک‌های مرکزی نیز به فکر

اجرائی کردن این ایده افتاده‌اند، خصوصاً در بحران کرونا که مردم بیشتری به فکر سرمایه‌گذاری در حوزه رمزارزها هستند. پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال آینده به جز بانک مرکزی چین، شمار دیگری از بانک‌های مرکزی در جهان نیز ارز دیجیتال خود را توسعه دهند.

سال ۲۰۲۱، سال دارایی‌های دیجیتال

ممکن است افزایش قیمت بیت‌کوین هم‌چنان یک حباب باشد. حتی اگر این حباب بترکد، استقبال سرمایه‌گذاران از رمزارزها باید به منزله زنگ هشدار برای چاپ‌گرهای پول سنتی در همه کشورها، به‌خصوص آمریکا باشد. تصور نکنید که ارزهای سنتی تنها ذخیره باارزش مبادله‌ای هستند که مردم همیشه به آن اعتماد خواهند کرد. افراد جسور و باهوش تا زمانی که جایگزینی برای آن پیدا یا اختراع نکنند، دست از این کار برنمی‌دارند.

انتظار می‌رود سال ۲۰۲۱ بیشتر نام این رمزارزها را بشنویم و تحولات گسترده پیش‌بینی شده از سوی رمزارزهای شرکت‌هایی چون فیس‌بوک را ببینیم. پیش‌بینی می‌شود در سال آینده میلادی بیشتر درباره فضای دارایی دیجیتال بحث شود. تحلیل‌گری به نام لافورگ با اشاره به افزایش ۱۷۰ درصدی قیمت بیت‌کوین در سال جاری گفت این افزایش بالاتر از افزایش ۹۰ درصدی سود حوزه رمزارزها در سال ۲۰۱۹ است که می‌توان آن را به روزهای اولیه سرمایه‌گذاری در حوزه طلا در دهه ۱۸۵۰ شبیه دانست. هم‌چنین پیرس کرازبی، مدیر کل شرکت داده‌های مالی TradingView اعتقاد دارد سال ۲۰۲۱ سال پیشرفت مستمر در تداوم میان بازارهای سنتی و بازارهای رمزنگاری است. علاقه سوداگران سرمایه‌گذاران به سمت این بازار، ساخت واکسن کرونا و حمایت شرکت‌های بزرگی چون پی‌پال و اسکوئر در افزایش این استقبال در سال آینده می‌تواند تأثیرگذار باشد.

سازندگان بیت‌کوین از زمان راه‌اندازی آن در سال ۲۰۰۹ در صدد هستند آن را به عنوان «طلای دیجیتال» و منبعی معتبر معرفی کنند و از آن یک پناهگاه امن در زمان‌های پر تلاطم ایجاد کنند. بالین حال، سرمایه‌گذاری روی بیت‌کوین با خطرات بسیاری مواجه است و افرادی که نسبت به ریسک حساس هستند، زیاد به سمت این بازار نمی‌آیند. برای مثال، تنها در مدت پنج ماه ارزش آن سه مرتبه تا ۳۸، ۴۰ و ۲۹ درصد سقوط کرد



جدیدترین آمار حداقل دستمزد در سراسر دنیا

تمرکز بر بازسازی معیشت نیروی کار

در ماه‌های اخیر، فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی مختل شده و وضعیت معیشت و رفاه میلیون‌ها نفر از مردم دنیا در سال ۲۰۲۰ مورد تهدید قرار گرفته است. سازمان جهانی کار تخمین زده است امسال حدود ۳۴۵ میلیون شغل تمام‌وقت در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰ از بین رفته است. علی‌رغم امیدواری به توسعه واکسن، این بحران هنوز به پایان نرسیده است. این بحران بر میزان دستمزدها نیز تأثیرگذار بود. دولت‌ها برای خنثی کردن این اثر از بسته‌های حمایتی و وام‌های مختلف برای کمک به اقشار ضعیف جامعه استفاده کردند. آن‌ها در کنار حمایت اجتماعی، حمایت از فعالیت‌های اقتصادی را نیز ادامه دادند. به همین ترتیب، بانک‌های مرکزی در سراسر دنیا نیز با سیاست‌های پولی انبساطی برای تحریک اقتصاد مداخله کردند. این اقدامات به میلیون‌ها کارمند و کارگر کمک کرد که تمام یا بخشی از دستمزد حداقلی خود را حفظ کنند. علی‌رغم این اقدامات، پیامدهای اقتصادی و شغلی بحران کرونا احتمالاً در آینده‌ای نزدیک فشار بیشتری به سمت کاهش حداقل دستمزد وارد خواهد کرد.

اقتصاد جهانی
آرین طاهری

افزایش حقوق در شش ماهه اول و ۱۵ درصد افزایش در شش ماهه دوم را تعیین کردند.

در سال ۲۰۲۰ پیامدهای اقتصادی و تخریب زیرساخت‌های درآمد از جانب کرونا در کشورهای مختلف بسیار مشهود بود. حتی بسته‌های کمک مالی و وام‌های مختلف نیز نتوانست به کمک قشر کارگر بیاورد. اگر اقتصاد کشورهای مختلف بخواهد راهی به سمت رشد اقتصادی و پایدار ایجاد کند، در بحث تحولات دستمزدی می‌بایست نیاز به درآمدزایی و تقاضای کل را برای حمایت و موفقیت و پایداری کسب‌وکارها در نظر بگیرد. در مارس ۲۰۲۰ دبیرکل سازمان ملل متحد خواستار اقدامی برای کاهش تأثیر همه‌گیری کرونا در معیشت و رفاه مردم شد. او همچنین بر نیاز به بازسازی بهتر تأکید کرد. کشورها اگر بخواهند پایه‌های ایجاد شرایط بهبودیافته برای مردم را بنیان بگذارند، واکنش‌های سیاسی یک‌پارچه آن‌ها باید روی مردم و بازسازی معیشت آن‌ها و ایجاد زندگی مناسب و معقول برایشان متمرکز شود. سیاست کشور در تعیین حداقل دستمزد نشان

چالش کشورها در تعیین حداقل دستمزد در سال جاری

با توجه به مشکلات جاری اقتصادی و بحران کرونا بعضی کشورها تعیین حداقل دستمزد برای سال ۲۰۲۱ را به تعویق انداختند. اما شاید برای آنان جالب باشد که بدانید کشورهای مختلف چگونه حداقل دستمزد کارگران خود در سال ۲۰۲۰ را تنظیم کردند. اطلاعات گردآوری شده سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که تنظیم حداقل دستمزد در میان ۱۴۷ کشور از ۱۴۹ کشور از قبل برنامه‌ریزی شده بود، درحالی‌که دو کشور آنگولا و بنگلادش برنامه‌ای برای افزایش دستمزد نداشتند. بنگلادش هر پنج سال دستمزد کارگران خود را زیاد می‌کند، که آخرین بار این کار را در دسامبر ۲۰۱۸ انجام داده است. اما اگر این دو کشور استثنا را کنار بگذاریم، بیشتر کشورها حداقل دستمزد خود را در سال ۲۰۲۰ افزایش دادند و برنامه‌ریزی برای این کار داشتند. همچنین از میان ۱۴۷ کشوری که برنامه این کار را ریخته بودند، ۴۰ درصد به صورت منظم و ۵۹ درصد به صورت نامنظم حداقل دستمزد را تعدیل کردند. کشورهای با تعدیل منظم ۸۵ درصد

می‌دهد حداقل دستمزدها هنگامی که به‌درستی طراحی و اعمال شوند، چگونه می‌توانند به ابزاری کارآمد برای حفاظت کارگران و کارمندان در برابر دستمزدهای پایین و ناعادلانه تبدیل شوند و در عین حال نابرابری را نیز کاهش دهند.

سیاست کشورهای در تعیین حداقل دستمزد

در حال حاضر حدود ۹۰ درصد کشورهای عضو سازمان جهانی کار سیاست حداقل دستمزد را در کشور خود اعمال می‌کنند؛ چه به صورت قانونی و چه از طریق چانه‌زنی و مذاکره جمعی. سازمان جهانی کار اعمال این سیاست را پیشنهاد کرده است، اما کشورهای مختلف متناسب با سیاست‌های اقتصادی خود تنها برخی از این معیارها را در تعیین حداقل دستمزد خود دخالت داده‌اند. حداقل دستمزد در بسیاری از کشورها از طریق صدور و تصویب آیین‌نامه یا تصویب‌نامه دولت تعیین می‌شود.

در تعدادی از کشورها حداقل دستمزدها با توجه به توصیه‌های کمیسیون مرکزی، یا کمیسیون مزد منطقه‌ای، یا کمیسیون‌های حرفه‌ای، یا شورای مزد که برای بخش یا فعالیت معینی تشکیل شده است، تعیین می‌گردد. در بعضی کشورها شوراها یا ادارات ملی یا منطقه‌ای مزد، صلاحیت لازم را برای تعیین حداقل دستمزد دارا هستند، بدون آن‌که تصویب دولت ضرورت داشته باشد. سرانجام روش پنجم تعیین حداقل مزد، روش شبه قضایی، یا توافق از طریق دادگاه حرفه‌ای، یا دادگاه کار است. امتیاز این روش حذف هر گونه عامل سیاسی در تعیین حداقل مزد است. به طور کلی سیستم‌های اقتصادی و طرز نگرش و تفکر سیاستمداران و مسئولان کشورهای مختلف موجب شده سه روش برای تعیین حداقل دستمزد شکل باید که عبارت‌اند از:

۱. تعیین حداقل دستمزد برای تمام کشور (حداقل دستمزد ملی مانند کشور ما). چنین سیستمی به دنبال استقرار عدالت اجتماعی است.

۲. تعیین حداقل دستمزد برای مناطق مختلف (حداقل دستمزد منطقه‌ای مانند آمریکا که حداقل دستمزد در آن از استانی به استان دیگر متفاوت است).

۳. تعیین حداقل دستمزد برای صنایع مختلف هم‌چنین در بسیاری کشورها معیارهای دیگری چون هزینه زندگی و تغییرات آن، مزایای تأمین اجتماعی، نیازهای کارگران و خانواده‌های آن‌ها، تورم، بهره‌وری، آخرین وضعیت اقتصادی، ظرفیت و توانایی صنعت برای پرداخت حداقل دستمزد و... نیز دخیل است.

با وجود اجرای تمام یا بخشی از این سیاست‌ها، ۲۶۶ میلیون نفر از حقوق بگیران کمتر از میزان حداقل دستمزد دریافتی دارند که یا به این دلیل است که از نظر قانونی تحت پوشش نیستند، یا چنین قانونی به آن‌ها تعلق نمی‌گیرد. افشاری مانند زنان، کارگران جوان، کارگران با تحصیلات پایین، کارگران روستایی و کارگران دارای فرزند بیشترین وابستگی به حداقل دستمزد را برای گذران زندگی خود دارند. این گروه‌ها بیشترین گروه‌های آسیب‌پذیر در برابر بحران فعلی بازار کار را تشکیل می‌دهند و حداقل دستمزدها باید نقش حیاتی در توانمندسازی آن‌ها برای گذر از چنین شرایط سختی داشته باشد. متأسفانه حداقل دستمزدها همیشه در سطح کافی یا با مشورت ذی‌نفعان اجتماعی تعیین نمی‌شود و همیشه نیز تنظیم آن منظم نیست. آمارهای ILO (سازمان جهانی کار) نشان می‌دهد بیشتر کارگرانی که کمتر از میزان حداقل دستمزد دریافت می‌کنند، در کشورهایی با اقتصاد غیررسمی هستند که در آن چهارچوب‌های قانونی و نظارتی حول این مسئله رعایت نمی‌شود.

میزان حداقل دستمزد در آمریکا از ایالتی به ایالت دیگر

میزان حداقل دستمزد سال آینده در آمریکا در هر استان

اعلام شده است. استان‌هایی که هزینه‌های شخصی زندگی در آن‌ها مانند نیویورک بالاتر است، طبیعتاً از دستمزد حداقلی بیشتری برخوردار خواهند بود. برای سازمان‌های کوچک و بزرگ آمریکایی، مدیریت بی‌شمار قوانین پیروی از فدرال یک چالش اساسی است. این چالش با افزایش تغییرات دستورات محلی و ایالتی برای قوانینی چون مرخصی استعلاجی با حقوق، تغییرات مالیاتی هر استان، قوانین پرداخت عادلانه و افزایش حداقل دستمزد برای شرکت‌ها استرس‌زاست.

بیش از ۲۰ ایالت اعلام کرده‌اند که در سال ۲۰۲۱ حداقل دستمزد کارگران خود را افزایش خواهند داد. این تغییرات از اول ژانویه ۲۰۲۱ قابل اجراست. اگرچه در ایالت‌هایی مانند نوادا و اورگان این افزایش‌ها را در پایان سال خواهیم دید. فلوریدا نیز در ماه سپتامبر حداقل دستمزد را افزایش می‌دهد.

حداقل سطح دستمزد ساعتی در برخی ایالت‌ها طبق گزارش سی‌ان‌ان به شرح زیر است:

آلاباما: ۷.۲۵ دلار، آلاسکا ۱۰.۳۴ دلار، آریزونا ۱۲.۱۵ دلار، کالیفرنیا ۱۴ دلار، واشنگتن ۱۵ دلار، ایندیانا ۷.۲۵ دلار، نیوجرسی ۱۲ دلار، نیومکزیکو ۱۰.۵۰ دلار، نیویورک ۱۲.۵ دلار، اوکلاهما ۷.۲۵ دلار، کارولینای شمالی ۷.۲۵ دلار و...

حداقل دستمزد در اروپا در سال ۲۰۲۱

علی‌رغم بحران کرونا در دنیا بسیاری از کشورهای اروپایی نیز به دنبال افزایش حداقل دستمزدها در سال ۲۰۲۱ هستند و برخی کشورها نیز رقم آن را اعلام کرده‌اند. گزارش‌ها از آلمان حاکی است که آنجلا مرکل به عنوان بخشی از تلاش خود برای حمایت از تقاضای داخلی بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا موافقت کرد که حداقل دستمزد در آلمان در چهار مرحله افزایش پیدا کند و تا اواسط سال ۲۰۲۲ به ۱۰.۴۵ یورو (۱۲.۳۵ دلار) در ساعت برسد. میزان حداقل دستمزد در سال ۲۰۱۵ در این کشور ۸.۵ یورو بود که با افزایش در سال ۲۰۱۷ به ۸.۸۴ یورو و در سال ۲۰۲۰ به ۹.۳۵ یورو افزایش یافت.

از جمله کشورهای دیگر اروپا، ترکیه نیز اعلام کرده است حداقل دستمزد این کشور در سال ۲۰۲۱ را به میزان ۲۱.۵۶ درصد افزایش می‌دهد. حداقل سطح دستمزد ۲۸۲۶ لیر (حدود ۳۸۰ دلار) است که خالص دستمزد است و برخلاف کشور ما مالیات و هزینه بیمه تأمین اجتماعی از آن کسر نمی‌شود.

حداقل دستمزد در ایران

آمار حداقل دستمزدها در ایران با توجه به میزان تورمی که وجود دارد، کفاف معیشت قشر کارگر و کارمندان شرکت‌های بخش خصوصی را نمی‌دهد. کارشناسان می‌گویند حداقل دستمزدها در ایران یکی از کمترین ارقام در بین کشورهای مختلف است. حداقل حقوق روزانه‌ای که کارگران در سال ۹۹ در ایران دریافت کردند، برابر با ۶۳ هزار و ۶۸۰ تومان بود. پایه حقوق کارگران در حدود یک‌میلیون و ۹۰۰ هزار تومان است که با حق اولاد و حق مسکن و بن خواربار و... مجموع دریافتی به دو میلیون و ۵۰۰ تومان می‌رسد.

خبرهایی از احتمال افزایش ۲۵ درصدی حقوق کارکنان دولت در بودجه ۱۴۰۰ شنیده می‌شود، اما این بدان معنی نیست که حقوق پایه کارگران هم حتماً ۲۵ درصد افزایش می‌یابد. با این وضع گرانی و تورم بسیاری از نمایندگان اعلام کردند که افزایش حقوق سال آینده کارگران نباید کمتر از ۴۰ درصد باشد. باید دید دولت باتوجه به محدودیت‌های منابع و چالش‌های اقتصاد کشور چگونه به این قضیه نگاه کرده و عقب‌ماندگی مزدی کارگران در این شرایط اقتصادی را جبران می‌کند.

اطلاعات گردآوری شده سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که تنظیم حداقل

دستمزد در میان ۱۴۷

کشور از ۱۴۹ کشور از

قبل برنامه‌ریزی شده بود،

در حالی که دو کشور آنگولا

و بنگلادش برنامه‌ای برای

افزایش دستمزد نداشتند.

بنگلادش هر پنج سال

دستمزد کارگران خود را

زیاد می‌کند، که آخرین بار

این کار را در دسامبر ۲۰۱۸

انجام داده است. اما اگر

این دو کشور استثنا را کنار

بگذاریم، بیشتر کشورها

حداقل دستمزد خود را در

سال ۲۰۲۰ افزایش دادند



«وخارزم» اثرات کووید ۱۹ بر شاخص‌های اقتصاد در جهان را بررسی می‌کند **کرونا و اقتصاد به روایت نمودارها**

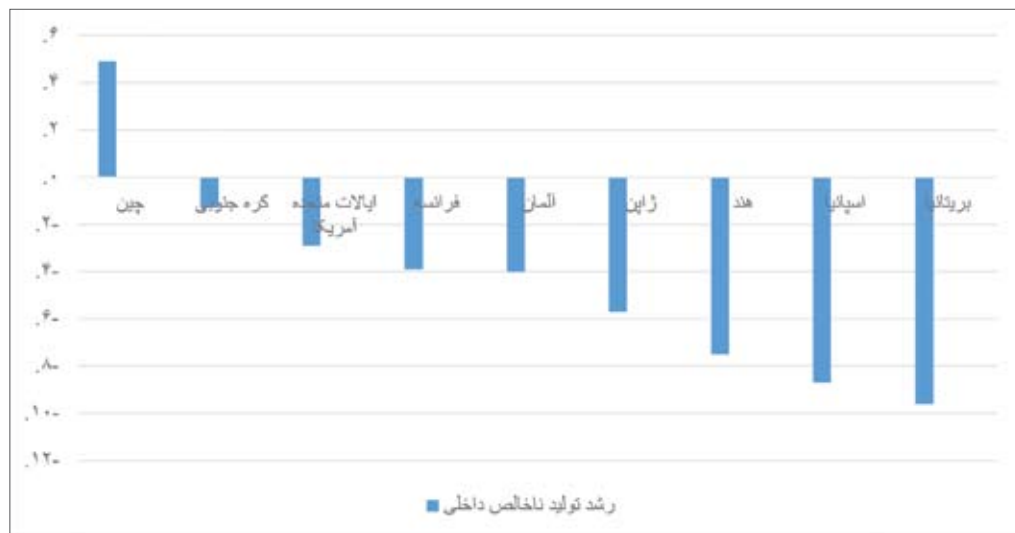
می‌توان گفت وقتی حال اقتصاد در یک کشور خوب باشد، این شاخص هم مثبت است، اما وقتی حال اقتصاد بد می‌شود، این شاخص هم در مسیر نزولی قرار می‌گیرد. نگاهی به این شاخص در کشورهای توسعه‌یافته جهان به خوبی نشان می‌دهد خبری از حال خوب نیست. آخرین بررسی‌ها از سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰ میلادی نشان می‌دهد چین تنها کشوری است که توانسته دوباره به مسیر رشد اقتصادی بازگردد. اما سایر اقتصادهای توسعه‌یافته جهان در مسیر نزولی قرار دارند. هر بار که موج جدیدی از ابتلا و مرگ‌ومیر کرونایی به راه می‌افتد، تولید ناخالص داخلی هم بیشتر آسیب می‌بیند. آمریکا و کشورهای اروپایی که جزو پیشرفته‌ترین اقتصادهای جهان هستند، این روزها به شدت آسیب دیده‌اند. نگاهی دقیق‌تر نشان می‌دهد اقتصادهای اروپایی برای سومین فصل متوالی، کاهش رشد اقتصادی را تجربه کرده‌اند. اقتصاد حوزه یورو در این زمینه بسیار آسیب دیده است. بسیاری از سرمایه‌گذاران هم با مشاهده وضعیت شاخص تولید ناخالص داخلی به این نتیجه می‌رسند که اکنون زمان مناسبی برای سرمایه‌گذاری در هیچ‌یک از کسب‌وکارها نیست. اما قضیه به همین جا ختم نمی‌شود. نه تنها شاخص تولید ناخالص داخلی در حال حاضر وضعیت خوبی را نشان نمی‌دهد، بلکه برای آینده بلندمدت هم نمی‌توان در انتظار بهبود بود. در واقع بسیاری از پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد آینده جای بهتری نسبت به اکنون نیست.

تقریباً یک سال می‌شود که کرونا مهمان مردم جهان در بیش از ۱۸۵ کشور مختلف شده است. در این مدت تعداد زیادی از کارگران در جهان بی‌کار شده‌اند. بسیاری از کسب‌وکارها در سرتاسر دنیا اعلام ورشکستگی کرده‌اند. رشد اقتصادی برخی از کشورها به شکلی بی‌سابقه کاهش یافته است. بازار سهام در کشورهای توسعه‌یافته وارد نوسان و بحران شدید شده است. فقر به بدترین میزان خود در چند دهه گذشته رسیده است. می‌توان گفت همه شاخص‌های اقتصادی رو به افول گذاشته‌اند و رکود اقتصادی در افق بلندمدت خودنمایی می‌کند. بعد از بحران بزرگ اقتصادی که در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان را به دردمسرد انداخت و وارد رکود کرد، کسی انتظار نداشت یک ویروس بتواند وضعیتی بدتر از آن زمان ایجاد کند. اما این ویروس هر نامحتملی را محتمل کرد. ریزش شاخص‌های اقتصادی هم گواهی بر این مدعا است.

اقتصادها کوچک می‌شوند

نخستین شاخصی که می‌توان بر اساس آن نشان داد کرونا چه تأثیری بر اقتصاد جهان گذاشته است، شاخص تولید ناخالص داخلی است. این شاخص در حقیقت رشد اقتصادی را در کشورهای مختلف جهان نشان می‌دهد. به زبان ساده،





نمودار اول: رشد تولید ناخالص داخلی در اقتصادهای منتخب در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰
منبع: سازمان توسعه و مشارکت‌های اقتصادی

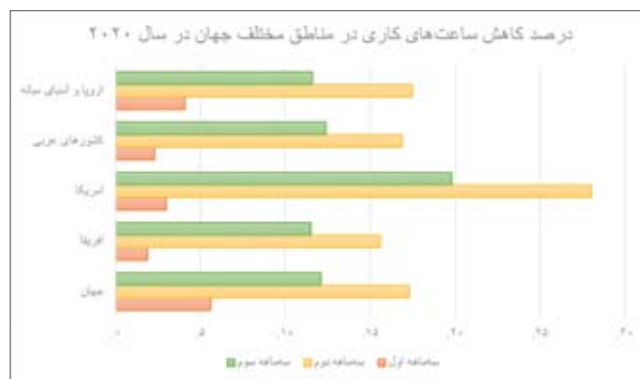
کارگران در سال ۲۰۲۰ به دلیل شیوع کرونا کاهش ۱۰.۷ درصدی داشته است. البته این مسئله در کشورهای کم‌درآمد جدی‌تر بوده است. یعنی کارگران در کشورهایی که کم‌درآمد بوده‌اند، بیشتر با کاهش درآمد به دلیل کاهش ساعات کاری مواجه شده‌اند. رقمی که برای زنان کارگران در این زمینه در کشورهای کم‌درآمد برآورد شده، ۱۵.۱ درصد است. البته این کارگران هم‌چنان شاغل هستند و اندک درآمدی دارند. بخش زیادی از کارگران جهان بی‌کار شده‌اند. آمار بی‌کاری در اکثر کشورهای جهان نشان می‌دهد که کرونا اشتغال را تخریب کرده است. بی‌کاری هم در زنان و هم در مردان، چه در کشورهای توسعه‌یافته و چه در کشورهای در حال توسعه روندی صعودی را تجربه کرده است. تنها سیاست‌های متحدانه است که می‌تواند کشورها و کارگران را در این زمینه نجات دهد.

خیزش بی‌کاری

میلیون‌ها نفر در سرتاسر جهان با همه‌گیری کرونا بی‌کار شدند. در دوران قرنطینه، کمتر کارفرمایی به نیروی کارش نیاز داشت. تنها در آمریکا که بزرگ‌ترین اقتصاد جهان است، با همان موج اول کرونا، بیش از ۲۵ میلیون نفر کارگر شغل خود را از دست دادند و بی‌کار شدند. از ابتدای شیوع کرونا، سازمان جهانی کار اعلام کرد موجی از بی‌کاری با کرونا از راه می‌رسد. آخرین آمار این سازمان مربوط به سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۰ است که کاهش ساعات کاری کارگران را نشان می‌دهد. این کارگران بر اساس ساعاتی که کار می‌کنند، حقوق می‌گیرند. کاهش ساعت کاری آن‌ها برابر با کاهش درآمدشان است. با این روند، شکاف میان فقرا و ثروتمندان بیشتر خواهد شد. مجمع جهانی اقتصاد توصیه کرده است کشورها در این زمینه با یکدیگر همکاری کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد متوسط درآمد



نمودار سوم: رشد منفی اشتغال در کشورهای منتخب در سال ۲۰۲۰ در میان زنان و مردان
منبع: سازمان جهانی کار



نمودار دوم: کاهش ساعات کاری کارگران در مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۲۰
منبع: سازمان جهانی کار

سقوط تولید

بحران کرونا همه اقتصادهای جهان را به نوعی متأثر کرده است. گویی این ویروس کوچک همه اقتصادها را بلعیده است. یکی از بخش‌های مهم اقتصادی در جهان که این روزها با کرونا دست‌وپنجه نرم می‌کند، بخش تولید است. بررسی‌های سازمان تولیدات صنعتی سازمان ملل نشان می‌دهد در همه کشورها تولید به نوعی از کرونا آسیب دیده است. البته فعالیت‌های تولیدی هنوز متوقف نشده و کارخانه‌داران همچنان تلاش می‌کنند به تولیدات خود ادامه دهند. اما کرونا هم در این سوی میدان ایستاده و دست از تلاش برای توقف تولید برنمی‌دارد. بررسی‌های یونیدو نشان می‌دهد بیشترین آسیب را در زمینه تولید، کشورهای با درآمد متوسط دیده‌اند. بعد از آن، کشورهای با درآمد پایین و سپس کشورهای با درآمد بالا قرار دارند. پیوند برقرار کردن میان سلامت و ادامه حیات تولید به معضلی بزرگ برای اقتصادهای جهان تبدیل شده است. گویی نه می‌توان از سلامت برخوردار بود و نه فعالیت تولیدی داشت.

متوسط کاهش تولیدات صنعتی در کشورهای مختلف جهان در سال ۲۰۲۰ (منبع: یونیدو)

کشورهای با درآمد بالا (۳۰ کشور)	کشورهای با درآمد متوسط (۱۳ کشور)	کشورهای با درآمد پایین (۶ کشور)
۱۸ درصد	۲۴ درصد	۲۲ درصد

سونامی فقر در راه است

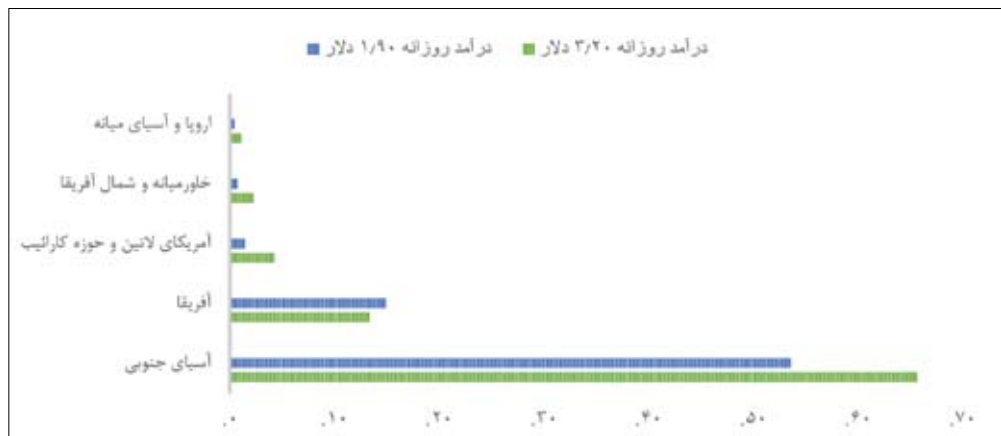
فقر شاید مهم‌ترین پیامد شیوع کرونا باشد. بر اساس گزارش‌های بانک جهانی، از ابتدای همه‌گیری کرونا در جهان تا کنون، تعداد فقرا دوباره در مسیر صعودی قرار گرفته است. شرایطی که کرونا ایجاد کرده، میلیون‌ها نفر را به سمت فقر سوق داده است. این در حالی است که طی چند دهه گذشته، تلاش‌های زیادی برای ریشه‌کنی فقر صورت گرفته بود. اما این ویروس کوچک تمام تلاش‌ها برای ریشه‌کنی فقر را خنثی کرد. حالا دوباره فقر مهمان بسیاری از خانه‌هاست. موج جدیدی از فقرا در راه است. طبق گزارش بانک جهانی، کسانی که روزانه کمتر از یک دلار و ۹۰ سنت درآمد داشته باشند، در فقر مفرط به سر می‌برند. از ابتدای شیوع کرونا تا کنون، تعداد این افراد در حال افزایش است. ناگفته نماند که این رقم برای فقر مفرط است؛ کسانی که روزانه ۳ دلار درآمد دارند، همچنان زیر خط فقر جهانی محسوب می‌شوند. اما یکی دیگر از مسائلی که باعث شده فقر در این شرایط افزایش پیدا کند، هزینه‌های سرسام‌آور بهداشت و درمان است. در واقع بسیاری از افراد در کشورهای فقیر به دلیل این‌که بخش عمده‌ای از سرمایه‌های خود را صرف بهداشت و درمان خود در این شرایط کرده‌اند، دوباره به ورطه فقر افتاده‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد این معضل در کشورهای آفریقایی بسیار شدید است. اما در خاورمیانه و آمریکای لاتین هم دیده می‌شود. حتی در اروپا هم برخی افراد به دلیل هزینه بهداشت و درمان دچار فقر شدید شده‌اند.

نگاهی به شاخص تولید ناخالص داخلی در کشورهای توسعه‌یافته جهان به خوبی نشان می‌دهد خبری از حال خوب نیست. آخرین بررسی‌ها از سه ماهه سوم سال ۲۰۲۰ میلادی نشان می‌دهد چین تنها کشوری است که توانسته دوباره به مسیر رشد اقتصادی بازگردد. اما سایر اقتصادهای توسعه‌یافته جهان در مسیر نزولی قرار دارند. هر بار که موج جدیدی از ابتلا و مرگ‌ومیر کرونایی به راه می‌افتد، تولید ناخالص داخلی هم بیشتر آسیب می‌بیند. آمریکا و کشورهای اروپایی که جزو پیشرفته‌ترین اقتصادهای جهان هستند، این روزها به شدت آسیب دیده‌اند

تعداد فقرای جهان و افزایش آن‌ها به دلیل شیوع کرونا



نمودار چهارم: افزایش تعداد فقرای جهان به دلیل شیوع کرونا
منبع: بانک جهانی



نمودار پنجم: تعداد افرادی که در زمان شیوع کرونا به دلیل هزینه‌های درمان به فقر و درآمد روزانه کمتر از ۳ دلار و ۲۰ سنت یا ۱ دلار و ۹۰ سنت رسیده‌اند.

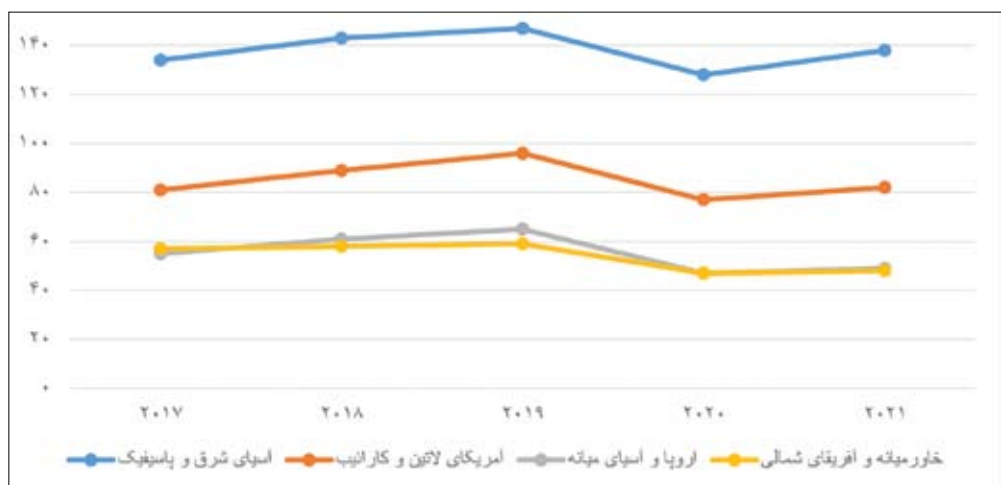
منبع: بانک جهانی

آشنفتگی کارگران مهاجر

عموماً کارگران از وطن خودشان خداحافظی می‌کنند و دوری خانواده را به جان می‌خرند تا بتوانند پولی به دست بیاورند و برای خانواده‌شان ارسال کنند. اما کرونا آشنفتگی‌های زیادی برای این افراد به بار آورده است. بررسی‌های بانک جهانی نشان می‌دهد طی چند دهه گذشته، درآمد کارگران مهاجر در حال افزایش بوده است. اما به محض این‌که سروکله ویروس کرونا پیدا شد، درآمد این افراد هم کاهش پیدا کرد. بررسی‌ها نشان می‌دهد میزان درآمد کارگران مهاجر و پولی که برای خانواده‌هایشان در وطنشان می‌فرستند، تا پایان سال ۲۰۲۱ سقوط ۱۴ درصدی خواهد داشت. البته این هم

یک پیش‌بینی خوش‌بینانه است. در واقع این امکان وجود دارد که شرایط بدتر هم بشود. نکته جالب توجه این‌جاست که کاهش درآمد کارگران مهاجر در همه مناطق جهان رخ خواهد داد. فرقی نمی‌کند آن کارگر در اروپا کار کند یا در آسیا، به‌هرحال به خاطر شیوع کرونا، متضرر خواهد شد. نکته جالب توجه دیگری که در گزارش بانک جهانی به آن اشاره شده، این است که کاهش درآمد کارگران مهاجر برای نخستین بار در تاریخ رخ می‌دهد. در واقع تا کنون شاهد چنین پدیده‌ای در دنیای اقتصاد نبودیم. اما اکنون به نظر می‌رسد شرایط کاملاً بحرانی شده است. این مسئله به‌تنهایی می‌تواند وخامت اوضاع را نشان دهد.

بر اساس گزارش‌های بانک جهانی، از ابتدای همه‌گیری کرونا در جهان تا کنون، تعداد فقرا دوباره در مسیر صعودی قرار گرفته است. شرایطی که کرونا ایجاد کرده، میلیون‌ها نفر را به سمت فقر سوق داده است. این در حالی است که طی چند دهه گذشته، تلاش‌های زیادی برای ریشه‌کنی فقر صورت گرفته بود. اما این ویروس کوچک تمام تلاش‌ها برای ریشه‌کنی فقر را خنثی کرد. حالا دوباره فقر مهمان بسیاری از خانه‌هاست. موج جدیدی از فقرا در راه است



نمودار ششم: دستمزد کارگران مهاجر که روانه هر منطقه می‌شود.

منبع: بانک جهانی

جهان در بحران کرونا

تأثیری که ویروس کوچک کرونا بر اقتصاد جهان گذاشته است، در مقایسه با بحران‌های بزرگ اقتصادی مثل بحران بزرگ سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، امری بی‌سابقه است. بررسی‌های «وخارزم» از گزارش بانک جهانی هم نشان می‌دهد در هیچ کتاب تاریخ اقتصادی نمی‌توان چنین بحرانی را مشاهده کرد. همه‌گیری، طیف وسیعی از اثرات را داشته است. به این ترتیب، روی همه شاخص‌های اقتصادی به نوعی اثرات منفی بر جا گذاشته است. بسیاری از افراد انتظار دارند با رفتن سال ۲۰۲۰ و نو شدن سال میلادی، وضعیت اقتصاد جهان هم بهبود پیدا کند. اما حقیقت این است که تا وقتی کرونا نرفته و شرایط به حالت عادی بازنگشته است، خبری از بهبود اقتصادی هم نخواهد بود. شاخص‌های مختلف اقتصادی هم‌چنان نوسان در قیمت کالاها را نشان می‌دهند. هیچ کالایی با اطمینان تولید و فروخته نمی‌شود. هیچ بازاری از آینده خود اطمینان خاطر ندارد. بازار همین‌طوری هم غیرقابل پیش‌بینی بود، اما اکنون با شیوع کرونا، پیش‌بینی‌ناپذیری به ویژگی جدایی‌ناپذیر آن تبدیل شد. تنها راه نجات کشورها در درازمدت این است که در کنار هم متحد بمانند و در هر پیشرفتی در رابطه با بیماری کرونا، به یکدیگر کمک کنند. این بیماری باید به صورت هم‌زمان در همه کشورهای جهان ریشه‌کن شود. نمی‌توان انتظار داشت یک کشور بهبود پیدا کند و کشوری دیگر هم‌چنان با بحران کرونا دست‌وپنجه نرم کند. تا زمانی که همه کشورها موفق به ریشه‌کنی این ویروس نشوند، بحران حاکم خواهد بود.

آسیب‌شناسی سلطه اسکناس سبز در تجارت جهانی



اما این‌طور نبود. صندوق بین‌المللی پول هم گزارش‌های متعددی در این زمینه ارائه کرد. یکی از مهم‌ترین مسائل به مکانیسم تجارت بین‌الملل در دنیای امروزی مربوط می‌شود. کلمبیا با پژو معامله نمی‌کند. این کشور به صورت عمده با دلار معامله می‌کند. ۹۸ درصد از کل صادرات این کشور با دلار صورت می‌گیرد. این یک نمونه افراطی و در حقیقت یک مشت نمونه خروار است. میزان معاملاتی که خارج از آمریکا با دلار صورت می‌گیرد، از حجم صادرات و واردات در این کشور با دلار، بیشتر است. شاید ندانید، اما اهمیت این موضوع بسیار بالاست. بسیاری از مطالعات نشان می‌دهند برتری دلار در معاملات تجاری مزایای آن را از بین می‌برد. در واقع ارزهای انعطاف‌پذیری که به راحتی دست‌کاری می‌شوند، از این مزیت مهم برخوردارند و دلار به دلیل حجم بالای معاملات تجاری در سطح بین‌المللی، از این مزیت برخوردار نیست. و وقتی دلار قوی شود، تجارت جهانی هم کاهش پیدا می‌کند.

کمربندها را ببندید

برای دهه‌ها، طرز فکر اقتصاددانان در مورد تجارت و ارز در مدلی خلاصه شده که به دهه ۶۰ میلادی بازمی‌گشت. رابرت ماندل و مارکوس فلمینگ دو اقتصاددان در صندوق بین‌المللی پول بودند که به این مدل برای نخستین بار دست پیدا کردند. آن‌ها برای ارز مسلط، هیچ نقشی قائل نبودند. تنها

صعود نرخ ارزها نگران‌کننده است. این اتفاقات، هزینه واردات را گران‌تر، بودجه خانوار را کمتر و هزینه کسب‌وکارها را بیشتر می‌کند. اما اقتصاد عموماً نشان داده که برای هر دردی، درمان هم با خود دارد. وقتی واردات گران باشد، تولید داخلی به‌ناچار مورد توجه قرار خواهد گرفت. در نتیجه کارگرانی که روی این محصولات جایگزین در داخل کار می‌کنند، اقتصاد را به پیش می‌برند. اما نکته دیگر این است که ارز کم‌ارزش به معنای ارزان شدن صادرات برای خریداران خارجی خواهد بود؛ اتفاقی که ناگهانی رخ می‌دهد. این اتفاق هم باید تقاضا را بهبود ببخشد. قاعده‌ای بسیار کلی در اقتصاد وجود دارد که پیوندی را بین ارزش ارز یک کشور و توان صادرات و واردات آن کشور نشان می‌دهد. اگر ارزش پول ملی یک کشور به صورت نسبی کاهش پیدا کند، کالاهای آن کشور برای کشورهای دیگر ارزان‌تر خواهد بود و در نتیجه این مسئله امکان صادرات بیشتر می‌شود و توان واردات کاهش می‌یابد. حال اگر به طور عکس، ارزش پول ملی یک کشور به صورت نسبی افزایش پیدا کند، به دلیل گران تمام شدن کالاهای آن کشور برای دیگر کشورها، توان صادرات افت کرده، و این کشور بیشتر به یک واردکننده قوی تبدیل می‌شود. وقتی ارزش پژو، ارز رایج کلمبیا، در تابستان ۲۰۱۴ کاهش پیدا کرد، این‌طور گفته می‌شود که نخست‌وزیر این کشور این کاهش ارزش را موهبتی در لباس مبدل نامیده است.



این مسئله اهمیت داشت که معامله‌گران بر سر چه قیمتی برای صادرات ارز به توافق می‌رسیدند. فرض کنید کاهش ارزش کلمبیایی به سرعت روی باتری‌هایی که به قیمت پزو بودند، اثر می‌گذاشت و تجارت آن‌ها را در سطح بین‌المللی تغییر می‌داد. خریداران خارجی هم تشویق می‌شدند آن محصول را خریداری کنند، چراکه از نگاهشان قیمت خوبی پیدا کرده بود. تی‌شرت‌های برزیلی هم در بوتسوانا درست به همین علت به فروش می‌رفت. ارز کم‌ارزش می‌شد و کالای صادراتی ارزان. در نتیجه مشتریان خارجی آن افزایش پیدا می‌کردند.

این مدل کاملاً ساده‌سازی شده، اما عواقب زیادی در دنیای اقتصاد به جا گذاشته است. اوایل سال ۱۹۴۷، خوان رابینسون از دانشگاه کمبریج به موارد دیگری اشاره کرد که بعداً مورد توجه قرار گرفت. حرفی را که او می‌زد، این‌طور می‌توان بیان کرد: اگر قیمت محصولات کلمبیایی به جای پزو با دلار محاسبه می‌شد، کاهش ارزش ارز منجر به ثابت ماندن واردات آمریکایی می‌شد. تقاضا برای کالاهای آمریکایی هم بدون تأثیر باقی می‌ماند. اما این نظریه‌ها در عمل هم اثری برجای خواهد گذاشت؟

سون گرسمن، اندیشمندی از مؤسسه مطالعاتی سوئدی، در سال ۱۹۷۳ داده‌های جدیدی را بر ملا کرد که در این زمینه پاسخ‌گو بود. او یافته بود که در سال ۱۹۶۸، حدود دوسوم از کل تجارت سوئدی با ارز صادرکننده صورت گرفته است. این در حقیقت کشف بزرگ گرسمن بود که با عنوان «قانون گرسمن» شناخته می‌شود. البته صادرات سوئد به آمریکا که اغلب به جای کرون با دلار صورت می‌گرفت، از این قاعده مستثنا شد. این قانون نشان می‌داد که ماندل و فلمینگ حق



داشته‌اند و درست گفته‌اند.

در دهه‌های بعد، موارد دیگری هم قانون گرسمن را تأیید کرد. اما همیشه مورد آمریکا، یک استثنا بود. در واقع یک قاعده کلی برای همه کشورها وجود داشت، اما آمریکا همیشه در آن نقش استثنا را بازی می‌کرد. اما بالاخره در دهه ۹۰ میلادی بود که دانشمندان به خودشان آمدند و در اعتبار این قاعده شک کردند. آن‌ها تلاش کردند رویه‌های جدیدی را امتحان کنند تا اعتبار این قانون سنجیده شود. مهم‌ترین حرف این اقتصاددان‌ها هم این بود که قیمت حقیقی کالاها مطابق با سرعت مورد انتظار، متنوع نمی‌شد، البته اگر پرداخت به شیوه‌ای کاملاً متقارن و مشابه صورت می‌گرفت. قاعده گرسمن می‌گفت قیمت‌های کالای صادراتی باید فرق کند، اما در واقع این ارقام کاملاً ثابت بودند.

ورود یورویی‌ها به میدان

اوایل سال ۲۰۰۰ بود که عده‌ای از دانشمندان در ۲۴ کشور جهان دور هم جمع شدند تا یک بار برای همیشه این قضیه را حل کنند. آن‌ها دریافتند که قانون گرسمن اشتباه است. صادرات بر مبنای ارز کشور صادرکننده تعیین قیمت نمی‌شد. دست‌کم عموماً این‌طور نبود. مثلاً آن‌ها دریافتند که کره جنوبی در سال ۲۰۰۱ دست‌کم ۸۲ درصد از کالاهای خود را با دلار معامله کرده بود که همه آن‌ها واردات بوده است. تنها ۱۶ درصد از واردات این کشور مربوط به آمریکا می‌شد.

یافته‌های دیگری هم بود که این ادعای دانشمندان جدید را ثابت می‌کرد. دلار نقش مهمی در قیمت کالاهای حمل‌ونقل دارد. یورویی‌ها وارد میدان شدند تا به نوعی وضعیت دلار را تغییر دهند. اما حتی حجم بالای معاملات به یورو نمی‌تواند نشان‌دهنده ارجحیت این ارز در معاملات باشد. در واقع یورو معامله می‌شود به این دلیل که کشورهای معامله‌کننده، از این ارز به‌عنوان ارز رایج خود بهره می‌گیرند. اگر ارز آن‌ها تغییر کند، یورو هم دیگر پای ثابت معاملات خارجی در کشورهای اروپایی نخواهد بود.

سلطه دلار در بازار معاملات جهانی باعث شده این ارز کاملاً آسیب‌پذیر باشد. در هر بحران اقتصادی هم که در جهان رخ می‌دهد، دوباره این دلار است که بیش از سایر ارزها آسیب می‌بیند. بانک‌هایی هم که بیشتر با دلار کار می‌کنند، همیشه با افزایش یا کاهش ارزش دلار، به زحمت می‌افتند، درحالی‌که در مورد سایر ارزها، قضیه به این صورت نیست و عموماً ارزهای دیگر انعطاف بیشتری دارند.

سیاست‌گذاران اقتصادی و مالی در سرتاسر جهان همیشه باید تلاش کنند بدون وابستگی به دلار، سیاست‌های خود را اجرایی کنند. اما این امر تقریباً ناممکن است. دلار طی سال‌های دراز، به ارزی مسلط و رایج تبدیل شده است. همه در تجارت جهانی از آن بهره می‌برند. راه‌گریزی از این ارز نیست، هر چند که این استفاده زیاد، مزیت‌های این ارز را از بین برده باشد. البته بعضی از افراد با خوش‌بینی در انتظار تغییر این وضعیت هستند، اما فعلاً خبری از تغییر در حوزه ارزی نیست.

منبع: هفته‌نامه اکونومیست

سلطه دلار در بازار معاملات جهانی باعث شده این ارز کاملاً آسیب‌پذیر باشد. در هر بحران اقتصادی هم که در جهان رخ می‌دهد، دوباره این دلار است که بیش از سایر ارزها آسیب می‌بیند. بانک‌هایی هم که بیشتر با دلار کار می‌کنند، همیشه با افزایش یا کاهش ارزش دلار، به زحمت می‌افتند، درحالی‌که در مورد سایر ارزها، قضیه به این صورت نیست و عموماً ارزهای دیگر انعطاف بیشتری دارند



بایدها و نبایدهای یکسان سازی حقوق و دستمزد در سازمان های تجاری

وقتی یکسان سازی به تبعیض می انجامد!

تبعیض بیشتر نمود پیدا خواهد کرد. از طرفی در شرکت های به اصطلاح خصولتی این موضوع بیشتر خود را نشان می دهد. به بیان دیگر، شرکت های تجاری که خود را خصوصی می دانند اما سیاست ها و رویه های دولتی دارند، بیشتر با تبعیض های حقوق و دستمزد همراه هستند. به عنوان نمونه در برخی از این سازمان ها به دلیل فشارهای بیرونی، سازمان مجبور به استخدام نیروهای ناکارآمد می شود و اتفاقاً نیز این گونه افراد از میانگین حقوقی بالاتری برخوردار هستند، که این موضوع هم باعث نارضایتی سایر کارمندان می شود.

تحلیل وضعیت موجود

اولین گام در ایجاد سیستم یک پارچه و عادلانه در حقوق و دستمزد، تحلیل درست وضعیت موجود است. پیشنهاد می شود با توجه به شرایط سازمان های تجاری در ایران، این تحلیل از طریق مصاحبه های عمیق صورت بگیرد و در ادامه، تحلیل کیفی مصاحبه ها با لایه های مختلف سازمان انجام شود و موارد حائز اهمیت، چالش ها و دغدغه های کارمندان به خوبی در این بخش مورد بررسی قرار گیرد. توصیه می شود مصاحبه های عمیق با کارمندان سازمان از سوی تیم های متخصص در حوزه تحقیقاتی بیرون از سازمان انجام شود تا از این طریق کارمندان بتوانند به دور از شرایط سازمان، مسائل و مشکلات را بیان کنند. پس از انجام فاز اول تحلیل کیفی، برای اثبات نتایج به دست آمده می توان پرسش نامه کمی طراحی و آن را در سطح سازمان منتشر کرد تا از این

تفاوت در حقوق و دستمزدها در سازمان های تجاری اگر بر مبنای شاخص های تعریف شده و قابل دفاع باشد، قابل درک و تحمل است، اما اگر این تفاوت ها رنگ و بوی تبعیض و نابرابری به خود بگیرد، می تواند برای سازمان مسئله ساز شود. به بیان دیگر، اگر کارمندان سازمان های تجاری نه بر اساس شایستگی، بلکه بر اساس شاخص های غیرعلمی و بی اعتبار، حقوق و دستمزد متفاوتی را دریافت کنند، حس بی انگیزگی در بین کارکنان رسوخ پیدا می کند و همین موضوع در نهایت کاهش کارایی و اثربخشی سازمان را به دنبال خواهد داشت. این که سازمان های تجاری باید چه مسائلی را در حوزه یکسان سازی حقوق و دستمزد رعایت کنند، بهانه ای شد تا در این مطلب به برخی از بایدها و نبایدهای یکسان سازی حقوق و دستمزد در سازمان های بخش خصوصی بپردازیم.

سازمان دولتی یا خصوصی؟

قبل از این که به موضوع ناعدالتی حقوق و دستمزد بپردازیم، باید به این موضوع اشاره شود که سازمان های دولتی از طبقه بندی مشاغل برخوردار هستند و به همین دلیل بازه حقوقی کارمندان دولتی معمولاً مشخص است، اما در این مطلب، قصد نگارنده اشاره به ناعدالتی حقوق و دستمزد در سازمان های تجاری است. معمولاً در سازمان های تجاری، فرمول مشخص و ثابتی وجود ندارد. به همین دلیل این

اقتصاد

آبتین ایزدی

کارشناس ارشد کسب و کار



با کار، تخصص در زمینه موضوع کار و عمق و وسعت تجربه فرد، عوامل تعیین‌کننده میزان تخصص هستند. در حقیقت سازمان در این بزرگه تاریخی برای خود مشخص می‌کند که برای هر شغلی تا چه اندازه می‌تواند هزینه کند و حقوق و دستمزد هر کدام از مشاغل چه مبلغی خواهد بود. از طرفی، برای ارتقای کارمندان نیز باید برنامه‌ریزی‌های لازم انجام شود. به بیان دیگر، کارمندان باید بدانند چه مسیر شغلی دارند و چه اقداماتی را باید انجام دهند تا سازمان بتواند شرایط ارتقای آن‌ها را فراهم سازد.

چالش‌ها

در نگاه اول، بیشتر طرح‌های سیستم‌های یکسان‌سازی حقوق و دستمزد، سازمان را با افزایش هزینه منابع انسانی همراه می‌سازد، اما تحقیقات در این حوزه نشان می‌دهد در سازمان‌های تجاری که تبعیض زیادی در حوزه حقوق و دستمزد وجود دارد، نرخ خروج کارمندان با افزایش قابل ملاحظه‌ای همراه می‌شود و خود این موضوع هزینه‌های گزافی را بر دوش سازمان می‌گذارد. از طرفی، اجرای سیستم‌های یکسان‌سازی حقوق و دستمزد در بلندمدت می‌تواند هزینه‌های سازمان را کاهش دهد. به این معنا که افرادی که شایستگی دریافت حقوق مورد نظر را ندارند، باید افزایش سالانه حقوق آن‌ها بیشتر از حد اعلام‌شده از سوی دولت، متوقف شود و در عوض کسانی که شایستگی افزایش حقوق بیشتری را دارند، علاوه بر افزایش حقوق سالانه، مشمول مزایای جانبی شوند.

ارزیابی عملکرد

پس از طراحی برنامه طبقه‌بندی مشاغل، نیاز به طراحی برنامه‌ای مناسب در حوزه ارزیابی عملکرد وجود دارد. نیت مترسون در همین راستا توصیه می‌کند که حقوق افراد را بر مبنای عملکرد آن‌ها در سازمان تعیین کنید، و نه صرفاً موقعیتشان. این موضوع بسیار حائز اهمیت است، به این دلیل که کارمندان می‌توانند نتایج ناشی از عملکرد خود را در حوزه مالی مشاهده کنند. این که ارزیابی عملکرد به صورت سالانه، سه ماهه، ماهانه و... انجام شود، باید بر اساس برنامه و شرایط سازمان تعیین شود. اما نکته حائز اهمیت در این موضوع این است که ارزیابی عملکرد باید منجر به بالا رفتن رضایت کارمندان و ایجاد انگیزه در آن‌ها شود. این که مدل‌های ارزیابی عملکرد به چه صورت باید باشد، در حوصله این مطلب نمی‌گنجد، اما موضوع مهم این است که ارزیابی عملکرد باید بر اساس شاخص‌های مختلفی انجام شود. به عنوان نمونه، شاخص‌های ارزیابی عملکرد برای مدیران فروش برخی از سازمان‌های تجاری می‌تواند میزان تحقق اهداف فروش، میزان رضایت مشتریان، توسعه فردی و کسب مهارت‌های جدید و... باشد.

هنگامی که کارمندان با تبعیض‌های حقوق و دستمزد در سازمان مواجه می‌شوند، دائماً با این چالش مواجه هستند که آیا واقعاً حضورشان در این سازمان تجاری مفید است؟ آیا سازمان ارزش آن‌ها را می‌داند؟ و این که چه اقداماتی باید انجام دهند تا با شرایط حقوقی بهتری مواجه شوند. تمامی این سؤالات و پیدا نشدن پاسخ مناسب برای آن‌ها می‌تواند کارمندان سازمان را با بی‌انگیزگی زیادی همراه کند، یا به ترک محل کار و از دست رفتن نیروهای کارآمد منجر شود.

طریق وضعیت کل سازمان مورد بررسی قرار گیرد. از دیگر اقداماتی که در حوزه تحلیل وضعیت موجود سازمان باید انجام شود، بررسی اطلاعات ثانویه سازمان است. به این معنا که هر کدام از کارمندان چه وضعیت حقوق و دستمزدی دارند و شرح و مسیر شغلی این کارمندان در صورتی که تدوین نشده باشد، مورد بررسی قرار گیرد تا از این طریق مشخص شود که هر کدام از کارمندان طی بازه همکاری با سازمان، تا چه اندازه مشمول افزایش حقوق، ارتقا و... شده‌اند.

تحلیل وضعیت صنعت

یکی دیگر از اقداماتی که باید در بخش تحلیل وضعیت موجود انجام شود، تحلیل وضعیت صنعت در حوزه حقوق و دستمزد است. این اطلاعات می‌تواند از شرکت‌های متخصص در حوزه منابع انسانی استخراج شود و بر اساس این اطلاعات مشخص می‌شود که در هر صنعت، رده‌های سازمان با چه بازه حقوق و دستمزدی حضور دارند. در صورتی که بازه حقوق و دستمزد کارمندان سازمان پایین‌تر از حداقل‌های صنعت باشد، در جهت جلوگیری از خروج کارمندان باید سرمایه‌گذاری و تجدید نظر جدی در این حوزه انجام شود تا از این طریق انگیزه‌های مالی لازم به کارمندان داده شود.

طبقه‌بندی مشاغل

پس از تحلیل درست وضعیت موجود، گام بعدی طراحی برنامه طبقه‌بندی مشاغل از نظر حقوق و دستمزد است. به این معنا که باید مشخص شود هر کدام از رده‌های سازمانی چه بازه حقوقی را می‌توانند دریافت کنند. این موضوع می‌تواند بر اساس شایستگی، توانایی، تحصیلات، تجربه، مهارت‌ها و بسیاری دیگر از فاکتورهای مهم تعیین شود. در این حوزه ترنت بلانچارد می‌گوید تخصص موضوعی چندبعدی است و تنها به سال‌های سابقه کاری افراد مربوط نمی‌شود. علاوه بر سابقه کاری، تبحر در مهارت‌های مرتبط

در نگاه اول، بیشتر طرح‌های سیستم‌های یکسان‌سازی حقوق و دستمزد، سازمان را با افزایش هزینه منابع انسانی همراه می‌سازد، اما تحقیقات در این حوزه نشان می‌دهد در سازمان‌های تجاری که تبعیض زیادی در حوزه حقوق و دستمزد وجود دارد، نرخ خروج کارمندان با افزایش قابل ملاحظه‌ای همراه می‌شود و خود این موضوع هزینه‌های گزافی را بر دوش سازمان می‌گذارد. از طرفی، اجرای سیستم‌های یکسان‌سازی حقوق و دستمزد در بلندمدت می‌تواند هزینه‌های سازمان را کاهش دهد



سهم کشورها از بازار جهانی غذا

اقتصاد جهانی
مونا اشرف زاده

تجزیه و تحلیل تولید پنج کالای برتر در سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد که در پنج سال گذشته هیچ تغییری در موقعیت این کالاها ایجاد نشده است. سطح تولید برنج، گندم و سیب‌زمینی در سال‌های سوم، چهارم و پنجم تقریباً ثابت باقی مانده است. حتی تولید ذرت نیز کم‌وبیش ثابت بوده است، به جز در سال گذشته که تولید این محصول جهش داشت و از ۸۷۷ میلیون تن به یک میلیارد تن افزایش یافت. نیشکر، بیشترین کالای تولیدی در جهان، به طور مداوم شاهد افزایش تولید بوده و به ۱,۹ میلیارد تن رسیده، به طوری که در تولید از دیگر کالاها پیشی گرفته است.

چه کسی غذای جهان را تولید می‌کند؟ هیچ کالای غذایی وجود ندارد که به طور یکنواخت از سوی مردم سراسر جهان مصرف شود. هنر آشپزی، طعم و مزه در نقاط مختلف جهان به طور قابل توجهی متفاوت است. چندین شرکت دارای حق انحصاری گیاهان خاص هستند، با این حال، بسیاری از مواد اولیه غذایی در کشورهای مختلف ثابت باقی می‌مانند. با توجه به ارتباط میان عرضه و تقاضا، می‌توانیم گندم، برنج، سیب‌زمینی، ذرت و نیشکر را به عنوان کالاهای اساسی و پنج کالای برتر تولیدشده در جهان در نظر بگیریم.

شرکت‌های بزرگ تولیدکننده مواد غذایی در جهان

در این میان شرکت‌های تولیدکننده غذا نیز سهم به‌سزایی در بازار جهانی دارند. هیچ موجود زنده‌ای نمی‌تواند بدون منبع غذایی زنده بماند، بنابراین شرکت‌هایی که کارشان تولید و عرضه مواد غذایی است، همواره فرصتی برای یک تجارت سودآور خواهند داشت. شرکت‌های موجود در این فهرست حداکثر بهره را از این فرصت برده‌اند. در ادامه به فهرست این شرکت‌ها که در سال ۲۰۱۹ به عنوان پنج شرکت برتر تولیدکننده مواد غذایی نام گرفته‌اند، اشاره می‌کنیم.

کارگیل

دفتر مرکزی: مینی‌سوپولیس - آمریکا

سال تأسیس: ۱۸۶۵

درآمد: ۱۱۵ میلیارد دلار

کارگیل (Cargill) به لحاظ درآمد، بزرگ‌ترین شرکت غذایی در جهان است. درحالی‌که این شرکت سرمایه‌گذاری قابل توجهی در شرکت‌های مختلف انجام داده است، اما اولویت آن با تولید و توزیع مواد غذایی است و مواد غذایی را برای استفاده در شرکت‌های تجاری فرآوری می‌کند. کارگیل هم‌چنین در شرکت‌های صاحب دام و فرآوری دام نیز ذی‌نفع است. جالب است بدانید این شرکت به عنوان یک شرکت ذخیره‌سازی غلات و چوب‌سازی کار خود را آغاز کرد و بعد از جنگ جهانی دوم منافع تجاری‌اش را گسترش داد.

آیا می‌دانستید؟

کارگیل به لحاظ درآمد بزرگ‌ترین شرکت خصوصی در ایالات متحده آمریکا محسوب می‌شود. خانواده کارگیل چهارمین خانواده ثروتمند در این کشور هستند و ۹۰ درصد مالکیت خود را حفظ کرده‌اند.



تولیدکنندگان برتر غذا در جهان چه کشورهایی هستند؟

بیباید به فهرست پنج کشور برتر تولیدکننده غذا در جهان نگاهی بیندازیم.

چین

چین بخش کشاورزی بسیار وسیعی (کشاورزی، جنگل‌داری، دام‌داری و شیلات) دارد که ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی آن را شامل می‌شود. چین ترکیبی فوق‌العاده از اقتصاد صنعتی و کشاورزی است. از یک سو، به دلیل تولید گسترده‌ای که در این کشور انجام می‌شود، آن را «کارخانه جهان» می‌نامند و از سوی دیگر، بزرگ‌ترین اقتصاد کشاورزی دنیا محسوب می‌شود. سهم کشاورزی در تولید ناخالص داخلی در دهه گذشته به طور ثابت ۱۰ درصد باقی مانده، با این حال، نسبت به دو دهه قبل به میزان قابل توجهی کاهش یافته است. در چین بخش کشاورزی حدود یک‌سوم کل جمعیت شاغل کشور را به کار گرفته است. چین هم‌چنین بزرگ‌ترین تولیدکننده گندم، برنج و سیب‌زمینی در جهان است. این کشور دومین تولیدکننده بزرگ ذرت و سومین تولیدکننده نیشکر محسوب می‌شود.

ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده با تولید ناخالص داخلی ۱۷ تریلیون دلار بزرگ‌ترین اقتصاد جهان محسوب می‌شود. بخش کشاورزی در ایالات متحده آمریکا بسیار مکانیزه است و این مسئله باعث شده این کشور در فهرست تولیدکنندگان برتر باشد، با این حال، تنها یک درصد از کل جمعیت آن در بخش کشاورزی مشغول به کار هستند. در حالی که کشاورزی تنها حدود یک درصد به تولید ناخالص داخلی آمریکا کمک می‌کند، اما این کشور بزرگ‌ترین تولیدکننده ذرت در جهان، سومین تولیدکننده بزرگ گندم، پنجمین تولیدکننده بزرگ سیب‌زمینی، دهمین تولیدکننده نیشکر و دوازدهمین تولیدکننده بزرگ برنج در جهان است.

هند

اهمیت کشاورزی برای اقتصاد هند طی سال‌های گذشته به طور قابل توجهی کاهش یافته است، با این حال هم‌چنان یک بخش مهم است که حدود ۱۸ درصد به تولید ناخالص داخلی این کشور کمک می‌کند و حدود ۴۵ درصد از جمعیت هند در این بخش مشغول به کار هستند. در حالی که سهم این بخش از تولید ناخالص داخلی از بیش از ۳۰ درصد در دهه ۱۹۸۰ کاهش یافته است، اما مدرنیزاسیون، بهره‌وری و منابع رو به افزایش بوده است. بر اساس اعلام سازمان سیاست و ارتقای صنعت (DIPP)، بخش‌های ماشین‌آلات و خدمات کشاورزی این کشور سرمایه‌های مستقیم خارجی (FDI) را به خود جلب کردند. هند دومین تولیدکننده نیشکر، گندم، برنج و ذرت و ششمین تولیدکننده بزرگ سیب‌زمینی در جهان است.

روسیه

اقتصاد روسیه از زمان فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۹۱ دچار تحول شده و از یک اقتصاد برنامه‌ریزی‌شده مرکزی از پیش تعیین‌شده به یک اقتصاد باز مبتنی بر بازار تبدیل شده است. بخش کشاورزی که ۱۰ درصد جمعیت این کشور را به کار گرفته، چهار درصد اقتصاد ۲,۰۵ تریلیون دلاری روسیه را شکل داده است. این بخش به دلیل محدودیت‌های آب‌وهوایی و جغرافیایی این کشور، تنها از حدود ۱۳ درصد مساحت روسیه در بخش کشاورزی استفاده می‌کند. از مجموع محصولات کشاورزی تولیدشده در روسیه، حدود ۴۰ درصد آن محصولات زراعی و ۶۰ درصد باقی‌مانده شامل محصولات دامی، مانند پشم، گوشت و محصولات لبنی است. روسیه سومین تولیدکننده بزرگ سیب‌زمینی، چهارمین تولیدکننده بزرگ گندم و دوازدهمین تولیدکننده ذرت است.

برزیل

برزیل از برجسته‌ترین اقتصادهای آمریکای جنوبی است. اقتصاد برزیل به طور قابل توجهی مبتنی بر خدمات‌دهی است و کشاورزی تنها حدود شش درصد به تولید ناخالص داخلی ۲,۲۴ تریلیون دلاری این کشور کمک می‌کند. بخش کشاورزی ۱۵ درصد نیروی کار در این کشور را به کار گرفته است و ۳۰ درصد از زمین‌های برزیل برای بخش کشاورزی مورد استفاده قرار می‌گیرند. برزیل بزرگ‌ترین تولیدکننده نیشکر، سومین تولیدکننده بزرگ ذرت و نهمین تولیدکننده بزرگ برنج است.

نستله

دفتر مرکزی: ووه - سوئیس
سال تأسیس: ۱۸۶۶
درآمد: ۹۰ میلیارد دلار

Nestlé

نستله (Nestlé) نیز بر اساس درآمد یکی از بزرگ‌ترین تأمین‌کننده‌های مواد غذایی و نوشیدنی‌های بسته‌بندی‌شده برای مصرف‌کنندگان در جهان است. با این حال، نستله دومین شرکت بزرگ غذایی در جهان است. آوازه این شرکت از تولید غذای کودک بر پایه شیر آغاز شد. نستله با دانیل پیترو، مخترع شکلات شیری و کارآفرینی که شیر تغلیظ‌شده تهیه و کنسرو می‌کرد، قدرت گرفت. در طول جنگ جهانی دوم، شیرخشک این شرکت بسیار مورد تقاضا بود. این شرکت از درآمد خود برای توسعه دیگر کسب‌وکارها استفاده می‌کرد.

آیا می‌دانستید؟

این شرکت بیشترین درآمد خود را از طریق فروش نوشیدنی‌های پودری و مایع به دست آورده است.





دفتر مرکزی: نیویورک - آمریکا

سال تأسیس: ۱۹۶۵

درآمد: ۶۴ میلیارد دلار

پپسی کو (PepsiCo)، شرکت آمریکایی در حوزه صنایع غذایی است. پپسی، شرکت تولیدکننده نوشابه، در سال ۱۹۶۵ با فریتو- لی، شرکت تولیدکننده اسنک، ادغام شد و به این ترتیب پپسی کو شکل گرفت. پپسی در اواخر دهه ۱۸۰۰ فروش نوشیدنی‌های غیرالکلی را به عنوان دارو آغاز کرد. خود شرکت فریتو- لی از ادغام دو شرکت دیگر تشکیل شده بود.

در دهه ۱۹۷۰، شرکت پپسی کو دیگر شرکت‌های غذایی فرآوری‌شده را به دست آورد. در طول دهه ۱۹۹۰، پپسی کو با خرید رستوران‌های زنجیره‌ای مانند پیتزا هات و کی‌اف‌سی وارد تجارت رستوران‌داری شد.

آیا می‌دانستید؟

پپسی کولا به عنوان یک دارو برای سوءهاضمه مورد استفاده قرار می‌گرفته است و این گازدار کردن به شما در دفع گاز از معده کمک می‌کند.



آرچر دانیلز میدلند



دفتر مرکزی: مینیاپولیس - آمریکا

سال تأسیس: ۱۹۰۲

درآمد: ۶۱ میلیارد دلار

شرکت آرچر دانیلز میدلند (The Archer Daniels Midlands) یک شرکت تجارتي کشاورزی است که در بخش بیمه و تجارت کالا سرمایه‌گذاری کرده است. این شرکت به عنوان یک فرآوری‌کننده غلات، با خرد کردن بذر کتان برای استخراج روغن کارش را آغاز کرد. در حال حاضر، این شرکت مواد غذایی دیگری را برای عمده‌فروشی به مشاغل دیگر فرآوری می‌کند. عمده کار آن به‌ویژه در تجارت فرآوری ذرت است که برای خوراک دام و شیرین‌کننده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. شرکت ADM همچنین اتانول، یک ماده افزودنی سوخت، را تولید می‌کند.

آیا می‌دانستید؟

کسب‌وکارهای فرآوری ذرت و اتانول شرکت ADM به ازای هر دلار سودی که شرکت به دست می‌آورد، برای این مالیات‌دهنده آمریکایی ۵۰ دلار هزینه در بر دارد.



دفتر مرکزی: هوستون - تگزاس

سال تأسیس: ۱۹۶۹

درآمد: ۵۵,۳۷ میلیارد دلار

سیسکو یکی دیگر از شرکت‌های تولید و توزیع‌کننده مواد غذایی در جهان است. این شرکت مواد غذایی خواربارفروشی‌ها و رستوران‌ها و همچنین شرکت‌های خدمات غذایی مانند آمارک را تأمین می‌کند. شرکت سیسکو به طور مستقیم با کسب‌وکارها، بیمارستان‌ها و هتل‌ها کار می‌کند. علاوه بر این، سیسکو آن‌ها را به ساختارها و ابزارهای مربوط به سرو غذا، نظافت و تعمیر مجهز می‌کند. این شرکت برندهای خرده‌فروشی دارد که با شرکت‌های فرآوری گوشت و مرغ رقابت می‌کنند.

آیا می‌دانستید؟

سیسکو تلاش کرد تا در ایالات متحده گسترش یابد، اما یک قاضی فدرال از تصویب این ادغام برنامه‌ریزی‌شده جلوگیری می‌کند. استدلال او این است که اگر چنین توافقی انجام شود، سیسکو بیش از سه‌چهارم صنعت خدمات غذایی را در اختیار خواهد گرفت.





در این بخش می‌خوانید

- روندهای پیش روی مدیریت در سال ۲۰۲۱
- تأثیر فرهنگ سازمانی در برنامه استراتژیک سازمان
- همه چیز درباره بازاریابی محتوایی
- روش‌های بهبود فرآیند تصمیم‌گیری در سازمان
- درباره سیستم‌های جدید پاداش و توبیخ در محیط کار
- شیوه‌های مدیریت زمان در محیط کار
- روش‌هایی برای افزایش خلاقیت در ایده‌پردازی
- بازاریابی چندوجهی و دستاوردهای آن

مدیریت و کسب‌وکار

روندهای پیش روی مدیریت
در سال ۲۰۲۱

چالش مدیریت تغییر



گارتتر اخیراً یک آمار نگران کننده از میزان آمادگی کارمندان سازمانها برای جذب تغییر گزارش داده است: «در سال ۲۰۲۰، میزان میانگین تغییری که کارمند می تواند پیش از کم آوردن و خسته شدن جذب کند، در مقایسه با سال ۲۰۱۹ به نصف کاهش یافت.» کارمندان در این سال با مسائل محیطی مختلفی چون عدم اطمینانهای اقتصادی، بی کاری و امنیت شغلی، سلامت خانواده خود و آینده سیاسی دولت دست و پنجه نرم کردند. به همین دلیل ظرفیت آنها برای مقابله مؤثر با تغییرات مداوم در محل کار کاهش یافته است. به همین دلیل نیاز است مدیران برنامه های مدیریت تغییر را تنظیم کنند و کارمندان خود را آماده این تغییرات کنند. آمادگی روانی و روحی خصوصاً از این نظر بسیار مهم است. صرف نظر از آنچه در دنیای بیرون در جریان است، در سطح سازمانی نیز تغییر ادامه دارد و نیاز به یک رویکرد استراتژیک برای مدیریت تغییر در سال آینده حس می شود.

روند ۱: بهینه سازی ارتباطات دیجیتال

همانطور که فاصله گذاری اجتماعی و اقدامات ایمنی و بهداشتی مرتبط با کرونا موجب دور کاری کارمندان از خانه شد، تمام ارتباطات مربوط به کار نیز به پلتفرم های دیجیتال منتقل شد. شاید تا پیش از این باورش سخت بود که ارتباطات فیزیکی و تعاملات حضوری طی چند روز به گفت و گوهای چتی و جلسات آنلاین شرکتی، ایمیل ها و پیام های فوری و استفاده از پلتفرم هایی چون تماس تصویری، خدمات زوم و گوگل میت تبدیل شد. اما پرواضح است که این رویکردها در سال ۲۰۲۱ نیز با ما همراه خواهند بود و این موضوع چالش های عمده ای برای مدیریت تغییر ایجاد می کند. بیشتر ابزارهای مدیریت تغییر به گردهمایی های حضوری مانند آموزشها، دوره های کارگاهی و جلسات گروه های کوچک وابسته است. اما در شرایطی که امکان گردهمایی نیست، ناچار به استفاده از چهارچوب های الکترونیک برای ارتباط

کسب و کارها در سال ۲۰۲۰ بیش از هر زمان دیگری با فضای پیچیده و رقابتی روبه رو بودند. شیوع کرونا نیز عرصه را بر آنها تنگ تر کرد و بسیاری از شرکتها و کسب و کارهای کوچک و متوسط تعطیل و افراد زیادی بی کار شدند. مدیران از استراتژی های بحران در این دوران استفاده زیادی کردند تا کسب و کار خود را احیا و به مسیر فعالیتشان ادامه دهند. هم چنین بسیاری از آنها به صورت دور کاری با کارمندان خود در ارتباط بودند. همیشه گفته ایم که تغییر بخش اجتنابناپذیر در تجارت و مدیریت است، اما وقایع سال ۲۰۲۰ آن قدر متفاوت و عجیب بود که حتی مدیریت تغییر را هم زیر سؤال برد! همه سازمانها کمابیش بحران هایی چون پاندمی کرونا، تنش های اجتماعی، عدم اطمینان اقتصادی و اختلافات سیاسی را تا حدودی تجربه کردند.

هنوز بحران کرونا در میان ماست و احتمال این که حتی با شروع واکسیناسیون اوضاع اقتصادی جهان به قبل برگردد، به این زودیها میسر نیست. در نتیجه مهارت های مدیریتی و استراتژی سازمان های بزرگ در دنیای تجارت در حال تغییر است. روندهای مدیریتی سال ۲۰۲۱ می تواند چشم انداز جدیدی در مدیریت تغییر ایجاد کند. در میان همه این تغییرات یک چیز مسلم است و آن این است که بحران های سال ۲۰۲۰ روش های جدید در چگونگی مدیریت سازمانها در تحولات پیش رو ایجاد کرده است. در ادامه روندهای برجسته مدیریتی در سال پیش روی میلادی (۲۰۲۱) برای رهبران و مدیران فعلی و آینده سازمانها و کمک به موفقیت آنها در این مسیر پر پیچ و خم را ارائه می کنیم.

کارمندان را برای پذیرش تغییر آماده کنید

پیش از اجرای هر روند جدیدی در سازمان خود، لازم است کارمندان را برای تغییر آماده کنید. مؤسسه منابع انسانی

مدیریت

هدی رضایی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

هستیم تا با کارمندانی که دورکار شده‌اند، به صورت مجازی ارتباط برقرار کنیم.

برای انطباق با این واقعیت پیش رو، مدیران می‌بایست در مورد استفاده از بهترین محتوای ارتباط، حجم ارتباط و نحوه برقراری آن هشیار باشند. اگر کارمندان بدانند که می‌توانند در مورد دریافت پیام‌های دوستانه و جالب و جذاب روی تیم شما حساب کنند، به احتمال زیاد به این نوع ارتباط توجه نشان می‌دهند و این می‌تواند منجر به ابتکارات خلاقانه در تیم شود. هر چه مدیریت تغییر زودتر بتواند در برنامه‌ریزی پروژه قرار گیرد، شانس موفقیت کلی پروژه بیشتر خواهد بود.

روند ۲: دورکاری و برون‌سپاری

در دوران کرونا اکثر ما دورکاری را به دلیل محدودیت‌های بهداشتی وضع شده از جانب دولت‌ها تجربه کردیم. استفاده از قدرت پیشرفته‌ترین فناوری‌ها، رسانه‌های اجتماعی و سیستم‌عامل‌های ارتباطی به مدیران این امکان را می‌دهد که کارمندان دورکار و فریلنسر انتخاب کنند. تنها در آمریکا در سال ۲۰۱۹ حدود ۵۳ میلیون نفر کار فریلنس داشتند که ۳۴ درصد از کل نیروی کار کشور را تشکیل می‌دادند. این میزان در سال ۲۰۲۰ با بی‌کاری بسیاری افراد به دلیل کرونا بیشتر شد و افراد زیادی به دنبال کسب درآمد از مهارت خود به صورت شخصی رفتند. استخدام این کارمندان برای شرکت‌ها نیز به صرفه‌تر است و انعطاف‌پذیری و دسترسی به مهارت‌های خاص را به لطف فناوری فراهم می‌کند. بنابراین از این فرصت استفاده کنید.

هم‌چنین شرکت‌ها می‌توانند بسیاری پروژه‌های خود را به تیم‌های دورکار برون‌سپاری کنند تا هزینه‌های داخلی شرکت را کم کنند. کار از راه دور انعطاف‌پذیری و تعادل بیشتری میان زندگی شخصی و شغلی کارمندان ایجاد کرده است و بسیاری از آن‌ها، خصوصاً خانم‌ها از این وضعیت راضی هستند. با دورکاری شما امکان انتخاب کارمند حتی از شهر و کشورهای دیگر را دارید. دورکاری به مثابه استخری می‌ماند که می‌توانید استعداد مدنظر خود را فارغ از زمان و مکان صید کنید. این کار به رشد تجارت شما کمک می‌کند.

روند ۳: استفاده از مشاوران خارجی

شاید تا پیش از این، بسیاری مدیران اعتقادی به استفاده از مشاور مدیریت نداشتند و تمام تصمیم‌ها را خودشان می‌گرفتند. اما در روزگار عدم اطمینان‌های متوالی خوب است که مدیران بپذیرند همه چیز را نمی‌دانند، یا شاید نیاز نیست در مورد تمام تخصص‌ها بدانند و بهتر است برای کسب پاسخ از راهنمایی‌های یک فرد متخصص نیز استفاده کنند. این فرصت راه را برای ورود مشاوران خارجی به سازمان باز می‌کند تا دانش و مهارت و تجربیات خود را در اختیار سازمان‌ها بگذارند. معمولاً مشاوران برای بهبود مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های سازمانی و هم‌چنین مهارت‌های خاص شغلی استخدام می‌شوند و می‌توانید در پروسه مدیریت تغییر کارمندان نیز از آن‌ها راهنمایی بخواهید.

روند ۴: پیاده‌سازی هوش مصنوعی

هوش مصنوعی و رویکردهای مرتبط با آن در حال تسخیر دنیاست و خوب است شما نیز به تدریج به توسعه و پیاده‌سازی آن در سازمانتان فکر کنید. هوش مصنوعی می‌تواند جایگزین مناسبی برای کارمندان انسانی بخش خدمات مشتری باشد تا موجب صرفه‌جویی در هزینه‌ها و کاهش نیاز به این رده شغلی باشد. شایان ذکر است، درحالی‌که ربات‌های کنونی قادر به پاسخ‌گویی دیجیتال به سؤالات مهم مشتریان و سفارش‌گیری تلفنی یا اینترنتی هستند، اما هم‌چنان به تیم خدمات مشتری و ارتباط کلامی با آن‌ها برای راضی نگه داشتن مشتری احتیاج دارید. استفاده از هوش مصنوعی برای پاسخ‌گویی به سؤالات تکراری و ساده می‌تواند تیم انسانی شما را روی سؤالات دشوارتر متمرکز کند و در نهایت مشتریان نیز از هر دو روند راضی باشند.

روند ۵: برنامه‌ریزی استراتژیک متمرکز بر کارمندان

مدیران می‌دانند که هر کارمند نیازها، ویژگی‌ها و سبک یادگیری منحصر به فردی دارد. آن‌چه در محیط فعلی در روزگار کرونا اتفاق افتاده، این واقعیت است که هر شخص در سازمان با حجم متفاوتی از تغییرات و ارتباطات دیجیتال روبه‌روست. بسیاری می‌توانند این تغییر را بپذیرند و بسیاری از دورکار شدن یا دیگر تغییرات در این دوران حس خوبی ندارند. پس سعی کنید برای تمام افراد برنامه‌ریزی داشته باشید تا از این شرایط به سلامت عبور کنید.

اگرچه مدیران می‌توانند تغییرات کمی در مورد حجم کلی ای‌میل‌های ارسال شده، پیام‌های فوری، تماس‌های تصویری و سایر ارتباطات آن‌لاین با کارمندان خود انجام دهند، اما می‌توانند ظرفیت و نقاط تماس با هر کارمند را در پروژه‌های مختلف برنامه‌ریزی کنند. برای مثال، اگر شرکت در پی برنامه‌ریزی برای لانچ محصول جدید خود در بهمن‌ماه است، می‌تواند بخشی از طرح گسترده تغییر شرکت را به ماه بعدی موکول کند تا به کارمندان فشار نیاید. برخی از سازمان‌ها یک قدم جلوتر می‌روند و در هر ماه میزان تغییر را که کارمندان باید اجرا کنند، محدود می‌کنند تا موجب خستگی آن‌ها نشوند. پس اگر این ماه از آن‌ها خواستید با پلتفرم ارتباطی جدید شرکت خو بگیرند، برای مثال، یک برنامه دیجیتال جدید دیگر برای ساعت ورود و خروج آن‌ها تعیین نکنید و اجرای آن را به ماه آینده بسپارید.

حرف آخر: وقتی باید تغییر را پذیرفت...

اگرچه به نظر می‌رسد این عدم قطعیت محیطی اجباری است، اما چیزی که از آن مطمئن هستیم، این است که این تغییرات و عدم اطمینان‌های محیطی برای مدت طولانی با ما همراه خواهند بود و برخی از آن‌ها نیز ممکن است دائمی باشند. باین‌حال، کسب‌وکارها باید پیش بروند و پروژه‌ها، که یکی از مؤلفه‌های اساسی پیشرفت شرکت هستند، باید اجرا شوند. مدیران می‌توانند برای این روندهای جدید در سال ۲۰۲۱ برنامه‌ریزی کنند تا شانس موفقیت خود را به طرز چشم‌گیری بهبود بخشند.

مؤسسه منابع انسانی گارتنر اخیراً یک آمار نگران‌کننده از میزان آمادگی کارمندان سازمان‌ها برای جذب تغییر گزارش داده است: «در سال ۲۰۲۰، میزان میانگین تغییراتی که کارمندان می‌توانند پیش از کم آوردن و خسته شدن جذب کنند، در مقایسه با سال ۲۰۱۹ به نصف کاهش یافت.» کارمندان در این سال با مسائل محیطی مختلفی چون عدم اطمینان‌های اقتصادی، بی‌کاری و امنیت شغلی، سلامت خانواده خود و آینده سیاسی دولت دست‌وپنجه نرم کردند

تأثیر فرهنگ سازمانی در برنامه استراتژیک سازمان

وقتی فرهنگ سازمانی استراتژی‌ها را خنثی می‌کند!

سازمانی با استراتژی‌های سازمان رابطه معناداری دارد و سازمان‌های تجاری که سرمایه‌گذاری درستی روی فرهنگ سازمانی خود کرده باشند، به خوبی می‌توانند برنامه‌های هم‌سو با استراتژی‌ها را پیاده‌سازی کنند. این که چگونه می‌توان با اتکا به فرهنگ سازمانی، گامی اثربخش در راستای پیاده‌سازی و اجرای برنامه‌های استراتژیک برداشت، موضوع محوری این مقاله است.

قصه از کجا آغاز می‌شود؟

داستان تأثیر فرهنگ سازمانی روی برنامه استراتژیک سازمان از آنجایی آغاز می‌شود که در تدوین برنامه استراتژیک، متخصصان این امر فرهنگ آرمانی را برای سازمان تدوین می‌کنند. این در حالی است که فرهنگ سازمانی موجود و واقعی سازمان با فرهنگ مطلوب تطابق ندارد و همین موضوع باعث عدم هم‌سویی و انحراف فعالیت‌های سازمان به سمت

برنامه‌ریزی استراتژیک از آن حرف‌های کلی و مخصوصاً علمی است که در بیشتر سازمان‌های تجاری حداقل در حد حرف وجود دارد، اما در عمل، در بیشتر سازمان‌های تجاری برنامه‌های استراتژیک به خوبی پیاده‌سازی نمی‌شود. بر اساس یکی از آخرین مطالعات انجام‌شده از سوی فوربس، در ۶۷ درصد از کسب‌وکارها استراتژی‌های اتخاذشده به درستی اجرا نمی‌شود و با شکست همراه است. این موضوع نشان می‌دهد اجرای درست برنامه استراتژیک در حال حاضر یکی از چالش‌های جدی سازمان‌های تجاری است و با توجه به این که فرهنگ سازمانی پیش‌برنده‌الگویی از ارزش‌های مشترک، اعتقادات و عادت‌ها و هنجارها در سازمان است، این موضوع بر استراتژی‌های سازمان‌های تجاری بسیار تأثیرگذار است. بر اساس مطالعات دانشگاهی انجام‌شده در برخی از کسب‌وکارهای ایرانی، فرهنگ



چشم‌انداز خود است. در چنین شرایطی یا فرهنگ سازمانی مطلوب به‌خوبی طراحی و تدوین نشده است که قابلیت پیاده‌سازی ندارد، یا متخصصان این امر، به‌درستی فرهنگ سازمانی موجود را تحلیل و موشکافی نکرده‌اند. به همین دلیل در گام‌های پیاده‌سازی برنامه استراتژیک سازمان همواره توصیه می‌شود که مشارکت رده‌های مختلف سازمان در فرایند طراحی و تدوین مدنظر قرار گیرد. چون معمولاً هماهنگی و توافق بین مدیران و کارمندان منجر به انسجام سازمان می‌شود و این موضوع در تدوین برنامه استراتژیک سازمان می‌تواند مؤثر باشد. در چنین شرایطی، اگر متخصصان این زمینه برنامه استراتژیک مناسبی را بر اساس شرایط موجود سازمان طراحی و تدوین نکرده‌اند، نیاز به بازنگری در برنامه استراتژیک با تکیه بر مشارکت کارمندان وجود دارد.

شاخص‌های ارزیابی فرهنگ سازمانی

معمولاً از طریق مدل‌های مختلفی می‌توان فرهنگ سازمانی را مورد ارزیابی قرار داد. یکی از مدل‌های عملی و کاربردی در این حوزه، مدل استیفن رابینز است که ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی را مشخص می‌کند. با مطالعه هر یک از این ابعاد در سازمان می‌توان به تحلیل درستی از وضعیت سازمان پی برد. ویژگی‌های مورد نظر استیفن رابینز به شرح زیر است.

● **ریسک‌پذیری و نوآوری سازمان:** از این راه می‌توان نوآوری و میزان ریسک‌پذیری لایه‌های مختلف سازمان را ارزیابی کند.

● **توجه به جزئیات:** معمولاً در برخی از سازمان‌های تجاری، فرهنگ سازمانی کلی‌نگر است و دقت لازم به جزئیات موجود در سازمان انجام نمی‌شود. به همین دلیل میزان توجه به جزئیات فعالیت‌های سازمان بسیار حائز اهمیت است.

● **نتیجه‌گرایی:** باید مشخص شود که تا چه اندازه فرهنگ سازمانی به نتایج اهمیت می‌دهد و افراد سازمان تا چه اندازه خود را موظف به دستیابی به نتایج مورد انتظار می‌دانند.

● **انسان‌گرایی:** منظور از انسان‌گرایی، توجه به سرمایه‌های انسانی داخل سازمان در هنگام اتخاذ تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌های سازمان است. این جهت‌گیری می‌تواند در ایجاد حس مثبت در بین کارمندان مثمر ثمر واقع شود.

● **کار تیمی:** یکی دیگر از ابعاد بسیار مهم در شناسایی میزان مطلوبیت فرهنگ سازمانی، گرایش افراد سازمان به کار تیمی است. البته این موضوع باید به صورت کاربردی مورد ارزیابی قرار گیرد.

● **تهاجمی بودن سازمان:** این که افراد داخل سازمان تا چه اندازه تصمیمات و رفتارهای تهاجمی دارند و در حوزه رقابتی تا چه اندازه عملکرد مناسبی داشته‌اند، بسیار حائز اهمیت است.

● **ثبات:** علاقه و توجه کارمندان و مدیران سازمان به حفظ وضع موجود در ازای ایجاد تغییر، می‌تواند حائز اهمیت بسیار باشد.

بر اساس توجه به این ابعاد، می‌توان بیان کرد که مصداق‌های بارز فرهنگ سازمانی ضعیف و قوی به چه صورت است. این مصداق طبق مطالعات ادگار شاین، یکی از متخصصان حوزه فرهنگ سازمانی، استخراج شده است.

در فرهنگ سازمانی ضعیف معمولاً افراد نسبت به کار بی‌علاقه هستند، تملق و چاپلوسی شایع است، کارمندان به‌موقع در محل کار حضور پیدا نمی‌کنند، در فعالیت‌های سازمانی معمولاً منافع فردی را به منافع جمعی ترجیح می‌دهند، افراد مهارت‌های خود را به همکارانشان انتقال نمی‌دهند، کارمندان دچار محافظه‌کاری و سکوت سازمانی هستند و...

در فرهنگ سازمانی قوی نیز کارمندان تعهد اجتماعی بالایی نسبت به سازمان دارند، فرهنگ سازمان رقابتی است و افراد روحیه رقابتی دارند، افراد در تلاش هستند خود را با شرایط سازمان وفق دهند و انعطاف‌پذیر هستند، گردش کار و توسعه شغلی در سازمان انجام می‌شود، کارمندان نسبت به سازمان وفادار هستند و...

جلسات گروهی و فردی

معمولاً در فرایند تدوین برنامه استراتژیک سلسله جلسات برنامه‌ریزی استراتژیک برگزار می‌شود، اما توصیه می‌شود برای افزایش بازدهی این جلسات، گروه‌های کانونی و مصاحبه‌های عمیق انجام شود. به این صورت که جلساتی با حضور نمایندگان رده‌های مختلف سازمانی در قالب گروه کانونی برگزار شود و با تکیه بر سؤالات از پیش طراحی‌شده، تحلیل کیفی روی این جلسات انجام شود. از طرفی برای دستیابی به اطلاعات دقیق‌تر نیز می‌توان جلسات فردی در قالب مصاحبه‌های عمیق برگزار شود و با تحلیل کیفی این بخش نیز اطلاعات تحلیلی مورد نیاز سازمان استخراج شود. از طریق این دو اقدام مهم علاوه بر دستیابی به تحلیل استراتژیک سازمان می‌توان حس مشارکت را در بین کارمندان و مدیران سازمان در قبال برنامه استراتژیک افزایش داد.

تغییر فرهنگ سازمانی

اگر تحلیل و تصمیم بر آن باشد که فرهنگ سازمانی با هدف بهبود و دستیابی به فرهنگ سازمانی مطلوب نیاز به تغییر دارد، رویکردهای متفاوتی را می‌توان نسبت به این موضوع اتخاذ کرد. در برخی از سازمان‌های تجاری معمولاً افرادی را که مطابق با فرهنگ سازمانی مطلوب و مورد نظر نیستند، تغییر می‌دهند و کارمندان و مدیران جدیدی را که روحیه جسور و تهاجمی دارند، برای ایجاد تغییر در سازمان به کار می‌گیرند. در حقیقت رفتارهای این افراد جدید می‌تواند در فرهنگ سازمانی تغییرات لازم را ایجاد کند. البته رویکرد منعطف‌تری نیز در این راستا وجود دارد که در برخی از سازمان‌های تجاری به جای تغییر افراد، در تلاش هستند با تغییر مشوق‌ها انگیزه‌های لازم را در جهت تغییر فرهنگ سازمانی ایجاد کنند و سپس با اتخاذ فرایندهای کنترلی، فرایند تغییر فرهنگ سازمانی را مدیریت می‌کنند. در برخی دیگر از سازمان‌های تجاری نیز این مفضل وجود دارد که با تغییر افراد یا ایجاد مشوق‌ها و سیستم‌های کنترلی، امکان دستیابی به فرهنگ سازمانی مطلوب وجود ندارد. به همین دلیل می‌توان در چنین شرایطی تغییر ساختار سازمانی را در دستورکار قرار داد و با معماری ساختار سازمانی، امکان تغییر فرهنگ سازمانی را میسر کرد. در چنین سازمان‌های تجاری، فرهنگ سازمانی به عنوان فرهنگ قدرت‌محور شناخته می‌شود. به بیان دیگر، در چنین فرهنگ سازمانی، قدرت و نفوذ در اختیار تعداد محدودی از افراد به صورت متمرکز و بالا به پایین است. به همین دلیل، در چنین سازمان‌های تجاری نیاز به تغییر ساختار بیش از سایر موارد مورد نیاز است.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که فرهنگ سازمانی به عنوان یک مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌های تجاری به شمار می‌رود و بدون توجه به فرهنگ سازمانی، امکان اجرای استراتژی‌های سازمان میسر نمی‌شود. چون یکی از دلایل با اهمیت در بهبود وضعیت سازمان، مشارکت کارمندان در فرایند بهبود است و در فضای نوین کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری در این حوزه امری بسیار مهم و تأثیرگذار تلقی می‌شود.

در گام‌های پیاده‌سازی برنامه استراتژیک سازمان همواره توصیه می‌شود که مشارکت رده‌های مختلف سازمان در فرایند طراحی و تدوین مدنظر قرار گیرد. چون معمولاً هماهنگی و توافق بین مدیران و کارمندان منجر به انسجام سازمان می‌شود و این موضوع در تدوین برنامه استراتژیک سازمان بسیار می‌تواند مؤثر باشد. در چنین شرایطی، اگر متخصصان این زمینه برنامه استراتژیک مناسبی را بر اساس شرایط موجود سازمان طراحی و تدوین نکرده‌اند، نیاز به بازنگری به برنامه استراتژیک با تکیه بر مشارکت کارمندان وجود دارد



بازاریابی
آرین طاهری
مترجم

همه چیز درباره بازاریابی محتوایی مشتری‌یابی در عصر بیماران تبلیغاتی



ویدیویی که جست‌وجو کردید، دارای اطلاعاتی است که شما آن را بارزش تلقی کرده و می‌خواهید آن را تماشا کنید. این ویدیو از سوی یک بازاریاب محتوای هوشمند ساخته شده که شما را به عنوان مشترک کانال به خود جذب کرده است و در انتها شما را به خرید محصول یا خدماتی که مرتبط با موضوع کانال است، سوق می‌دهد. این همان نوع محتوا یا تبلیغی است که نمی‌توانید سریع از آن رد شوید.

استفاده از پلتفرم‌های مختلف

افراد زیادی در دنیا برای ایجاد محتواهای جدید و جذاب تلاش می‌کنند. پس همیشه باید یک برنامه‌ریزی درست داشته باشید و ایده‌های جدیدی را روی محتوای خود پیاده کنید. پلتفرم‌های مختلفی برای ارائه محتوا وجود دارد که از بین آن‌ها می‌توان به وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی، سایت، پادکست، محتوای ویدیویی و... اشاره کرد. از طریق این روش‌ها می‌توان اقدام به توزیع و انتشار محتوا کرد تا توجه افرادی را که به آن علاقه‌مند هستند، جذب کنیم. اما محتوای ما باید چگونه باشد تا بتوانیم مشتریان را جذب کنیم؟ روش‌های مختلفی برای جذب مشتری وجود دارد که تعدادی از آن‌ها را در ادامه معرفی می‌کنیم. اگر به دنبال جذب اطلاعات کارآمد، انتقال آن‌ها به مشتری و نگه داشتن آن‌ها هستید، ادامه مطلب را بخوانید.

جذب مشتریان آینده

اولین سؤالی که هنگام جذب مشتری پدید می‌آید، این است که پیش خود بگویید این محصول چه نیازهایی را برآورده می‌کند؟ هدف شما باید ایجاد آگاهی و اطمینان از این موضوع باشد که راه‌حل شما در صورت آمادگی مشتریان در تصمیم‌گیری به خرید، چه نیازی از آن‌ها را برآورده می‌کند. بر اساس داده‌های گوگل، مصرف‌کنندگان در سال ۲۰۱۱ قبل از تصمیم به خرید، به طور میانگین از ۱۰ لینک و منبع مختلف بازدید کردند. این میزان در سال ۲۰۱۰ رقم پنج منبع بوده است که در سال

بازاریابی محتوایی چیز جدیدی نیست، حتی پیشینه آن را به زمان نخستین غارنوردان و انسان‌های اولیه نسبت می‌دهند. آن‌ها اولین محتواها را به صورت داستان‌های ساده تصویری روی دیوار غارها می‌کشیدند. روزنامه، مجله، وبلاگ، تلویزیون و کتاب در دوران معاصر به عنوان پلتفرم‌های بازاریابی محتوایی شناخته شده‌اند. در ادامه در مورد انواع بازاریابی کارآمد و نقش آن در جذب مشتریان بیشتر در کسب‌وکار، خواهیم خواند.

اهمیت بازاریابی محتوایی

بازاریابی محتوا در ذات خود ایجاد و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعاتی است که هم مرتبط با کسب‌وکار شما باشد و هم برای مشتری هدف کسب‌وکار شما ارزشمند تلقی شود. تاکتیک‌های مختلف بازاریابی محتوایی امروزه در دسترس است. تفاوت اساسی بین این شکل از بازاریابی با بازاریابی سنتی در این است که بازاریابی محتوا به طور غیرمستقیم موجب برانگیختن علاقه به شرکت، برند یا محصولات شما می‌شود و مخالف تبلیغ صریح یک محصول یا خدمتی خاص در چشم مخاطب است. مردم سال‌هاست که با تبلیغات بیماران می‌شوند و به طور غریزی اغلب آن‌ها را نادیده می‌گیرند. اما محتوای خوب می‌تواند ورق را به نفع شرکت‌ها برگرداند.

برای درک بهتر تفاوت بازاریابی سنتی و محتوایی فرض کنید که به دنبال محتوای آموزشی روی یوتیوب هستید. ویدیویی را که در پی‌اش هستید، جست‌وجو می‌کنید، اولین چیزی که اتفاق می‌افتد، این است که یک آگهی درست قبل از پخش فیلم یا ویدیوی مدنظر شما پخش می‌شود. به محض این که دکمه Skip را می‌زنید، وارد محتوای آموزشی می‌شوید. تبلیغی که در ابتدا مشاهده کردید، نمونه‌ای کامل از تبلیغات سنتی است، درحالی‌که ویدیویی که برای یادگیری و آموزش انتخاب کردید، نمونه‌ای کامل از بازاریابی محتوایی است.

۲۰۱۱ دو برابر شده است. همین نشان دهنده اهمیت محتوای درست در فضای مجازی است. پس خوب است نیازهای آینده مخاطب را شناسایی و بازاریابی محتوایی تان را بر همان اساس برنامه ریزی کنید. سعی کنید با ایجاد مطالب مورد نیاز کاربران آن‌ها را برای تصمیم‌گیری آگاهانه به پلتفرم خود هدایت کنید.

شناسایی نیاز مخاطب

یک راه آن ایجاد مقالات اطلاع‌رسانی است. مشتریان همیشه و در همه حال حتی در آینده به دنبال دانستن و یادگیری خواهند بود. مسئولان شبکه‌های اجتماعی شرکت‌ها دائماً محتوای اطلاعاتی به اشتراک می‌گذارند و غالباً عنوان یا توضیحی کوتاه از آن مطلب را به همراه لینک برای مشاهده بیشتر و خواندن کامل مطلب در وبسایت قرار می‌دهند. نیاز است که کسب‌وکارها مطالب آگاهی‌دهنده و اطلاعاتی به اشتراک بگذارند و آن را برای مشتریان آینده که در جست‌وجوی این خدمات یا محصول هستند و می‌خواهند راه‌حل‌های جدید را یاد بگیرند، ذخیره کنند.

استفاده از وبینار و سمینار

روش دیگر آگاهی از محصولات و خدمات شما از طریق وبینارها و سمینارهای اطلاعاتی است. وبینارها و سمینارهای اطلاعاتی می‌توانند ضمن ارائه اطلاعات مربوط به مشتریان در مرحله تحقیق از چرخه خرید، تخصص و تفاوت شما را نیز نشان دهند. کلینیکی در کلیولند برای اجرای وبینار خود در مورد جراحی‌های مرتبط با صرع روی توییتر، توییستی آگاهی‌دهنده در مورد این رویداد گذاشت و سپس در ادامه لینک حاوی ورود به این وبینار و تاریخ شرکت در آن را نیز اعلام کرد. در واقع تمام اطلاعاتی را که شرکت‌کننده برای تصمیم‌گیری و ورود نیاز دارد، در یکی از شبکه‌های اجتماعی پرتعداد یعنی توییتر گذاشت. در واقع آن‌ها برای شروع از توییتر استفاده کردند، اما در ادامه صفحه ثبت‌نام وبینار را به صورت لینک اعلام کردند تا مشتری را به سایت خود هدایت کنند و برای سایت خود نیز بازدید آورند.

نکته کلیدی: مکالمات در مورد محصولات و خدمات شما غالباً در شبکه‌های اجتماعی آغاز می‌شود، اما برای ارائه توضیح‌های تکمیلی اضافی برای مشتریان آینده، به پلتفرمی مانند سایت نیاز است. اطمینان حاصل کنید افرادی که از طریق رسانه‌های اجتماعی با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنند، از تمام منابع موجود شما برای کسب‌وکار تان آگاه می‌شوند.

چشم‌اندازها را تغییر دهید

سؤال بعدی که باید خود را جای مشتری بگذارید و از خود

پرسید، این است که فایده این سرویس یا محصول برای من چیست؟ فرض کنید مشتری را با موفقیت از رسانه‌های اجتماعی به سایت خود رساندید. اکنون باید محتواهایی در اختیار او بگذارید که نقاط اثبات فروش را برای او پررنگ می‌کنند. محتواهایی باید در این مرحله بگذارید که ثابت می‌کنند راه‌حل شما ارزش بیشتری نسبت به دیگر راه‌حل‌های موجود دارد، یا محصول شما دارای مزیت‌های فلان و فلان است. در چنین حالتی محتوای بسیار مؤثر برای دست‌یابی به این هدف، ویدیوی آگاهی‌دهنده است. می‌توانید دموی این فیلم را در شبکه‌های اجتماعی خود بگذارید و در مورد مزیت‌های خدماتتان شرح دهید.

مشتریان موجود را حفظ کنید

آخرین سؤالی که در ذهن خریدار وجود دارد، این است که آیا من از تصمیمی که گرفته‌ام، راضی هستم؟ هدف این مرحله نگه داشتن و بازگشت مشتری به خدمت شماست. کسب‌وکارهای موفق از رسانه‌های اجتماعی برای ارتباط و پاسخ‌گویی به مشتریان استفاده می‌کنند تا آن‌ها را راضی نگه دارند. یکی از انواع محتواها که مشتریان موجود را حفظ می‌کند، مستندات پشتیبانی است. برای مثال، در یک شرکت نرم‌افزاری، بخشی از استراتژی محتوا و رسانه‌های اجتماعی شامل کاهش تعداد درخواست‌های پشتیبانی و بالا بردن رضایت مشتری با برطرف کردن هر چه بیشتر مشکلات آن‌ها با استفاده از محتوای آن‌لاین است. آن‌ها می‌توانند مشتریان را به یک تماس تلفنی یا ایمیل هدایت کنند، اما این کار نه به نفع مشتری است و نه برای شرکت کارآمد است. پس بهتر است برخی از شرکت‌ها سامانه پشتیبانی آن‌لاین و پاسخ‌گویی ۲۴ ساعته به مشتریان را فراهم کنند تا مشتریان کنونی خود را حفظ کرده و از خدمات راضی نگه دارند.

منابع:

- www.socialmediaexaminer.com/how-to-attract-more-customers-with-content-marketing/
- www.growth-hackers.net/how-content-marketing-can-grow-your-business/
- www.bidsketch.com/blog/marketing/content-marketing/
- www.bdc.ca/en/articles-tools/marketing-sales-export/marketing/pages/attract-customers-with-content-marketing.aspx

روش‌های بهبود فرایند تصمیم‌گیری در سازمان

چابکی سازمان نتیجه کاهش بروکراسی است

حوزه گامی استراتژیک برداشته باشد. این که در چنین شرایطی سازمان‌های تجاری باید چه اقداماتی را انجام دهند، بهانه‌ای شد تا در این مطلب نگاهی به چگونگی کاهش بروکراسی اداری با هدف چابک‌سازی سازمان داشته باشیم.

زشت و زیبایی چابک‌سازی سازمان‌های تجاری

معمولاً مزیت‌ها و زیبایی‌های چابک‌سازی سازمان‌های تجاری بر بسیاری از افراد نمایان است، اما شایان ذکر است که سازمان‌های چابک پتانسیل مناسبی برای نشان دادن واکنش سریع به تغییرات بازار دارند و با هماهنگی‌های سریع می‌توانند رویه‌ها و دستورالعمل‌های سازمان را متناسب با شرایط جدید تغییر دهند. این در حالی است که چابک‌سازی در برخی از سازمان‌های تجاری منجر به از دست دادن کارمندان شایسته سازمان می‌شود که نتوانسته‌اند خود را با شرایط جدید وقف دهند. از طرفی، بر اساس مطالعات انجام‌شده مجله کسب و کار هاروارد، گسترش تعداد تیم‌های چابک و دست‌یابی به مدیریت پروژه چابک بخش مهمی از توسعه کسب و کارهای تجاری است و نکته حائز اهمیت این موضوع است که لازم نیست همه کارکردها در تیم‌های چابک سازمان‌دهی شوند. در واقع، روش‌های چابک، مناسب برخی

در روزگار ما فضای رقابتی بازارها و کاهش انحصار، منجر به افزایش سرعت تغییرات محیط کسب و کار شده است. به این معنا که هر روزه سازمان‌ها با تغییرات مختلفی مواجه هستند؛ تغییراتی که در برخی از موارد حتی منجر به انقراض برخی از سازمان‌های تجاری می‌شود. مطالعات انجام‌شده در این زمینه نشان می‌دهد عدم چابکی سازمان‌های تجاری و ناتوانی در اخذ تصمیمات استراتژیک در زمان مناسب، در بسیاری از مواقع سازمان را با مشکلات جدی همراه می‌سازد.

اگرچه بیشتر مدیران و فعالان بخش خصوصی از نظر تئوریک بر این موضوع واقف هستند که سازمان‌های تجاری در عصر حاضر باید به سمت چابک‌سازی و کاهش بروکراسی اداری گام بردارند، اما کمتر سازمان تجاری بزرگی در بازار ایران وجود دارد که در این

از فعالیت‌های سازمانی نیستند.

جلسات طولانی

وهله دوم، امکان بهبود بخشیدن در فرایندهای تصمیم‌گیری وجود ندارد. به همین دلیل سازمان‌های تجاری باید برای گردش کار و مکاتبات اداری که بخشی از آن‌ها نیاز به تصمیم‌گیری دارد، از طریق پلتفرم‌های نرم‌افزاری فعالیت خود را پیش ببرند تا از این طریق در فرایند تصمیم‌گیری تسریع ایجاد شود.

مطالعات چه می‌گویند؟

کوبین اوکس، بنیان‌گذار مؤسسه بهره‌وری سازمان‌های تجاری، بر اساس آخرین مطالعات انجام‌شده در این حوزه بر این باور است که مدیران ارشد بیش از ۷۰ درصد از ۱۳۰۰ سازمان تجاری که مطالعات لازم را بر روی آن‌ها انجام داده‌اند، گفته‌اند که سازمان تحت مدیریت آن‌ها چابک است. این در حالی است که تنها ۹ درصد از کارمندان این سازمان‌های تجاری بر این باورند که سازمانی که در آن کار می‌کنند، چابک است. این اطلاعات چالشی جدی را در خصوص چابک‌سازی پیش روی سازمان‌های تجاری قرار می‌دهد و آن هم این موضوع است که باور بسیاری از مدیران این است که سازمان آن‌ها چابک است و فرایندهای چابکی دارد، اما در واقعیت این سازمان‌ها به صورت کاربردی و عملی چابک به شمار نمی‌روند. با توجه به این مطالعات، بسیار مهم است که اگر سازمان‌های تجاری قدم در راستای چابک‌سازی برمی‌دارند، حتماً روی اجرای سیاست‌های مرتبط با این حوزه دقت بیشتری داشته باشند. تجربه نشان می‌دهد در سازمان‌های تجاری که بدون مشارکت کارمندان و از بالا به پایین سیاست‌ها اتخاذ می‌شود، الزام به اجرای آن بسیار کمتر از سازمان‌های تجاری است که در آن‌ها سیاست‌های اتخاذشده به صورت اشتراکی و با مشارکت کارمندان انجام شده است.

تمرکز روی فرایندها

معمولاً در بیشتر سازمان‌های تجاری دیده می‌شود که در اندازه‌گیری چابکی آن‌ها، خود محصول یا خدمت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به عنوان نمونه، تولید و توزیع محصولی مناسب در حوزه‌های مرتبط با ویروس کرونا می‌تواند در نگاه اول نمایان‌گر سازمانی چابک باشد، اما در این خصوص سوریا پاندیتی، عضو شورای آینده جهانی اقتصاد، در مورد مدیریت چابک می‌گوید: برای اطمینان از موفقیت در چابکی سازمان، شرکت‌ها باید توجه خود را به نتایج اساسی اتخاذشده معطوف کنند. به عنوان نمونه، در همین مثال قبلی، اگر واقعاً سازمان بخواهد متوجه شود که تا چه اندازه در خصوص ویروس کرونا چابک عمل کرده است، باید میزان رضایت و پذیرش مشتریان این محصول جدید مرتبط با ویروس کرونا مورد ارزیابی قرار گیرد و به صورت فرایندی این موضوع را ارزیابی کند.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که چابک‌سازی سازمان‌های تجاری در حال تبدیل شدن به هنجار قرن بیست‌ویکم است. در حقیقت، بسیاری از سازمان‌ها می‌خواهند چابک باشند و در بازار رقابتی امروزی، جایگاه قابل‌قبولی پیدا کنند. پس اگر زودتر در این حوزه سرمایه‌گذاری شود، سازمان با نتایج بهتری همراه خواهد شد.

مطالعات انجام‌شده روی کسب‌وکارهای ایرانی نشان می‌دهد بخش عمده‌ای از دلایل عدم چابک‌سازی آن‌ها ناشی از بروکراسی اداری عریض و طویل سازمان‌ها و همچنین کندی در اتخاذ تصمیم‌گیری‌هاست. به این معنا که سازمان در شرایط حساس که باید در اسرع وقت تصمیم مهمی را اتخاذ کند، درگیر فرایندهای طولانی تصمیم‌گیری می‌شود و افراد مختلف از زوایای متفاوت باید نسبت به این تصمیم اظهار نظر کنند. این موضوع سبب می‌شود برای تصمیم‌گیری‌ها جلسات طولانی مختلفی برگزار شود که تمامی افراد مورد نیاز برای تصمیم‌گیری باید در آن شرکت داشته باشند. البته در برخی از موارد نیز بدون برگزاری جلسات، تصمیمات در پیچ‌وخم بروکراسی اداری سازمان‌ها متوقف می‌شود. برای حل این معضل سازمانی، معمولاً توصیه می‌شود فرایندهای تصمیم‌گیری مورد بازنگری قرار گیرند و بر اساس بازه زمانی تعیین‌شده، هر یک از تصمیمات اتخاذ شود و در مرحله بعد با نظارت مناسب، وارد فاز اجرایی شده باشد.

تفویض اختیار

به نظر می‌رسد از دیگر دلایل عدم چابک‌سازی سازمان‌های تجاری اتخاذ تمامی تصمیمات در رأس هرم سازمان است. معمولاً برخی از مدیران ایرانی سبک‌های مدیریتی به‌شدت کنترلی را اتخاذ می‌کنند و تمایل دارند تمامی تصمیمات اتخاذشده از مجرای تیم مدیریتی انجام شود. این در حالی است که در صورت طراحی فرایند کنترلی مناسب و تدوین آیین‌نامه‌های معتبر می‌توان به‌خوبی این موضوع را مدیریت کرد و بدون نیاز به دخالت تیم مدیریتی سازمان، بسیاری از تصمیمات اتخاذ و اجرا شود. با توجه به این موضوع در چنین سازمان‌های تجاری باید تفویض اختیار به تیم‌ها یا کمیته‌های کارشناسی داده شود و همان‌طور که گفته شد، فرایند کنترلی و آیین‌نامه‌های مناسبی نیز طراحی شود.

پذیرش ریسک تصمیم‌گیری

در این میان یکی از مشکلاتی که در برخی دیگر از سازمان‌های تجاری وجود دارد، این موضوع است که اتفاقاً مدیران تصمیم‌گیرنده اختیار تصمیم‌گیری دارند، اما به دلیل عدم پذیرش مسئولیت تصمیم‌گیری، در تلاش هستند از تصمیم‌گیری سر باز زنند. در چنین شرایطی توصیه می‌شود مدیران ارشد، مدیرانی را که از تصمیم‌گیری فراری هستند، با شرح وظایفشان آشنا سازند و فضای داخلی مناسبی را در سازمان ایجاد کنند تا مدیران ریسک‌پذیر تصمیم‌گیری‌های خود را داشته باشند.

اتوماسیون اداری به‌جای مستندسازی فیزیکی

«کاغذبازی اداری» از آن کلیشه‌هایی است که در بیشتر سازمان‌های تجاری وجود دارد. به این صورت که معمولاً مکاتبات اداری از طریق مستندسازی فیزیکی برای واحدهای مختلف ارسال و پی‌گیری می‌شود، اما همین فرایند سنتی، در درجه اول با افزایش بروکراسی اداری همراه می‌شود و در

مدیران ارشد بیش از ۷۰ درصد از ۱۳۰۰ سازمان تجاری که مطالعات لازم را بر روی آن‌ها انجام داده‌اند، گفته‌اند که سازمان تحت مدیریت آن‌ها چابک است. این در حالی است که تنها ۹ درصد از کارمندان این سازمان‌های تجاری بر این باورند که سازمانی که در آن کار می‌کنند، چابک است. این اطلاعات چالشی جدی را در خصوص چابک‌سازی پیش روی سازمان‌های تجاری قرار می‌دهد و آن هم این موضوع است که باور بسیاری از مدیران این است که سازمان آن‌ها چابک است و فرایندهای چابکی دارد، اما در واقعیت این سازمان‌ها به صورت کاربردی و عملی چابک به شمار نمی‌روند

درباره سیستم‌های جدید
پاداش و توییح در محیط کار

رضایت شغلی حرف اول را می‌زند



انواع پاداش برای تشویق کارمندان

مدیران باهوش و دانا از کارمندان خود سؤال می‌کنند که چه نوع پاداشی به آن‌ها انگیزه می‌دهد و بر همان اساس برنامه‌های تشویقی مناسب را برای آن‌ها می‌چینند. برخی کارمندان پاداش‌های نقدی را ترجیح می‌دهند، درحالی‌که برخی دیگر پاداش‌های دیگری چون مرخصی، ساعت کاری انعطاف‌پذیر، یا تخفیف و سفر را دوست دارند. پاداش کارمندان می‌تواند بر اساس بودجه شرکت قابل برنامه‌ریزی باشد. به عنوان مثال، اگر کارکنان به طور جمعی به یک هدف واحد برسند، ممکن است برنامه‌های تشویقی دسته‌جمعی مانند سفر توریستی به آن‌ها پیشنهاد شود. البته چنین برنامه‌هایی برای شرکت‌های بزرگ است و بیشتر شرکت‌های کوچک از همان سیستم تشویق مالی یا کارت هدیه یا بن استفاده از کافه یا خرید کتاب و... استفاده می‌کنند.

سیستم‌های توییح

توییح در محل کار بیشتر حول تخطی کردن از نظم و استانداردها تعریف می‌شود. برای کارآمد بودن، کارمندان باید درک روشنی از خط مشی‌ها و دستورالعمل‌های کاری داشته باشند تا از مجازات نقض قوانین یا عدم رعایت استانداردهای عملکرد آگاه باشند. اگر کارمندان با موارد نقض قوانین شرکت ناآشنا باشند، اجرای استاندارد یا اقدامات انضباطی بدون واکنش جدی می‌تواند دشوار باشد. بنابراین یک خط مشی مکتوب داشته باشید که جزئیات و انتظارات و نتیجه مداخله و اقداماتی را که در صورت نقض قوانین شرکت انجام می‌شود، به کارمندان توضیح دهد.

در یک محیط کاری مجموعه‌ای از کارمندان با شخصیت‌های مختلف وجود دارند و یک مدیر خوب پویایی کارمندان را درک کرده و سعی می‌کند محیطی ایجاد کند که متناسب با شیوه عملکرد آنان، پاسخ‌های لازم را تدبیر کند. مدیران هم‌چنین باید مشوق‌های زیادی را برای کارمندانی که کارشان بهتر از حد استاندارد است، در نظر بگیرند و از این طریق به کارمندان دیگر انگیزه دهند.

پاداش‌های اثربخش برای کارمندان

پاداش‌ها نوید جایزه‌های هستند که می‌توان طی دستیابی به یک نتیجه خاص به دست آورد. مشوق‌ها اغلب برای پیشبرد فروش و به جلو راندن پروژه یا حفظ بودجه استفاده می‌شود. پاداش می‌تواند به فردی خاص یا یک تیم داده شود که به عملکرد مشارکتی گروه وابسته است. ممکن است این مشوق‌ها دائمی باشند و سالانه تمدید شوند. مشوق‌ها باید ارزشمند، واضح، قابل تعریف و قابل دستیابی باشد تا برای کارمندان اثربخش باشد.

انواع مقررات در محل کار

جدید سرگرم‌کننده‌تر، به‌یادماندنی‌تر و معنادارتر از جوایز و پاداش‌های نقدی برای آن‌ها بودند. بر اساس گفته مدیر منابع انسانی گوگل، جوایز نقدی در سطح شناختی ارزیابی می‌شود و از طریق چشم قابل درک است. اما جوایز غیرنقدی احساس متفاوتی به وجود می‌آورد و یک واکنش عاطفی را برمی‌انگیزاند.

نیازی به پاداش‌های گران نیست

فرهنگ شرکت باید در تمام سطوح شرکت گسترده باشد. به همین دلیل به آن چه می‌توانید به عنوان پاداش به کارمندان اعطا کنید، قانع باشید و دنبال پاداش‌های چشم‌گیر و گران‌قیمت نباشید.

دستاوردهای تیمی را بشناسید

سازمان‌های موفق بسیار نوآورانه عمل می‌کنند و نوآوری برای توسعه ایده‌های جدید نیاز به کار تیمی دارد. مشوق‌های مبتنی بر تیم و هم‌چنین تأکید بر تیمی بودن موفقیت آن‌ها نیاز به همکاری در سراسر شرکت را ایجاد می‌کند. در شرکت‌های بزرگ برنامه‌ای برای تقدیر گروهی از تیم‌ها وجود دارد. این برنامه نه تنها پاداش بی‌نظیری برای همه اعضای تیم تلقی می‌شود، بلکه به پیشرفت کار تیمی نیز کمک می‌کند.

از کارمندان خود تشکر کنید

یادتان نرود که همان پیام‌های تشکر ساده می‌تواند موجب خوشحالی اعضای تیم شما شود. کارمندان با این تشکرها انگیزه می‌گیرند و می‌توانند خود را همراه با دیگر اعضای تیم بالا بکشند. ترکیب یک تشکر در جمع و ارسال یادداشت تشکر واقعاً به‌یادماندنی و قابل تقدیر است و موجب تقویت کار تیمی و ایجاد فرهنگ عملکردمحور می‌شود.

سیستم پرداخت قابل انعطاف و ساده

مایکروسافت در نوامبر ۲۰۱۳ اعلام کرد که سیستم پربحث جبران خدمات کارمندان از طریق رده‌بندی را کنار خواهد گذاشت و دیگر نیاز به رتبه‌بندی کارمندان از جانب مدیر نیست. فلسفه پرداخت به ازای عملکرد این شرکت که به نوعی بیان‌گر این بود که هر فردی بهتر کار کند، پاداش بیشتری می‌گیرد، تنها ارزش مالی زیادی برای افراد رده بالای شرکت ایجاد می‌کرد و فرصت رشد را از زیردستان و افرادی که در بازارهای بیرونی با آن‌ها همکاری داشتند، می‌گرفت. مایکروسافت سیستم مدیریت عملکرد و برنامه پاداش خود را مجدداً طراحی کرد و آن را به صورت ساده، شفاف و متفاوت درآورد. قبل از سال ۲۰۰۰ مایکروسافت کارمندان را در سهام شرکت دخیل می‌کرد، اما پس از آن پاداش به گونه‌ای بود که هر کارمند مایکروسافت ۱۵ درصد افزایش در پایه حقوق دریافت می‌کرد. این تغییرات در سیستم پرداخت پاداش ادامه یافت تا این‌که در سال ۲۰۰۶ یک سیستم پاداش انعطاف‌پذیر به نام MyMicrosoft معرفی شد که به کارمندان متناسب با افزایش شایستگی‌شان، پاداش‌های سالانه و واحد سهام محدود می‌داد. این روند برای مدیران گیج‌کننده بود، تا این‌که در سال ۲۰۱۱ مایکروسافت یک سیستم ساده با استفاده از یک رویکرد یک‌پارچه را به اجرا گذاشت و طی آن از پاداش‌های مرتبط با عملکرد استفاده کرد. هدف از این کار تسهیل روند کار و بهبود دید مشارکتی کارمندان در موفقیت شرکت بود.

نظم و مقررات در محل کار به طور معمول شامل یک سیستم پیشرفته مبتنی بر اعمال کارمندان است. به عنوان مثال سرعت، آزار و اذیت کلامی، جسمی و... تخلفات نادر اما مهمی در محل کار هستند که حتی پای مراجع قانونی را نیز به آن باز می‌کنند. بسیاری از کارمندان در موارد حاد با مجازات اخراج روبه‌رو می‌شوند، چنان‌چه مواردی از این دست را حتی در شرکت‌های بزرگ دنیا هم دیده‌ایم. در مقابل، عدم دست‌یابی به اهداف، یا کار تیمی و نگرش ضعیف به طور معمول با توبیخ خفیف‌تری همراه است. ممکن است فرد خاطی را به مشاور ارجاع دهند تا عملکردش را بهبود بخشیده و به دنبال آن، حکم کار مشروط، تعلیق و درنهایت خاتمه کار به او دهند.

چرا هنوز سیستم‌های پاداش و توبیخ وجود دارند؟

ما در قرن بیست‌ویکم هستیم، اما چرا هم‌چنان در تلاشیم کارمندان خود را با سیاست هویج و چماق هدایت کنیم؟ پاسخ این سؤال واضح است؛ پاداش و توبیخ درک ساده، نظارت آسان و اجرای ساده‌ای دارند. این اعتقاد به صورت گسترده وجود دارد که میزان رضایت کارمندان و عملکرد آن‌ها به طور مستقیم به هم مرتبط است و مسیر رسیدن به عملکرد بهتر برای بسیاری از مدیران از رضایت شغلی می‌گذرد. این اعتقاد عمومی علی‌رغم شواهد غیرقابل انکار حداقل یک قرن است که وجود دارد و منجر به طیف وسیعی از اقدامات مدیریتی در جهت عملکرد کارمندان شده است که طی آن سیستم‌های پاداش - که معمولاً پولی هستند - و سیستم‌های توبیخ به وجود آمده‌اند. هیچ تردیدی وجود ندارد که یک کارمند راضی در مقایسه با یک کارمند ناراضی از بسیاری جهات بهتر عمل می‌کند. اما ما می‌خواهیم این باور عمیق را به چالش بکشیم که پاداش‌های بیرونی نتیجه بهتری روی بسیاری از افراد دارند. برای عملکرد پایدار کارمندان، دو سؤالی که باید از آن‌ها بپرسیم، عبارت‌اند از:

- چگونه قلب و ذهن کارمندان را در کار آن‌ها درگیر کنیم؟
- چگونه می‌توانیم بین روان انسان با کارش ارتباط برقرار کنیم؟

جدا از پرداخت‌های مالی، کار به‌خودی‌خود دارای بیشترین پتانسیل برای بهبود یا کاهش بهره‌وری شخصی است. به جای این‌که کارمند را تشویق کنیم، باید روی انگیزه دادن شخصی و درونی مرتبط با کار و نحوه انجام آن متمرکز شویم و فرد را به این طریق تشویق کنیم. شرکت‌های بزرگ دنیا از انواع دیگری از پاداش‌ها استفاده می‌کنند که در زیر به آن اشاره می‌کنیم.

به جای پاداش، تجربه خوب ایجاد کنید

شرکت‌های بزرگ مانند گوگل از انگیزه‌های غیرمالی به جای پول نقد استفاده می‌کنند. آن‌ها دریافته‌اند که اثر پاداش‌های نقدی و غیرنقدی روی افراد متفاوت است و پاداش‌های غیرمادی انگیزه بهتری نسبت به پاداش‌های مادی در افراد ایجاد می‌کند. در همین راستا گوگل برنامه‌ای را تست کرد که طی آن به افرادی که عملکرد خوبی داشتند، یک میلیون دلار پاداش داد، اما این برنامه با شکست مواجه و درنهایت منجر به حسادت و ناراضی‌کاری کارمندان شد.

در همین راستا، آن‌ها پاداش‌های نقدی را کنار گذاشتند و یک برنامه جدید را ارائه دادند که شامل همه موارد، از شام داخل رستوران گرفته تا گجت‌های جدید فناوری و مسافرت بین‌المللی می‌شد. کارمندان بیان کردند که این برنامه‌های

مایکروسافت در نوامبر ۲۰۱۳ اعلام کرد که سیستم پربحث جبران خدمات کارمندان از طریق رده‌بندی را کنار خواهد گذاشت و دیگر نیاز به رتبه‌بندی کارمندان از جانب مدیر نیست. فلسفه پرداخت به ازای عملکرد این شرکت که به نوعی بیان‌گر این بود که هر فردی بهتر کار کند، پاداش بیشتری می‌گیرد، تنها ارزش مالی زیادی برای افراد رده بالای شرکت ایجاد می‌کرد و فرصت رشد را از زیردستان و افرادی که در بازارهای بیرونی با آن‌ها همکاری داشتند، می‌گرفت.

منابع:

- woman.thenest.com/rewards-punishments-workplace-17161.html
- www.hrmonline.com.au/section/strategic-hr/reward-punish-employees/
- www.carrots.ph/blog/5-tips-on-employee-rewards-recognition-by-google
- www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/compensation/pages/rewardsatmicrosoft.aspx

شیوه‌های مدیریت زمان در محیط کار

چالش‌های مدیریت زمان در کار تیمی

چه زمانی؟ چگونه؟

قبل از ورود به موضوع شایان ذکر است که به صورت کلی تکنیک‌های بسیار زیادی درباره این‌که چگونه فعالیت‌های کاری خود را با تمرکز عمیق انجام دهیم تا از این طریق به بازدهی مناسبی دست پیدا کنیم، وجود دارد، اما کمتر تکنیکی به این موضوع می‌پردازد که چه نوع کارهایی را در چه زمانی انجام دهیم. به عنوان نمونه، یکی از تکنیک‌های بسیار کاربردی در این حوزه تکنیک پُمودورو است که با ایجاد تمرکز بیشتر به ما کمک می‌کند برای زمان خود بتوانیم برنامه‌ریزی بهتری داشته باشیم. به این صورت که ۲۵ دقیقه می‌توان روی کار مورد نظر خود تمرکز کرد و سپس پنج دقیقه بعد از انجام آن کار عمیق، استراحت کرد. نمونه‌های دیگری از این تکنیک‌ها و ترفندها وجود دارد که از حوصله این مطلب خارج است، اما در این‌جا یکی از این تکنیک‌ها به این دلیل آورده شد که نشان دهیم تکنیک‌های بسیار کاربردی در حوزه چگونگی و چطور انجام دادن کارها وجود دارد. این در حالی است که کمتر مدیری روی این موضوع دقت می‌کند که چه فعالیتی را در چه زمانی باید انجام داد. به همین دلیل در این مطلب تلاش می‌شود بر اساس مطالعات دنیل اچ پینک، یکی از نویسندگان برجسته حوزه مدیریت زمان، به این موضوع بپردازیم.

این روزها همه می‌دانند که زمان و مدیریت آن یکی از اصول بسیار مهم برای دستیابی به موفقیت‌های فردی و اجتماعی است و به نظر می‌رسد اهمیت این موضوع برای بسیاری از افراد جامعه کاملاً مبرهن شده است. اما در واقعیت بسیاری از همین افراد که ارزش مدیریت زمان را به خوبی درک می‌کنند، با مشکلات جدی در این حوزه دست به گریبان هستند و نمی‌دانند چگونه باید به صورت بهره‌ورانه زمان خود را، چه در زندگی شخصی و چه در زندگی کاری، مدیریت کنند تا بتوانند به نتایج مورد انتظار خود دست پیدا کنند. از طرفی، زندگی مدرن امروزی نیز ایجاب کرده که شهروندان با مشغله‌های مختلفی سروکار داشته و زمان کافی برای پرداختن به تمامی موضوع‌های دل‌خواه خود را نداشته باشند. این موضوع نیز افراد جامعه را با چالش‌های جدی همراه می‌کند. در این مطلب به این موضوع می‌پردازیم که از نظر علمی مدیران سازمان‌های تجاری برای مدیریت زمان چه استراتژی‌ها و ترفندهایی را باید مدنظر قرار دهند تا از این طریق بتوانند خود و تیم تحت رهبری خود را در محیط‌های کاری با بازدهی مورد انتظار همراه کنند.

مدیریت

آبتین ایزدی

کارشناس ارشد کسب‌وکار



الگوهای زمانی افراد

وجود دارد. به عنوان نمونه، افرادی در اوایل صبح قدرت تصمیم‌گیری بهتری دارند و افراد دیگری در پایان روز. با این تفاسیر، شاید این سؤال در ذهن مخاطبان ایجاد شود که برای سازمان‌های تجاری افرادی که صبح‌ها سرحال‌ترند، کارآمدتر هستند، اما تحقیقات در این حوزه نشان می‌دهد ماهیت کارها در این موضوع بسیار تأثیرگذار است. به عنوان نمونه، یکی از توصیه‌های جدی این است که افرادی که عصرها یا شب‌ها فعال‌ترند، می‌توانند در حوزه خلاقیت و طراحی ایده‌ها و راه‌کارهای جدید اثربخش‌تر باشند.

در میانه راه چه کنیم؟

از دیگر موارد مهم درباره این که چه زمانی چه کاری را بتوانیم انجام دهیم، توجه به میانه‌های راه در انجام پروژه‌های کاری است. به عنوان نمونه، اگر شما مدیریت پروژه کاری را بر عهده داشته باشید، در میانه‌های راه ممکن است با ناامیدی قابل ملاحظه‌ای به دلایل مختلف اعم از پیشرفت کند پروژه، عدم دریافت بازخوردهای مناسب و... مواجه شوید. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در بسیاری از مواقع اتفاقاً این ناامیدی و رخوت میانه‌های راه باعث از بین رفتن کامل پروژه خواهد شد. در این میان تجربه نشان می‌دهد که در مدیریت زمان پروژه‌های کاری، تیم‌ها با سرعتی یکسان و ثابت فعالیت‌های مورد نیاز پروژه را انجام نمی‌دهند و این موضوع منجر می‌شود به این که پس از مدتی با حجم کاری بسیار بالایی مواجه شوند. اگر این حجم بالای کار منجر به افزایش انگیزه افراد تیم در جهت تسریع فعالیت‌ها شود، می‌توان آن را مثبت ارزیابی کرد، اما معمولاً این موضوع حس عقب بودن تیم از برنامه را القا می‌کند. به همین دلیل برای مواجهه درست با این موضوع، پیشنهاد می‌شود مدیران در مدیریت پروژه‌های تیمی اهداف موقت تعیین کنند. به این صورت که پروژه را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم کنند تا مشخص شود در هر بازه زمانی باید چه فعالیت‌هایی انجام شود. اگرچه تعیین اهداف موقت می‌تواند مثر و واقع‌شود، اما در بسیاری از تیم‌های کاری دیده شده که پای‌بندی نسبت به اهداف موقت وجود ندارد. به همین دلیل مدیران می‌توانند با برگزاری جلسات و ممیزی مستمر که در نهایت می‌تواند منجر به ارائه بازخورد به اعضای تیم شود، اهمیت اهداف موقت در بازه‌های زمانی مشخص را برای اعضای تیم یادآوری کنند.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که یکی از رموز موفقیت در افزایش بازدهی فعالیت‌های سازمانی، شناخت و تعامل درست و مناسب کارمندان است. در این مطلب سعی شد به بخشی از موارد مرتبط با این که چه کاری را در چه زمانی انجام دهیم و برای آن برنامه‌ریزی‌های لازم داشته باشیم، پرداخته شود، اما برای شناخت بهتر کارمندان نیاز به انجام آزمون‌های بیشتری در حوزه رفتار آن‌ها و شناخت بهتر از این موضوع وجود دارد. البته جاری‌سازی چنین آزمون‌های رفتارشناسی در سازمان نیازمند نیازسنجی‌های ابتدایی است.

بر اساس مطالعات انجام‌شده در این زمینه، افراد طی روز الگوهای متفاوتی دارند؛ به این معنا که در بازه‌ای از زمان در دوره اوج‌گیری سپس یک فرود و در نهایت یک بازگشت به نقطه اولیه دارند. به عنوان نمونه، به صورت کلی بیشتر افراد در ابتدای صبح احساسات مثبت و فعالی دارند، در بعدازظهر این احساسات کاهش پیدا می‌کند و در اوایل شب دوباره اوج می‌گیرد. نتیجه این موضوع منجر به عملکرد متفاوت افراد طی روز می‌شود. به این معنا که در ابتدای روز به دلیل این که دمای بدن رفته‌رفته افزایش پیدا می‌کند، این موضوع باعث بالا رفتن سطح انرژی و هوشیاری افراد می‌شود که در نتیجه عملکرد اجرایی افراد را همراه با تمرکز بیشتر و قدرت نتیجه‌گیری بالاتری به همراه دارد. به بیان دیگر، الگوی زمانی این افراد به این صورت است که در ابتدای روز فعالیت‌های تحلیلی بیشتری می‌توانند انجام دهند. مدیران ارشد با آگاهی نسبت به این موضوع می‌توانند در فعالیت‌های روزانه خود و تیمی که تحت رهبری دارند، برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند. به عنوان نمونه، اگر گزارش‌های تحلیلی را قرار است تیم تحت رهبری یکی از مدیران ارشد تهیه کند، بهتر است این بخش از کار در ابتدای صبح از کارمندان خواسته شود تا از این طریق بتوان به بازدهی مناسب‌تری دست پیدا کرد. از آن طرف، در ساعات انتهایی روز می‌توان فعالیت‌هایی از کارمندان خواست که تمرکز پایین‌تری لازم دارند. البته به صورت کلی این الگوهای زمانی ممکن است برای تمامی افراد یکسان نباشد. نیاز است که این موضوع در ابتدا و قبل از اجرای آن، مورد ارزیابی و بررسی قرار گیرد و در صورتی که بازخوردهای مثبتی از آن دریافت شد، به صورت کامل در یک تیم کاری اجرا شود.

جغد یا خروس؟

با این که برخی از کارها را باید در ابتدای روز انجام داد و برخی دیگر را بعدازظهر، اما همه انسان‌ها الگوهای شخصی خود را دارند؛ به این صورت که برخی از افراد مانند جغدها از صبح‌ها متنفرند و از غروب به بعد به اوج بازدهی خود می‌رسند و بعضی دیگر مانند خروس‌ها از ابتدای روز حضور مناسبی دارند. شناخت این تفاوت‌ها در افراد بسیار می‌تواند از جهت بالا بردن بازدهی آن‌ها حائز اهمیت باشد. البته این موضوع به معنای این نیست که تمامی افراد جامعه باید شبیه جغد باشند یا خروس! در حقیقت دسته سومی نیز وجود دارند که مابین این دو گروه قرار دارند. حال این سؤال مطرح می‌شود که فهمیدن این موضوع از سوی یکی از مدیران ارشد چه تأثیری می‌تواند بر افزایش بازدهی کارمندان داشته باشد؟ به عنوان نمونه، اگر قرار است کارهای تحلیلی از کارمندان خود بخواهید، افرادی که سحرخیز هستند، در اوایل صبح بسیار می‌توانند روی این موضوع تمرکز کنند و تا قبل از ظهر بازدهی مناسبی داشته باشند، اما گروهی دیگر، در عصر یا شب می‌توانند فعالیت‌هایی انجام دهند که نیاز به قدرت تحلیل داشته باشد. در حوزه تصمیم‌گیری نیز این تفاوت

تکنیک‌های بسیار زیادی درباره این که چگونه فعالیت‌های کاری خود را با تمرکز عمیق انجام دهیم تا از این طریق به بازدهی مناسبی دست پیدا کنیم، وجود دارد، اما کمتر تکنیکی به این موضوع می‌پردازد که چه نوع کارهایی را در چه زمانی انجام دهیم



● **مجله پیت**
 مترجم **نجوا ناجی**

روش‌هایی برای
 افزایش خلاقیت
 در ایده‌پردازی

جادوی ذهن

کاری را که دوست دارید، انجام دهید

مدام به ایده‌ای که منتظرش هستید، فکر می‌کنید و مطمئن نیستید چه کار کنید؟ زندگی عادی خود را ادامه دهید و به فعالیت‌های مورد علاقه خود و کاری که دوستش دارید، بپردازید. آلبرت انیشتین در نامه‌ای به پسرش که علاقه به نواختن پیانو داشت، توصیه کرد که کاری را انجام دهد که خوشحالش می‌کند. انیشتین نوشت: «این روش یادگیری خوبی است، هنگامی که کاری را با لذت انجام می‌دهید، متوجه عبور زمان نمی‌شوید. من گاهی اوقات آن قدر در کارم غرق می‌شوم که فراموش می‌کنم ناهار بخورم.» عشق و خلاقیت در هم تنیده‌اند. سرگرمی‌هایی مانند نواختن ساز، دویدن و پیاده‌روی یا جمع کردن کالکشن تمبر و... در مبارزه با استرس نقش دارند و به تقویت خلاقیت شما کمک می‌کنند.

نواختن یک ساز را آغاز کنید

سازهای موسیقی و هماهنگی ذهن و بدن که در حین نواختن اتفاق می‌افتد، می‌تواند جنبه خلاقانه ذهن شما را پرورش دهد. ارتباط میان خلاقیت و تمرینات موسیقی به‌درستی ثابت شده است و بسیاری از چهره‌های موفق مانند انیشتین، اولیور ساکس و پل کلی بخشی از موفقیت خود را به این امر نسبت می‌دهند و همان‌طور که در بالا خواندید، انیشتین فرزندان خود را نیز تشویق به یادگیری موسیقی می‌کرد.

شطرنج بازی کنید

درحالی‌که ممکن است بازی شطرنج سرگرمی خلاقانه‌ای به نظر نرسد، اما بازی غافل‌گیرکننده‌ای است که موقعیت‌های مختلفی در آن وجود دارد. آغاز بازی، اواسط و انتهای بازی هر

خلاقیت مانند عضله است، باید کشش آید، به چالش کشیده شود و گاهی از حوزه آسایش و راحتی خود دور شود تا تقویت شود. هرچه خلاقیت خود را بیشتر تمرین دهید، آن را قوی‌تر خواهید کرد. سنجش میزان خلاقیت دشوار است، اما غیرممکن نیست. هر کس به روش و اندازه خود خلاق است، با این حال تمرین‌هایی وجود دارد که می‌تواند برای تأثیرگذاری بیشتر و تقویت خلاقیت مورد استفاده قرار گیرد. تنها کافی است متعهد شوید که خلاقیت خود را عملی کنید. در ادامه با روش‌های تقویت ایده‌پردازی و خلاقیت آشنا خواهید شد.

تقویت خلاقیت از طریق همکاری

کنجکاوی شما را به سمت خلاقیت سوق می‌دهد، پس سعی کنید با پیوستن به یک گروه و از طریق همکاری با سایر اعضا، آن را تمرین کنید. اندرو نگ، از مدیران گوگل و بایدو، کسی است که اعتقاد دارد ایده‌پردازی‌های او به خاطر نبوغش نبوده است، بلکه پیوستن به این گروه‌ها موجب شده است به طور سیستماتیک خلاق‌تر و مبتکرتر عمل کند. او می‌گوید: «در زندگی‌ام دریافته‌ام که هر وقت مطمئن نیستم می‌خواهم چه کار کنم، می‌رفتم و چیزهای بیشتری یاد می‌گرفتم، پس کتاب می‌خواندم، با افراد متبحر در آن حوزه صحبت می‌کردم و... نمی‌دانم مغز انسان چگونه کار می‌کند، اما جادویی عمل می‌کند. وقتی به اندازه کافی کتاب می‌خوانید، یا با متخصصان زیادی صحبت می‌کنید و ورودی کافی به مغز خود می‌دهید، ایده‌های جدید ظاهر می‌شوند.» در واقع حین همکاری با دیگران است که یاد می‌گیرید و در جهت افزایش خلاقیت خود استفاده می‌کنید.

کدام الگوهایی خاص و غیر تکراری دارند و هیچ‌گاه از استراتژی حریف خود آگاهی نخواهید داشت. کافی است راه‌های مختلف را امتحان کنید و در هم آمیزید تا مانورهای خلاقانه این بازی را کاملاً حس کنید. مطالعات نشان داده است که شطرنج‌بازان در حوزه‌های رفتاری مانند تسلط، خلاقیت و... انعطاف بیشتری را نشان داده‌اند. یکی دیگر از راه‌های گرم کردن مغز، چیدن یک پازل است و بعد از مدتی متوجه افزایش خلاقیت خود خواهید شد.

طراحی و عکاسی

جف کونز، هنرمند آمریکایی، که بر ایجاد هنر مبتنی بر اشیای مرتبط با فرهنگ عامه تمرکز کرده است، می‌گوید: «اگر بخواهم تنها جزئیات کوچکی مانند یک گل یا درخت را نشان دهم، مانند این است که جنگل را فراموش کنم. پس روی جنگل متمرکز می‌شوم.» درگیر شدن در هنر می‌تواند روشی عالی برای بهبود خلاقیت شما باشد و همان‌طور که کونز می‌گوید، دیدن تصاویر در ابعاد بزرگ‌تر می‌تواند در این کار به شما کمک کند. اگر مجال رفتن به کلاس‌های نقاشی و عکاسی را ندارید، از طریق آن‌لاین می‌توانید این کار را انجام دهید. عکاسی و نقاشی فعالیت‌هایی کاملاً خلاقانه هستند و می‌توانند امکان مشاهده جهان از دید شما را تغییر دهند. هر بار که هنرمندانی چهره یا محیط اطراف خود را ترسیم می‌کنند، برای تجسم جزئیات خاص در آن نقاشی، خواستار تجسم تجربیات تجسمی خود هستند.

استراحت کنید

همان‌طور که آن کوهن زمانی نوشت فضیلتی در کار و فضیلت دیگری در استراحت وجود دارد، پس از هر دو استفاده کنید و از هیچ‌یک غافل نشوید. گاهی اوقات بهترین ایده‌های شما زمانی به وجود می‌آیند که مغزتان درگیر مسائل پیچیده نیست. این ممکن است بعد از یک خواب خوب به سراغ شما آید. یک خواب شبانه مطلوب به شما کمک می‌کند پربارتر و خلاق‌تر باشید. حتی حمام کردن نیز می‌تواند به آرامش مطلوب ذهن شما و پرورش ایده کمک کند. شاید ایده خلاقانه بعدی را هنگام رانندگی، ورزش، پیاده‌روی، خرید، نشستن در قطار و هواپیما یا حین تماشای غروب آفتاب به دست آورید. اگر سطح خلاقیت شما کم است، آرام باشید و ذهنتان را درگیر نکنید و بگذارید مغزتان با جادوی خود کارش را انجام دهد.

روی مود درست و مناسب باشید

ایده نداشتن یا ناتوانی در حل مسئله می‌تواند بسیار ناامیدکننده باشد، اما سعی کنید شرایط انجام ایده‌پردازی را فراهم آورید و روی مود و حالت ذهنی مناسب باشید. اگر تحمل سکوت زیاد را ندارید، موسیقی ملایم می‌تواند به شما کمک کند. برعکس اگر تحمل سروصدا و شلوغی را ندارید، در یک جای آرام ریلکس کنید. جالب است بدانید که مطالعات نشان می‌دهد اگر کمی با خودتان خلوت کنید و سعی کنید به چیزی فکر نکنید، خلاقیت شما بالا خواهد رفت و هم‌چنین بعد از مدتی خواهید دید راه‌حل مشکلات را به راحتی خواهید فهمید. در

آزمون خلاقیت یکی از تحقیقات، شرکت‌کنندگانی که از فرط بی‌کاری و ملالت کسل شده بودند، نسبت به کسانی که خوشحال، آرام یا پریشان بودند، عملکرد بهتری نشان دادند. کسل شدن و ملالت تفکر خلاقانه را تشویق می‌کند، چون به مغز سیگنال می‌دهد که شرایط یا محیط فعلی چیزی کم دارد و جست‌وجو برای ایده‌های جدید و تأثیرگذار به بهبود این شرایط کمک خواهد کرد. ملالت و انجام ندادن هیچ کاری، زمانی برای رویاپردازی در اختیار افراد قرار می‌دهد که منجر به خلاقیت‌های بیشتر می‌شود.

به دنبال مشاوره و بازخورد باشید

گاهی اوقات برای یافتن راه‌حل خلاقانه و تقویت خلاقیت نیاز است که از کسی کمک بگیرید. ایده خود را مطرح کنید و از او بازخورد بخواهید. درخواست کمک نشانه ضعف نیست. از دوستان، هم‌سالان و افرادی که در شبکه‌های اجتماعی با شما دوست هستند و به آن‌ها اعتماد دارید، در مورد ایده‌تان مشورت بخواهید تا با استفاده از نظرات آن‌ها بتوانید ایده‌تان را بهبود ببخشید. هر فرد مجموعه‌ای از مهارت‌ها، تجربیات و دانش‌های منحصر به فرد را در اختیار دارد و می‌تواند در این زمینه‌ها کلید خاصی برای تقویت خلاقیت به شما ارائه دهد. دیدگاه جدید آن‌ها شاید همان چیزی است که به آن نیاز دارید. حتی اگر از توصیه‌های آن‌ها استفاده نکنید، باز هم این کار موجب ایجاد تفکر جدید و خلاقانه می‌شود که ممکن است در جایی دیگر به کمک شما آید.

پیاده‌روی کنید

یک فرد به طور متوسط هر روز بین ۷ تا ۱۵ ساعت سر جایش می‌نشیند. کاملاً درست خواندید! این برای سلامتی و روحیه شما بسیار وحشتناک است و می‌تواند روی خلاقیتتان نیز تأثیرگذار باشد. تحقیقات استنفورد نشان داده است که پیاده‌روی موجب افزایش تفکر خلاقانه می‌شود. در مطالعه‌ای در مجله HBR این نتیجه به دست آمد: افرادی که در جلسات منظم پیاده‌روی شرکت می‌کنند، خلاق‌تر و ایده‌پردازتر هستند. محققان پیش از این بر این باور بودند که فعالیت بدنی منظم می‌تواند نقش مهمی در افزایش و محافظت از توانایی‌های شناختی فرد داشته باشد، اما تحقیقات جدید نشان داد که حتی یک پیاده‌روی ساده می‌تواند به طور موقت باعث تقویت برخی از توانایی‌های ذهنی شود. مدیرعامل‌های شرکت‌های بزرگ دنیا مانند دارن هوستن (شرکت priceline)، مارک زاکربرگ (فیس‌بوک)،

منابع:

- knowledge.insead.edu/leadership-organisations/networking-is-vital-for-successful-managers-2085
- www.topresume.com/career-advice/importance-of-networking-for-career-success
- hbr.org/200701/how-leaders-create-and-use-networks

جک دورسی (تویتر)، جف وینر (لینکدین) و تعداد زیادی از رهبران کسب‌وکارهای بزرگ و کارآفرینان دنیا به طور منظم پیاده‌روی می‌کنند. نتیجه این که اگر پشت میزتان نشسته‌اید و منتظرید یک ایده خوب به ذهنتان برسد، بلند شوید و کمی قدم بزنید، یا به یک پیاده‌روی کوتاه بروید. فراموش نکنید که خلاقیت خودبه‌خود به وجود نمی‌آید و نشستن و انتظار برای الهام گرفتن، فقط باعث از دست دادن انگیزه و دل‌سردی شما می‌شود. در عوض سعی کنید به دنبال راهی برای افزایش خلاقیت خود باشید. شما چه راهی را پیشنهاد می‌کنید؟



تأثیر مدرک تحصیلی بر موفقیت شغلی

چرا همه راهها به دانشگاه ختم می‌شود؟

یک موضوع تکراری در مکالمات مربوط به ادامه تحصیل و شرکت در کنکور معمولاً با این سؤال آغاز می‌شود: «آیا من واقعاً به مدرک تحصیلی نیاز دارم؟» در ادامه سؤالات بیشتری به ذهن متبادر می‌شود، مانند این که آیا ارزش آن را دارد که زمان، تلاش و هزینه برای یک مدرک تحصیلی بگذارم؟ آیا موجب پیشرفت شغلی من خواهد شد؟ چه تأثیری در زندگی من خواهد داشت؟ همه این سؤالات، برخاسته از نگرانی‌های منصفانه‌ای هستند و پاسخ به آن‌ها بستگی به رشته مورد علاقه، دانشگاه و سایر شرایط شما دارد. اخذ مدرک لیسانس و ارشد پیش‌تر راهی برای تمایز دانشجویان نسبت به دیگران در بازار کار بسیار رقابتی بود. با این حال، از سال ۲۰۱۵ از هر سه نفر یک نفر مدرک لیسانس گرفته و یکی از این افراد با دارا بودن مدرک تحصیلی جذب بازار کار شده است. آیا این بدان معنی است که مدرک ارزش ندارد؟ آیا حتی در این دنیای استارت‌آپی و کارآفرینی که مشاغل آزاد حرف اول را می‌زنند نیز مدرک هم‌چنان دارای ارزش است؟ با توجه به این که گرفتن مدرک خود شامل بدهی‌هایی مانند اقساط شهریه یا وام دانشجویی و... است، آیا سرمایه‌گذاری ارزشمندی است؟ در نهایت پاسخ به خود شما بستگی دارد؛ اهداف منحصر به فرد شما در زندگی شامل آمل و آرزوهای شغلی و... تعیین می‌کند که آیا مدرک تحصیلی برای شما مناسب است یا خیر. با این حال کسب مدرک دانشگاهی به طور کلی برای موفقیت افراد در بازار کار امروزی مهم است. در ادامه دلایلی برای دریافت مدرک تحصیلی و تأثیر آن بر اهداف آموزشی شخصی و انتخاب سبک زندگی و موفقیت شغلی ارائه شده است.

افزایش دسترسی به فرصت‌های شغلی

داشتن مدرک لیسانس فرصت‌هایی را پیش روی فارغ‌التحصیلان می‌گذارد که بدون آن ممکن است غیرقابل دسترسی باشد. فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ۵۷ درصد فرصت شغلی بیشتری نسبت به غیر فارغ‌التحصیلان دارند و تخمین زده می‌شود که تا سال ۲۰۲۰ دوسوم از مشاغل به تحصیلات نیاز دارند. دریافت مدرک تحصیلی شما را قادر می‌سازد از این فرصت‌های اضافی برخوردار شوید و در انتخاب شرکت و شغل مورد علاقه، دستتان بازتر بوده و انعطاف‌پذیری بیشتری داشته باشید.

با دارا بودن مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر، نه تنها مشاغل بیشتری نسبت به فارغ‌التحصیلان دبیرستان برای دارندگان

مدرک وجود دارد، بلکه مشاغل موجود نیز در دسترس‌تر هستند. طبق تحقیقات انجام‌شده از سوی Burning Technologies، دومیلیون شغل جدید که به صورت آنلاین روی سایت‌های کارایی قرار گرفته‌اند، نیاز به مدرک لیسانس یا بالاتر دارند. برای جویندگان کار، این سایت‌های جذب نیروی آنلاین ابزاری اساسی برای یافتن و آگاهی از بهترین رشته‌های موجود است. در حالی که بیش از ۸۰ درصد از تمام فرصت‌های شغلی برای جذب کارمندی با مدرک لیسانس یا بالاتر به صورت آنلاین تبلیغ می‌شود، تنها ۵۰ درصد از مشاغل مورد نیاز دیپلم دبیرستان به صورت آنلاین ارسال می‌شوند که این موضوع ارتباط این متقاضیان شغل با کارفرمایان احتمالی را دشوارتر می‌کند. ادامه تحصیل در کالج هم‌چنین با اتصال شما به یک شبکه مادام‌العمر از همکاران، مشاوران، اساتید و مربیان، دسترسی شما به فرصت‌ها را گسترش می‌دهد. در طول دوره تحصیل، این شبکه می‌تواند درهای جدید را به روی شما باز کند و شما را به رهبران صنعت‌هایی متصل کند که می‌توانید با آن‌ها ایده به اشتراک بگذارید و فعالیت‌های جدیدی را کشف کنید.

آماده‌سازی برای شغل تخصصی

با تغییر دنیا، بازار کار نیز متعاقباً با آن تغییر می‌کند. فناوری، آموزش و بهداشت سه حوزه‌ای است که به سرعت رشد می‌کند. این حوزه‌ها به قدری تکامل می‌یابند که فقط افراد برجسته آن حوزه می‌توانند کارش را انجام دهند. گرفتن مدرک لیسانس به شما کمک می‌کند مهارت‌ها و عادت‌های خاص مورد نیاز برای استخدام و امرار معاش در این حوزه‌ها را یاد بگیرید.

گرچه همه مدارک مسیر مستقیمی به یک شغل خاص (به عنوان مثال، زبان انگلیسی، فلسفه یا علوم سیاسی) ارائه نمی‌دهند، اما بسیاری از آن‌ها با در نظر گرفتن یک مسیر شغلی خاص ایجاد می‌شوند. به عنوان مثال، یک مدرک تحصیلی به عنوان یک قیف برای مشاغل آموزشی و تدریسی می‌ماند که استخدام آن‌ها را در آموزش و پرورش آسان‌تر می‌کند و به طور کلی بدون مدرک استخدام در بسیاری از دستگاه‌های دولتی امکان‌پذیر نیست. برخی از مشاغل

میلاد پوریت
مینا بابایی مترجم

طبق تحقیقات انجام‌شده از سوی Burning Glass Technologies، دومیلیون شغل جدید که به صورت آنلاین روی سایت‌های کارایی قرار گرفته‌اند، نیاز به مدرک لیسانس یا بالاتر دارند. برای جویندگان کار، این سایت‌های جذب نیروی آنلاین ابزاری اساسی برای یافتن و آگاهی از بهترین رشته‌های موجود است. در حالی که بیش از ۸۰ درصد از تمام فرصت‌های شغلی برای جذب کارمندی با مدرک لیسانس یا بالاتر به صورت آنلاین تبلیغ می‌شود، تنها ۵۰ درصد از مشاغل مورد نیاز دیپلم دبیرستان به صورت آنلاین ارسال می‌شوند



بهداشت و درمان نیز مشاغل بسیار تخصصی هستند که تنها برای افرادی که مدرک آن رشته را به دست آورده‌اند، قابل دست‌پای‌اند. پس اگر رویای دکتر و داروساز شدن دارید، حتما ادامه تحصیل دهید.

افزایش کارفرمایانی که دنبال شما خواهند بود

با افزایش نیاز به کارمندان ماهر و تحصیل کرده دانشگاهی، داشتن مدرک لیسانس موجب تقاضای شما خواهد شد. بیش از ۸۰ درصد مشاغل در چهار شغل با سرعت رشد سریع‌تر - مراقبت‌های بهداشتی، علوم مهندسی و تکنولوژی، آموزش و خدمات دولتی - نیاز به تحصیلات متوسطه دارند. بنابراین، تخمین زده شده است که تا سال ۲۰۲۰، ۱۳ میلیون شغل که نیاز به مدرک لیسانس دارند، وجود خواهد داشت. اگرچه ۳۶ درصد بزرگسالان ۲۵ تا ۳۶ ساله در حال حاضر دارای مدرک دانشگاهی هستند، آمریکا هنوز در پاسخ‌گویی به تقاضای کارفرمایان برای استخدام پنج‌میلیون کارمند واجد شرایط تا سال ۲۰۲۰ ناتوان است. شما در مسیر رسیدن به مدرک لیسانس یا ارشد یا هر مدرک دانشگاهی دیگر، مهارت‌هایی کسب خواهید کرد که به شما یک مزیت رقابتی در بازار کار می‌دهد. کارفرمایان امروزی بیشترین علاقه را به متقاضیانی دارند که مهارت‌های ارتباطی، رهبری، تفکر انتقادی، حل مسئله و تحلیل دارند. در دانشگاه، شما به دوره‌های دقیق آموزشی و فرصت‌های یادگیری تجربی دسترسی خواهید داشت که شما را با این مهارت‌ها آشنا می‌کند و باعث می‌شود برای کارفرمایان خود جذاب‌تر شوید.

افزایش پتانسیل درآمد

اداره کار متوسط حقوق افراد با سطح تحصیلات مختلف را تقسیم کرده است و داده‌ها کاملاً واضح است؛ هر چه سطح تحصیلات شما بیشتر باشد، می‌توانید انتظار داشته باشید که حقوق شما نیز بالاتر باشد. تفاوت در قدرت درآمد با توجه به مدرک تحصیلی قابل توجه است:

- کسانی که دیپلم دبیرستان نگرفته‌اند، می‌توانند انتظار داشته باشند که به طور متوسط ۵۲۰ دلار در هفته یا ۲۷۰۴۰ دلار به صورت سالانه درآمد کسب کنند.

- کسانی که دیپلم دبیرستان دارند، می‌توانند به طور متوسط هفتگی ۷۱۲ دلار یا سالانه ۳۷۰۲۴ دلار درآمد کسب کنند.
- دارندگان مدرک کاردانی به طور متوسط ۸۳۶ دلار در هفته یا ۴۳،۴۷۲ دلار در سال درآمد دارند.
- کسب مدرک لیسانس جهش قابل توجهی در حقوق به همراه دارد. دارندگان مدرک لیسانس به طور متوسط در هر هفته ۱،۱۷۳ دلار یا هر سال ۶۰،۹۹۶ دلار درآمد کسب می‌کنند. پس اگر هم هدفتان از کسب تحصیل، دارا بودن سطح رفاه بیشتر است، راه را درست آمده‌اید.

تأثیر بر زندگی شخصی

بیشتر افراد به دنبال کسب مدرک دانشگاهی هستند تا بتوانند با آن درآمد بیشتری کسب کنند. بعضی دیگر دانشگاه می‌روند تا ذهن خود را گسترش دهند و خود را برای رشد به چالش بکشند. اما آیا می‌دانید تحصیلات شما می‌تواند باعث بهبود زندگی خانواده و اطرافیان شود؟ مطالعات نشان می‌دهد افراد دارای مدرک تحصیلی بیشتر درگیر مسائل مدنی و اجتماعی می‌شوند و نسبت به جامعه خود بی‌تفاوت نیستند. آن‌ها هم‌چنین بیشتر رأی می‌دهند و وقت خود را داوطلبانه به اهداف خیرخواهانه یا اجتماعی می‌رسانند. درنهایت این‌که فارغ‌التحصیلان تمایل دارند سبک زندگی سالم‌تری داشته باشند و وابستگی کمتری به کمک‌های مردمی دارند.

اکنون تأثیری را که می‌توانید بر خانواده، دوستان، کودکان و جامعه خود داشته باشید، تصور کنید. اگر وقت و منابع کافی داشته باشید، ممکن است درگیر چه موضوعات مدنی یا اجتماعی شوید؟ به چه کسی می‌توانید در جامعه خود کمک کنید؟ چگونه فرزندان شما از یک والد سالم‌تر و از نظر اقتصادی مستقل بهره‌مند می‌شوند؟ وضعیت بهبودیافته شما چگونه می‌تواند به کسانی که دوستشان دارید، آینده بهتری دهد؟ این‌ها همه مواردی است که باید در نظر بگیرید.

بازار کار به‌شدت در حال تغییر و تقاضا برای کارمندان تحصیل کرده در حال افزایش است. اگر می‌خواهید سطح زندگی و آینده شغلی خود را بهبود بخشید، کسب مدرک از مهم‌ترین شروط شماسست. مطالعات نشان می‌دهد مدارک تحصیلات تکمیلی عامل اصلی در یافتن یک شغل معنادار و برابر است. کسب مدرک تحصیلی به نفع شما، خانواده و جامعه شماسست و به طور بالقوه می‌تواند حقوق، سلامت و رفاه حال اطرافیان شما را بهبود بخشد. اگر می‌توانید از پس شرایط ادامه تحصیل برآیید، اکنون زمان مناسبی برای بازگشت به تحصیل، کسب مدرک و ارتقای شغلی است.

فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ۵۷ درصد فرصت شغلی

بیشتری نسبت به غیر

فارغ‌التحصیلان دارند و

تخمین زده می‌شود که

تا سال ۲۰۲۰ دوسوم

از مشاغل به تحصیلات

نیاز دارند. دریافت مدرک

تحصیلی شما را قادر

می‌سازد از این فرصت‌های

اضافی برخوردار شوید و در

انتخاب شرکت و شغل مورد

علاقه، دستتان باز تر بوده

و انعطاف‌پذیری بیشتری

داشته باشید

منابع:

peopledevelopmentmagazine.com/202009/02/university-degree/
- abound.college/finishcollege/advice/why-earning-a-degree-wes-creel/
- www.northeastern.edu/bachelors-completion/news/is-a-bachelors-degree-worth-it/
- hub.birmingham.ac.uk/resources/article/how-does-education-influence-professional-success/
- ucollege.wustl.edu/news-stories/how-masters-degree-can-impact-your-career
- www.cornerstone.edu/blog-post/five-reasons-why-education-helps-to-advance-your-career-at-any-level/



کارشناس کارآفرینی و توسعه بازار، عضو هیئت علمی دانشگاه

بازاریابی چندوجهی و دستاوردهای آن

to business هستند.

دسته‌بندی دیگر محصولات: محصولات مصرفی خود به چهار دسته حائز اهمیت تقسیم می‌شوند. توجه به این دسته‌بندی در بازاریابی محصول شما اهمیت بالایی دارد که بدانید محصول خود را چگونه به مشتری عرضه کنید. در این قسمت درباره جزء سوم آمیخته بازاریابی که مکان عرضه و توزیع محصول است، هم اشاره‌ای می‌کنیم.

یک: محصولات راحتی (convenience product)؛ محصولات راحتی عموماً محصولات کم‌قیمت هستند و زمان زیادی صرف مقایسه و خرید آن‌ها نمی‌شود، مثل بستنی، صابون و... عامل موفقیت در بازاریابی یک محصول راحتی، سیستم پوششی در توزیع است. در واقع این محصول را باید به گونه‌ای توزیع کرد که مشتری راحت‌ترین دسترسی به آن را داشته باشد و کل بازار را پوشش دهد.

دو: محصولات مقایسه‌ای؛ محصولات مقایسه‌ای محصولاتی هستند که مشتری برای انتخاب و خرید آن‌ها زمان بیشتری را صرف می‌کند و انواع مختلف محصول را با یکدیگر مقایسه می‌کند. درباره این نوع محصولات، کارشناسان بازاریابی توزیع انتخابی را پیشنهاد می‌کنند. توزیع انتخابی به این مفهوم است که شرکت محصولات خود را در مراکز خرید مختص به این نوع از محصولات توزیع کند. توجه کنید که توزیع پوششی برای این نوع محصول مناسب نیست. زیرا هر چند مشتری دسترسی راحت‌تری خواهد داشت، اما روی دید مشتری در جنبه تخصصی و کیفیت بالای محصول تأثیر منفی دارد.

سه: محصولات ویژه و خاص؛ محصولات ویژه و خاص محصولاتی هستند که مشتریان خاصی دارند و این مشتریان برای انتخاب و خرید آن‌ها حاضر به پیمودن مسافت طولانی هستند. این دسته از محصولات ویژگی‌های منحصربه‌فرد و احتمالاً برندهای ویژه و خاص دارند. استراتژی توزیع این دسته از محصولات توزیع انحصاری است. اگر قصد تولید محصول منحصربه‌فرد و لاکچری را دارید، نیازی نیست در هر مغازه و فروشگاه آن را توزیع کنید. می‌توانید با چند نمایندگی

می‌دانیم بازاریابی بخشی از فعالیت‌های شرکت است که از طراحی محصول تا فروش ادامه دارد و هدف نهایی آن افزایش فروش و سودآوری شرکت است. آمیخته بازاریابی، در برنامه‌ریزی اصولی برای رسیدن به فروش و سودآوری کمک بزرگی می‌کند. با استفاده از مدل‌های بازاریابی می‌توانید مطمئن باشید که تمام جوانب کار را در نظر گرفته‌اید و یک استراتژی کامل و جامع برای بازاریابی طراحی کرده‌اید.

4P یا همان آمیخته بازاریابی شامل محصول (product)، قیمت (price)، مکان عرضه یا توزیع (place) و ترویج محصول و پیشبرد فروش (promotion) است. در ادامه هر کدام از این اجزا را بررسی می‌کنیم.

اولین P مساوی محصول یا Product

محصول اولین و مهم‌ترین جزء آمیخته بازاریابی است. در بازاریابی هر چیزی که برای پاسخ‌گویی به نیازی در بازار ارائه می‌شود، محصول نامیده می‌شود. محصول می‌تواند شامل اشیای فیزیکی، خدمات، رویدادها و حتی ایده باشد. بنابراین محصول یک شرکت مشاوره مدیریت همان ایده یا مشاوره‌ای است که به مشتری ارائه می‌کند و محصول یک فروشگاه اینترنتی، کالا و امکان تهیه آسان‌تر آن برای مشتری است. به طور کلی محصولات به دو دسته تقسیم‌بندی می‌شوند.

یک: محصولات مصرفی؛ محصولاتی که به مصرف‌کننده نهایی فروخته می‌شود و فرد خریدار به صورت شخصی آن را مورد استفاده قرار می‌دهد. به کسب‌وکارهایی که این دسته محصولات را تولید می‌کنند، B2C یا business to customer گفته می‌شود.

دو: محصولات صنعتی؛ محصولاتی که در کسب‌وکارهای دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد، یا به واسطه‌ها فروخته می‌شود. این دسته از محصولات طی فرایندهایی تبدیل به محصول مصرفی می‌شوند. کسب‌وکارهای فعال در این حوزه B2B یا business

انحصاری ضمن حفظ کیفیت برند خود محصولاتتان را به فروش برسانید.

چهار: محصولات ناخواسته؛ این دسته از محصولات محصولاتی هستند که امکان فروش آن‌ها به صورت عادی وجود ندارد و نیاز به تلاش بیشتر برای بازاریابی آن‌هاست. این محصولات شامل محصولاتی می‌شوند که مشتری به صورت عادی به خرید آن‌ها فکر نمی‌کند، مانند بیمه عمر و همچنین محصولات نوآورانه‌ای که به‌تازگی وارد بازار شده‌اند. این محصولات نیاز به معرفی محصول و فعالیت تیم فروش برای متقاعد کردن مشتریان به خرید دارند. قرار دادن این محصول در فروشگاه‌ها بدون حضور کسی که درباره ضرورت محصول توضیح دهد، بزرگ‌ترین اشتباه است.

دومین P مساوی قیمت‌گذاری یا Price

قیمت دومین جزء آمیخته بازاریابی است. قیمت در بازاریابی یکی از منعطف‌ترین اجزای آمیخته بازاریابی است. زیرا می‌توان در زمان بسیار کوتاه آن را تغییر داد. به طور کلی دو سیاست قیمت‌گذاری در دنیا وجود دارد؛

• سیاست قیمت ثابت؛ در سیاست قیمت ثابت، قیمتی برای یک دوره زمانی مشخص می‌شود و در آن دوره زمانی تغییر نمی‌کند. با در نظر گرفتن نوع محصول و همچنین وضعیت اقتصادی بازار می‌توانید این نوع قیمت‌گذاری را انتخاب کنید. با توجه به تغییرات سریع دنیای امروز این نوع قیمت‌گذاری کمتر در کسب‌وکارها به کار می‌رود.

• سیاست قیمت متغیر؛ در سیاست قیمت‌گذاری متغیر، قیمت‌ها با توجه به تغییر شرایط بازار و برای بخش‌های مختلف بازار تغییر می‌کنند. این سیاست قیمت‌گذاری مخصوصاً در محصولاتی که از جنس خدمات هستند، بیشتر استفاده می‌شود. کسب‌وکارهای مختلف در جهان با الگوریتم‌های پیچیده متناسب با شرایط مختلف اقتصادی و مناسب‌های مختلف، محصولات خود را قیمت‌گذاری می‌کنند. در واقع قیمت‌گذاری پویا بهترین شیوه قیمت‌گذاری در جهان به حساب می‌آید. برای مثال، قیمت بلیت خطوط هوایی در تمام نقاط دنیا بر اساس فصول سال به طور شبانه‌روزی تغییر می‌کند. اما در ایران از نظر فرهنگی تغییرات قیمت پذیرفته نیست. به این مفهوم که اگر قیمت خود را بیش از حد تغییر دهید، به چهره برند شما آسیب وارد می‌شود و مشتریان خود را از دست می‌دهید. بنابراین در حال حاضر بهتر است سیاست قیمت‌گذاری ثابت داشته باشید، اما نیم‌نگاهی هم به وضعیت بازار و تغییرات اقتصادی-سیاسی داشته باشید، تا هم محبوبیت برند خود را حفظ کنید و هم متضرر نشوید. همچنین پیشنهاد می‌کنیم قیمت‌گذاری رقیبان خود در صنعت را هم بررسی کنید. چون مشتریان شما قطعاً قیمت‌ها را با هم مقایسه می‌کنند.

اشتباهات متداول در قیمت‌گذاری محصول: تعیین قیمت فرایندی پیچیده است که باید به آن توجه ویژه شود. گاهی شرکت‌های بزرگ دنیا هم در قیمت‌گذاری مرتکب اشتباهاتی شده‌اند. اشتباهاتی که در قیمت‌گذاری اتفاق می‌افتد، اگر اصلاح نشود، می‌تواند باعث شکست کسب‌وکارها شود. در این نوشتار سه مورد از مهم‌ترین اشتباهات قیمت‌گذاری را با هم بررسی می‌کنیم.

۱. بی‌توجهی به دیگر اجزای آمیخته بازاریابی: توجه نکردن به سایر اجزای آمیخته بازاریابی، از اشتباهات رایج در قیمت‌گذاری است. برای مثال در قیمت‌گذاری باید به جایگاه محصول در بازار توجه کنید. قیمت‌گذاری پایین‌تر از جایگاه، یکی از اشتباهات متداول است. حتی اگر هزینه تولید محصول

پایین باشد، ولی جایگاه و نوع نگاه مردم به آن محصول قیمت بالاتری داشته باشد، بهتر است به قیمت بالاتر قیمت‌گذاری شود.

اشتباه نکنید! ما تشویق به گران‌فروشی نمی‌کنیم. برای واضح‌تر شدن بحث به این مثال توجه کنید: یک شرکت داروسازی ایرانی محصولی بهداشتی و دارویی را به بازار عرضه می‌کند که مشابه خارجی آن از قبل در بازار وجود دارد و با قیمت ۵۰ هزار تومان به فروش می‌رسد. فرض کنیم هزینه تولید این محصول ایرانی حدود ۸ تا ۱۰ هزار تومان شده است. آیا این محصول را می‌توان با قیمت ۱۵ هزار تومان به بازار عرضه کرد و انتظار بازخورد مثبت مشتریان و فروش بالای آن را داشت؟ جواب منفی است. نوع نگاه مشتریان این است که هر ارزانی بی‌علت نیست و خیلی از مشتریان ریسک نمی‌کنند و محصول شما را خریداری نمی‌کنند. همچنین در محصولات خوراکی نیز این مسئله مطرح است. غیر از بحث رقبای خارجی، در محصولاتی که رقیب ایرانی برای آن‌ها وجود دارد نیز قیمت بیش‌ازحد پایین باعث دشمنی رقیبان در آن صنعت با شما می‌شود و ممکن است از روش‌های مختلف برای خارج کردن شما از بازار استفاده کنند.

اگر محصولی نوآورانه و تازه به بازار عرضه می‌کنید و رقیبی برای آن وجود ندارد، خوب است قیمت محصول را زیاد بالا نبرید تا مشتریان بالقوه شما بتوانند محصول را امتحان کنند. اما باز هم قیمت خیلی پایین مشتری را در مورد کیفیت محصول به تردید می‌اندازد.

۲. بی‌توجهی به تغییرات بازار و ثابت نگه داشتن قیمت‌ها: عواملی در بازار وجود دارد که اگر بر اساس آن‌ها قیمت را تغییر ندهید، سهم بازار (market share) را از دست می‌دهید. نحوه توزیع، میزان در دسترس بودن و قیمت محصول رقیب، تعداد کالاهای جایگزین و میزان در دسترس بودن و همچنین قیمت آن‌ها عواملی هستند که باید به آن‌ها توجه بسیاری داشته باشید و حتی هر روز آن‌ها را بررسی کنید. تغییرات ناگهانی در تقاضا نیز بسیار مهم است. با گذشت زمان و پیدا کردن دید مناسبی نسبت به بازار می‌توانید این تغییرات بازار را پیش‌بینی کنید و برای آن برنامه‌ریزی داشته باشید. نکته دیگر این‌که بسته‌بندی محصول به مخاطب شما اطلاعاتی درباره قیمت می‌دهد. اگر بسته‌بندی شما کیفیت و زیبایی بالایی داشته باشد، مشتری حاضر است مبلغ بیشتری برای آن بپردازد. اما اگر به بسته‌بندی بی‌توجه باشید، ممکن است مشتری یک قیمت منطقی و مناسب را زیاد بداند.

۳. قیمت‌گذاری کلی بدون توجه به بخش‌بندی بازار: در قیمت‌گذاری به بخش‌بندی بازار توجه کنید. همان‌طور که در ابتدای کار بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده‌اید و احتمالاً دو یا سه گروه یا سگمنت را برای محصولات خود مناسب دانسته‌اید، حال باید به این مسئله توجه کنید که گروه‌های مختلف مشتریان شما متناسب با ویژگی‌های آن‌ها مبالغ متفاوتی برای محصول حاضرند بپردازند. در قیمت‌های مختلف، باید تفاوت‌هایی نیز در نوع بسته‌بندی و حجم محصول (مثلاً وزن در محصولات خوراکی) و در صورت امکان در کیفیت محصول قائل شوید.

سومین P مساوی پیشبرد فروش یا ترویج فروش یا

Promotion

بعد از این‌که برنامه‌ریزی‌های لازم برای محصول و قیمت آن را انجام دادید و محصول آماده ارائه به بازار شد، زمان ارتباط با مشتری برای معرفی محصول است. پیشبرد فروش یا ترویج فروش شامل همه فعالیت‌های ارتباطی با مشتریان

محصولات مقایسه‌ای
محصولاتی هستند که
مشتری برای انتخاب و
خرید آن‌ها زمان بیشتری
را صرف می‌کند و انواع
مختلف محصول را با یکدیگر
مقایسه می‌کند. درباره این
نوع محصولات، کارشناسان
بازاریابی توزیع انتخابی را
پیشنهاد می‌کنند. توزیع
انتخابی به این مفهوم است
که شرکت محصولات خود
را در مراکز خرید مختص
به این نوع از محصولات
توزیع کند. توجه کنید که
توزیع پوششی برای این نوع
محصول مناسب نیست. زیرا
هر چند مشتری دسترسی
راحت‌تری خواهد داشت، اما
روی دید مشتری در جنبه
تخصصی و کیفیت بالای
محصول تأثیر منفی دارد

برای معرفی محصول و بیان ویژگی‌ها و قابلیت‌های آن است. در واقع پیشبرد فروش همان استفاده از ابزارها و مشوق‌های کوتاه‌مدت برای افزایش فروش است. به طور مثال، ارائه نمونه رایگان محصول، حراج، برگزاری مسابقه و اعطای جایزه نمونه‌هایی از ابزارهای ترویج هستند. توجه کنید که از این شیوه باید در کوتاه‌مدت برای جبران کاهش فروش بهره گرفت و استفاده بیش‌ازحد از آن به برند شما آسیب خواهد زد.

پنج روش در ترویج فروش: روش‌های مختلفی برای ترویج فروش وجود دارد. به طور کلی این روش‌ها را می‌توان به پنج گروه تقسیم کرد. متناسب با استراتژی‌های بازاریابی و فروش و میزان بودجه، می‌توانید از یک یا چند گروه از روش‌های زیر برای معرفی محصول و ترویج فروش استفاده کنید. تبلیغات، روابط عمومی و حمایت مالی در مسابقات و جشنواره‌ها، فروش شخصی و بازاریابی مستقیم و تخفیف در فروش روش‌های ترویج فروش هستند.

چهارمین P مساوی مکان عرضه، توزیع یا Place

عرضه محصول شامل سه قسمت توزیع، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی می‌شود. انتخاب مکان مناسب توزیع می‌تواند تأثیرات قابل توجهی در افزایش سهم بازار و فروش داشته باشد. در واقع انتخاب مکان مناسب انتخاب صحیح مشتری هدف است. یعنی دقیقاً بدانید که محصول شما نیاز چه گروهی از جامعه را برطرف می‌کند و آن گروه خرید خود را از چه کانال‌هایی و در چه مکان‌هایی انجام می‌دهند.

C۴: جایگزین امروزی برای P۴

C۴ یکی از ابزارهای آمیخته بازاریابی اینترنتی برای کسب‌وکارهای امروزی است که به عنوان جایگزین مدل P۴ معرفی شده است. C۴ شامل موارد زیر می‌شود: ارزش مشتری یا مصرف‌کننده (customer/consumer value)، هزینه (cost)، راحتی و آسودگی مشتری (convenience)، ارتباطات (communication)

اولین C: ارزش مشتری یا مصرف‌کننده

(customer/consumer value)

در راه‌اندازی کمپین مارکتینگ باید به این سؤال پاسخ دهید که محصول شما چه ارزشی برای مخاطب ایجاد می‌کند؟ این ارزش همان پیامی است که در تبلیغات باید به مخاطب منتقل کنید. از راه‌کارهای زیر می‌توانید برای خلق ارزش در کمپین‌های تبلیغاتی استفاده کنید:

یک: نیاز و خواسته مشتری را بررسی کنید. گاهی لازم است محصولی با قیمت پایین (اما معقول، به دلایلی که بالاتر گفتیم) به بازار عرضه کنید. در نتیجه با بهینه‌سازی روش‌های تولید و حذف هزینه‌های اضافی، در هزینه‌های خود صرفه‌جویی کنید تا سود ماکسیمم شود.

دو: می‌توانید روش دیگری را به کار بگیرید، اما کیفیت محصول را بالا ببرید.

سه: ایده‌آل‌ترین حالت نیز افزایش کیفیت و کاهش هزینه است که البته نیاز به راه‌کارهای نوآورانه و استفاده از تکنولوژی است.

دومین C، هزینه (cost) از دیدگاه مشتری: منظور از هزینه در این مدل، مبلغی است که مشتری بابت محصول پرداخت می‌کند. در واقع موضوع همان قیمت محصول از دید کسب‌وکار است.

این مدل می‌گوید باید بیشترین مبلغی را که مشتری حاضر

است برای خرید محصول شما هزینه کند، پیدا کنید. در بازار ممکن است با سه نوع مشتری مواجه شوید:

یک: گروه اول مشتریانی هستند که دوست دارند استفاده از محصولات جدید را تجربه کنند و حاضرند مبالغ بالایی را برای آن‌ها بپردازند تا از اولین نفراتی باشند که آن محصول را دارند.

دو: گروه دوم از مشتریان در صورتی برای محصولی هزینه می‌کنند که راحتی و آسایش را برای آنان فراهم کند. این گروه حاضرند هزینه بیشتری برای محصولاتی که آسایش آن‌ها را فراهم می‌کند، بپردازند. یعنی اگر محصولی گران‌تر ولی با خدماتی برای آسایش بیشتر به این گروه عرضه کنید، مشتری شما خواهند بود.

سه: گروه سوم از مشتریان حساسیت قیمتی بالاتری دارند. محصولاتی که با استراتژی کمترین هزینه و کمترین قیمت وارد بازار می‌شوند، برای این گروه مناسب هستند.

سومین C، آسودگی و راحتی مشتری (Convenience)

امروزه، افراد زیادی از جامعه جزو گروه دوم و سوم از مشتریان هستند. گروه دوم خرید خود را بر اساس میزان آسایشی که برای آن‌ها فراهم می‌کند، انجام می‌دهند. به همین دلیل اکثر کسب‌وکارها به دنبال فروش اینترنتی هستند تا این راحتی و آسایش را به نحوی برای مشتری فراهم کنند.

مدل آمیخته بازاریابی C۴ درباره آسودگی و راحتی مشتریان می‌گوید. در دنیای امروزی باید بتوانید محصول خود را آسان و سریع در اختیار مشتری قرار دهید و مشتری محصول شما را به راحت‌ترین روش خریداری کند.

۱. فرایند همکاری یا خرید محصول را تا حد امکان برای مشتری راحت کنید. از روندهای پیچیده یا غیرضروری به‌شدت دوری کنید. خیلی از مشتریان ممکن است طی همین روند خرید، یا به خاطر پیچیدگی خرید در سایت از خرید منصرف شوند.

۲. در فرایند خرید سعی کنید حس خوب را به مشتری منتقل کنید. می‌توانید در خرید تخفیف یا هدیه‌ای برای مشتریان در نظر بگیرید تا ترغیب به خرید و افزایش وفاداری آن‌ها شود.

۳. همیشه به دنبال راه‌های جدید برای ارتباط با مشتری باشید. راه‌هایی که از آن طریق مشتری راحت‌تر برای خرید مشاوره بگیرد و خرید را انجام دهد. به این ترتیب، مشتریان شما را تنها به خاطر سهولت در خرید محصول رقیب ترک نمی‌کنند و مثلاً محصول رقیب را تنها به خاطر این که امکان تحویل در منزل را فراهم کرده، به محصول شما ترجیح نخواهند داد.

چهارمین C، برقراری ارتباط (communication)

آخرین جزء بازاریابی C۴، مثل بازاریابی سنتی ترویج محصول نیست! بلکه برقراری ارتباط دوستانه با جامعه مشتریان و بیان ارزش‌های کسب‌وکار و محصولات به صورت ضمنی است. کسب‌وکارها محتوای علمی مرتبط با صنعت یا سرگرم‌کننده تولید می‌کنند و با جامعه مخاطبان به اشتراک می‌گذارند. در واقع هدف تنها آگاهی مشتریان از محصول جدید نیست، بلکه ارتباط معنادار با مشتری و انتقال محتوای ارزشمند به اوست. این برقراری ارتباط به وسیله سوشال مارکتینگ، ایمیل مارکتینگ و بازاریابی محتوا و... ممکن می‌شود. خوبی این ارتباطات این است که دوطرفه است. (امکان لایک و نظر و بررسی تعداد کلیک در ایمیل مارکتینگ وجود دارد.) در نتیجه می‌توانیم بازخوردی از مخاطبان هم داشته باشیم.

در قیمت‌گذاری به

بخش‌بندی بازار توجه کنید.

همان‌طور که در ابتدای کار

بازار را به بخش‌های مختلف

تقسیم کرده‌اید و احتمالاً

دو یا سه گروه یا سگمنت

را برای محصولات خود

مناسب دانسته‌اید، حال باید

به این مسئله توجه کنید که

گروه‌های مختلف مشتریان

شما متناسب با ویژگی‌های

آن‌ها مبالغ متفاوتی برای

محصول حاضرند بپردازند.

در قیمت‌های مختلف، باید

تفاوت‌هایی نیز در نوع

بسته‌بندی و حجم محصول

(مثلاً وزن در محصولات

خوراکی) و در صورت امکان

در کیفیت محصول قائل

شوید



در این بخش می‌خوانید

- ◀◀◀ مروری بر شیوه «هنردرمانی» و واشکافی آن
- ◀◀◀ درس‌های کسب‌وکار از مدیرعامل کوکاکولا، جیمز کوینسی
- ◀◀◀ همه چیز در مورد رشته‌های جدید اضافه‌شده به المپیک ۲۰۲۴
- ◀◀◀ نگاهی به خلاق‌ترین تبلیغات دنیا در پاییز ۲۰۲۰
- ◀◀◀ معرفی مجموعه‌ای از فیلم‌های خاص سال ۲۰۲۰
- ◀◀◀ نگاهی به سه کتاب مفید در حوزه کسب‌وکار
- ◀◀◀ بلندترین شب سال در خانواده خوارزمی

فرهنگ و جامعه

زبان محدود است و برای بیان احساسات، محدودیت‌های بیشتری نیز دارد. بیان خلاقانه به خاطر همین محدودیت زبان ایجاد شد و مهم‌ترین شیوه آن نیز هنردرمانی است. گاهی مشکل از محدودیت زبان هم نیست، صرفاً بر زبان راندن برخی مسائل، دشوار، دردناک یا گیج‌کننده است. برای مثال، می‌توان کودکی را در نظر گرفت که با مشکل دردناک تعرض جنسی دست‌وپنجه نرم می‌کند، این کودک به احتمال زیاد نمی‌تواند این مشکل را بر زبان بیاورد. این جاست که باید ابزاری به جز زبان به کمکش بیایند تا بتواند این مشکل را مطرح و به مرور برطرف کند. در این شرایط شاید گفتن مشکل ممکن یا اثربخش نباشد، اما کشیدن آن مسائل می‌تواند شیوه خوب و خلاقانه‌ای برای ابراز آن باشد. این همان شیوه هنردرمانی است؛ شیوه‌ای که در قالب تکرار به کمک فرد می‌آید تا او را به آرامش روحی و روانی برساند. هنرهای تجسمی برخلاف زبان، عموماً مانع و محدودیتی ندارند. فرد می‌تواند با نقاشی کردن، مجسمه ساختن، رنگ کردن، دوختن و بسیاری از دیگر شیوه‌های مشابه به بهبود سلامت روان خود کمک کند، یا برخی احساسات را بیان کند. اغلب اوقات هنردرمانی به افراد خردسال و بزرگسال کمک می‌کند به نوعی درک و آگاهی نسبت به ضمیر ناخودآگاه خود دست پیدا کنند و سپس با فرایند تکرار هنری، آن وضعیت را بهبود ببخشند. البته اثربخشی این شیوه از درمان می‌تواند محل بحث باشد. به همین خاطر است که بسیاری از روان‌شناسان آن را زیر ذره‌بین قرار داده‌اند تا بتوانند میزان اثربخشی آن را بسنجند.

هنردرمانی زیر ذره‌بین

سال‌هاست که روان‌درمان‌گران و روان‌شناسان از روش هنردرمانی به عنوان یک ابزار برای درمان اختلالات روانی بهره می‌گیرند. به‌رغم استفاده مکرر از این شیوه هنوز کسی

«هرچه در ضمیر ناخودآگاه خود می‌کاریم و با تکرار و احساسات پرورش می‌دهیم، یک روز به واقعیت می‌پیوندد.» این را اول نایتینگل، سخن‌گوی انگیزشی آمریکایی، گفته است و احتمالاً بسیاری از سخنران‌های انگیزشی دیگر نیز این جمله یا جملاتی با این مضمون را گفته‌اند. ماجرای اصلی در این جمله، بر سر «تکرار» و «احساسات» است؛ احساساتی که اغلب در قالب هنر تکرار می‌شوند و ناخودآگاه را شکل می‌دهند.

روان‌شناسان می‌گویند ۸۸ درصد از ظرفیت مغز انسان‌ها را ضمیر ناخودآگاهشان تشکیل می‌دهد. این ناخودآگاه تحت فرمان احساساتی است که در آن تکرار می‌شود. این تکرار نیز در بهترین حالت در قالب هنر رخ می‌دهد و از این جاست که سروکله هنردرمانی پیدا می‌شود؛ تکنیکی که ریشه در بیان خلاقانه احساسات و ایده‌ها دارد و قرار است نقش درمان‌گری را برای افراد ایفا کند. هنر بهترین ابزار برای دست‌یافتن به سلامت روان است. اما هنردرمانی چیست؟ افراد چطور به کمک هنر با ضمیر ناخودآگاه خود ارتباط می‌گیرند و از این طریق بر برخی اختلالات و مشکلات روحی و روانی نظیر اضطراب و تنش غلبه می‌کنند؟ حرف زدن همیشه راه خوبی برای بیان احساسات نیست، گاهی نقاشی کشیدن یا ساختن مجسمه هر چند به شکلی ابتدایی می‌تواند نقشی برابر با چندین ساعت مکالمه را داشته باشد و در پایان نیز مؤثرتر واقع شود. البته همین هنردرمانی هم جای بحث دارد. برای مثال، کدام قالب هنری برای درمان اختلالات روانی مؤثرتر است؟ هنردرمانی تا چه اندازه می‌تواند اثربخش باشد؟ هنردرمانی اصطلاح ساده‌ای به نظر می‌رسد؛ درمان روح و روان به کمک هنر. اما شاید لازم باشد این اصطلاح ساده را به صورت دقیق‌تر بررسی و موشکافی کرد.

● نیلا اوست

مینا بابایی

هنردرمان‌گر

مروری بر شیوه
«هنردرمانی» و
واشکافی آن



نمی‌تواند با دقت بگوید دقیقاً کدام یک از انواع هنر می‌تواند به بهبود و مداوای بیماران کمک کند. یعنی در تاریخ دراز استفاده از این روش، هنوز کسی نتوانسته به این درک ابتدایی برسد که دست‌کم کدام هنر مؤثرتر است. مهم‌تر این‌که هنوز کسی متوجه نشده انواع مختلف هنر دقیقاً باید به چه شیوه‌ای به کار بروند تا تأثیر بیشتر و بهتری بگذارند. به همین خاطر است که هنردرمانی هنوز به مطالعه بیشتری نیاز دارد و در نتیجه روان‌شناسان در مطالعات خود این شیوه را زیر ذره‌بین قرار داده‌اند. شاید برای این تحلیل و بررسی بهتر باشد از نقطه‌ای که نسبت به آن اطمینان وجود دارد، شروع کرد؛ فردی از هنردرمانی استفاده می‌کند که به نوعی با مشکل یا اختلال روحی یا روانی مواجه است. یعنی اگر مشکلی به لحاظ روحی نداشته باشد، الزامی به استفاده از هنردرمانی نیست. این افراد به دنبال توسعه انسانی هستند و در نتیجه از هنردرمانی بهره می‌گیرند. البته افراد می‌توانند از شیوه بیان هنری برای مرتفع کردن آگاهی شخصی خود نیز بهره بگیرند، اما اصل ماجرا این است که فرد باید مشکلی داشته باشد که به هنردرمانی روی بیاورد. اغلب اوقات نیز افراد نشانه‌ها یا علائمی نظیر تنش و اضطراب دارند که برای کنار آمدن با آن یا غلبه کردن بر آن، به هنردرمانی روی می‌آورند. در مقابل افرادی که به هنردرمانی روی می‌آورند، افرادی هستند که کارشان درمان با هنر است؛ هنردرمان‌گران.

هنردرمان‌گری با هنر

هنردرمانی فعالیتی نیست که افراد بتوانند به تنهایی انجام دهند. آن‌ها به یک مربی در این زمینه نیاز دارند؛ هنردرمان‌گر، یعنی فردی که به لحاظ حرفه‌ای می‌تواند به کمک هنر به افراد کمک کند مشکلات روحی خود را برطرف کند. این افراد در رابطه با شیوه‌های توسعه انسانی، نظریه‌های روان‌شناسی، تمرین‌های هنری، سنت‌های فرهنگی و هنر و به صورت کلی درمان هنری دانش جامعی دارند. کسانی که در این زمینه فعالیت می‌کنند، با افرادی در همه سنین کار می‌کنند؛ افراد به صورت تنها یا زوج‌ها، خانواده‌ها یا گروه‌ها و جامعه‌هایی که آسیب دیده‌اند. این افراد خدمات خود را یا به صورت انفرادی یا به صورت دسته‌جمعی در کنار دیگر هنردرمان‌ها ارائه می‌دهند. مسائلی نظیر سلامت روان و توان‌بخشی از جمله مسائلی است که این افراد به صورت تخصصی به دنبال آن هستند. نکته مهم در رابطه با هنردرمانی این است که درمان‌گر به جای استفاده از زبان از سایر شیوه‌ها که اغلب هنری است، بهره می‌گیرد. یعنی در هر شیوه درمانی دیگری، فرد درمان‌گر به‌ناچار باید از زبان بهره بگیرد، اما در این شیوه می‌تواند اصلاً حرفی بر زبان نراند و صرفاً از هنر به عنوان ابزاری برای بهبود بیمار استفاده کند. بسیاری از کارشناسان نیز می‌گویند از زیبایی‌های استفاده از هنردرمانی همین عدم استفاده از زبان است. یعنی افراد می‌توانند به کمک ابزاری به جز زبان، خود را ابراز کنند. به همین خاطر است که گاهی به هنردرمانی، هنریبیانی نیز گفته می‌شود؛ یعنی بیان از دریچه هنر. افرادی که در این زمینه فعالیت دارند، نه تنها با اصول روان‌شناسی، بلکه با اصول هنری نیز آشنایی دارند. در واقع آن‌ها هم باید روان‌شناس باشند و هم از هنر سر در بیاورند و به عبارتی،

در هر دو رشته به لحاظ تحصیلی نیز مدرکی داشته باشند. این افراد باید علاوه بر زبان معمولی، با زبان کنایه، ایهام و استعاره نیز به‌خوبی آشنا باشند. بسیاری از مفاهیم در هنردرمانی به صورت غیرمستقیم بیان می‌شوند، در نتیجه درمان‌گر باید شناخت کافی داشته باشد تا بتواند در این زمینه مؤثر باشد. اما درمان‌شونده چطور؟ آیا باید با هنر آشنا باشد؟

درمانی متفاوت از همه درمان‌ها

افراد می‌توانند از هنر به عنوان ابزاری برای درمان استفاده کنند، اما نیازی نیست هنرمند باشند. یعنی برخلاف درمان‌گر که باید با هنر آشنایی کامل داشته باشد، درمان‌شونده نیازی نیست شناخت کاملی نسبت به هنر داشته باشد، بلکه صرفاً باید از یکی از شیوه‌های هنری برای درمان بهره بگیرد. شاید در وهله نخست قدری عجیب و پیچیده به نظر بیاید که کسی بدون آشنایی یا شناخت از هنر بهره بگیرد، اما به مرور و به کمک درمان‌گر می‌تواند این کار را انجام دهد. در نقدها و بررسی‌های هنردرمانی نیز باید همین مسئله به عنوان امری اساسی در نظر گرفته شود. در هنردرمانی، درمان‌گر حتماً باید هم با روان‌شناسی و هم هنر آشنایی کامل داشته باشد، اما فرد درمان‌شونده می‌تواند هنرمند باشد یا نباشد، الزامی به این امر نیست. هدف نهایی درمان فرد است نه خلق یک شاهکار هنری، پس هر کسی می‌تواند از این شیوه بهره بگیرد. حالا گاهی این شیوه در قالب نقاشی کردن است و گاهی در مورد افراد با استعداد، این شیوه برای مثال موسیقی‌درمانی است، اما به صورت کلی هر کسی می‌تواند از این شیوه بهره بگیرد.

هنر می‌تواند به عنوان یک شیوه درمانی در زندگی افراد معجزه کند، یا به عبارتی زندگی آن‌ها را متحول کند. مهم‌ترین هدف در مورد هنردرمانی کودکان هستند، چراکه اغلب آن‌ها قدرت بیان خوبی ندارند، اما هنر می‌تواند مهم‌ترین وسیله برای بیان باشد. آن‌ها هنوز توانایی کافی برای بهره‌گیری از زبان را ندارند و در نتیجه نمی‌توانند به شیوه‌ای دقیق احساسات خود را درون کلمات جای دهند. در این شرایط، هنر می‌تواند به کمک آن‌ها بیاید. از کودکانی که به لحاظ روانی وضعیت طبیعی دارند، تا آن‌ها که از ابتدا اختلال داشته‌اند، همگی می‌توانند به کمک هنر، کیفیت زندگی خود را بالا ببرند. مهم‌ترین مسئله نیز به کودکانی مربوط می‌شود که مورد تعرض جنسی قرار گرفته‌اند و نمی‌توانند از این مشکل خود بگویند؛ بیان هنری به کمک آن‌ها می‌آید تا بتوانند احساسات خود را بیان کنند. درمان‌گرها معتقدند هنر می‌تواند بهترین ابزار برای درمان روانی افراد و بهبود کیفیت زندگی آن‌ها باشد. این افراد به کمک درمان‌گران می‌توانند کیفیت زندگی خود را بالا ببرند و به نوعی خود را از مخمصه نجات دهند. به‌رحال این شیوه هم‌چنان در دنیای روان‌شناسی در حال توسعه است و انتظار می‌رود در آینده ابعاد جدیدی از آن جلوه‌گر شود. شاید حق با نایتینگل و امثال او باشد، شاید بتوان به کمک هنر، چیزهای بدی را که در ضمیر ناخودآگاه به ثبت رسیده، تغییر داد و چیزهای بهتری را به جای آن قرار داد. به‌رحال این شاخه از روان‌شناسی شاید از گذشته‌های دور مورد استفاده قرار گرفته باشد، اما هم‌چنان جای بررسی و درنهایت جای توسعه بسیار دارد.

سال‌هاست که

روان‌درمان‌گران و

روان‌شناسان از روش

هنردرمانی به عنوان یک

ابزار برای درمان اختلالات

روانی بهره می‌گیرند. به‌رغم

استفاده مکرر از این شیوه

هنوز کسی نمی‌تواند با دقت

بگوید دقیقاً کدام یک از

انواع هنر می‌تواند به بهبود

و مداوای بیماران کمک کند.

یعنی در تاریخ دراز استفاده

از این روش، هنوز کسی

نتوانسته به این درک ابتدایی

برسد که دست‌کم کدام هنر

مؤثرتر است. مهم‌تر این‌که

هنوز کسی متوجه نشده انواع

مختلف هنر دقیقاً باید به چه

شیوه‌ای به کار بروند تا تأثیر

بیشتر و بهتری بگذارند.

به همین خاطر است که

هنردرمانی هنوز به مطالعه

بیشتری نیاز دارد

درس‌های کسب‌وکار از مدیرعامل کوکاکولا، جیمز کوینسی

ترس از شکست بزرگ‌ترین مانع نوآوری است

صفحاتی در توئیتر و اکانت رسمی کوکاکولا در لینکدین دارد که شامل سابقه کار و تحصیلات و... است.

تاریخچه فعالیت‌های کوینسی در کوکاکولا

کوینسی که به زبان انگلیسی و اسپانیولی مسلط است، لیسانس مهندسی الکترونیک از دانشگاه لیورپول دارد و بومی انگلیس است. او قبل از پیوستن به کوکاکولا، شریک گروه مشاور استراتژی کالجاس، یکی از شرکت‌های بزرگ مک‌کینزی بود. کوینسی به عنوان نایب رئیس مجمع کالاهای مصرف نیز فعالیت می‌کند و عضو مؤسس شورای مشاوره هیئت بورس اوراق بهادار نیویورک است. او همچنین مدیر شرکت Pfizer Inc هم هست.

کوینسی در سال ۱۹۹۶ به عنوان مدیر استراتژی یادگیری برای شرکت‌های گروه آمریکای لاتین کوکاکولا در آتلانتا به این شرکت پیوست. او در ادامه پس از خدمت در سلسله‌ای از نقش‌های عملیاتی در آمریکای لاتین به عنوان رئیس این بخش در سال ۲۰۰۳ منصوب شد و در سال ۲۰۰۷ این مدیریت منجر به کسب شرکت دیگری به نام Jugos del Valle در مکزیک شد. این شرکت که در تولید نوشیدنی غیرگازدار فعالیت می‌کند، به کوکاکولا پیوست تا سهم خود را در بازار نوشیدنی‌های غیرگازدار گسترش دهد.

کوینسی از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۲ به عنوان رئیس واحد تجاری شمال غربی اروپا و کشورهای اسکانديناوی خدمت کرده است. این نقش منجر به دستیابی به شرکت innocent در سال ۲۰۰۹ شد که هم‌اکنون نیز کوکاکولا مالک ۹۰ درصد آن است. این شرکت که در کار فروش آبمیوه و اسموتی است، بیش از دومیلیون آبمیوه در هفته می‌فروشد.

از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵، او مدیر شرکت‌های بخش اروپا بود. تحت رهبری او، این گروه از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵ سبد خرید برند خود را گسترش داد و سهم بازارش را بهبود بخشید. کوینسی همچنین در ایجاد شرکای اروپایی کوکاکولا، یکی از بزرگ‌ترین همکاری‌های مستقل کوکاکولا در جهان، نقش اساسی داشت.

تشویق به غلبه بر ترس

یکی از نکات مهمی که در مدیریت کوینسی مشهود است و در بالا نیز اشاره‌ای به آن شد، تشویق کارمندان خود به غلبه بر ترس به عنوان بزرگ‌ترین مانع نوآوری در سازمان‌های بزرگ است. کارمندان و کسب‌وکارها می‌ترسند که چیزهای جدید را امتحان کنند. این چیزی است که کوینسی آن را سندرم New Coke می‌نامد که اشاره به ماجرای شکست نوشابه کولایی داشت که در سال ۱۹۸۵ به بازار عرضه شد. مدیر ارشد اجرایی شرکت کوکاکولا از کارمندان خود خواست

نام کوکاکولا که به گوشمان می‌خورد، لوگوی قرمز و مشکی معروف آن جلوی چشممان تداومی می‌شود. کوکاکولا را سال ۱۸۸۶ دکتر جان پمبرتون ابداع کرد. در آن سال‌ها فروش نوشیدنی بالا بود. رهبران کوکاکولا نیز معتقد بودند محصولاتشان باید همه جا در دسترس و مقرون به صرفه باشد. برای دستیابی به این هدف، این شرکت به مدت بیش از ۵۰ سال قیمت یک کوکا را پنج سنت نگه داشت. حتی با وجود تأثیرات دو جنگ جهانی و رکود بزرگ، این شرکت اصرار داشت که همچنان محصول خود را به عنوان یک نوشیدنی ارزان قیمت در دسترس همه قرار دهد تا رضایت بیشتری کسب کند. این پیشرفت‌ها ادامه داشت و در سال مالی ۲۰۱۸ شرکت کوکاکولا از فروش ۳۱,۹ میلیارد دلاری خود خبر داد. امروزه این شرکت بیش از ۷۰ هزار کارمند دارد و بیش از ۵۰۰۰ برند نوشیدنی، از فانتا گرفته تا Honest tea و Odwala، که در ۲۰۰ کشور مختلف جهان فروخته می‌شود.

اما این موفقیت‌های بزرگ اتفاقی نبوده است. قطعاً در کنار خلاقیت و نوآوری که در درجه اول به رشد آن کمک کرده، مدیریت و رهبری فوق‌العاده نیز پشت اجرایی شدن ایده‌ها بوده است. جیمز کوینسی، مدیرعامل شرکت کوکاکولا، می‌گوید: «هنگامی که موفقیت زیاد شود، مردم به ترس از شکست فکر می‌کنند. ترس از شکست اغلب بزرگ‌ترین مانع نوآوری در سازمان‌های بزرگ است.» خوب است در مورد این مدیرعامل پیشتر بدانیم و درس‌های کسب‌وکاری را که می‌توان از او فرا گرفت، مرور کنیم. اما ابتدا بهتر است ببینیم جیمز کوینسی کیست؟

جیمز کوینسی کیست؟

او عضو هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت کوکاکولا است. کوینسی که اولین بار در سال ۱۹۹۶ به این شرکت پیوست، نقش رهبری در این شرکت بین‌المللی را عهده‌دار بوده است. او در سال ۲۰۱۷ مدیرعامل و در سال ۲۰۱۹ رئیس هیئت مدیره شد. کوینسی روند تبدیل کوکاکولا به انقلابی در شرکت‌های نوشیدنی را مدیریت می‌کند. کوکاکولا یک شرکت در حال رشد است که تجارب مفیدی در اختیار کارمندان و مدیرانش قرار می‌دهد. نتیجه آن منفعت مشترک برای جوامع، مشتریان، کارمندان و صاحبان سهام است. کوینسی پیش از این که مدیرعامل شود، از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ به عنوان رئیس و مدیر ارشد عملیات این شرکت فعالیت می‌کرد. او در شبکه‌های اجتماعی نقش فعالی ندارد و اگر نام او را سرچ کنید، به‌سختی می‌توانید بیوگرافی یا اطلاعات کاملی از او پیدا کنید. او تنها

مدیریت

آرین طاهری مترجم

کوینسی می‌گوید: کشتن زامبی‌ها به معنای خلاصی از چیزهایی است که به درد ما نمی‌خورند و دیگر کار نمی‌کنند. او توضیح می‌دهد: ما حدود ۲۰۰۰ محصول نوشیدنی را طی پنج سال مورد تجزیه و تحلیل قرار دادیم و دریافتیم که ۳۰ درصد آن‌ها ممکن است مقبول افتند. در سال ۲۰۱۸ ما بیش از ۷۰۰ محصول زامبی خود را کشتیم و کنار گذاشتیم. این کار به ما امکان داد که منابع خود را در قسمت‌هایی که امید به رشد آن‌ها داریم، دوباره به کار گیریم



محصول نوشیدنی را طی پنج سال مورد تجزیه و تحلیل قرار دادیم و دریافتیم که ۳۰ درصد آن‌ها ممکن است مقبول افتند. در سال ۲۰۱۸ ما بیش از ۷۰۰ محصول زامبی خود را کشتیم و کنار گذاشتیم. این کار به ما امکان داد که منابع خود را در قسمت‌هایی که امید به رشد آن‌ها داریم، دوباره به کار گیریم.»

هم‌گامی با ترجیحات مصرف‌کننده

واقعیت این است که ترجیحات مصرف‌کننده مدام در حال تحول است. مصرف نوشابه در آمریکا کاهش یافته، زیرا مردم نسبت به سلامت خود آگاهی بیشتری یافته‌اند و هم‌چنین بیشتر مصرف‌کنندگان به دنبال محصولات سازگار با محیط زیست هستند. به همین دلیل است که کویینسی اعلام کرده به دنبال این هدف بزرگ است که تا سال ۲۰۳۰ تمام پلاستیک نوشابه‌های خود را سازگار با محیط زیست کند. به دلیل تغییر ترجیحات مشتریان، کوکاکولا و دیگر برندها باید به دنبال پیشرفت‌های نوآورانه باشند. برای مثال، کوکاکولا سال ۲۰۱۹ یک نوشیدنی انرژی‌زا ابداع کرد که مزه آن شبیه به نوشابه‌های سنتی بود. این نوشابه همین امسال به بازار آمریکا می‌رسد. هم‌چنین از سه ماهه سوم سال ۲۰۱۹ به این هدف رسید که برند Dasani را که آب معدنی است، در قوطی و بطری‌های آلومینیومی به جای پلاستیکی بفروشد. کویینسی اعتقاد داد پیوستن به تغییر ترجیحات مصرف‌کننده برای این شرکت اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. او در این باره می‌گوید: «ما باید کنجکاوی خود را در مورد مصرف‌کننده حفظ کنیم و آن‌ها را در بطن کاری که انجام می‌دهیم، قرار دهیم. وقتی نوآوری را با ترجیحات مصرف‌کننده ترکیب کنیم، بهترین نتایج را می‌بینیم. تقریباً ۲۵ درصد از درآمد ما اکنون از محصولات جدید یا دوباره ساختار بندی شده است، که از دو سال پیش در حدود ۱۵ درصد افزایش یافته است.»

پس از شکست مفتضحانه New Coke که در سالیان خیلی قبل اتفاق افتاده بود، ترس از شکست را که شرکت را دچار تردید می‌کند، کنار بگذارند. New Coke یا نوشابه جدید فرمول جدیدی از کوک یا نوشیدنی کلاسیک این برند بود که مصرف‌کنندگان از طعم آن متنفر بودند. این نوشیدنی تنها ۷۹ روز و به عنوان یک برنامه بازاریابی در دسترس مشتریان قرار گرفت و سپس جمع شد. حقیقت این بود که این محصول با شکست کامل مواجه شد. کویینسی می‌گوید: «ما باید یاد بگیریم از شکست‌هایمان جشن بگیریم. شکست واقعی شرایطی است که نمی‌توانیم درسی از آن‌ها بگیریم. یادگیری هرگز یک شکست نیست و موجب می‌شود عضلات نوآوری ما قوی‌تر شوند.»

جشن گرفتن شکست‌ها

جالب است بدانید که کویینسی واقعاً شکست‌ها را جشن می‌گیرد و یک جایزه نوآوری به افرادی می‌دهد که پروژه‌هایشان شکست خورده است. برای مثال، علی اکبر، مدیر نوشیدنی‌های گازدار واحد تجاری خاورمیانه و شمال آفریقا، این جایزه را در سال ۲۰۱۷ کسب کرد. او این جایزه را در تلاش ناموفق برای راه‌اندازی نوشیدنی انرژی‌زا به نام Sprite3G در پاکستان دریافت کرد.

زامبی‌ها را بکشید!

پس از بردن جایزه باید شکست‌ها را مدیریت کرد. پس هر محصولی که در کوکاکولا شکست بخورد، توزیع آن به سرعت قطع می‌شود؛ فرایندی که طی آن کویینسی خواستار کشتار زامبی‌هاست. کویینسی در این باره می‌گوید: «کشتن زامبی‌ها به معنای خلاصی از چیزهایی است که به درد ما نمی‌خورند و دیگر کار نمی‌کنند.» او توضیح می‌دهد: «ما حدود ۲۰۰۰

ترجیحات مصرف‌کننده مدام در حال تحول است. مصرف نوشابه در آمریکا کاهش یافته، زیرا مردم نسبت به سلامت خود آگاهی بیشتری یافته‌اند و هم‌چنین بیشتر مصرف‌کنندگان به دنبال محصولات سازگار با محیط زیست هستند. به همین دلیل است که کویینسی بیان کرده به دنبال این هدف بزرگ است که تا سال ۲۰۳۰ تمام پلاستیک نوشابه‌های خود را سازگار با محیط زیست کند. به دلیل تغییر ترجیحات مشتریان، کوکاکولا و دیگر برندها باید به دنبال پیشرفت‌های نوآورانه باشند

همه چیز در مورد رشته‌های جدید اضافه‌شده به المپیک ۲۰۲۴

روح تازه در کالبد المپیک

موجسواری

موجسواری یکی از ورزش‌هایی است که انجام آن نیاز به وجود مکان مناسب برای برگزاری دارد. برای مثال، در بازی‌های آسیایی ۲۰۱۸ نبود مکان مناسب موجب حذف این رشته ورزشی از مسابقات شد. اما به نظر می‌رسد پاریس مشکلی در پیدا کردن لوکیشن مناسب برای موجسواران ندارد. موجسواری، دیگر ورزش مهیج اضافه‌شده به مسابقات المپیک، قرار است در فاصله ۱۵ هزار کیلومتری اقیانوس آرام و نزدیک سواحل تاهیتی برگزار شود و موج‌های اقیانوس آرام ورزشکاران این رشته را به چالش بطلبد.

تعداد کل ورزشکاران موجسوار ۴۴ نفر است که در این ایونت با هم به رقابت می‌پردازند. فرناندو آگوئر، رئیس انجمن بین‌المللی موجسواری، نیز از به رسمیت شناختن این رشته در مسابقات المپیک هیجان‌زده بود و از مقامات برگزاری تشکر کرد. او گفت: «این روز، روز شگفت‌انگیزی برای موجسواری است. ما یک قدم به پاریس ۲۰۲۴ و حضور طولانی‌مدت در المپیک نزدیک خواهیم شد. ما از اعتماد کمیته برگزاری بازی‌ها در پاریس تشکر می‌کنیم.»

سنگ‌نوردی

رشته تازه‌وارد سنگ‌نوردی که اولین حضورش را در المپیک ۲۰۲۰ توکیو تجربه خواهد کرد، در پاریس افزایش سهمیه می‌گیرد. این رشته به همراه برکینگ از رشته‌های مدال‌آور در بازی‌های المپیک جوانان آرژانتین در سال ۲۰۱۸ بودند. به این ترتیب، سنگ‌نوردی حضور پررنگی در المپیک فرانسه خواهد داشت و کمیته بین‌المللی المپیک افزایش سهمیه این رشته را نیز تأیید کرد و تعداد ورزشکاران این رشته را از ۴۰ به ۶۸ نفر رساند. بر این اساس مقرر شد رشته کامباین با حضور ورزشکاران مواد لید و بولدر دارای دو مدال در بخش زنان و مردان و رشته سرعت نیز به صورت اختصاصی دارای سکوی مستقل باشد. ۳۴ زن و ۳۴ مرد در این رقابت‌ها برای کسب چهار مدال خوش‌رنگ سنگ‌نوردی با هم رقابت می‌کنند که دو مدال آن برای خانم‌ها و دو مدال برای آقایان است.

اهمیت برابری جنسیتی در المپیک ۲۰۲۴

برابری جنسیتی دغدغه سال‌های دور کمیته برگزاری

کمیته بین‌المللی المپیک ماه جاری اسامی رشته‌های حاضر در المپیک ۲۰۲۴ پاریس را اعلام کرد. در پی این تغییرات رشته‌هایی چون کاراته حذف و رشته‌های دیگر مانند برکینگ دنس، اسکیت بورد، سنگ‌نوردی و موجسواری اضافه شدند و مورد تأیید کمیته برگزاری بازی‌ها برای حضور در این رقابت‌ها قرار گرفتند. با وجود تأخیر یک ساله در برگزاری المپیک ۲۰۲۰ به دلیل کرونا، المپیک ۲۰۲۴ در همان تاریخ معین شده خود برگزار خواهد شد و تغییراتی را در رشته‌های حاضر به خود خواهد دید. چندی پیش در خصوص رشته‌های حاضر در این ایونت تصمیم‌گیری شد و برخی رشته‌ها حذف و برخی دیگر اضافه شدند و تعدادی از سهمیه‌ها نیز دست‌خوش تغییراتی شدند. این تغییرات سهمیه‌بندی شاید برای کشور ما خبر خوبی نبود، چراکه کاهش سهمیه وزنه‌برداری و حذف کاراته که مدعیان بی‌رقیبی در این رشته‌ها داشتیم، می‌تواند ناراحت‌کننده باشد. کاراته برای نخستین بار قرار است در المپیک توکیو حضور داشته باشد، اما کمیته اجرایی المپیک پاریس حاضر نشد این رشته برای دومین مرتبه در المپیک ۲۰۲۴ حاضر شود. البته ثابت ماندن سهمیه کشتی، تکواندو و جودو را می‌توان هم‌چنان خبر خوبی برای کشورمان بدانیم و امیدوار به کسب مدال‌های رنگی در المپیک آینده هستیم.

اسکیت بورد

اسکیت بورد پیش‌تر به برنامه بازی‌های آسیایی ۲۰۱۸ و المپیک توکیو ۲۰۲۰ نیز اضافه شده بود. اکنون این رشته در مسابقات المپیک ۲۰۲۴ پاریس نیز حضور دارد. اسکیت بورد یکی دیگر از ورزش‌های خیابانی است که طرفداران زیادی دارد. مطمئناً به جز این هواداران، رئیس سازمان اسکیت جهانی نیز از این رویداد خوشحال است. او می‌گوید: «ما بسیار افتخار می‌کنیم که کمیته برگزاری بازی‌ها اسکیت بورد را ورزش المپیکی اعلام کرده است و مطمئن هستیم با این چهار رشته ورزشی جدید اضافه‌شده، روح را به بازی‌های ۲۰۲۴ خواهیم دمید.»

ورزش

هدی رضایی



PARIS 2024



اسکیت بورد پیش‌تر به برنامه بازی‌های آسیایی ۲۰۱۸ و المپیک توکیو ۲۰۲۰ نیز اضافه شده بود. اکنون این رشته در مسابقات المپیک ۲۰۲۴ پاریس نیز حضور دارد. اسکیت بورد یکی دیگر از ورزش‌های خیابانی است که طرفداران زیادی دارد. مطمئناً به جز این هواداران، رئیس سازمان اسکیت جهانی نیز از این رویداد خوشحال است. او می‌گوید: «ما بسیار افتخار می‌کنیم که کمیته برگزاری بازی‌ها اسکیت بورد را ورزش المپیکی اعلام کرده است و مطمئن هستیم با این چهار رشته ورزشی جدید اضافه‌شده، روح را به بازی‌های ۲۰۲۴ خواهیم دمید.»

دیگر تغییرات سهمیه‌ای در المپیک ۲۰۲۴

جالب است بدانید که تعداد مدال‌ها در المپیک پاریس ۲۰۲۴ ۱۰ عدد کمتر از المپیک توکیو است که دلیل آن کاهش چهار عددی مدال ورزش‌هایی چون وزنه‌برداری و... به دلیل کاهش سهمیه در پی رسوایی‌های اخیر بوده است. دو ورزش قدرتی بوکس و وزنه‌برداری بیشترین کاهش سهمیه ورزشکاران را در پاریس دارند. دلیل حذف این میزان سهمیه در وزنه‌برداری، مشکلات تاریخی دوپینگ در این رشته و دوپینگ مثبت بسیاری از ورزشکاران وزنه‌برداری در المپیک لندن و نگرانی کمیته المپیک در خصوص تسریع روند اصلاحی در فدراسیون مرتبط است. به این ترتیب، سهمیه وزنه‌برداری از ۱۹۶ سهمیه در المپیک توکیو به ۱۲۰ سهمیه در المپیک پاریس رسید. بوکس بعد از وزنه‌برداری بیشترین کاهش سهمیه را داشته است. این رشته نیز در سال‌های اخیر با فسادهای گسترده‌ای دست‌وپنجه نرم کرده و هیئت اجرایی المپیک تصمیم به کاهش سهمیه این رشته گرفته است. همچنین در این رشته نیز برابری جنسیتی انجام گرفته و متعاقب آن به جای هشت وزن مردان و پنج وزن زنان، در المپیک پاریس هفت وزن مردان و شش وزن زنان برگزار خواهد شد. رشته‌های دیگری چون دوومیدانی نیز کاهش سهمیه داشتند و سهمیه دیگر رشته‌ها مانند کشتی، تکواندو و جودو بدون تغییر باقی ماندند.

برابری جنسیتی دغدغه سال‌های دور کمیته برگزاری بازی‌هاست و به نظر می‌رسد در المپیک ۲۰۲۴ به آن جامه عمل پوشانده است. در پی تصمیم کمیته المپیک و لزوم توجه به مسئله برابری جنسیتی در این بازی‌ها، حضور زنان در المپیک ۲۰۲۴ پاریس ۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است، در حالی که در المپیک توکیو حضور زنان ۴۸٫۸ درصد خواهد بود. این برابری جنسیتی در رشته‌های مردمحور مانند بوکس و وزنه‌برداری نیز اصلاح شد.

بازی‌هاست و به نظر می‌رسد در المپیک ۲۰۲۴ به آن جامه عمل پوشانده است. در پی تصمیم کمیته المپیک و لزوم توجه به مسئله برابری جنسیتی در این بازی‌ها، حضور زنان در المپیک ۲۰۲۴ پاریس ۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است، در حالی که در المپیک توکیو حضور زنان ۴۸٫۸ درصد خواهد بود. این برابری جنسیتی در رشته‌های مردمحور مانند بوکس و وزنه‌برداری نیز اصلاح شد. به طوری که در رشته بوکس در المپیک پاریس به جای هشت وزن مردان و پنج وزن زنان، هفت وزن مردان و شش وزن زنان برگزار خواهد شد. همچنین برای اولین بار در دو رشته دوومیدانی و دوچرخه‌سواری برابری جنسیتی اتفاق خواهد افتاد و تعداد ورزشکاران این سه رشته در دو بخش مردان و زنان با هم برابر می‌شود. برای این برابری جنسیتی در رشته دوچرخه‌سواری، سهمیه‌های مردان کم و به سهمیه‌های زنان اضافه شد. برای مثال، در رشته دوومیدانی در المپیک توکیو تعداد سهمیه‌های مردان ۹۸۸ و سهمیه زنان ۹۱۲ بود، اما در المپیک پاریس این تعداد دو برابر شده است و ۹۰۵ (مجموع زن و مرد ۱۸۱۰) ورزشکار می‌توانند حضور در این بازی‌ها را تجربه کنند. همچنین تعداد ماده‌های مختلط ورزشی نیز از ۱۸ به ۲۲ عدد رسید. برای مثال، در دوومیدانی، به جای ماده ۵۰ کیلومتر پیاده‌روی مردان، یک ماده مختلط جایگزین شد. این جایگزینی در رشته‌هایی از قایق‌رانی و تیراندازی نیز اعمال شد.



نگاهی به خلاق ترین تبلیغات دنیا در پاییز ۲۰۲۰

خلاقیت روی کاغذ

سال ۲۰۲۰ رو به اتمام است و برندها آخرین تلاش‌هایشان را برای به نمایش گذاشتن تبلیغات خلاق خود انجام می‌دهند. بسیاری نیز برای کمپین‌های سال آینده خود برنامه‌ریزی می‌کنند تا در بازه‌های مختلف بتوانند آن‌ها را از طریق کانال‌های ترفیح مناسب پیش چشم مخاطبان هدف خود به نمایش دریاورند. در این گزارش به خلاقانه‌ترین کمپین‌های چاپی دنیا در واپسین ماه‌های سال پرحاشیه ۲۰۲۰ نگاهی انداخته‌ایم، که خواندن آن خالی از لطف نیست.



دلیوری سریع بدون دریافت هزینه

Clustertruck مانند خدمات سنتی و معمول دلیوری نیست. این شرکت به جای رانندگی در سطح شهر برای گرفتن سفارشات، غذا را مستقیم از آشپزخانه خود به مشتری تحویل می‌دهد. یعنی بدون هزینه‌های حمل اضافه یا هزینه ارسال یا مسائلی مانند سرد شدن غذا، مشتریان می‌توانند آن را زود تحویل بگیرند. اما برای رقابت در بازار دلیوری غذا، برند آن‌ها باید به اندازه مدل کسب‌وکارشان برجسته باشد. بنابراین آن‌ها تصمیم گرفتند یک کمپین اشتهاآور ایجاد کنند که ارزش صبر کردن برای این غذا را بدون این‌که واقعاً منتظر غذای گرم باشند، به مشتریان نشان بدهد.

طرح‌های بسیار خلاقانه از دلیوری سریع این برند نیز روی بسته‌بندی غذاها دیده می‌شود که از جمله آن تصاویر ارسال با سرعت یوزپلنگ، توپ، تحویل با لک‌لک و موشک و... دیده می‌شود که در نوع خود بی‌نظیر است. کلاستر تراک این طرح‌های تبلیغاتی را علاوه بر بسته‌بندی، روی در و دیوار شهر، بیلبوردهای تبلیغاتی و شبکه‌های اجتماعی خود نیز به نمایش گذاشته و سرعت بالای دلیوری خود بدون دریافت هزینه اضافی را به مشتری یادآور شده است. این تبلیغات از سوی گروه تبلیغاتی یانگ و لازامور در آمریکا برای شرکت Clustertruck طراحی شده است.



تمرکز بر رانندگی امن

سالانه تصادفات زیادی در جاده‌ها اتفاق می‌افتد که طی آن حواس راننده به دلایل مختلفی، از جمله غذا خوردن، پرت شده است. انجمن کارگزاران بیمه کانادا برای افزایش آگاهی از حواس‌پرتی رانندگی به مناسبت هفته ملی رانندگی ایمن، با شورای ایمنی کانادا در طراحی این تبلیغات خلاق همکاری کرد.

این تبلیغ مسئله غذا خوردن هنگام رانندگی را به صورت اغراق‌آمیز به خود اختصاص می‌دهد تا در خصوص تمرکز بر جاده به جای سیب‌زمینی سرخ‌شده اطلاع‌رسانی کند. روی این پوستر شعار صریحی به چشم می‌خورد؛ خوردن در حین رانندگی موجب تصادف می‌شود. این آگهی چاپی از سوی آژانس ۵۹ برای انجمن کارگزاران بیمه کانادا طراحی شده است.



خورشید داخل یخچال شما!

برند لوازم خانگی ترک آرچلیک در جدیدترین تبلیغ خلاق خود، خورشید را به داخل یخچال شما می آورد. این شرکت، تبلیغات خود را با تقلید از چرخه نور خورشید و با الهام از میوه پرتقال طراحی کرده و بر حفظ ویتامین های موجود در میوه و سبزی و تازه نگه داشتن آن در این یخچال تأکید می کند. آن ها برای نمایش رابطه میان خورشید و میوه های سالم و رسیده از تصاویر میوه استفاده کرده اند و در پوسته های دیگر طرح هایی از کیوی و توت فرنگی به چشم می خورد. شعار روی این پوستر بر استفاده از تکنولوژی برای حفظ ویتامین میوه ها تأکید دارد؛ خورشید داخل یخچال، خورشید داخل میوه های شما. آرچلیک یکی از برندهای لوازم خانگی است که از سال ۱۹۵۵ در استانبول ترکیه فعالیت می کند و چهارمین شرکت بزرگ لوازم خانگی اروپا محسوب می شود.



شکار کردن ممنوع

فصل شکار فرا رسیده است و شکارچیان دوباره شروع به شکار و کشتن حیوانات می کنند. بسیاری از حیوانات در معرض خطر انقراض جدی قرار دارند. کمپین تبلیغاتی Stop hunting یا «شکار کردن را متوقف کنید» در پی القای این مفهوم است که شکار را از زاویه چشم کودکان نشان دهد و به متوقف کردن آن کمک کند. یک پدر هر چقدر لجباز باشد، اما به خاطر فرزندش از این کار دست می کشد. طراحان این تبلیغات می گویند: هدف ما انتقال خواسته مشترک همه کودکان به افراد علاقه مند به شکار از این طریق بود؛ چیزی که شکارچی شکار کرد، در واقع آینده فرزندش است. اگر طبیعت به این شکل از بین برود، کودکان در آینده از طبیعت و همه این زیبایی ها محروم می شوند. اما فقط کودکان می توانند این موضوع را به آن ها نشان دهند. اگر آن ها حیواناتی را که قصد دارند شکار کنند، از زاویه چشم کودک خود ببینند، آیا باز هم به شکارشان ادامه می دهند؟ افرادی که وجدان دارند، بعد از دیدن این تصویر به فکر فرو می روند. پس اگر کودک بخواهد، همه چیز تغییر می کند. اگر قدرت کودکان را در نظر بگیریم، می توانیم آگاهی زیادی ایجاد کنیم. هدف پوستر این است که برای آینده فرزندانمان کاری کنیم و جلوی شکار را بگیریم و نگذاریم آینده آن ها هدف قرار گیرد. این پوستر از سوی مؤسسه حمایت از حقوق حیوانات و با شعار «آینده کودکان را نکشیم» منتشر شده است.



جایزه بزرگ ترکیه ۲۰۲۰

مسابقات فرمول ۱ ترکیه که هواداران اتومبیل رانی این کشور و دیگر نقاط دنیا آن را از نزدیک دنبال می کنند، یکی از بزرگ ترین رویدادهای جهان در زمینه مسابقات اتومبیل رانی است. مسابقه فرمول ۱ ترکیه در تاریخ ۱۳ تا ۱۵ نوامبر در استانبول ترکیه برگزار شد و سران برگزاری پوسته های جذابی برای تبلیغات آن چاپ کردند. شهر استانبول به عنوان یکی از جذاب ترین مقاصد گردشگری جهان، سالانه میزبان ۱۵ میلیون گردشگر است و پس از ۹ سال دوباره میزبان فرمول ۱ در خیابان های استانبول بود. آخرین دور این مسابقات در سال ۲۰۱۱ برگزار شده بود و به مناسبت برگزاری دوباره این مسابقات با وجود پاندمی کرونا، تبلیغات وسیعی برای آگاه سازی برگزاری آن به انجام رسید. این مسابقات تحت تأثیر ساختار و هوای غافل گیرکننده یکی از هیجان انگیزترین مسابقات چند وقت اخیر بوده است. بنابراین مدیران تبلیغات در طراحی پوستر درصدا ارائه حسی فراموش نشدنی از تجربه این مسابقه جایزه بزرگ در استانبول بودند. آن ها می گویند با یادآوری خاطرات فراموش نشدنی فرمول ۱ قبلی که در استانبول برگزار شد، و با برجسته سازی نمادهای برجسته و تاریخی شهری، در پی نشان دادن احساسات خود برای میزبانی مجدد این مسابقات منحصربه فرد در سال جاری و سال های بعد بودیم. شعار «تا زمانی که دوباره با هم دیدار کنیم» بر همین موضوع تأکید دارد. این تبلیغات را اژانس تبلیغاتی اگیلوی طراحی کرده است.

معرفی مجموعه‌ای از فیلم‌های خاص سال ۲۰۲۰

۲۰۲۰ از ۲۰۲۰

گسترده در جهان هستند، تا سال ۲۰۲۱ به حالت تعلیق درآید. با این حال، سرویس‌های آن‌لاین پخش فیلم حیات را در این صنعت نگه داشتند و فیلم‌های قابل قبولی در همین سال تولید شد. از آن جایی که ۲۰۲۰ یکی از خاص‌ترین سال‌های زندگی بسیاری از ماست، بهتر است فهرستی از فیلم‌های خیلی خاص را با هم مرور کنیم که شاید نام آن‌ها را هر جایی نشنویم.

سال ۲۰۲۰ با تمام نکات مثبت و منفی خود به پایان رسید. به جرئت می‌توان گفت بزرگ‌ترین مسئله این سال همه‌گیری کووید ۱۹ بود که جمعیت بسیار زیادی در جهان را گرفتار خود کرد و به کام مرگ کشید. یکی از صنایعی که بیشترین ضربه را از این بحران خورد، صنعت سینما بود. سالن‌های سینمای جهان به دلیل این بیماری تعطیل شدند و همین مسئله باعث شد تولید فیلم‌های پر بودجه‌ای که نیازمند فروش بسیار

۲۰

خانه او

پنهان شده بود. فیلم «خانه او» که دارای لحظات حقیقی وحشتناک است، به خوبی تجربه تلخی را که بسیاری از پناهجویان از سر می‌گذرانند، به تصویر می‌کشد و نقطه شروع بسیار خوبی برای کارگردان خود، رمی ویکس، است.

یک زوج پس از فراری دلهره‌آور از سودان جنوبی که اسیر جنگ شده بود، با چالش‌هایی در زندگی جدید خود روبه‌رو شدند. این زوج که برای ادامه زندگی به انگلستان پناه برده بودند، نمی‌توانستند با این فضا به خوبی تطبیق پیدا کنند، زیرا نوعی اهریمن زیر پوسته ظاهری این شهر جدید



۱۹

کمپ معلولان

افراد معلول منجر می‌شود. عنوان فرعی این مستند «انقلاب معلولیت» است که به خوبی محتوای فیلم را بیان می‌کند. نیکول نیونام و جیم لبرشت، کارگردانان این فیلم، که در عین الهام‌بخش بودن بسیار جذاب است، به خوبی می‌توانند یک داستان گروهی را برای برجسته کردن امید و قدرت کار جمعی مورد استفاده قرار دهند.

این فیلم مستند داستان نوجوانانی را می‌گوید که در اوایل دهه ۷۰ میلادی به دلیل معلولیت‌های مختلف با آینده‌ای پرچالش روبه‌رو می‌شدند که شاکله اصلی آن معلولیت بود. موضوع اصلی این مستند یک کمپ تابستانی در نیویورک است که به افراد مختلف معلول در راستای پرورش استعدادها و خود کمک می‌کند و در نهایت به جنبشی برای



۱۸

میزبان

فیلم نیمه‌بلند که تنها یک ساعت مدت زمان دارد، با کارگردانی راب سوییچ موفق شد نظر بسیاری از منتقدان را به خود جذب کند، زیرا داستانی ساده اما پر از تعلیق و حس وحشت را تصویر می‌کرد که بهترین خوراک سال ۲۰۲۰ برای علاقه‌مندان ژانر وحشت بود.

باز هم فیلمی از ژانر وحشت پای خود را به فهرست بهترین فیلم‌های سال باز کرده است. «میزبان» داستان شش دوست را تعریف می‌کند که به شکلی تصادفی در یک دورهمی آن‌لاین یک موجود اهریمنی را به خانه خود دعوت می‌کنند و پس از آن شاهد اتفاقاتی عجیب اطرافشان هستند. این



۱۷

دیک جانسون مرده است

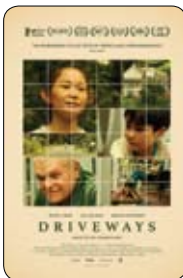
که مرگ ناچار از راه می‌رسد، راحت‌تر آن را پذیرفت و با آن کنار آمد. این فیلم به شکلی محترمانه و حتی طنزآمیز به جنبه تلخ و شیرین زندگی می‌پردازد و از این طریق می‌تواند نگاهی جدید و هنری به فناپذیری انسان به دست دهد.

این فیلم بسیار عجیب ساخته کریستن جانسون است که سال‌ها خود را وقف ساخت فیلم‌های مستند کرده بود. در این اثر مستند، فیلم‌ساز ما همراه با پدر پیر خود صحنه‌هایی متنوع از مرگ احتمالی پدر را بازسازی می‌کنند. هدف چیست؟ شاید با این روش بشود روزی





خیابان‌ها



دوستانه و صمیمانه با شخصی می‌شود که خیلی دور از ذهن به نظر می‌رسید. این فیلم بسیار قدرتمند که به خوبی شخصیت‌ها را مطالعه می‌کند، آخرین فیلمی است که بریان دنهی پیش از فوت خود در بهار ۲۰۲۰ بازی کرده بود و از این لحاظ یک وداع مناسب با این بازیگر کهنه‌کار سینما به حساب می‌آید.

این فیلم آمریکایی به کارگردانی اندرو آن، داستان زندگی یک پسر و مادر اصالتاً آسیایی را تعریف می‌کند که طی آن پسر قصد دارد به مادر خود در تمیز کردن خانه خاله‌ای که به‌تازگی فوت کرده است، کمک کند. این پسر که حس تنهایی بسیار زیادی را در زندگی خود به دوش می‌کشد، وارد رابطه‌ای



با عشق فراوان: افسانه والتر مرکادو

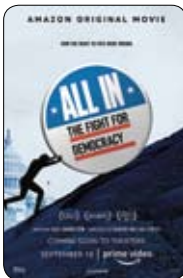


از روزهای شهرت، زندگی شخصی و تنهایی‌اش در روزهای افول. دیدنی بودن این فیلم برآمده از این واقعیت است که والتر مرکادو شخصیتی بسیار چندبعدی و عجیب دارد و شاید آشنایی با او برای کسانی که اصلاً نامش را هم نشنیده‌اند، جالب باشد.

این فیلم مستند به زندگی پر از حرارت والتر مرکادو، اخترشناس، بازیگر و شخصیت تلویزیونی محبوب پورتوریکو می‌پردازد که ناگهان پس از این‌که از صحنه شهرت کنار رفت، باقی دنیا هم او را به حال خود رها کرد. مرکادو که در سال ۲۰۱۹ درگذشت، در این فیلم از زندگی خود می‌گوید،



با تمام توان: مبارزه برای دموکراسی



«سرکوب رأی‌دهنده‌ها» موضوعی است که به خوبی باید بررسی شود تا ایرادهای موجود در الگوهای دموکراسی جهان به خوبی برملا شوند. همان‌طور که از عنوان این فیلم مشخص است، با تصویر تلاشی تاریخی برای رسیدن به حق رأی روبه‌رو هستیم.

لیز گاربوس و لیزا کورتس در این مستند سیاسی به تاریخچه نسبتاً غم‌انگیزی می‌پردازند که طی آن حق رأی افراد نادیده گرفته می‌شد و زمان و مبارزه زیادی لازم بود تا این حق به همه شهروندان آمریکایی به معنی واقعی کلمه برسد. مسئله اصطلاحاً



آشیانه مرغ مگس‌خوار



عاطفه عاشقانه. نویسنده و کارگردان این فیلم، کیم بورا، در اولین اثر خود به خوبی سرگشتگی انسان شرقی در رشد سریع این بخش از جهان را نشان می‌دهد. مسئله‌ای که تا کنون در بسیاری از فیلم‌های شرقی خود را به شکلی پررنگ نشان داده است.

این فیلم کره‌ای ما را به دهه ۹۰ میلادی می‌برد، یعنی زمانی که سئول با سرعت در حال رشد و مدرن شدن بود، اما فاجعه سقوط پل ستونگسو ذهن بسیاری افراد را درگیر چیزهایی دیگر از زندگی کرد. یکی از این افراد دختر ۱۴ ساله‌ای بود که با مسئله‌ای بسیار بزرگ‌سالانه دست‌وپنجه نرم می‌کرد؛



هرگز، به‌ندرت، گاهی، همیشه



به حساب می‌آید، قهرمانان داستان را در تنش نسبتاً زیادی از دوستی و شجاعت قرار می‌دهد. کارگردان این فیلم، الیزا هیتمن، به خوبی توانسته است احساسات تماشاچی را برانگیخته کند و در این راه قطعاً کیفیت بسیار بالای بازیگری هم تأثیر زیادی داشته است.

داستان بحران‌های شدید دوران نوجوانی دو دختر را مانند فیلم مشهور «۴ ماه و ۳ هفته و ۲ روز» می‌بینیم. دو دختر که قهرمان اصلی داستان ما هستند، پس از این‌که کمکی برای غلبه بر مشکلات از سوی خانواده دریافت نمی‌کنند، به نیویورک سفر می‌کنند. این سفر که نوعی اودیسه معاصر



بانوی شایسته جونتینت



این راحتی‌ها دل به درخواست‌های مادر خود نمی‌دهد. این فیلم چنینگ گادفری مانند یک برنده مسابقه زیبایی بر صحنه ظاهر می‌شود، اما این کار را با زیبایی واقعی‌تری انجام می‌دهد و همین مسئله آن را به فیلمی دیدنی تبدیل می‌کند.

مادری که در دوران جوانی خود برنده جوایز بانوی شایسته و زیبایی شده است، حالا قصد دارد دختر نوجوان خود را برای مسابقه «بانوی شایسته جونتینت» آماده کند. مسئله این‌جاست که این دختر نوجوان خوبی طغیان‌گر دارد و به

۱۰

کلکتیو

پیوسته مسائل نشان‌دهنده یک رسوایی سیاسی بسیار گسترده بود. این فیلم به‌خوبی توانسته است چهره‌ای روشن از فساد سیاسی و بدبینی عمومی را نشان دهد که طی آن دولت این کشور نمی‌تواند از پس مسئولیتی که نسبت به مردمش دارد، به‌خوبی بربیاید و کاملاً همه را درگیر یک فاجعه عمومی می‌کند.

این مستند رومانیایی به کارگردانی آلساندر ناناو به بررسی‌های تحقیقی تیمی از خبرنگاران پس از آتش‌سوزی باشگاه شبانه‌ای به نام «کلکتیو» می‌پردازد. این تیم موفق شدند حجم زیادی از فساد گسترده و بسیار شوکه‌کننده را برملا کنند که مربوط به حوادثی می‌شد که در نهایت به استعفای وزیر بهداشت این کشور منجر شد. پی‌گیری



۹

سینت فرانسیس

پرستار را از این رو به آن رو می‌کند و به همین دلیل عنوان فیلم به چنین شکلی به او می‌پردازد. این فیلم بازه گسترده‌ای از مسائل مختلف را به‌خوبی و توأمان با حس طنز و لطافت مورد بررسی قرار می‌دهد. کلی‌السیوان که نویسنده این فیلم است، در نقش اول هم به‌خوبی می‌درخشد.

یک پرستار بچه ۳۴ ساله که بحران‌های مختلفی را در زندگی خود تجربه کرده است، بالاخره به دنبال آشنایی با فردی مناسب زندگی روبه‌راهی پیدا می‌کند. این بهبود وضعیت زمانی تشدید می‌شود که پرستار رابطه بسیار خوبی با بچه تحت مراقبت خود پیدا می‌کند. این بچه شش ساله فرانسیس نام دارد و مانند یک قدیس زندگی



۸

کاملتحت کنترل

مستند مسئولان امور بهداشت و درمان عملکرد دولت آمریکا در مواجهه با همه‌گیری کووید ۱۹ را بررسی می‌کنند. این فیلم به‌خوبی می‌تواند فاجعه مدیریتی چنین بحرانی را به روشن‌ترین شکل مقابل دید مردم قرار دهد.

این مستند به گسترش کرونا در ایالات متحده آمریکا می‌پردازد. زمانی که این فیلم ساخته و پخش شد، تقریباً ۱۹۰ هزار نفر از مردم آمریکا به دلیل ابتلا به ویروس کرونا جان باخته بودند و بحث‌ها و جنجال‌های زیادی درباره نحوه عملکرد دولت این کشور پدید آمد. در این



۷

روح

بسیار هم ماهر است، اما در مسیر رسیدن به هدفش متوجه می‌شود هدف انسان چیزی بالاتر از این‌هاست. این ساخته پیکسار به‌خوبی در رابطه با زندگی و هدف آن تأمل می‌کند و علی‌رغم عمق بسیار زیادی که در محتوای خود دارد، برای تمامی سنین جذاب باقی می‌ماند.

قطعاً نمی‌توان فهرستی از فیلم‌های خوب تهیه کرد، بدون این که در آن‌ها انیمیشن داشته باشیم. انیمیشن «روح» به کارگردانی پیت داکتر داستان یک معلم موسیقی به نام جو را تعریف می‌کند که وقایع زندگی مطابق میلش پیش نرفته‌اند. علاقه اصلی او به موسیقی جز است و اتفاقاً در این زمینه



۶

پرتره بانویی در آتش

او پرتره‌ای بکشد، ایجاد می‌شود. سلین سیما در این اثر کاملاً هنری توانسته است یک دوره تاریخی را به‌خوبی به اشخاص و مسائلی گره بزند که در خود آن دوره تاریخی جایی در هنر نداشته‌اند. سطح بازیگری این فیلم در بالاترین حد جهان قرار دارد و همین مسئله تماشا نکردن آن را ناممکن می‌کند.

این فیلم اساساً مربوط به اواخر سال ۲۰۱۹ است، اما به دلیل پخش نامنجم در سطح جهانی در بسیاری از فهرست‌های سال ۲۰۲۰ هم قرار می‌گیرد و میزان جذابیت آن باعث می‌شود نتوان آن را بیرون گذاشت. داستان مربوط به سال ۱۷۷۰ است که حسی متقابل بین دختر یک کنتس فرانسوی و نقاشی که قرار است از عروسی





همیلتون



موسیقی امروزی به تصویر می‌کشید. این فیلم از روی همان تئاتر و روی صحنه سالن ریچارد راجرز نیویورک ضبط شده است. این اثر که به زیبایی روی صحنه برادوی درخشیده بود، به خوبی توانست در سطح جهان خود را در معرض دید مردمی بگذارد که توانایی رفتن به این منطقه از جهان را ندارند.

این فیلم هم اثری خاص در این فهرست است. از یک سو به این دلیل که موزیکال است و از سوی دیگر، به این دلیل که در اصل یک اثر تئاتری حساب می‌شود. زمانی یک تئاتر موفق به نام «همیلتون» روی صحنه رفت که زندگی الکساندر همیلتون، اولین وزیر خزانه‌داری آمریکا، را همراه با



گرگ انسان‌ها



سرزمین ممنوعه به سر می‌برد، با دختری آشنا می‌شود و متوجه می‌شود این دختر از قبیله‌ای می‌آید که می‌توانند از شکل انسان به گرگ درآیند. این انیمیشن با کیفیت ساخت بالا و مضامین فلسفی عمیق به خوبی بخشی از دنیا را نشان می‌دهد که در افسانه غوطه‌ور است.

انیمیشن بعدی این فیلم که همین چند وقت پیش در سطح جهان پخش شد، مربوط به داستانی تخیلی است در زمانه‌ای که خرافات و جادو در جامعه جای زیادی دارد. یک شکارچی جوان به نام رابین گودفلو همراه پدرش به ایرلند سفر می‌کند تا آخرین گله گرگ را از بین ببرد. این جوان زمانی که در



بلک باتم ما رینی



برنامه‌هایی دیگر در سر دارد. نقش این جوان را چادویک بوزمن بازی می‌کند که تنها چند ماه پس از فیلم‌برداری این اثر به دلیل ابتلا به سرطان درگذشت و این فیلم آخرین اثر او حساب می‌شود. این فیلم با بازیگری فوق‌العاده ما را بهتر با یکی از اساطیر موسیقی بلوز آشنا می‌کند.

داستان مربوط است به دهه ۱۹۲۰ میلادی و خواننده افسانه‌ای، ما رینی، که لقب «مادر بلوز» را یدک می‌کشد. یک روز درگیری فراوانی بین ما رینی، با بازی بسیار زیبای وایولا دیویس، و تهیه‌کننده سفیدپوست او برای کنترل آثار او پیش می‌آید. در این بین نوازنده جوانی به نام لئو هم



کار آن مرد را تمام کن



فیلم را نرساند و همین نکته هم دلیلی بسیار مناسب برای تماشای یک اثر است. این فیلم که در کمال هوشمندی و ذکاوت ساخته شده است، بر اساس یک طرح داستان بسیار نو تجربه‌ای را به ما پیشنهاد می‌دهد که نمی‌توان آن را نادیده گرفت.

بالاخره نوبت به یک کمدی سیاه هیجان‌انگیز در این فهرست رسید. داستان مربوط به دو خواهر عزادار است که به‌سادگی پایشان به یک جنایت باز می‌شود و حالا باید جسدی را سر به نیست کنند. این چند جمله شاید به راحتی جنبه کمدی



نسخه ۴۰ ساله



به دنیای موسیقی رپ است و حالا این فرد ۴۰ ساله می‌خواهد یک رپر شود. رادا بلک که نویسنده، کارگردان و بازیگر نقش اول این فیلم است، به خوبی می‌تواند در اولین اثر خود مسیر پرچالش زندگی یک هنرمند را به تصویر بکشد و تصور عمومی از دشواری‌های زندگی الهام‌بخش هنری را تغییر دهد.

این فیلم فوق‌العاده ترکیبی از کمدی، موسیقی و درام است و داستان یک نمایشنامه‌نویس نیویورکی را روی تصویر می‌برد که خیلی در کار خود موفق نبوده و می‌خواهد پیش از رسیدن به ۴۰ سالگی کاری جدید در زندگی‌اش انجام دهد و مسیری نو از سر بگیرد. جذابی مسئله از جایی آغاز می‌شود که گزینه انتخابی او ورود

نگاهی به سه کتاب مفید در حوزه کسب و کار

موفقیت در سه گام

علم بازاریابی روزبه‌روز در حال تغییر است و فعالان این حوزه در پی کشف روش‌های جدید و خلاقانه برای تحت تأثیر قرار دادن مشتریان هستند. فعالان عرصه بازاریابی کشفیات و تغییرات ایجادشده را از طریق نوشتن و انتشار کتاب‌های مختلف در اختیار علاقه‌مندان در سراسر دنیا قرار می‌دهند. انتشار کتاب‌ها به فعالان بازاریابی کمک می‌کند اطلاعات خود را به‌روز کنند. در ادامه سه کتاب با موضوعات بازاریابی و مدیریت کسب و کار معرفی شده است که مطالعه‌اش می‌تواند برای فعالان کسب و کار مفید باشد.

معرفی کتاب

ترکس فرجی

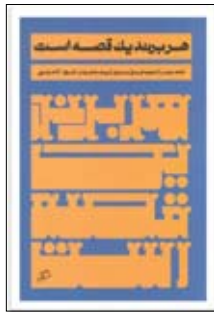
رهبران آخر غذا می‌خورند

هیچ سازمانی در خلال بحران، خودبه‌خود مدیریت نمی‌شود. همیشه بحران موجود را رهبری سازمان برطرف کرده است. موفقیت یا شکست سازمان به کمالات و فضیلت‌های رهبری آن بستگی دارد، نه به فراست و تیزهوشی مدیریت. این جملات بخشی از کتاب «رهبران آخر غذا می‌خورند» نوشته سایمون سینک و ترجمه الهام نورانی‌پور است. کتاب «رهبران آخر غذا می‌خورند» اثر سایمون سینک، با نگاهی انسانی و به زبانی ساده و امروزی ویژگی‌های رهبران موفق و همچنین اثر رفتار آن‌ها را بر سازمان و جامعه بیان می‌کند. در دنیایی که بیشتر آموزه‌ها و کتاب‌ها به نقش مدیریت مربوط می‌شود، سینک به دنبال آموزش و پرورش رهبران در سازمان است. او طی بررسی‌هایی که انجام داد، نکاتی در مدیریت و رهبری همراه با مثال‌های عینی و ملموس از شرکت‌های بنام دنیا و رهبران آن‌ها بیان می‌کند، که ممکن است در عصر حاضر به فراموشی سپرده شده باشد، یا کمتر به آن‌ها توجه شود.

سینک در کتاب مورد نظر با بیان داستان‌ها و تجربه‌های شرکت‌های مختلف نشان می‌دهد داشتن حس اعتماد و همکاری میان رهبر و افرادش تا چه اندازه در موفقیت بلندمدت سازمان اثر دارد و از طرفی، کار کردن در سازمانی که مدیران آن با اعضای سازمان صادق نیستند، به منافع گروه توجهی نمی‌شود و افراد در آن سازمان احساس رضایت و امنیت نمی‌کنند، چه عواقب خطرناک جسمی و روحی‌ای برای افراد سازمان و به دنبال آن برای جامعه به وجود می‌آید.

در مجموع کتاب مورد نظر اثر سایمون سینک و ترجمه الهام نورانی‌پور، در ۳۹۸ صفحه، به همت انتشارات آریانا قلم در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.





هر برند یک قصه است

بیشتر شرکت‌ها پول‌های هنگفتی را صرف بازاریابی می‌کنند. همه می‌دانیم هدر دادن پول‌هایی که با عرق جبین به دست آمده، برای روش‌های جدید اما بی‌نتیجه بازاریابی تا چه حد ناراحت‌کننده است. وقتی گزارش‌ها را می‌بینیم، حیرت می‌کنیم که کجای کار می‌لنگد، یا حتی بدتر شک می‌کنیم که نکند محصولمان آن قدرها هم که تصور می‌کردیم، خوب نباشد. ولی اگر مشکل از محصول نباشد، چه؟ اگر مشکل شیوه حرف زدن ما درباره محصول باشد، چه؟

پرداخت پول به شرکت‌های طراح، پیش از روشن کردن پیام، فقط هدر دادن پول و آب در هاون کوبیدن است. مشتریان بالقوه فقط صدایی نامفهوم می‌شنوند. اما شفاف کردن پیام هم کار راحتی نیست. شفاف کردن پیام بسیار بااهمیت است. کسب‌وکارها با شفاف کردن پیام درآمدشان را دو، سه و حتی چهار برابر می‌کنند؛ موضوع مهمی که کتاب «هر برند یک قصه است» به آن پرداخته است.

کتاب «هر برند یک قصه است» به آفرینندگان برندها یاد می‌دهد چگونه قصه‌شان را روشن و شنیدنی به گوش مشتری برسانند، هم‌چنین حقیقتی مهم‌تر از این را یادشان می‌اندازد که مشتری‌ها معمولاً اهمیتی به داستان شما نمی‌دهند؛ مهم داستان خودشان است.

«هر برند یک قصه است» گزارش رسمی و خشک از آخرین یافته‌های علمی در حوزه بازاریابی نیست و راه‌کاری پیچیده و سخت‌فهم برای ساخت برند هم پیش پای ما نمی‌گذارد. این کتاب مراحل هفت‌گانه قصه‌گویی مؤثر را برای معرفی و موفقیت محصول یا خدمتی که به مخاطب عرضه می‌کنیم، به زبانی ساده توضیح می‌دهد.

کتاب مورد نظر به قلم داندل میلر و ترجمه رسول بابایی، به همت انتشارات اطراف، در ۲۰۸ صفحه منتشر و در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.

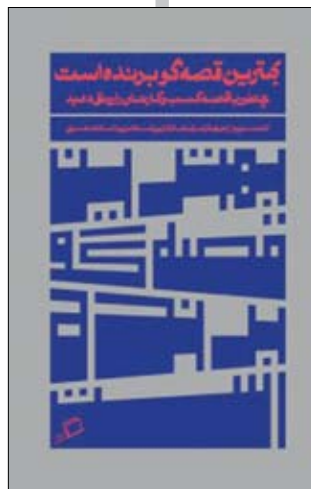
بهترین قصه‌گو برنده است

یک مشتری کاملاً راضی و خوشحال ممکن است بعد از شنیدن قصه‌ای درباره این‌که مشتری دیگری محصول بهتری با نصف قیمت خریده، ناگهان ناراحت شود، بعدش اگر به او اطمینان بدهید که این قصه درست نبوده و رقیبی که اطلاعات کافی نداشته، آن را از خودش درآورده، دوباره خوشحال و راضی می‌شود. هیچ تغییر فیزیکی رخ نمی‌دهد، ولی قصه‌هایی که درباره اتفاقی گفته می‌شود، برداشتها را کاملاً تغییر می‌دهد؛ برداشت درباره این‌که چه چیزی درست، مهم و درنتیجه واقعی است. قصه‌ها اطلاعات و دلایل خام را تفسیر می‌کنند تا اتفاق باورپذیر را بسازند. وقتی قصه را تغییر می‌دهید، معنای اطلاعات را تغییر می‌دهید. این جملات برشی از کتاب «بهترین قصه‌گو برنده است» است. کتابی که به علاقه‌مندان بازاریابی می‌آموزد چگونه با قصه کسب‌وکارشان را رونق دهند.

کتاب «بهترین قصه‌گو برنده است» مخاطبان را با شگردهای مؤثر قصه‌گویی در کسب‌وکار آشنا می‌کند. این کتاب به مخاطبان می‌آموزد چگونه با سرمایه‌گذاری روی داستان سود کنند، چگونه با قصه در هر موقعیتی به همکاری و تعاملشان با دیگران بیفزایند و از درگیری‌ها دور بمانند. «بهترین قصه‌گو برنده است» کمک می‌کند به چشم خود ببیند چه کارهای بزرگی از این واقعیت‌های کوچک که قصه نام گرفته‌اند، برمی‌آید.

قصه فقط به کار خواباندن بچه‌ها نمی‌آید. قدرت قصه در دنیای بزرگ‌ترها باورنکردنی است. با داستان می‌شود درباره مشکلات جهان حرف زد، برای آن‌ها راه‌حل یافت و دنیا را جای بهتری کرد. قصه‌ها در رونق کسب‌وکار تأثیر شگفتی دارند. آن‌هایی که هر روز همراه غذایشان قصه به محل کار می‌برند، ردی در رابطه به جا می‌گذارند که فراموش نمی‌شود.

کتاب «بهترین قصه‌گو برنده است» به قلم آنت سیمونز با ترجمه زهرا باختری و ویراست مریم‌السادات حسینی، به همت انتشارات اطراف، در ۲۲۸ صفحه منتشر و در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است.



پاسخ معمای صفحه ۹۶

در مقایسه با دیگر وسایل، گیره کاغذ کمترین فضا را اشغال می‌کند. در نتیجه، وقتی این وسایل را از آب بیرون بیاوریم، مشاهده می‌کنیم که لیوان B بیشترین میزان آب را در خود دارد.

بلندترین شب سال در خانواده خوارزمی

شب یلدای امسال، غریبانه‌ترین یلدای قرن بود؛ یلدای بی‌دورهمی و مهمانی‌های مجازی و دیدار و لبخند از پشت قاب کوچک تلفن‌های همراه. چله امسال هم اما با همه نگرانی‌ها و غصه‌ها و دوری‌ها گرم بود؛ گرمای حضور کنار هم خانه‌ها و دل‌خوشی عکس گرفتن با بساط سفره‌های زیبای یلدایی. خانواده خوارزمی هم یلدای غریبانه امسال را کنار سفره‌های یلدایی، شاد و دل‌گرم به آینده جشن گرفت. این‌جا چند عکس از سفره‌های یلدایی زیبای همکاران گروه سرمایه‌گذاری خوارزمی را به یادگار گذاشته‌ایم از سالی که سخت گذشت و دل‌هایمان را به هم نزدیک‌تر کرد.



● عارفه روحانی



● محمد عسکرآبادی



● امید فتح‌الهی



● مروارید مستوفی



● فاطمه ثوری



● زینب سادات افضلی



● بهاره امیری



● حسن شکرانہ بیگی



● احمد ہمتی



● سلمان حامدنيا



● نسترن موسوی



● هادی بیگوند



● عماد صانع زرنک



● سعید معمار اصفهانی



● مهران حشمتی

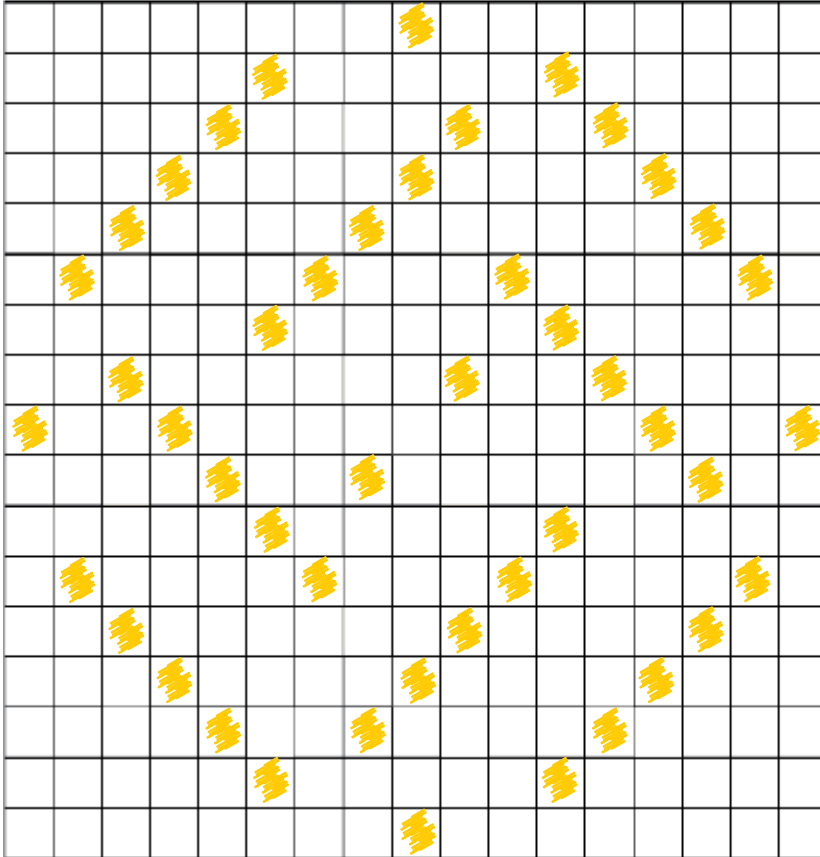


● طیبه شاهی



● مزده نجفی

۱۷ ۱۶ ۱۵ ۱۴ ۱۳ ۱۲ ۱۱ ۱۰ ۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱



افقی:

۱. مجموعه‌ای از عوامل فیزیکی خارجی و موجودات زنده که با هم در کنش هستند-خوش عاقبت
۲. از جنگهای صدر اسلام-پی در پی-رایزن
۳. زیارت کننده-نفس خسته-از طیور شناور-سرپیچی کردن
۴. شهری در آلمان-ابریشم خام-چیره دست-عامل تولیدمثل در گیاهان
۵. یادداشت-از الحان موسیقی ایرانی-تیری که با کمان اندازند-از ماههای زمستانی
۶. اندوهگین-فرومایه-سند
۷. ورزشی آمیخته از هنر و مهارت-غمباد-سرگذشت
۸. نزه-مظهر زیبایی طبیعت-ترسان-درخت زبان گنجشک
۹. رودی در اروپا-موضع گیری مخالف در برابر یک نظریه یا سیاست-شهر ریشه
۱۰. من و شما-یار نعلبکی-آزاده-پاسخ
۱۱. وزیر بزرگ-طلای کثیف-بندر فرانسوی
۱۲. واحد بوکس-بی حس-محرمانه
۱۳. محبت-کمیابی-گدای سمج-کجاست
۱۴. حیوان مظهر گر سنگی-نمو-از فرشتگان پرسشگر-غار نبوت
۱۵. واحدی در طول-بلند-عید ویتنامی-ها-سرباز نیروی دریایی
۱۶. مرغی افسانه‌ای-حداد-کفش
۱۷. روش شناسی-کشیش معروف در بار تزار روسیه

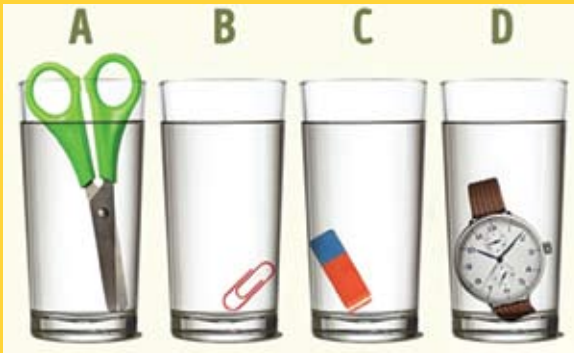
عمودی:

۱. صفحه آرایشی-خود آزاری
۲. نگاهبانی-بی هوشی دم مرگ-آگاهی
۳. سوگند-جا-واحد سطح-همیشه
۴. حالت، چگونگی-نوعی فرش پشمی-ماه پاییزی-عملی در کشاورزی
۵. جوجه فاخته-تنهانستن-جهانگشای مقدونی-گردن بند مجرمان
۶. تلسکوپ معروف-زنبور-شهری در لرستان
۷. هنر هفتم-قند موجود در میوه‌ها-شمارگان
۸. یگانه-اهل هند-شهر رستم-قائم‌شهر سابق
۹. نشان مفعول صریح-تصدیق رانندگی-جنس مونث
۱۰. زور، توانایی-شجاع-زبان-زبان آتش
۱۱. پروردگار-بوی خوش-عالی‌ترین درجه دانشگاهی
۱۲. جمع کریم-جشن، ضیافت-سراچه

معمای تصویری

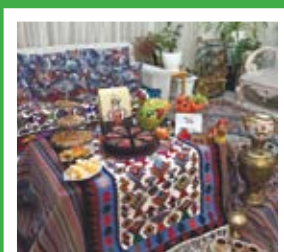
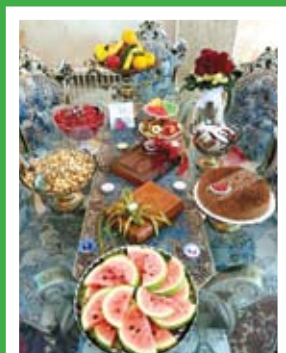
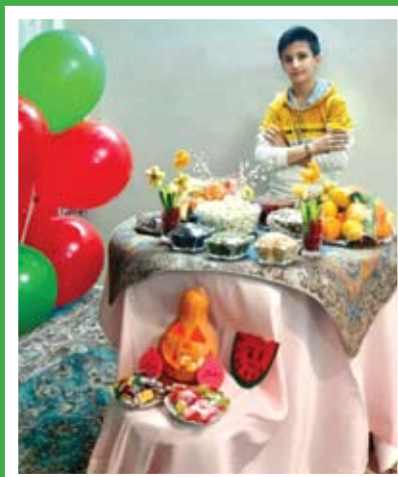
کدام لیوان آب بیشتری دارد؟

۱۳. عزیز عرب-خاندان-تکرار شده-گونه
۱۴. سرایت آب یا آتش-اسب زرد-دوزن که همسر دو برادر باشند-کشتی جنگی
۱۵. لباس-ناراست-وسیله‌ای در آزمایشگاه-وضع
۱۶. دعاها-رنگی گیاهی-نقشه آدرس
۱۷. جشنی پنج روزه در ایران باستان که زنان بر مردان تسلط داشته و خواسته‌هایشان تحقق می‌یافته-رمانی مشهور از ویکتور هوگو



پاسخ در صفحه ۹۱

بلندترین شب سال در خانواده خوارزمی





گروه سرمایه‌گذاری
خوارزمی (سهامی عام)

خوارزمی

ثروت آفرینے پایدار برای نسل‌ها

فعال در حوزه‌های:

- برق
- نفت، گاز و پتروشیمی
- بانکداری
- واسطه‌گری مالی
- فناوری اطلاعات و ارتباطات
- صنعت ساختمان
- صنایع دارویی
- بیمه
- معدن و صنایع معدنی
- بازرگانی
- و سایر بازارهای کسب‌وکار

تهران • سعادت‌آباد • بلوار فرهنگ • نبش خیابان ۲۴ شرقی • شماره ۱۸

www.kharazmi.ir

• کدپستی: ۱۹۹۷۸۴۳۶۶۵
• تلفن: ۸۸۵۶۹۲۸۳ - ۰۲۱
• فاکس: ۸۸۵۶۹۲۷۹ - ۰۲۱