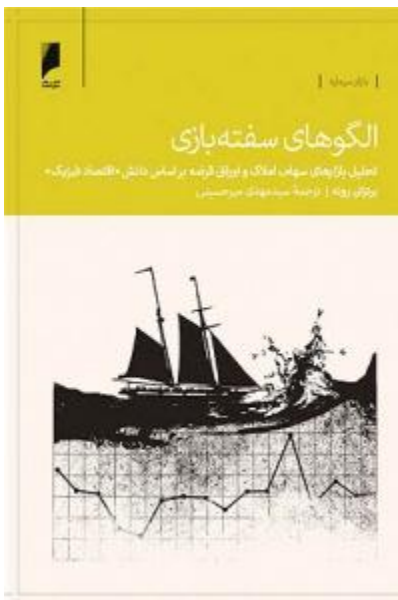


الگوهای سفته‌بازی



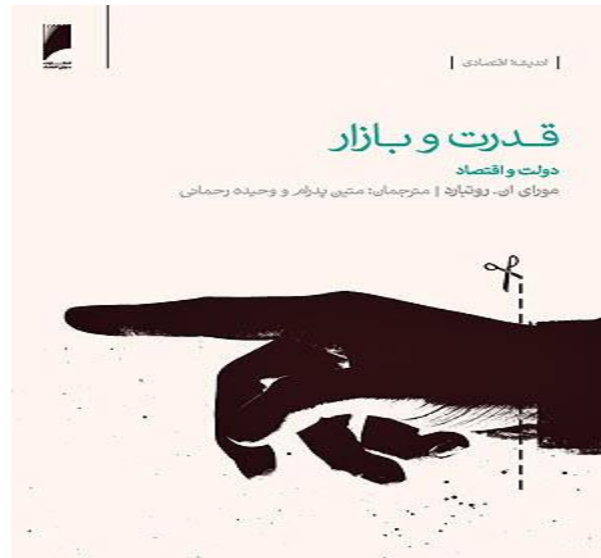
*منطق ریاضی کارکرد بازارهای سهام چیست؟

*بازار معاملات املاک و اوراق قرضه را چگونه می‌توان تحلیل کرد؟

*رابطه سطح قیمت سهام و نرخ‌های کمیسیون چگونه شکل می‌گیرد؟

رفتار سرمایه‌گذاران و همچنین روش‌های مالی آنها از قواعدی پیروی می‌کند که گذشت زمان، لزوماً و در همه حال آنها را تغییر نمی‌دهد. این مساله یکی از موضوعات اصلی این کتاب است. مولف با تمهیداتی نظری و ارائه شواهدی تجربی کوشیده است اصولی استخراج کند که توانایی توضیح دادن پاره‌ای رفتارها را در بازار سفته‌بازی نشان دهد. موضوعات دیگری که در این کتاب بررسی می‌شود عبارت است از: فروش‌های کوتاه‌مدت، خرید اعتباری و اختیار معامله و ارتباط اینها با هم، و سری‌های زمانی درازمدت در باب متغیرهای مهمی چون شاخص‌های سهام و نرخ ورشکستگی.... درحالی‌که قیمت سهام به شدت فرار و پیش‌بینی‌ناپذیر است، قیمت املاک روان‌تر، ساده‌فهم‌تر و پیش‌بینی‌پذیرتر است. برای نمونه، برای کاهش نرخ فضای خالی از ۳۰ به ۱۳ درصد تخمین زده می‌شود که به دو سال زمان تحت شرایط رشد عادی نیاز است و البته در حالتی که اقتصاد در رکود به سر ببرد به زمان بیشتری نیاز خواهیم داشت. قوانین این چنینی بر بازار سهام حاکم نیست. این سادگی انتظارات انگیزه مهمی در مطالعه بررسی بین سهام و املاک است.

قدرت و بازار: دولت و اقتصاد



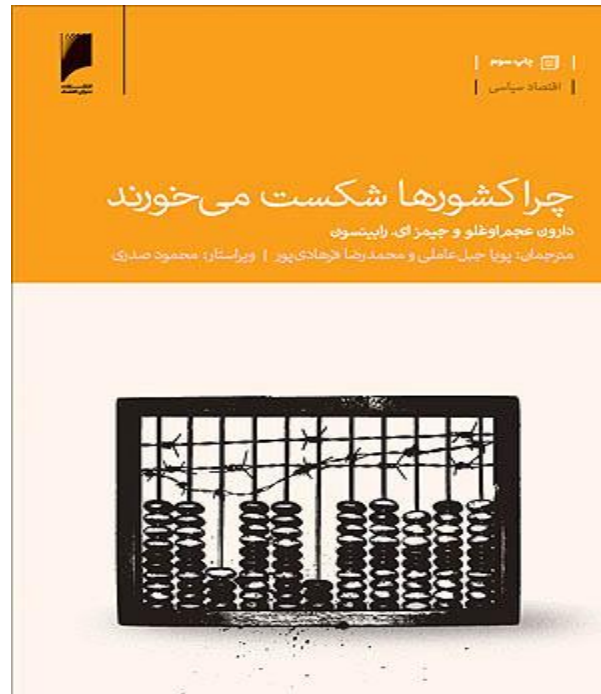
*دلایل منع دولت از ورود به فعالیت‌های اقتصادی

*تفاوت استدلال‌های نویسنده «قدرت و بازار» با دیگر اقتصاددانان

*نهادهایی که می‌توانند به جای دولت فعالیت اقتصادی کنند

اگر دل خوشی از دولت ندارید این کتاب را بخوانید. اگر به دولت علاقه‌مند هستید، این کتاب را بخوانید! دانشجویان، افراد تحصیلکرده و دانشگاہیان می‌توانند از کتاب قدرت و بازار منتفع شوند. در این کتاب، مورای روتبارد با نقد دیدگاه‌های اقتصاددانانی که دولت را به مداخله در اقتصاد فرا می‌خوانند، نشان می‌دهد دولت چطور نمی‌تواند یک بنگاه اقتصادی بی‌خطر باشد و مسائل را به سادگی در جهان حل کند. به جای آن، دولت دستگاهی ناکامل و ذاتاً قهری است... روتبارد بخش نخست را با این بحث شروع می‌کند که چرا وجود دولت ضروری نیست! قدرت و بازار اثری بارز است، زیرا «نخستین تحلیل اقتصادی از دولت است که استدلال می‌کند تهیه هیچ کالا یا خدمتی به وجود دولت نیازی ندارد.» پیش از روتبارد حتی نظریه‌پردازان مشهور بازار آزاد مانند «لودویگ فون میزس»، «هنری هازلین»، «آین رند» و «فردریش هایک» به سادگی فرض می‌کردند خدماتی مانند تضمین اجرای قانون باید کاملاً توسط دولت انجام شود. روتبارد بر این باور است تضمین اجرای قانون باید بر اساس واحدهای نهایی، تحلیل و مانند کالاهای دیگر به‌عنوان واحدهای نهایی در نظر گرفته شود که می‌تواند به صورت خصوصی تامین شود.

چرا کشورها شکست می‌خورند؟



*راز کامیابی ملت‌های کامیاب و ناکامی ملت‌های ناکام
*دو تلقی متفاوت از سیاست و اقتصاد و نتایج عملی این دو تلقی
*راه‌های برون رفت از ناکامی

کتاب «چرا کشورها شکست می‌خورند» طبق معیارهای متعارف دانشگاهی، اثری اقتصادی نیست؛ و باز طبق همین معیارها اثری سیاسی، جامعه‌شناختی، حقوقی و تاریخی هم نیست و در عین حال کتابی است بس دقیق و جامع درباره همه این رشته‌های علمی. همین ویژگی اخیر است که تحسین عالمان اقتصاد، سیاست، فرهنگ، جامعه و تاریخ را برانگیخته است. ستاینندگان کتاب به تصریح یا تلویح، آن را از نمونه‌های درخشان مطالعات بین‌رشته‌ای تشخیص داده و گفته‌اند که مولفان، دانشنامه‌ای کم‌نظیر در علوم اجتماعی آفریده‌اند که به پرسش‌های بنیادی در باب علل فقر و غنای کشورها پاسخی قانع‌کننده داده است. گری بکر برنده نوبل اقتصاد درباره این کتاب می‌گوید: مولفان به طرز مجاب‌کننده‌ای نشان داده‌اند که کشورها فقط اگر دارای نهادهای اقتصادی مناسب و به‌ویژه مالکیت خصوصی و رقابت باشند، خواهند توانست از چنبره فقر رها شوند. بحث مبنایی‌تر آنها این است که کشورها به شرطی می‌توانند نهادهای شایسته ایجاد کنند که نظام سیاسی آزاد و تکرگرا و رقابت بر سر مناصب سیاسی انتخابات آزاد و آغوشی گشوده بر روی سیاستمداران جدید داشته باشند. نقطه کانونی کار مولفان، رابطه تنگاتنگ میان نهادهای سیاسی و نهادهای اقتصادی است و به مطالعه‌ای بسیار مهم در باب پرسش‌های اساسی انجامیده است.

دموکراسی: مقدمه‌ای بر انتخاب عمومی



*بزرگ‌ترین نقطه قوت دموکراسی، مهار سیاستمداران است

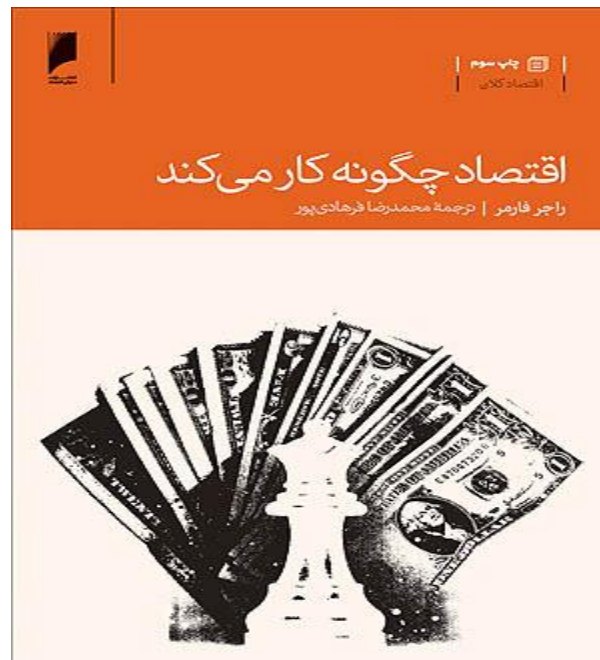
*دموکراسی مانع حذف بازار و سلب مالکیت می‌شود

*سیاستمداری که دو قاعده بالا را نشناسد، قدرتش زائل می‌شود

ما زمانی می‌توانیم به شناخت دموکراسی نائل شویم که نقاط قوت و ضعف آن را شناخته باشیم. بزرگ‌ترین نقطه قوت آن، کنترل رهبران است. دموکراسی می‌تواند جلوی دولتمردانی را که قصد حذف اقتصاد بازار یا در بدترین حالت، سلب مالکیت اموال مردم، به بردگی کشاندن انسان‌ها و تحمیل یک جنگ را دارند بگیرد. رهبران انواع دولت‌ها می‌توانند یک نظام اقتصادی در بازار ایجاد کنند. این کار فقط نیاز به ایجاد نظام مالکیت خصوصی دارد تا به افراد امکان دهد برای ایجاد هرآنچه ثروت تلقی می‌شود به یکدیگر انگیزه بدهند. با این حال، بدون دموکراسی «کامل» مبتنی بر قانون اساسی، ثروت مردم در خطر مصادره یا استهلاک حاصل از تغییرات هوس‌بازانه در سیاست‌های دولت خواهد بود.

در حالت افراطی، در دولت استبدادی، حاکم مستبدی که بر یک اقتصاد بازار موفق حکمرانی می‌کند می‌تواند در جهت مصادره ثروت و کشتن معترضان اقدام کند. به احتمال زیاد، مستبدی که قدرت درک نیروهای مولد بازار و محدودیت برنامه‌ریزی مرکزی را ندارد، در نهایت قدرت را از دست می‌دهد. او از طریق قوانین نسنجیده، گسترش فساد یا ماجراجویی‌های نظامی و اقتصادی بی‌پروا، حقوق مالکیت را مسدود می‌کند؛ در نتیجه، انگیزه‌های تولید را که در نهایت به نفع دیگران است، از بین خواهد برد.

اقتصاد چگونه کار می‌کند؟



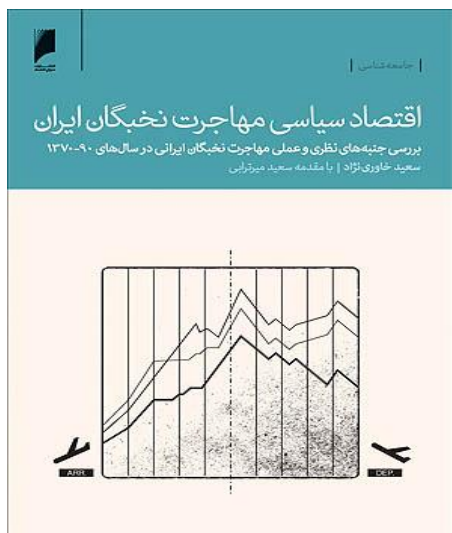
* رابطه اشتغال و تورم و نرخ بهره چگونه شکل می‌گیرد؟

* نظریه‌های اقتصادی برای بحران کنونی اقتصاد جهان چه توضیحی دارند؟

* مبنای اختلاف روزنامه‌نگاران و سیاستمداران و اقتصاددانان بر سر بحران‌های اقتصادی چیست؟

اقتصاد کلان با اشتغال و تورم و نرخ‌های بهره سروکار دارد: اشتغال و تورم و نرخ‌های بهره چگونه با هم مرتبط می‌شوند و تحت‌تأثیر سیاست‌های پولی و مالی دولت قرار می‌گیرند؟ کتاب «اقتصاد چگونه کار می‌کند» توضیحی شمرده و موشکافانه در خصوص اقتصاد کلان با هدف کمک به خواننده عادی فراهم می‌کند که تخصصی در حوزه اقتصاد ندارد. این کتاب برخی ایده‌های جدید مطرح می‌کند و توضیح می‌دهد که چگونه به فراسوی اقتصاد کلاسیک و کینزی قدم می‌گذارد. رویکردی تازه برای ممانعت از پیدایش بحران‌های مالی آتی ارائه و راه‌حل‌های سیاست‌گذاری عملی‌ای را بر اساس بنیادی کاملاً علمی پیشنهاد می‌کند. این کتاب برای شما است - خواننده عادی - که می‌خواهید از همه چیز سر در بیاورید. چرا اختلافات زیادی میان روزنامه‌نگاران و سیاستمداران و اقتصاددانان دانشگاهی درباره علل رکودها وجود دارد؟ چه چیزی در ۲۰۰۸ در مسیر اشتباه حرکت کرد و چگونه می‌توانیم آن را تصحیح کنیم؟ کینز که بود و چرا ایده‌هایش امروزه اهمیت دارد؟ نقش سیستم فدرال رزرو و بانک مرکزی انگلیس و بانک مرکزی اروپا در اقتصاد چیست و آنها چگونه زندگی شما را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند؟ آیا برای دولت‌های سراسر جهان قابل‌توجه است که صدها میلیارد دلارها، پوندها و یوروهای مالیات‌دهندگان را هزینه کنند که مالک آنها نیستند؟ در این کتاب، به تمامی این پرسش‌ها با ارائه مثال‌هایی پاسخ داده می‌شود

اقتصاد سیاسی مهاجرت نخبگان ایران .



* بررسی جنبه‌های نظری و عملی مهاجرت نخبگان ایرانی در سال‌های ۹۰ - ۱۳۷۰

* تاثیر اقتصاد دولتی، بیکاری و دستمزد تحصیلکردگان بر مهاجرت

* نقش ساخت‌های اجتماعی و سیاسی در تشویق مهاجرت نخبگان

با وجود ظرفیت‌های بالقوه فراوان کشور، مهاجرت چشمگیر نخبگان علمی از ایران به صورت مساله‌ای نگران‌کننده درآمده و روشن است که روند توسعه دانش و فناوری در کشورمان از آثار مخرب این پدیده ناگوار بی‌نصیب نمانده است. مهاجرت به معنای حرکت از مبدأ دفع‌کننده به مقصد جذب‌کننده است؛ بنابراین پدیده مهاجرت نخبگان هم در عوامل و زمینه‌های داخلی یک کشور ریشه دارد و هم در عوامل و زمینه‌های بیرونی خارج از کشور. امروزه عموم کشورهای در حال توسعه با شدت و ضعف متفاوت با معضل فرار مغزهای خود روبه‌رو هستند. آمارهای رسمی و غیررسمی ارائه‌شده درخصوص وسعت و دامنه پدیده فرار مغزها در ایران گویای این واقعیت است که امروزه جریان خروج نیروی انسانی متخصص و برخوردار از سرمایه انسانی بالا و بسیار کارآمدی همچون استادان دانشگاه‌ها، پزشکان، پژوهشگران، مهندسان و... به صورت یک معضل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در کشور درآمده و بیم‌ها و نگرانی‌های زیادی را در کشور برانگیخته است. البته پدیده فرار مغزها معضلی چند ده ساله به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه است، اما امروز بیم آن می‌رود که به‌واسطه گسترش روندهای جهانی شدن و بهبود وسایل ارتباط جمعی و سهولت سفر، به شکل نگران‌کننده‌تری کشورهای آسیب‌پذیر را تهدید کند. در واقع روندهای جهانی شدن در دنیای امروز، به‌شکلی آشکار تفاوت‌های شرایط کار، زندگی و امکانات شغلی در یک کشور پیشرفته را با یک کشور در حال توسعه به‌نمایش می‌گذارند و با این کار، نیروهای دافعه و جاذبه موثر بر مهاجرت این افراد را تشدید می‌کنند.

تجارت جهانی و نظام پرداخت‌ها



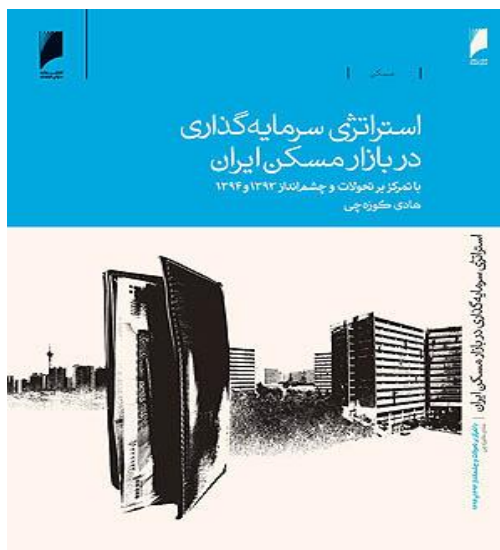
*الگوهای اساسی تجارت بین‌الملل کدامند؟

*چه کسی چه کالایی تولید می‌کند و چرا؟

*تعرفه‌ها چگونه بر تجارت جهانی اثر می‌گذارند؟

پاره‌ای از الگوهای تجاری محتاج توضیح زیادی نیستند. اگر شما در ایالات متحده زندگی می‌کنید و قهوه دوست دارید، قهوه شما از برزیل یا کشورهای دیگر تولیدکننده قهوه وارد شده است؛ زیرا در داخل کشور تولید نمی‌شود. اگر در آلمان یا ایتالیا زندگی می‌کنید، به منابع خارجی برای عرضه سوخت یا روغن موتور اتومبیل شکاریتان وابسته‌اید. اگر چنین وارداتی قطع شود، آسایش شما یا «درآمد حقیقی‌تان» به‌طور قطع کاهش خواهد یافت. چنانچه همه انواع تجارت از این نوع بودند یعنی هر کشور کالاهایی را تولید می‌کرد که از سوی همه کشورهای دیگر طالب داشت، اما فقط در آن کشور یافت می‌شد، دیگر نیازی نبود که اقتصاددانان به تشریح و تفسیر محاسن تجارت بپردازند یا الگوهای تجاری را توضیح دهند، چرا که این‌ها دیگر بدیهیات بودند. هر ساله میلیاردها دلار در تجارت جهانی روی اقلامی نظیر قهوه، کروم، مس، چای، روغن، شکر و دیگر اقلامی صرف می‌شود که طبیعت آنها را تنها در پاره‌ای از سرزمین‌ها و نه جاهای دیگر قرار داده است. چگونه می‌توان به بهترین وجه، به درک ریشه‌های منافع حاصله از تجارت دست یافت؟ استراتژی ما در طول این کتاب این است که قبل از آنکه به موارد پیچیده بپردازیم از ساده شروع کنیم. این کتاب می‌کوشد این مساله را توضیح دهد که چرا و چگونه کالایی از کشوری به کشورهای دیگر می‌رود و مبنای رفتار بازرگانان و دولت‌ها چیست.

استراتژی سرمایه‌گذاری در بازار مسکن ایران



*داستان آموزنده درباره نحوه شکل‌گیری و ترکیدن حباب مسکن

*برخی تحلیل‌های نادرست در رابطه با بازار مسکن

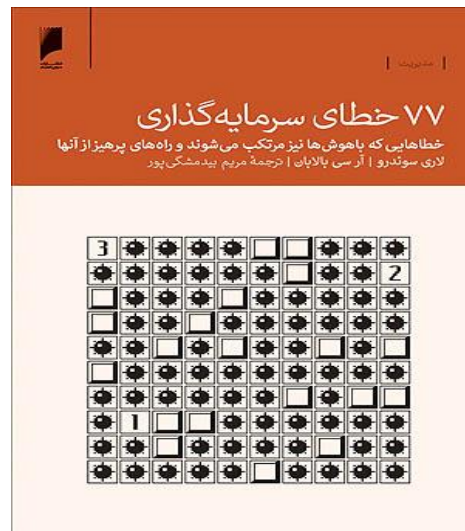
*پیش‌بینی روند ساخت و ساز و سرمایه‌گذاری و تاثیر آن بر اقتصاد کلان

هدف این کتاب، بررسی بازار مسکن از نگاه سرمایه‌گذاران فردی، شرکت‌ها، انبوه‌سازان و سایر فعالان مسکن در بخش عرضه و تقاضا است؛ تا بهترین استراتژی برای نحوه حضور و سرمایه‌گذاری، خروج از این بازار یا عدم حضور در آن، با هدف کسب بهترین بازدهی برای سرمایه‌گذار یا خریدار مصرفی از یکسو و عرضه‌کننده (سازنده) از سوی دیگر تدوین شود. کتاب می‌خواهد با دید واقع‌بینانه بررسی کند، چه میزان بازدهی از سرمایه‌گذاری در بخش مسکن ایران به‌صورت تاریخی حاصل شده است و احتمالاً روند تحولات در سال‌های آتی چگونه خواهد بود.

بر این اساس، با نگاه به عوامل درونی و برونی تاثیرگذار بر این حوزه، مکانیزم تحولات بازار مسکن مورد تحلیل قرار خواهد گرفت. تلاش شده است در اکثر تحلیل‌ها، از هر دو جنبه کیفی و کمی استفاده شود. به این ترتیب کتاب سه دسته مخاطب دارد:

- سازندگان و عرضه‌کنندگان شخصی و شرکتی در حوزه مسکن
- خریداران و سرمایه‌گذاران شخصی و شرکتی در حوزه مسکن
- صنایع و فعالان اقتصادی وابسته به بخش مسکن مانند بانک‌ها و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات بخش مسکن

۷۷ خطای سرمایه‌گذاری



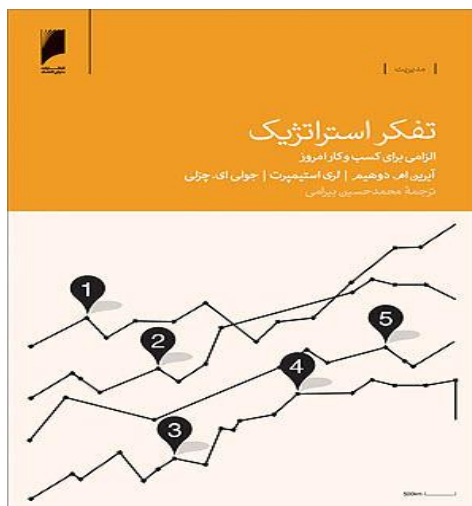
* بررسی خطاهایی که باهوش‌ها نیز مرتکب می‌شوند و راه‌های پرهیز از آنها

* بزرگ‌ترین تهدید برای سرمایه‌گذاری هر کسی خود اوست!

* راه و رسم باهوش‌هایی مانند خودتان را که کاری مشابه شما می‌کنند بشناسید

در سرمایه‌گذاری، اطلاع صرف از چگونگی عملکرد بازار، اختصاص درست و به موقع سرمایه‌ها و چگونگی انتخاب حامل‌های سرمایه‌گذاری هیچ‌گاه کافی نیست. لازم است بدانیم چگونه تمایلات طبیعی انسانی و رفتارهایمان بر تصمیمات سرمایه‌گذاری تاثیر می‌گذارند. حوزه سرمایه‌گذاری رفتاری به ما کمک می‌کند تا چنین ارتباطی را به درستی درک کنیم و در نتیجه به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا سرمایه‌گذاری بهتری انجام دهند و برنامه‌هایی را که در ذهن دارند به خوبی پیش ببرند.

در این کتاب فهرستی از ۷۷ خطا در سرمایه‌گذاری که از رفتارهای ما به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم نشات می‌گیرد، ارائه شده است. به‌عنوان مثال، کتاب به ما متذکر می‌شود که اعتماد به نفس بیش از حد، ما را به سمت تصمیمات نادرست در بازار سرمایه‌گذاری هدایت می‌کند. بخش بزرگی از این اعتماد به نفس کاذب ناشی از چارچوب فکری است که برای خود تنظیم می‌کنیم. زمانی که من ترغیب می‌شوم به‌واسطه خرید یک سهام خاص که در تلویزیون برای آن تبلیغ می‌شود، در بازار راه پیدا کنم، از خودم سوال می‌کنم «فرد احمقی که در طرف دیگر این معامله قرار دارد چه کسی است؟ چنانچه من خریدم را به این دلیل انجام می‌دهم که از بالا رفتن قیمت آن سهام مطمئن هستم، آن احمقی که می‌خواهد آن را بفروشد چه کسی است؟ در هر معامله‌ای یک فرد نادان وجود دارد و این افراد نادان سرمایه‌گذارانی هستند که در موقعیت خاص هزینه نادانی خود را پرداخت می‌کنند



- * ضرورت‌های کسب و کار در جهان امروز کدامند؟
- * چه چیزی استراتژی را «استراتژیک» می‌کند؟
- * رهبران اثربخش بر کسب و کار چه تاثیری می‌گذارند؟

این کتاب، علاوه بر اعطای نقش برجسته به مدیران و تفکر مدیریتی در فرآیند مدیریت استراتژیک، دو مضمون دیگر را نیز در کانون توجه قرار می‌دهد: ماهیت پویا و دائم‌التغییر محیط‌های کسب و کار و ارزش دانش و یادگیری سازمانی. از این رو بر ماهیت پویای محیط‌های کسب و کار تمرکز می‌کنیم که تغییر واقعیتی از زندگی در دنیای کسب و کار است و عمده موفقیت سازمانی بر توانایی مدیران در پیش‌بینی و واکنش در قبال تحول در صنعت متکی است. افزون بر آن، سازمان‌های کسب و کار دیگر ناگزیر از یادگیری و کسب دانش جدید هستند، ولی همچنین باید دارای ساختاری باشند که به‌طور اثربخش دانش و اطلاعات را از دارندگان آنها به نیازمندان آنها منتقل کند. در پایان هر فصل، توضیح می‌دهیم که چگونه مواد آن فصل با این مضامین مرتبط می‌شوند. در سرتاسر کتاب، نه تنها ایده‌ها و مفاهیم را معرفی می‌کنیم؛ بلکه تصاویر فراوانی از این مفاهیم را ارائه می‌کنیم تا نشان دهیم چگونه این مفاهیم را می‌توان در وضعیت‌های واقعی کسب و کار به کار برد و درک و یادگیری را تقویت کرد. در عین اینکه مثال‌های بسیاری از دنیای معاصر ارائه می‌کنیم، مثال‌های تاریخی را نیز عرضه کرده‌ایم چون باور داریم که این مثال‌ها حقایقی کهنه نشدنی را فراهم می‌سازند که با وقایع امروز هم کاملاً مرتبط هستند. سرانجام، پایان هر فصل دربرگیرنده قسمت «پرسش‌های کلیدی برای مدیران» است که در آن از خوانندگان می‌خواهیم مهم‌ترین نظرات عرضه‌شده در فصل را انتخاب کنند و آنها را در وضعیت‌های واقعی شرکت به کار بندند. دانشجویانی که در شرکت‌ها کار کرده‌اند می‌توانند این پرسش‌ها را بر وضعیت آن شرکت‌ها تطبیق دهند.

سبک‌های رهبری بنگاه



تونی کپینبرگر

چرا سبک‌های رهبری سازمانی که امروزه به کار می‌روند، این قدر اهمیت یافته‌اند؟ چرا آنها باید با سبک‌های قدیمی‌تر متفاوت باشند؟

در آغاز قرن بیست‌ویکم، درک تغییرات عظیمی که حدوداً طی صد سال در فضای کاری صورت گرفته، بسیار دشوار است. اما برای فهم اینکه چرا امروزه رهبری و به‌ویژه سبک‌های رهبری اهمیتی این‌چنین حیاتی یافته‌اند، اشاره به این تغییرات در اینجا خالی از لطف نیست. طی چند دهه گذشته، انقلاب در فناوری اطلاعات تاثیر شگرفی بر سازمان‌ها و با توجه به چگونگی فعالیتشان، برنامه‌ریزی و سازماندهی آنها داشته است. ما از سلسله‌مراتب هرمی با ساختارهای وظیفه‌محور به سمت سازمان‌های بازتر با شبکه‌های ارتباطی بیشتر و مرزهای درونی و برونی کمتر حرکت کرده‌ایم. این باور وجود دارد که فناوری اطلاعات و تحولات سازمانی در قالب تعاملی نمادین در هم تنیده شده‌اند و هر کدام موجب شکل‌گیری دیگری می‌شود.

شکی وجود ندارد که ارتباط دیجیتال چندان هم جدید نیست (نخستین نامه الکترونیکی در جولای ۱۹۷۰ فرستاده شد)، اگر چه شبکه بین‌المللی واقعی - آنچه ما امروزه آن را اینترنت می‌خوانیم - تا اواخر دهه نود، هنوز فعالیتش آغاز نشده بود. اما از اوایل دهه نود بود که شبکه جهانی اینترنت راه‌اندازی شد و تازه در اواسط همان دهه استفاده از آن در سراسر جهان فراگیر شد. حتی در همان زمان کوتاه هم تاثیرات عظیمی بر جای گذاشت، اگرچه هنوز مسیری طولانی در پیش رو دارد. آنچه تا کنون تردیدی در آن وجود ندارد، این است که شیوه به‌کارگیری و بهره‌برداری از فناوری اطلاعات و به‌ویژه اینترنت، برای راهبرد سازمان‌ها و بقای آنها روز به روز حیاتی‌تر می‌شود. نظر به سبک‌های رهبری، دو مساله فوراً به ذهن متبادر می‌شود. یکی نوع نگرش و برخوردی است که رهبران سازمانی در قبال فناوری اطلاعات از خود نشان می‌دهند و دیگری سبک رهبری و شیوه به‌کارگیری شخصی فناوری اطلاعات توسط رهبران است.

کالبدشناسی حساب‌های بازار سهام



گئورگی کومارومی

ما می‌دانیم حساب‌ها وجود دارند، اما حتی نمی‌توانیم وجودشان را اثبات کنیم (شاخص‌های ما چنین قابلیت‌هایی ندارند). می‌دانیم که حساب‌ها در شرایط خاص «می‌ترکند»، اما هنوز نتوانسته‌ایم شرایط لازم و کافی آن را تعریف کنیم... اقتصاددانان، اغلب اصطلاح «حساب بازار سهام» را برای تایید تحلیل خود از بازار یا در توضیح رویدادهای گذشته و حال به کار می‌گیرند. این اصطلاح، بخشی از واژگان حرفه آنها و یکی از تعبیر رنگارنگ و تاثیرگذار مورد استفاده در علم اقتصاد است. اما حساب دقیقاً چیست؟

پرسش علمی این کتاب این است که: حساب قیمت چرا و چگونه تشکیل می‌شود و می‌ترکد و شرایط لازم و کافی آن چیست؟ برخی از مطالعات پیشین به این پرسش‌ها پرداخته‌اند و از دهه ۱۹۹۰ به بعد با تعداد روزافزون مقالات و مطالعات علمی و شبه‌علمی با موضوع تغییرات قیمت بازار سهام مواجه هستیم. اما نتایج متناقض و نه چندان باثباتی که از طیف وسیع تحقیقات به عمل آمده است، حتی وجود خود حساب‌ها را زیرسوال می‌برد. این موضوع نشان می‌دهد که اقتصاددانان مفهوم حساب را به دلیل عدم وجود مفهومی بهتر به کار می‌برند؛ زیرا نمی‌توانند درباره رویدادهای زیربنایی آن ادعاهای معتبر علمی ارائه کنند. مولف کتاب «کالبدشناسی حساب‌های بازار سهام» کوشیده است به نقطه ضعف نظریه‌های اصلی بپردازد و تفاسیر مربوط به حساب بازار سهام را در یک چارچوب مفهومی معتبر واحد ادغام کند. این نوشتار درصدد یافتن پاسخی برای این پرسش است که چه وقت می‌توانیم پدیده‌ای در بازار سهام را حساب بنامیم.

برنامه‌ریزی استراتژیک مبتنی بر سناریو



برکهارد شوئنکر، تورستن وولف / محمدحسین بیرامی‌قطع رقی

جهانی‌شدن سبب شده تا دنیا به هم متصل‌تر شود. فناوری جدید و تجارت آزاد میان مناطق بزرگ اقتصادی بر رشد و ثروت جهانی افزوده‌اند، اما همچنین مدیریت و عملیات را برای سازمان‌ها پیچیده‌تر کرده‌اند. این پیچیدگی، در ترکیب با بی‌ثباتی فزاینده صنایع و محیط عمومی، بر سطوح عدم اطمینان در دنیای کسب‌وکار می‌افزاید و چالش‌های جدیدی را برای مدیریت و تصمیم‌گیری استراتژیک می‌آفریند، چون تحولات آتی نسبت به گذشته کمتر قابل پیش‌بینی‌اند. تحت چنین شرایطی، ابزارهای سنتی برنامه‌ریزی دیگر قادر به برآورده ساختن مطالبات مدیران اجرایی و برنامه‌ریزان استراتژیک نیستند.

موضوع محوری این کتاب «برنامه‌ریزی استراتژیک مبتنی بر سناریو» یا چارچوبی روشمند برای ایجاد استراتژی‌ها در دنیایی نامطمئن است.

برنامه‌ریزی سناریو در دهه ۱۹۷۰ در شرکت نفت شل آغاز شد. این نوع برنامه‌ریزی با چارچوب‌های اولیه استراتژی فرق دارد؛ چون، با در نظر گرفتن بی‌ثباتی و پیچیدگی، عدم اطمینان را با فرآیند استراتژی در هم می‌آمیزد. به‌ویژه، تحولات آتی ممکن گوناگون را تجزیه و تحلیل می‌کند و عواملی را هم از صنعت تحت بررسی و هم محیط عمومی درون چارچوب تلفیق می‌کند.

افزون بر آن، به‌واسطه تدوین گزینه‌های استراتژیک مختلف، نوعی انعطاف‌پذیری فراهم می‌کند که به شرکت‌ها امکان می‌دهد با بی‌ثباتی در محیط انطباق یابند.



رابین بیرن و پاتریک فورسیث

تقریباً همه کسب و کارها در محیطی رقابتی رخ می‌دهند. رقابت مستقیم و غیر مستقیم در صورتی که مجال یابد می‌تواند حتی بهترین طرح‌های شما را خنثی کند. مطمئناً فعالیت‌های تجاری باعث ایجاد یک «هدف متحرک» می‌شوند که لازمه آن تنظیم مداوم استراتژی‌ها است. رقابت روز به روز بیشتر ابعاد بین‌المللی پیدا می‌کند و همین باعث افزایش تاثیر آن بر فعالیت‌های شما می‌شود.

از طرفی، بازارها و مشتریان هم دمدمی مزاج هستند. بازارها به همان اندازه که متاثر از اوضاع اقتصادی هستند از مد و گرایش عمومی تاثیر می‌پذیرند. مشتریان روز به روز طلبکارتر و دمدمی مزاج‌تر می‌شوند و وفاداری آنها به محصولات و برندها کم‌رنگ‌تر می‌شود و بنابراین همه چیز موقتی‌تر از گذشته است. مجموعه‌ای از عوامل بیرونی بر بازارها تاثیر می‌گذارند و میل مشتریان به خرید را دستخوش تغییر می‌کنند.

از جمله این عوامل می‌توان به عوامل اقتصادی و توان هزینه‌کرد مشتریان، عوامل سیاسی و شکل مجوز فعالیت بازارها، عوامل اجتماعی تاثیرگذار بر نحوه زندگی افراد و نیازهای آنان، عوامل مبتنی بر فناوری مانند پیدایش فناوری اطلاعات و عوامل زیست‌محیطی که ممکن است بر انتخاب و مقررات‌گذاری تاثیر بگذارند اشاره کرد. همه این عوامل شکل پویایی دارند و شاهد مثال آن ضرباهنگ تغییر کنونی در حوزه کامپیوترها و فناوری است. تغییرات دیگر ممکن است ضرباهنگ کندتری داشته باشند، اما نقش آنها در تغییر مسائل همچنان برجسته باشد. کتاب «بازار پژوهی» تلاشی است برای نشان دادن راه و رسم کسب و کار در چنین فضایی.

قدرت هوش هیجانی



دانیل گلمن /

این کتاب در واقع نخستین مجموعه جامع یافته‌ها و نوشته‌های دانیل گلمن در حوزه رهبری و مدیریت سازمانی است. این مجموعه که به کرات به آن ارجاع می‌شود و درستی مطالب آن بارها توسط پژوهش‌های متعدد به اثبات رسیده است، به رشد و پرورش مدیریت، رهبری سازمانی و عملکرد برجسته کمک شایان توجهی می‌کند و دربرگیرنده فصل‌های زیر است: مدیریت بر دل‌ها، چه چیزهایی یک رهبر سازمانی را می‌سازد؟، رهبری بر مبنای نتیجه، IQ گروهی، رهبری بنیادین، ذهن اجتماعی، نقطه شیرین موفقیت، رشد و پرورش هوش هیجانی.

گلمن می‌گوید: «نتایج بیش از دو دهه پژوهش و کار عملی که به خوبی تاثیر مثبت هوش هیجانی بر بهبود و ارتقای عملکرد شخصی و سازمانی را نشان می‌دهد، در این اثر گرد هم آورده‌ام. مطالب این کتاب را جعبه ابزار کار خود در نظر بگیرید. هر فصل به مثابه ابزار منحصربه‌فرد و مفیدی است که به رهبران، مربیان، کارکنان بخش‌های منابع انسانی و مدیران کمک می‌کند تا به نحو اثربخشی دیگران را هدایت و تهییج نمایند.» دانیل گلمن توسط موسسه تغییر راهبردی اکسنچوویت، به‌عنوان یکی از ۱۰ برترین اندیشمند کسب‌وکار معرفی شد. همچنین وال استریت ژورنال او را به‌عنوان یکی از ۱۰ متفکر تاثیرگذار در حوزه کسب‌وکار در تاریخ معرفی می‌کند. مقاله‌های متعدد گلمن که سال‌ها در هاوارد بیزنس ریویو منتشر شده‌اند توانسته‌اند بیشترین خوانندگان و نظرات را در سال‌های اخیر به خود جلب کنند.

هنر کارآفرینی



راجر کارترایت

کارآفرین شخصی است که آمادگی خطر کردن حساب شده را برای سرمایه‌گذاری تجاری داشته باشد و در صورت موفقیت، سودهای به‌دست آمده را در سرمایه‌گذاری‌های آتی هزینه کند، در صورت شکست نیز، تجربه به‌دست آمده را نوعی آموزش تلقی کند و به دنبال پیش بردن اهداف خود باشد.

کارآفرینان برای پیشبرد صنعت تجارت حیاتی هستند. براساس گفته‌های جورج برنارد شاو، پیشرفت تماما محتاج انسان‌های غیرعادی است. افراد معقول و حسابگر خود را با محیط وفق می‌دهند، حال آنکه افراد غیرعادی سعی می‌کنند جامعه و محیط را با خود سازگار سازند.

بنابراین شاو باور دارد که پیشرفت‌ها و تغییرات وابسته به افراد غیرعادی است. بر این اساس، کارآفرینان از آنجا که وضع موجود و تفکرات مرسوم را قبول ندارند نامعقول محسوب می‌شوند. آنها هم در زمینه محصولات و خدمات و هم در زمینه روش ارائه آنها ایده‌های جدید پیشنهاد می‌کنند.

فرد کارآفرین و سازمان او به‌دنبال فرصت‌ها هستند و براساس آنها اقدام می‌کنند و هر جا که لازم باشد متحمل ریسک می‌شوند (معمولا ریسک‌های حساب شده و بررسی شده). شکست به‌عنوان یکی از عواقب طبیعی فرهنگ کارآفرینی به حساب می‌آید و موقعیتی است برای یادگیری و رسیدن به سودهای احتمالی در آینده.



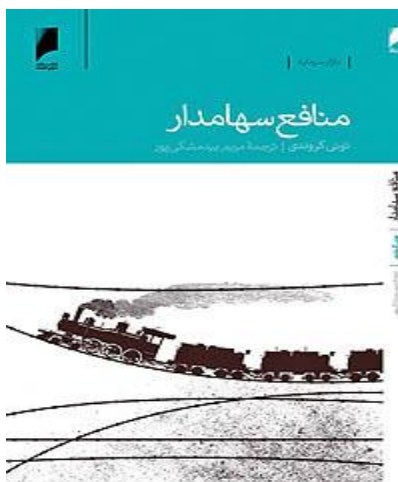
اندرو هلمز / سمیرا صادق ابدلی

اگر ریسکی وجود نداشت، هیچ فرصتی برای سودآوری و کسب موفقیت در نقطه‌ای که دیگران در آن ناموفقند، به وجود نمی‌آمد. بنابراین، سازمان‌های موفق در پی مدیران ریسک‌پذیرند. چنین مدیرانی علاوه بر اینکه ریسک‌هایی را که با آن روبه‌رو می‌شوند می‌شناسند، می‌دانند که چطور باید آنها را مدیریت کرد. عکس این قضیه نیز صدق می‌کند، یعنی سازمان‌هایی که در مدیریت ریسک ضعیف هستند، فرصتی را وقف بررسی افق ریسک‌های احتمالی نمی‌کنند و در عوض، آینده سازمان را به تقدیر خود رها می‌کنند. این موضوع همواره به معنای غافلگیر شدن، افت سهم بازار، اعمال مسوولیت بیش از اندازه و از دست دادن فرصت‌ها است. متأسفانه، مدیریت ریسک دیگر فرآیندی ساده نیست.

عناصری مانند تغییر فناوری و صنعت جهانی‌سازی، ماهیت ساختاری ریسک را پیچیده‌تر کرده است. دیگر ریسک رویدادی مجزا نیست، بلکه عاملی متصل به زنجیره‌ای از واکنش‌ها است که موج آن می‌تواند سراسر جهان را فرا بگیرد. برای مثال، در اواخر دهه ۱۹۹۰، شاهد تأثیرات عدم بازپرداخت وام‌های داخلی روسیه و تأثیر آن بر ورشکستگی صندوق مدیریت سرمایه بلندمدت بودیم.

در هر دو حالت، تأثیر رویداد در سیستم مالی جهانی احساس می‌شد و لازم بود دولت‌های مرکزی یا از طریق نگاه‌داشتن ارزهای متاثر یا از طریق کاهش نرخ بهره برای تعدیل‌سازی در بازارها، مداخله کنند.

منافع سهامدار



تونی گروندی | مریم بیدمشگی پور

در نخستین نگاه، به نظر نمی‌رسد منافع سهامداران و استراتژی با یکدیگر هم‌راستا باشند. به‌منظور هم‌سو ساختن این دو منظر، به یاد کتاب قصه مورد علاقه کودکان می‌افتیم که در آن دو هیولا شخصیت‌های اصلی بودند - یکی آبی و دیگری قرمز. با غروب خورشید یک هیولا می‌گوید: «شب آغاز شده است.» و دیگری می‌گوید: «روز پایان یافته است.» دو هیولا بر سر این موضوع با هم مجادله کرده و آنقدر به یکدیگر سنگ پرتاب می‌کنند تا خسته شده و بر زمین بیفتند. در این موقع متوجه می‌شوند که با هم هم‌عقیده‌اند و تنها تمامی سنگ‌های کوه را به سوی یکدیگر پرتاب کرده‌اند. منافع سهامدار و استراتژی دقیقاً همین وضعیت را دارند - نه تنها نافی یکدیگر نیستند، بلکه مکمل هم هستند. علاوه بر این، هر یک به دیگری نیاز دارد تا اطمینان حاصل کند استراتژی‌ها به‌منظور خلق ارزش اقتصادی و نه نابودی آن قرار دارد. منافع سهامدار اکنون به این شکل تعریف می‌شود: «ارزش کنونی نقدینگی آینده شرکت یا پروژه مشخص یا یک تصمیم. این ارزش کنونی هم از دیدگاه مدیریتی و هم از سوی سهامداران خارجی قابل بررسی است.» مدیریت استراتژی به‌منظور ایجاد منافع سهامدار موجب می‌شود بحث‌های مالی به‌جای در حاشیه بودن در خدمت تدوین استراتژی قرار گیرند. ایجاد منافع سهامدار به هدایت استراتژی به سمت انتخاب‌هایی می‌انجامد که به شکل‌گیری چرخه‌ای سالم برای بهبود عملکرد تجاری، فرصت‌های بیشتر و کیفیت بهتر توانایی‌ها و منابع منجر می‌شود. منافع سهامداران به دنبال تمرکز مدیریت در تعقیب استراتژی‌هایی است که به بهینه‌سازی نقدینگی نزولی آینده کلیه کسب‌وکارها و در نتیجه شرکت می‌پردازد