

# ماہنامہ

# زنشمار



شماره اول | آبان 1403 | همراه با پیش بینی بازار طلا

اقتصاد، کسب و کار، یادگیری، معرفی، پیشرفت، کوچینگ

## معرفی هدف مجله

در دنیایی که صدای زنان اغلب شنیده نمی شود، ما قلمها و افکارمان را به هم پیوند می زنیم تا مجله ای خلق کنیم که الهام بخش و تحول آفرین باشد. "**ماهنامه باشگاه زنان پیشرو**" که نتیجه شیرین یک کار تیمی از اعضای باشگاه ماست، نه تنها یک مجله بلکه نمادی از مسیر پرشکوهی است که در پیش داریم.

ما، با اشتیاق و هدفی مشترک گرد هم آمده ایم تا دانش و تجربیات خود را در حوزه های کسب و کار، اقتصاد و سرمایه گذاری به اشتراک بگذاریم. در این مجله، کلمات به ابزاری قدرتمند تبدیل می شوند که نه تنها راهنمایی برای زنان جویای راه در این عرصه ها است، بلکه پویایی و توانمندی را در هر سطری فریاد می زند.

در این صفحات، با پیچیدگی بازارهای مالی آشنا خواهید شد، مفاهیم اقتصادی را با زبانی ساده درک خواهید کرد، و مهارت هایی را می آموزید که شما را به رهبرانی توانمند در دنیای تجارت تبدیل می کند. با هر مقاله، هر تحلیل و هر نکته ای که می خوانید، قدمی به سوی شکوفایی برمی دارید. ما با هر کلمه، هر جمله و هر پاراگراف، دنیای کسب و کار و سرمایه گذاری را برای شما روشن تر می کنیم. این مجله، دعوتی است به کشف توانایی های پنهان و باور به استعدادهایتان.

در این سفر همراه ما باشید، جایی که زنان، آینده خود را می سازند و افق های تازه ای را در دنیای تجارت فتح می کنند.

## دست اندرکاران این شماره

رزیتا مرادی، فاطمه فاطمی، پرستو مسکریان، یوشا نعمانی، مارال فرزانه، روزبه عسکری، مهتاب خواره

# مردان

## تازه‌های باشگاه 4

### کسب و کار

5 جعبه ابزار

8 کارگاه یادگیری

### اقتصاد

10 سواد اقتصادی

12 اتاق مشاوره مالی

### معرفی

14 کتاب

16 فیلم

18 گفت و گوهای الهام بخش

20 زنگ کوچینگ

# تازه‌های باشگاه

## ترکیب آموزش‌های تخصصی و خودشناسی

این دوره آموزشی، ترکیبی منحصر به فرد از دو جنبه مهم را ارائه کرد. از یک سو، شرکت‌کنندگان با آموزش‌های تخصصی و عملی در مورد بازار ارزهای دیجیتال، یکی از نوین‌ترین و پرتحرک‌ترین عرصه‌های اقتصادی آشنا شدند. این آموزش‌ها، مهارت‌های مالی و سرمایه‌گذاری را در اختیار زنان قرار داد تا بتوانند در دنیای تجارت دیجیتال، حضوری موثر داشته باشند.

از سوی دیگر، بخش مهمی از این دوره به خودشناسی و تقویت ارتباط با خود اختصاص داشت. شرکت‌کنندگان با کمک یک کوچ توسعه فردی و کسب و کار، فرایندی درونی را طی کردند تا خود واقعی خود را کشف کنند. پرورش مهارت‌های رهبری، جرات‌ورزی و ارتباط موثر با خود، باعث شد زنان با قدرت و اعتماد به نفس بیشتری به استقبال چالش‌های دنیای تجارت بروند.

این ابتکار باشگاه زنان پیشرو، گام مهمی در راستای توانمندسازی زنان و ترویج حضور موثر آنها در دنیای تجارت است. با ادامه چنین تلاش‌هایی، می‌توان امیدوار بود که زنان، با خودباوری و اعتماد به نفس، جایگاه شایسته خود را در عرصه اقتصاد و تجارت به دست آورند و به عنوان نیروی محرکه‌ای قدرتمند، جامعه و اقتصاد را به سوی پیشرفت و شکوفایی هدایت کنند.

## عضویت در باشگاه

باشگاه زنان پیشرو، انجمنی آنلاین برای همه زنانی است که نه تنها به تغییر فکر می‌کنند بلکه می‌خواهند گام‌های موثری برای ایجاد این تغییر بردارند. اگر شما هم چنین تفکری دارید جایتان در این انجمن خالی است. برای پیوستن به باشگاه از طریق لینک زیر با ما در ارتباط باشید:

## خودباوری، کلید گمشده در دنیای تجارت

زنان، به عنوان نیمی از جمعیت جهان، دارای استعدادها و قابلیت‌های بی‌نظیری هستند. اما اغلب، بزرگترین مانع بر سر راه موفقیت آنها، خودشان هستند. تردیدهای درونی، عدم اعتماد به نفس، و باور نداشتن به توانایی‌های خود، باعث می‌شود زنان فرصت‌های طلایی را از دست بدهند. در حالی که دنیای تجارت و سرمایه‌گذاری، به انرژی، خلاقیت، و نگاه نو زنان نیازمند است.

زمان آن رسیده است که زنان با شجاعت، این تردیدها را پشت سر بگذارند و خودباوری را به عنوان سلاح قدرتمند خود انتخاب کنند. خودباوری، نه تنها در موفقیت فردی، بلکه در پیشرفت جامعه و اقتصاد نیز نقش کلیدی دارد. وقتی زنان به توانمندی‌های خود ایمان داشته باشند، می‌توانند با گام‌های استوار وارد عرصه‌های مختلف کسب و کار شوند و ثروت‌آفرینی را تجربه کنند.

## باشگاه زنان پیشرو: پرورش خودباوری و شکوفایی اقتصادی

باشگاه زنان پیشرو، با درک عمیق اهمیت خودباوری در مسیر موفقیت زنان، ابتکاری نوآورانه را در دوره‌های آموزشی خود به کار بست. دوره‌ای با عنوان "قدرت اقتصادی زنان: سفری به سوی خودباوری و ثروت‌آفرینی" طراحی شد تا دریچه‌ای جدید به روی زنان مشتاق باز کند. این دوره، نه تنها به دنبال آموزش‌های تخصصی در حوزه اقتصاد بود، بلکه هدفی والاتر را دنبال می‌کرد: پرورش خودباوری و شکوفایی استعدادها و پنهان‌زنان.

با ظهور هوش مصنوعی زبانی (LLM) مانند ChatGPT، دنیای کسب و کارها شاهد تحول بزرگی در زمینه های مختلف است. این فناوری قدرتمند به کاربران امکان می دهد تا با پرسیدن سوالات مختلف، تولید محتوا، دریافت راهنمایی و ایده پردازی، دستیار دیجیتالی کارآمدی در کنار خود داشته باشند. در این مقاله، به بررسی نحوه استفاده از ChatGPT و تکنیک های پرامپت نویسی برای اهداف تجاری می پردازیم تا بتوانید از این ابزار قدرتمند به بهترین شکل بهره ببرید. قبل از اینکه به ادامه مقاله بپردازیم، آشنایی مختصری با مفهوم هوش مصنوعی (Artificial Intelligence) و زیرمجموعه آن، هوش مصنوعی زبانی (LLM) خواهیم داشت.

هوش مصنوعی به طور کلی، به سیستم ها و فناوری هایی اشاره دارد که قادر به انجام وظایف و حل مشکلات با شبیه سازی هوش و رفتار انسان هستند. این فناوری در دهه های اخیر پیشرفت های چشمگیری داشته و در صنایع مختلف نفوذ کرده است. هوش مصنوعی شامل زیرمجموعه های مختلفی از جمله یادگیری ماشین، بینایی کامپیوتری، پردازش زبان طبیعی و هوش مصنوعی زبانی است.



# جعبه ابزار راهنمای استفاده از ChatGPT و هنر پرامپت نویسی

(رزیتا مرادی،

موسس باشگاه زنان پیشرو)

Language and Large Models مدلی پیشرفته است که بر روی درک و تولید زبان طبیعی تمرکز دارد. LLM ها با آموزش بر روی مجموعه‌های عظیم داده‌های متنی، قادر به یادگیری الگوها و ساختارهای زبانی می‌شوند. این مدل‌ها می‌توانند متن‌هایی را تولید کنند، سوالات را پاسخ دهند، و حتی درک و تحلیل محتوای متنی را انجام دهند. ChatGPT یکی از معروفترین و قدرتمندترین مدل‌های LLM است و توجه بسیاری را به خود جلب کرده است.

با استفاده از هوش مصنوعی و به خصوص ChatGPT به عنوان یک ابزار قدرتمند، کسب‌وکارها می‌توانند بهره‌وری خود را افزایش داده و در بازار رقابتی امروز، گام‌های موثری بردارند. برای این که بهترین استفاده را از این فناوری داشته باشید لازم است با مهارت پرامپت نویسی آشنایی داشته باشید.

در ادامه، به بررسی تکنیک‌های پرامپت‌نویسی و مثال‌های کاربردی آن می‌پردازیم تا بتوانید از ChatGPT برای اهداف تجاری خود بهترین استفاده را داشته باشید.

## آشنایی با ChatGPT

یک مدل زبانی مبتنی بر هوش مصنوعی است که توسط Open AI توسعه یافته است. این مدل با آموزش بر روی حجم عظیمی از داده‌های متنی، قادر به درک و تولید متن در زمینه‌های مختلف است. ChatGPT می‌تواند در نقش یک دستیار مجازی، سوالات شما را پاسخ دهد، متن‌های خلاقانه تولید کند و حتی در زمینه‌های تخصصی مانند بازاریابی، مدیریت، و برنامه‌نویسی راهنمایی‌های مفیدی ارائه دهد.



## پرامپت‌نویسی: هنر ارتباط با هوش مصنوعی

پرامپت، دستور یا سوالی است که به هوش مصنوعی داده می‌شود تا بر اساس آن، پاسخ یا خروجی مورد نظر را تولید کند. پرامپت‌نویسی مهارتی است که با تمرین و تجربه بهبود می‌یابد و می‌تواند نتایج شگفت‌انگیزی به همراه داشته باشد. در ادامه، نکاتی را برای بهبود مهارت پرامپت‌نویسی و تعامل موثر با ChatGPT ارائه می‌کنیم:

**وضوح و دقت:** سعی کنید پرامپت‌های خود را واضح و دقیق بنویسید. مشخص کنید که دقیقاً چه نوع خروجی یا پاسخی را انتظار دارید. برای مثال، اگر می‌خواهید بیزنس پلنی بنویسید، می‌توانید پرامپت را اینگونه آغاز کنید: "لطفاً یک بیزنس پلن برای راه اندازی یک استارت‌آپ در زمینه فروش آنلاین محصولات ارگانیک بنویسید."

**جزئیات را فراموش نکنید:** هرچه جزئیات بیشتری در پرامپت خود بگنجانید، خروجی دقیق‌تری دریافت خواهید کرد. برای مثال، در پرامپت بیزنس پلن، می‌توانید اطلاعات بیشتری اضافه کنید: "این استارت‌آپ بر فروش محصولات ارگانیک محلی تمرکز دارد و هدف آن، ارائه گزینه‌های سالم و تازه به مشتریان است. لطفاً بیزنس پلنی شامل تحلیل بازار، استراتژی قیمت گذاری، و برنامه بازاریابی بنویسید."

**راهنمایی‌های اضافی:** گاهی اوقات، ارائه راهنمایی‌های اضافی به ChatGPT می‌تواند به بهبود خروجی کمک کند. برای مثال، می‌توانید ساختار مورد نظر خود را برای بیزنس پلن توضیح دهید: "لطفاً بیزنس پلن را در قالب فصل‌های مجزا شامل خلاصه اجرایی، تحلیل بازار، استراتژی‌های بازاریابی، و برنامه مالی ارائه دهید."

**پرامپت‌های مرحله‌ای:** برای پروژه‌های بزرگتر، می‌توانید از پرامپت‌های مرحله‌ای استفاده کنید. به عنوان مثال، ابتدا از ChatGPT بخواهید فهرستی از بخش‌های مورد نیاز در بیزنس پلن را ارائه دهد، سپس برای هر بخش، پرامپتی جداگانه بنویسید. این روش به خصوص در پروژه‌های پیچیده مفید است.

## مثال‌های پرامپت برای اهداف تجاری:

### بیزنس پلن

"من قصد راه‌اندازی یک کافه تخصصی قهوه در منطقه مرکزی شهر را دارم. این کافه بر روی ارائه انواع قهوه‌های خاص و تجربه‌ای منحصر به فرد تمرکز دارد. لطفاً بیزنس پلنی شامل تحلیل بازار، استراتژی‌های بازاریابی، و پیش‌بینی مالی برای سه سال آینده بنویسید. همچنین، در مورد انتخاب مکان مناسب و طراحی داخلی کافه توصیه‌هایی ارائه دهید."

### تقویم محتوایی برای رسانه‌های اجتماعی

"من مدیر یک برند مد هستم و می‌خواهم تقویم محتوایی ماهانه‌ای برای پست‌های اینستاگرام و توییتر ایجاد کنم. لطفاً برای هر هفته، سه ایده پست با جزئیات شامل متن، هشتگ‌ها، و پیشنهادهایی برای تصاویر ارائه دهید. تمرکز بر معرفی محصولات جدید، ترندهای فصلی، و مشارکت با تاثیرگذاران اینستاگرام داشته باشید."

### تحلیل رقبا

"در حال توسعه یک اپلیکیشن تحویل غذا هستیم و می‌خواهم تحلیل جامعی از رقبای اصلی در این صنعت داشته باشم. لطفاً سه شرکت برتر در این زمینه را معرفی کنید و نقاط قوت و ضعف هر یک را به همراه استراتژی‌های بازاریابی آن‌ها توضیح دهید. همچنین، فرصت‌های متمایزسازی و بهبود برای اپلیکیشن ما را پیشنهاد دهید."



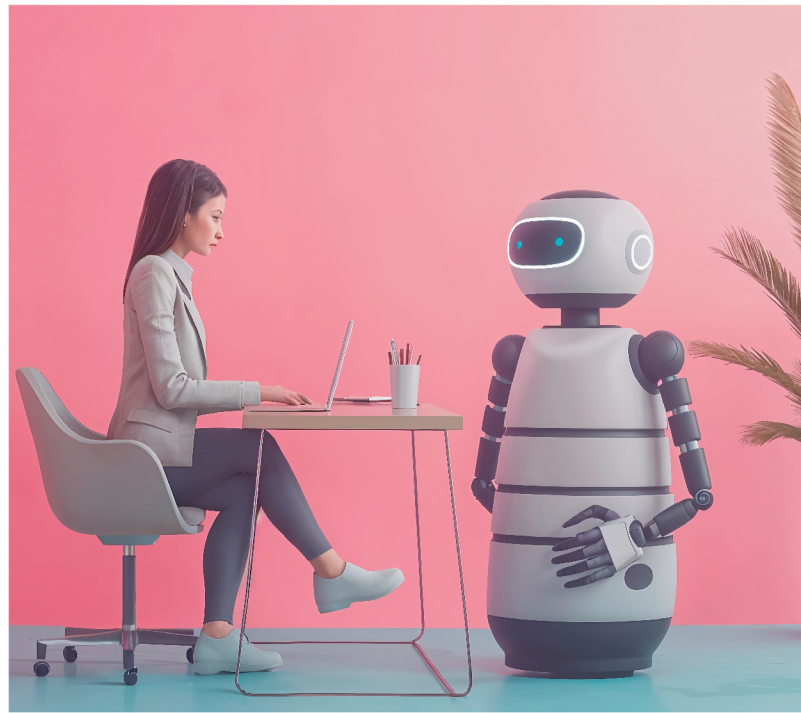
### نکات تکمیلی:

ChatGPT ممکن است گاهی اوقات به پرسش‌هایی که نیاز به اطلاعات به‌روز دارند، به درستی پاسخ ندهد. بنابراین، برای اطلاعات حساس و مهم، به منابع معتبر مراجعه کنید. اگر از زبان انگلیسی استفاده کنید محتوای با کیفیت تری از ChatGPT دریافت خواهید کرد.

گاهی اوقات، پرامپت‌های مختلف می‌توانند نتایج متنوعی به همراه داشته باشند. بنابراین، از امتحان کردن پرامپت‌های گوناگون برای رسیدن به بهترین نتیجه هراس نداشته باشید.

ChatGPT می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله بازاریابی دیجیتال، تحلیل داده‌ها، و نوشتن ایمیل‌های حرفه‌ای راهنمایی‌های مفیدی ارائه دهد. پس از آن برای بهبود کسب‌وکار خود بهره ببرید.

با تمرین و تجربه، می‌توانید مهارت پرامپت‌نویسی خود را بهبود بخشیده و از ChatGPT به عنوان یک ابزار قدرتمند در توسعه کسب‌وکار خود استفاده کنید. این فناوری نه تنها در تولید محتوا، بلکه در ایده پردازی، حل مشکلات، و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک نیز می‌تواند یاری‌رسان باشد. امیدوارم این راهنما به شما در استفاده موثر از هوش مصنوعی در مسیر موفقیت کسب‌وکارتان کمک کند.



# مدل های کسب و کار

(رزیتا مرادی،

موسس باشگاه زنان پیشرو)

## بازار دوطرفه (Two-Sided Marketplace)

این مدل کسب و کار، پلتفرمی ایجاد می کند که دو گروه متفاوت از کاربران را به هم متصل کرده و تبادل ارزش بین آن ها را ممکن می سازد. بازار دوطرفه، تعاملاتی را تسهیل می نماید که بدون این پلتفرم، دشوار یا غیرممکن بود. برای مثال، شرکت Airbnb، یکی از موفق ترین نمونه های بازار دوطرفه است. این پلتفرم، میزبانان (صاحبان املاک) و مسافران را به هم متصل می کند و امکان اجاره فضاهای اقامتی را برای مسافران فراهم می نماید. Airbnb با ایجاد اعتماد و ارائه ابزارهایی برای آسان سازی رزرو و پرداخت، ارزش قابل توجهی را برای هر دو طرف به وجود آورده است. این مدل، امکان مقیاس پذیری بالا را فراهم می کند و بدون نیاز به سرمایه گذاری مستقیم در املاک، رشد سریع شرکت را امکان پذیر ساخته است. نمونه ایرانی مشابه این مدل، پلتفرم جاجیگا است.



## مدل های محبوب کسب و کار

در دنیای پرقابلیت کسب و کار امروزی، درک و انتخاب مدل کسب و کار مناسب، کلید موفقیت و سودآوری یک شرکت است. مدل کسب و کار، نقشه راهی است که شرکت برای ایجاد ارزش و کسب سود از آن پیروی می کند و تعیین می کند که کسب و کار چگونه ارزش ایجاد می کند، منابع خود را تخصیص می دهد و درآمدزایی می کند. در این یادداشت، به بررسی چند مدل کسب و کار محبوب و موفق و ارائه مثال هایی از شرکت های مشهور، همراه با مزایا و چالش های هر مدل می پردازیم.

## مدل اشتراک (Subscription Model)

یکی از مدل های کسب و کار محبوب در سال های اخیر، مدل اشتراک است. در این مدل، مشتریان به جای خرید یک باره محصول یا خدمت، هزینه ای دوره ای را برای دسترسی مداوم پرداخت می کنند. این روش، وفاداری مشتری را افزایش داده و جریان درآمدی پایدارتری برای شرکت ها به ارمغان می آورد.

برای مثال، شرکت Netflix، غول استریمینگ آنلاین، از مدل اشتراک به عنوان پایه کسب و کار خود استفاده می کند. کاربران با پرداخت هزینه ماهانه، به مجموعه وسیعی از فیلم ها، سریال ها و مستندها دسترسی پیدا می کنند. این مدل به Netflix اجازه می دهد تا با درک سلیقه کاربران، محتوای اختصاصی تولید کرده و تجربه شخصی سازی شده ای را ارائه دهد. همچنین، درآمد پیش بینی شده ناشی از اشتراک ها، سرمایه گذاری در تولید محتوا و گسترش کسب و کار را تسهیل کرده است. در ایران نیز، فیلمو یکی از پلتفرم های پیشرو استریمینگ آنلاین است که از مدل اشتراک پیروی می کند.

# کارگاه یادگیری

## کسب و کار مبتنی بر جامعه (Community-Based Buiness)

این مدل کسب و کار، بر مبنای ایجاد و پرورش جامعه‌ای از کاربران وفادار و درگیر شکل می‌گیرد. شرکت‌ها با فراهم کردن بستری برای تعامل و مشارکت کاربران، ارزش بالایی خلق می‌کنند.

Reddit، یک شبکه اجتماعی محبوب است که بر اساس جوامع مختلف کاربران (زیرریدیت‌ها) سازمان‌دهی شده است. کاربران می‌توانند درباره موضوعات موردعلاقه خود بحث کرده، محتوا به اشتراک بگذارند و با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

Reddit با ارائه پلتفرمی تعاملی، جوامع قدرتمندی را ایجاد کرده که به رشد و موفقیت آن کمک می‌کنند. این شرکت از طریق تبلیغات، مشارکت با برندها و ارائه ویژگی‌های ویژه به کاربران، درآمدزایی می‌کند.

Club نیز نمونه ایرانی این مدل است. این شبکه اجتماعی با ایجاد جامعه‌ای از کاربران، به آن‌ها امکان وبلاگ‌نویسی، اشتراک‌گذاری عکس و تعامل با یکدیگر را می‌دهد. کلوب با ایجاد جوامع گوناگون بر اساس منافع مختلف، وفاداری کاربران را به دست آورد و به پلتفرمی محبوب بدل شد.

## کسب و کار مبتنی بر خدمات (Service-Based Buiness)

در این مدل، تمرکز شرکت بر ارائه خدمات است و درآمد خود را از طریق ارائه مهارت و تخصص به مشتریان کسب می‌کند. این خدمات می‌تواند در زمینه مشاوره، پشتیبانی، آموزش یا هر نوع خدمتی با ارزش افزوده بالاتر باشد.

شرکت McKinsey & Company، یکی از شرکت‌های معتبر مشاوره مدیریت در جهان است. این شرکت با ارائه خدمات مشاوره‌ای به شرکت‌ها، در زمینه‌های استراتژی، عملیات و فناوری به آن‌ها یاری می‌رساند. مدل کسب و کار McKinsey مبتنی بر دانش و تخصص مشاوران خود است که حل چالش‌های پیچیده کسب و کار را برای مشتریان ممکن می‌سازد. درآمد این شرکت از طریق ارائه خدمات مشاوره و حق‌الزحمه‌های مربوطه به دست می‌آید.

آپارات، یک پلتفرم ویدیویی آنلاین ایرانی است که بر ارائه خدمات متمرکز است. این شرکت با ارائه خدمات میزبانی ویدیو، ابزارهای ویرایش و امکانات تعاملی، به کاربران کمک می‌کند ویدیوهای خود را به اشتراک بگذارند و از محتوای دیگران لذت ببرند. درآمد آپارات از طریق تبلیغات، مشارکت با تولیدکنندگان محتوا و ارائه خدمات ویژه به کاربران حاصل می‌شود.

## رایگان (Freemium)

در مدل رایگان، کاربران می‌توانند از محصول یا خدمت پایه به صورت رایگان استفاده کنند، اما برای دسترسی به ویژگی‌های پیشرفته و ارزش بیشتر، باید هزینه پرداخت کنند. این روش، جذب کاربران جدید را آسان‌تر کرده و فرصتی برای تجربه محصول قبل از خرید فراهم می‌آورد.

شرکت نرم‌افزاری Adobe، از مدل رایگان در بسیاری از محصولات خود بهره می‌برد. برای نمونه، نرم‌افزار ویرایش عکس Adobe Lightroom به صورت رایگان در دسترس است، اما برای دسترسی به ابزارهای پیشرفته‌تر و فضای ذخیره‌سازی بیشتر، کاربران باید اشتراک ماهانه تهیه کنند.

این استراتژی، باعث شده Adobe طیف گسترده‌ای از کاربران را جذب کند و سپس به تدریج با ارتقا به نسخه‌های پرمیوم، درآمد خود را افزایش دهد.

شیپور یک اپلیکیشن ایرانی است که از مدل رایگان استفاده می‌کند. کاربران می‌توانند به صورت رایگان آگهی فروش خود را منتشر کرده و محصولات خود را به نمایش بگذارند. اما برای دسترسی به ویژگی‌های پیشرفته‌تر مانند نمایش آگهی در بالای لیست، باید اشتراک ویژه خریداری نمایند.

## بستر-به-مشتری

### (Platform-to-Customer)

در این مدل، شرکت یک پلتفرم آنلاین ایجاد می‌کند که مستقیماً به مشتریان خدمت‌رسانی کرده و واسطه‌ها را حذف می‌نماید. این پلتفرم‌ها معمولاً از فناوری‌های دیجیتال بهره برده و خدمات کارآمد و شخصی‌سازی شده‌ای را ارائه می‌دهند.

شرکت Uber، سرویس حمل‌ونقل آنلاین، یکی از مثال‌های مدل بستر-به-مشتری است. این شرکت با ارائه اپلیکیشنی برای درخواست خودرو، رانندگان و مسافران را به طور مستقیم به هم متصل می‌کند. حذف واسطه‌ها و به‌کارگیری فناوری‌های مبتنی بر مکان، تجربه‌ای کارآمد و راحت را برای کاربران رقم زده است.

Uber با این مدل، موفق شده به سرعت در بازارهای مختلف جهانی گسترش یابد و انعطاف‌پذیری بالایی در ارائه خدمات خود داشته باشد. شرکت‌های اسنپ و تپسی در ایران از همین مدل پیروی کرده‌اند.

در انتخاب مدل کسب و کار مناسب، عوامل متعددی مؤثر هستند، از جمله صنعت، مخاطبان هدف و مزیت‌های رقابتی شرکت. هریک از مدل‌های مذکور، مزایا و چالش‌های خاص خود را دارند. برای مثال، مدل اشتراک می‌تواند وفاداری مشتری را افزایش دهد، اما نیازمند سرمایه‌گذاری در جهت بهبود و ارتقای مستمر محصول است. بازار دوطرفه مقیاس‌پذیری بالایی دارد، اما ایجاد تعادل بین دو گروه کاربران چالشی مهم است. مدیران و صاحبان کسب و کار باید با درک عمیق صنعت و نیازهای بازار هدف، مدلی را انتخاب کنند که با استراتژی‌های بلندمدت شرکت همخوانی داشته باشد. انعطاف‌پذیری و قدرت تطبیق مدل کسب و کار با شرایط متغیر بازار نیز از ارکان کلیدی موفقیت به حساب آمده و مطالعه شرکت‌های موفق در صنعت‌های مشابه می‌تواند راهنمای ارزشمندی برای انتخاب مدل مناسب باشد.

# سواد اقتصادی

## اقتصاد کلان (مارال فرزانه، عضو باشگاه زنان پیشرو)

امروزه اصطلاحات و مفاهیم کلان اقتصادی نه تنها در جلسات دولت‌ها، اتاق‌های کنفرانس بانک‌ها و مؤسسات مالی، بلکه در مکالمات روزمره مردم نیز به گوش می‌رسد. رشد اقتصادی، تورم، بیکاری و رفاه اجتماعی تنها چند نمونه از مفاهیمی هستند که هر روز با آن‌ها مواجه می‌شویم. بدیهی است که درک بهتر این مفاهیم به ما کمک می‌کند تا فرصت‌ها و چالش‌های اقتصادی کشور را بهتر بشناسیم و تصمیمات مالی هوشمندانه‌تری بگیریم. در این بخش از آموزش‌های اقتصاد کلان، به بررسی رشد اقتصادی، تولید ناخالص داخلی (GDP)، درآمد سرانه و شاخص توسعه انسانی (HDI) می‌پردازیم.

### GDP اسمی و واقعی: تفاوت‌ها و اهمیت GDP

اسمی ارزش کل تولیدات یک کشور بر اساس قیمت‌های جاری بازار را نشان می‌دهد. به عبارتی دیگر، تاثیر تغییرات قیمت‌ها (تورم) در این محاسبات لحاظ نمی‌شود. یعنی اگر قیمت‌ها نسبت به سال قبل افزایش یافته باشد، GDP اسمی نیز افزایش خواهد داشت، اما این الزاماً به معنای افزایش تولید واقعی نیست. به همین دلیل، اقتصاددانان با استفاده از شاخص قیمت ثابت، اثر تورم را از محاسبات حذف می‌کنند. به این صورت که از قیمت‌های سال جاری استفاده نمی‌کنند، بلکه قیمت‌های یک سال را به عنوان پایه در نظر می‌گیرند و مقدار تغییر در تولیدات را با سال‌های قبل مقایسه می‌کنند و با این روش GDP واقعی را محاسبه می‌کنند. این شاخص بهتر نشان می‌دهد که آیا واقعاً تولید و رشد اقتصادی افزایش یافته یا رقم نهایی به دلیل افزایش قیمت‌ها (تورم) GDP بالا رفته است. طبق آمار رسمی، نرخ تورم ایران در سال 2023 حدود 41 درصد بود که قطعاً بر GDP اسمی کشور بسیار تأثیرگذار بوده است.

### تولید ناخالص داخلی (GDP): معیار اصلی اندازه‌گیری رشد اقتصادی.

تولید ناخالص داخلی یا GDP یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اندازه‌گیری بزرگی و قدرت یک اقتصاد است و به‌طور ساده به مجموع ارزش کالاها و خدمات تولید شده در داخل یک کشور در یک بازه زمانی مشخص، معمولاً یک سال، اشاره دارد. به عنوان مثال، طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول، تولید ناخالص داخلی ایران در سال 2023 حدود 471 میلیارد دلار بوده است. با این حال، در تحلیل‌های اقتصادی، تمایز بین GDP اسمی و GDP واقعی اهمیت ویژه‌ای دارد.



## رشد اقتصادی: ستون توسعه

رشد اقتصادی عبارتست از میزان افزایش تولید کالاها و خدمات یک کشور در یک دوره معین نسبت به قبل که به این صورت محاسبه می شود:

$$\text{نرخ رشد اقتصادی} = \frac{\text{پارسال GPD} - \text{پارسال GPD}}{\text{پارسال GPD}} \times 100$$

این فرمول نشان می دهد که اقتصاد یک کشور در یک بازه زمانی چه مقدار رشد یا کاهش داشته است. رشد اقتصادی بالاتر، به همراه مدیریت درست منابع می تواند منجر به افزایش رفاه عمومی، اشتغال بیشتر و درآمدهای بالاتر شود. بر اساس گزارش بانک جهانی، رشد اقتصادی ایران در سال 3202 حدود 5.3 درصد بود که بهبود نسبی پس از سال های رکود را نشان می دهد. اکنون به پاسخ این سوال می پردازیم که آیا افزایش تولید ناخالص داخلی واقعی و به عبارتی رشد اقتصادی مثبت میتواند نشان دهنده بهبود وضعیت اقتصادی کشور باشد؟ حقیقت این است که این ارقام بیشتر جنبه تبلیغاتی داشته و نشان دهنده رونق و پیشرفت به معنای واقعی نیستند. برای توضیح این مسئله لازم است با مفهوم رفاه آشنا شویم.

## درآمد سرانه: مقیاسی برای مقایسه رفاه

رفاه و توسعه اقتصادی مفاهیم کیفی هستند که در طول سالیان گذشته مخصوصاً بعد از جنگ جهانی دوم دچار تحولات و تغییرات زیادی شدند. برای اینکه بتوانیم این مفاهیم کیفی را به ارقام و مفاهیم کمی و محاسبه پذیر تبدیل کنیم از شاخصی به نام درآمد سرانه استفاده می کنیم. درآمد سرانه، معیاری است که سطح رفاه اقتصادی مردم یک کشور را نسبتاً دقیقتر منعکس می کند. این شاخص از تقسیم درآمد ملی کشور بر جمعیت کشور به دست می آید و نشان می دهد که به طور متوسط هر فرد چه مقدار از ثروت تولید شده در کشور بهره مند می شود.

**درآمد ملی = GDP + خالص درآمدهای دریافتی از خارج - استهلاک - مالیات های غیرمستقیم**

$$\text{درآمد سرانه} = \frac{\text{درآمد ملی}}{\text{جمعیت}}$$

برای مثال، درآمد سرانه ایران در سال 2023 حدود 5600 دلار بود که در مقایسه با کشورهای منطقه مانند ترکیه با 12985 دلار و عربستان سعودی با 28895 دلار بسیار پایین تر است. این تفاوت نشان دهنده سطح رفاه و دسترسی به منابع اقتصادی در این کشورهاست اما افزایش درآمد سرانه نیز به تنهایی بیانگر بهبود کیفیت زندگی مردم نیست و برای بررسی همه جانبه این موضوع باید با مفهوم شاخص توسعه انسانی آشنا شویم.

بر اساس آمار سال 2022 ارائه شده توسط سازمان ملل متحد، کشورهایی مانند سوئیس با شاخص توسعه انسانی 0.967، نروژ 0.966، و دانمارک 0.952 در صدر فهرست قرار دارند. برای مقایسه، شاخص توسعه انسانی ایران در سال 2022 حدود 0.774 بوده که نسبت به ترکیه با 0.838 و عربستان سعودی با 0.87 در سطح پایین تری قرار گرفته است. این تفاوتها در HDI، بازتابی از سطح توسعه یافتگی و کیفیت زندگی در کشورهاست.

اصطلاحاتی که در این قسمت ارائه شد، گرچه مباحث ابتدایی اقتصاد کلان هستند اما از اهمیت بالایی در تحلیل وضعیت اقتصادی و اجتماعی کشورها برخوردارند. در شماره های آینده ماهنامه، به بررسی مفاهیم بیشتری از اقتصاد کلان خواهیم پرداخت.

شاخص توسعه انسانی (HDI) نگاهی به کیفیت زندگی شاخص توسعه انسانی (HDI) یکی از معیارهای کلیدی برای اندازه گیری سطح پیشرفت و رفاه در کشورهاست.

**این شاخص شامل سه بُعد اصلی است:**

- سلامت (امید به زندگی)،
  - آموزش (میانگین سال های تحصیل)،
  - استانداردهای زندگی (درآمد سرانه).
- کشورهایی که HDI بالایی دارند، از زیرساخت های بهداشتی و آموزشی بهتری برخوردارند و سطح رفاه عمومی در آن ها بالاتر است.



# پیش بینی قیمت طلا

(روزبه عسکری، مشاور سرمایه گذاری)

اگر قصد سرمایه‌گذاری در طلا و سکه را دارید، توجه به برخی نکات اساسی ضروری است. در این یادداشت ابتدا مفاهیم و محاسبات پایه ایرا شرح می‌دهیم و سپس به پیش بینی قیمت طلا خواهیم پرداخت. قیمت جهانی طلا براساس اونس، که تقریباً معادل 28 گرم (28.35) طلای 24 عیار است، تعیین می‌گردد. با این حال، نرخ طلا در ایران براساس یک گرم طلا 18 عیار اعلام می‌شود. قیمت هرگرم طلا در ایران ارتباط مستقیمی با اونس طلا و نرخ دلار دارد.

برای محاسبه قیمت طلا در ایران، از فرمول‌های زیر استفاده می‌شود:

قیمت هر اونس طلا  $\div 28.35 =$  قیمت دلاری یک گرم طلا 24 عیار

(قیمت دلاری یک گرم طلا 24 عیار  $\div 999 \times 850 =$  قیمت دلاری یک گرم طلا 18 عیار)

سپس، برای محاسبه ارزش ذاتی یک گرم طلا 18 عیار در بازار ایران، قیمت دلاری آن را در نرخ دلار فعلی ضرب می‌کنیم.

حباب طلا برابر است با اختلاف قیمت بازار و ارزش ذاتی.



# اتاق مشاوره مالی

کف میان مدت قیمت طلا با فرض دلار 70 هزار تومانی و اونس 2500 دلار، 5 میلیون و 250 هزار تومان خواهد بود. سقف میان مدت قیمت طلا نیز با فرض اونس 3000 دلاری و دلار 80 هزار تومانی، 7 میلیون و 200 هزار تومان است. این سقف قیمت در بدبینانه ترین حالت ممکن است که نیازمند رخدادهایی پرخطر در کشور و جهان است.

### تعریف استاندارد مدت زمان سرمایه گذاری:

کوتاه مدت: کمتر از 6 ماه

میان مدت: بین 6 ماه تا 1 سال

بلند مدت: بیش از 1 سال

### نکات مهم در انتخاب صندوق سرمایه گذاری طلا:

با توجه به حباب موجود در بازار سکه، توصیه می شود که صندوق های سرمایه گذاری پشتوانه شمش طلا که کمترین حباب را دارند، انتخاب شوند.



تغییر هر یک دلار در نرخ اونس جهانی، حدود 1600 تومان بر ارزش هر گرم طلا در ایران تأثیر می گذارد. به عنوان مثال، اگر نرخ اونس جهانی 100 دلار کاهش یابد (با فرض ثابت بودن نرخ دلار)، قیمت هر گرم طلا حدود 160 هزار تومان کاهش خواهد یافت.

تغییر هر یک تومان در نرخ دلار نیز حدود 70 تومان بر ارزش طلا تأثیرگذار است. بنابراین، با کاهش 1000 تومانی در نرخ دلار (با فرض ثابت ماندن نرخ اونس جهانی) ارزش هر گرم طلا 18 عیار حدود 70 هزار تومان کمتر خواهد شد.

در حال حاضر (اول آبان 1403)، سکه تمام طرح جدید با نرخ بالایی مبادله می شود و حباب قابل توجهی دارد. پیش بینی می شود که با توجه به افزایش حجم نقدینگی و روند گذشته بازار سکه و دلار، در میان مدت نرخ دلار به سمت 70 هزار تومان حرکت کند. بسیار بعید است که اونس جهانی به زیر 2500 دلار برسد.

در حال حاضر، عدم اطمینان ناشی از انتخابات آمریکا و وضعیت ناپایدار خاورمیانه، محرک اصلی افزایش نرخ اونس جهانی است. انتظار می رود پس از انتخابات مورخ 15 آبان در آمریکا و در صورت کاهش تنش ها در خاور میانه، سرعت رشد نرخ اونس جهانی کاهش یابد. با این وجود، روند اصلی اونس جهانی همچنان صعودی خواهد بود، زیرا فدرال رزرو سیاست های کاهش نرخ بهره را دنبال می کند.

در صورت پیروزی کامالا هریس در انتخابات آمریکا، ممکن است نرخ دلار در ایران به صورت موقت کاهش یابد، زیرا بازار نسبت به مذاکرات بین المللی و کاهش انتظارات تورمی خوش بین می شود. اگرچه، در میان مدت و بلند مدت، تا زمانی که تحریم ها برطرف نشوند، سرمایه گذاری های خارجی آغاز نگردند و ناترازی ها رفع نشوند، موتور نقدینگی همچنان فعال خواهد بود و نرخ دلار روندی افزایشی خواهد داشت.

بنابراین، کف کوتاه مدت قیمت هر گرم طلا 18 عیار با فرض کف 62 هزار تومانی برای دلار و 2500 دلار برای اونس جهانی، 4 میلیون و 650 هزار تومان خواهد بود. توجه داشته باشید که این کف قیمت در خوشبینانه ترین حالت ممکن است و احتمال دارد که قیمت طلا هرگز به این سطح نزول نکند.

# معرفی

(فاطمه فاطمی،

## کتاب عضو باشگاه زنان پیشرو)

**کتاب ساختن** نوشته تونی فیدل با موضوع خودسازی و کارآفرینی، توسط آراز بارسقیان ترجمه شده و نشر میلکان این کتاب را منتشر کرده است. تونی فیدل گفته که این کتاب را برای این نوشته است که هرکس بخواهد چیزی بسازد، حق دارد که یک مربی داشته باشد؛ فردی که خودش مسیر ساختن را تجربه کرده است و با چالش‌ها و پستی و بلندی مسیر آشناست. در عنوان فرعی کتاب می‌خوانیم: «راهنمایی نامعمول برای ساختن چیزهایی که ارزش ساخته شدن دارند.» این چیز می‌تواند محصول باشد، خدمات باشد یا اینکه ممکن است کسی بخواهد (خودش) را بسازد. کتاب در 6 فصل با تمرکز بر راه‌اندازی کسب‌وکار و ساختن مسیر شغلی نوشته شده است. فیدل درس‌های کسب‌وکاری که آموخته است را با اشتباهات و موفقیت‌های خودش پیوند زده و راهنمایی موثر و جامع برای افرادی ساخته است که می‌خواهند در این سیاره ارزشی ارائه دهند.

### بخشی از کتاب ساختن

تونی فیدل در این کتاب نوشته است: «آنچه بیشتر آدم‌ها را عقب‌نگه می‌دارد، خودشان است. آن‌ها فکر می‌کنند می‌دانند دقیقاً می‌خواهند چه کنند و چه کسی باشند؛ آن‌ها برای اکتشاف فراتر از هیچ مرزی نمی‌روند.» او تلاش می‌کند به افراد جسارت بدهد فراتر از مرزها قدم بگذارند. خودشان را بسازند، یک ارزش ارائه دهند و برای تداوم ارزشی که ساخته‌اند، کسب‌وکاری را متولد کنند و برای بزرگ شدن کسب‌وکاری که به‌وجود آورده‌اند از اشتیاق خود مایه بگذارند

### این کتاب را به چه کسانی پیشنهاد می‌کنیم؟

اگر ساختن چیزی بخشی از ذهن شما را درگیر کرده است و نمی‌دانید که آیا ارزشش را دارد یا نه؟ این کتاب برای شماست، برای اینکه ایده خود را اعتبارسنجی کنید و اگر نیازمند پخته شدن است، برای خلق چیزی ارزشمند تغییرش دهید خواندن کتاب ساختن فرصتی را فراهم می‌کند که بتوانید با تونی فیدل طراح و سازنده ایپاد و گوشی هوشمند ایفون گپی دوستانه در حوزه کسب‌وکار بزنید و از تجربیاتش بهره ببرید. در نهایت خواندن این کتاب به علاقه‌مندان حوزه کسب‌وکار تجربه‌ای لذت‌بخش و آموزنده است



## درباره تونی فیدل

تونی فیدل (Tony Fadell) در سال 1969 در آمریکا متولد شد. او در رشته مهندسی کامپیوتر تحصیل کرده است و در سال 1991 در این رشته از دانشگاه میشیگان فارغ التحصیل شد. در زمان دانشجویی، کارآفرینی را آغاز کرد و نرم‌افزاری را برای کودکان برنامه‌نویسی کرد. او پس از فارغ التحصیلی، با شرکت‌های بزرگ فناوری چون اپل و سونی همکاری کرد. همکاری‌های او در این بیزنس‌ها باعث شد که تجارب ارزشمندی در رزومه کاری‌اش ثبت کند. تونی در سال 2001 رسماً در شرکت اپل استخدام شد. همکاری تونی فیدل با این شرکت تاریخ تکنولوژی را به نحوی که امروز شاهدش هستیم رقم زد.

ماموریت اصلی او در این شرکت توسعه محصول آیپاد بود همچنین او یکی از طراحان اصلی گوشی آیفون است. او بر روی سه نسل اول آیفون کار کرده است.

در سال 2008 از اپل جدا شد و شرکت خود به نام (Future shape) را بنیان نهاد. او در این شرکت به بیزنس‌هایی که در زمینه پیشرفت فناوری فعالیت می‌کنند، مشاوره می‌دهد.

فیدل طبق تجربه‌ای که از طریق کار با بیزنس‌ها برای شروع مسیر کسب‌وکارهای مختلف به دست آورد؛ به یک دست‌ورالعمل جامع، برای شروع بیزنس رسید و در سال 2021 کتاب ساختن را براساس همین تجارب منتشر کرد.

## ساختار کتاب

تونی فیدل در مقدمه کتاب شرحی از فعالیت‌های کاری‌اش را ارائه کرده و سیر زمانی مربوط به آن را بازگو کرده است. در این قسمت توضیحی یک سطری از هریک از خدماتش داده و نتیجه موفقیت و شکست آن را از نظر خودش و دیگران بیان می‌کند. با خواندن این بخش، دیدگاهی نو درباره شکست به دست می‌آوریم و این سوال مطرح می‌شود که اگر شکست‌های فیدل نبود آیا او می‌توانست به‌عنوان فردی موثر در تاریخ فناوری عمل کند؟

**فصل اول کتاب** با عنوان خودت را بساز درباره بینش‌هایی که در مسیر موفقیت شغلی به آن‌ها احتیاج داریم صحبت می‌شود. نویسنده در این بخش سعی می‌کند ما را متوجه این کند که وقتی در قدم‌های اول که با تمام وجودمان تلاش کردیم اما با صورت به زمین می‌خورده‌ایم باید چه کاری انجام دهیم؟ قدم بعدی ما بعد از شکست باید به چه سمتی باشد؟ آیا باید با گردنی افتاده پیش پدر و مادر خود برگردیم و اعتراف کنیم که پشیمانیم؟ یا هوشمندانه به دنبال اشتباهات بگردیم، آن‌ها را بپذیریم و راه جبران را پیدا کنیم؟ این بخش راهنمای یافتن اشتباهات است و اگر در هنوز شروع نکرده‌ایم و در ابتدای مسیریم می‌توانیم آن را راهنمای پیشگیری از اشتباهات بدانیم.

## فصل دوم: مسیر شغلی خودتان را بسازید

در این فصل نحوه پیشرفت در مسیر شغلی را موشکافی می‌کند. اینکه شخصیت کاری خود را چگونه بسازیم و چگونه به فردی حرفه‌ای و قابل اعتماد تبدیل شویم را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این فصل است که تونی فیدل توصیه‌های لازم برای مقابله با آدم‌های دشوار و مشکل‌ساز را به ما می‌کند.

و در نهایت به ما کمک می‌کند متوجه شویم که آیا این مسیری است که باید ادامه دهیم و یا وقت استعفا دادن و رها کردن رسیده است؟

در **فصل سوم** کتاب ساختن تونی فیدل با روایتی خواندنی و آموزنده، هر آنچه که برای ساختن یک محصول یا خدمات برای ارائه به مشتری لازم است، از طراحی و برنامه‌ریزی تا اجرا و تبلیغات و فروش را ارائه می‌دهد. همچنین داستان و تجربیات خود از ساختن و ارائه آیپاد با آموزه‌هایش ترکیب می‌کند.

ساختن و فروش یک محصول برای اینکه بتواند یک ارزش مداوم و منفعت‌زا باشد احتیاج دارد که در بستریم کسب وکارش کند. **فصل چهارم** و **فصل پنجم** به ساختن کسب وکار و ساختن یک تیم حرفه‌ای برای پیشبرد اهداف، اختصاص داده شده است.

**فصل ششم** کتاب ساختن با عنوان مدیرعامل بودن، شامل توصیه‌ها و تجربیات نویسنده از بودن در راس هرم یک کسب‌وکار است.

در سرتاسر کتاب نویسنده پس از توضیح و شرح هر موردی برای ساختن محصول، کسب‌وکار و تیم از داستان‌های واقعی که خودش از کار کردن با کسب‌وکارهای مختلف تجربه کرده بود، وام گرفته است تا مهر تاییدی بر یافته‌هایش بزند.

امتیاز این کتاب از بین حدوداً 7 هزار خواننده سایت گودریدز 4.3 است.

# معرفی

**فیلم (پرستو مسکریان،  
عضوباشگاه زنان پیشرو)  
نگاهی به فیلم جوی ساخته ی دیوید اُراسل (2015)**

«فرض کن که در اتاقی با رقیب تجاربت تنها هستی. روی میز یه اسلحه هست و فقط یکی از شما می‌تونه پیروز بشه. اسلحه رو برمی‌داری؟»

این سوال را تردوی (با بازی ایزابلا روسلینی) از جوی (با بازی جنیفر لارنس) می‌پرسد. شاید در نگاه اول این سوال شما را یاد دوئل‌های بی‌رحمانه فیلم‌های وسترن بیندازد؛ جایی که مرز بین خیر و شر واضح و مشخص بود و انتخاب ساده‌تر به نظر می‌رسید. اما اینجا، سوال به دنیایی بی‌رحم‌تر و پیچیده‌تر اشاره دارد؛ جایی که باید نه فقط با دشمنان بیرونی، بلکه با دشمنان درونی بجنگیم. دشمنانی مثل «نمی‌توانم»، «می‌ترسم»، «شک دارم» یا حتی «به اندازه کافی خوب نیستم». اینجا، هر انتخاب نه تنها برای پیروزی، بلکه برای زنده ماندن و عبور از این نبرد درونی است. البته جوی جواب این سوال را خیلی قبل‌تر از این لحظه داده بود.

در دنیایی پر از چالش‌های بی‌پایان، آیا زنی می‌تواند با مشکلات خانوادگی، مالی و اجتماعی، رویاهایش را دنبال کند و به موفقیت برسد؟ فیلم «جوی» با قدرت و تأثیرگذاری به این سوال پاسخ می‌دهد. این فیلم بر اساس داستان واقعی جوی مانگانو، کارآفرین موفق آمریکایی ساخته شده و داستان تحول فردی او را به تصویر می‌کشد که منجر به موفقیت تجاری بزرگ می‌شود.

جوی با چالش‌های مختلفی در زندگی روبرو است؛ از خانواده‌ای که به جایش تصمیم می‌گیرند، تا شرایط اجتماعی و مشکلات شخصی که او را مجبور کرده‌اند خودش را نادیده بگیرد. این فیلم هم داستان شکل‌گیری یک موفقیت بزرگ است و هم به ما نشان می‌دهد که چطور می‌شود با شناسایی اهداف و پذیرش خودمان مبارزه در دنیای تجارت را یاد بگیریم.

یکی از لحظات نمادین و تأثیرگذار فیلم، جایی است که جوی در خواب خود را در یک سریال تلویزیونی می‌بیند. خانواده‌اش، از جمله پدرش (رابرت دنیرو)، خواهر ناتنی و همسر سابقش، او را گوشه‌ای گیرانداخته‌اند. آن‌ها او را به مراسم خاکسپاری خود 10 ساله‌اش می‌برند؛ جایی که جوی هم مثل خیلی از ما، تمام خلاقیت و رویاهایش را دفن کرده است.

در ادامه خواب، خود 10 ساله جوی دوباره ظاهر می‌شود و با جوی 27 ساله صحبت می‌کند: «ما 17 ساله که پنهان شدیم. قبلاً یه چیزایی می‌ساختیم. چی شد که دیگه ادامه ندادیم؟» جوی به دلیل فشارهای زندگی و عدم حمایت، سال‌ها خلاقیتش را سرکوب کرده و از دنیای واقعی پنهان شده است.

# JOY



وقتی زندگی زخم می‌زند، اما خلاقیت راه نجات می‌شود



در چنین موقعیتی، ایدهٔ اختراع جادویی به ذهن جوی می‌رسد. درست زمانی که تحت فشار تحقیر، تنهایی و درماندگی قرار دارد، قدرت خلاقیتش به او کمک می‌کند تا از آن زخم‌ها و زحمت‌ها، به یک راه حل نوآورانه دست یابد.

در زندگی جوی، لحظاتی وجود دارد که دست به انتخاب‌های احساسی و عجولانه می‌زند. این رفتارها به‌طور خاص به نوع تربیت و محیط خانوادگی‌اش بازمی‌گردد. در روند فیلم متوجه می‌شویم که او برای این خطاها و تردیدهایش در تصمیم‌گیری هزاران دلیل دارد. جوی یک انسان کاملاً عادی است؛ می‌ترسد، اشتباه می‌کند، شکننده است، اما مهم‌ترین چیزی که او را از دیگران متمایز می‌کند، این است که در نهایت یاد می‌گیرد که برخلاف همهٔ تردیدها و فشارها، اسلحه را بردارد و برای هدفش شلیک کند. این شلیک، شلیک نمادینی است که ای کاش همهٔ ما روزی مجبور به انجام آن شویم.

شما چطور؟ آیا در زندگی‌تان لحظاتی بوده که احساس کرده‌اید به اندازهٔ کافی خوب نیستید؟ یا اینکه توان دنبال کردن رویاهایتان را ندارید و در نهایت از ترس، خودتان را پنهان کرده‌اید؟ شاید فیلم «جوی» بتواند تلنگری باشد تا از پناهگاه‌های ترس بیرون بیایید و دوباره به دنبال رویاهایتان بروید.

در نهایت، «جوی» فیلمی است که برای تمام زنانی ساخته شده که به دنبال آزادی و بازپس‌گیری توانمندی‌های درونی‌شان هستند. این فیلم نه تنها داستان یک موفقیت تجاری، بلکه داستان کشف دوبارهٔ خود و بازگشت به خلاقیت‌های فراموش‌شده است. اگر به دنبال الهامی برای عملی کردن یکی از رویاهایتان هستید، حتماً یک بار آن را ببینید.

این سکانس نمادی از سرکوب خود حقیقی ماست، نتیجهٔ فشارهای اجتماعی، ترومای کودکی یا حتی تأثیرات منفی خانواده. جوی از کودکی آرزوهایی داشت و توانایی خلاقیتی عظیم، اما سال‌ها خود را به دلیل ترس از شکست یا نپذیرفته شدن پنهان کرده بود. درست همان‌طور که جوی کوچک به او یادآوری می‌کند، پنهان شدن شاید ما را از خطرات دور کند، اما در عین حال، ما را از دسترسی به پتانسیل‌های واقعی‌مان محروم می‌کند. این جمله به زیبایی به ما یادآوری می‌کند که چطور گاهی به خاطر ترس یا ناامیدی، نه فقط از دیگران، بلکه از خودمان هم فرار می‌کنیم.

بعد از این خواب تکان‌دهنده، جوی بار دیگر با چالشی جدید روبرو می‌شود؛ این بار در قایق تفریحی لوکس همسر جدید پدرش. او ناخواسته درگیر مشکلی می‌شود و از سر مسئولیت‌پذیری برای رفع مشکل تلاش می‌کند، در حالی که باقی مهمانان، از جمله پدرش، فقط نظاره‌گر دست و پا زدن‌هایش هستند.



# آیا وارن بافت مثل یک دختر سرمایه‌گذاری می‌کند؟

مصاحبه مجله فوربس با نویسنده کتاب Warren Buffett Invests Like A Girl

چگونه وارن بافت تبدیل به یک سرمایه‌گذار افسانه‌ای که نامش همواره در لیست ثروتمندترین افراد جهان قرار دارد شده است؟ شاید به این دلیل که او مثل یک دختر سرمایه‌گذاری می‌کرده! لو آن لافتون، نویسنده و ویراستار حوزه مالی و نویسنده کتابی با عنوان «وارن بافت مثل یک دختر سرمایه‌گذاری می‌کند»، عادات مشهورترین سرمایه‌گذار دنیا را مورد بررسی قرار داده و آن را با آخرین تحقیقات درباره زنان، مردان، و پول مقایسه کرده است. نتیجه؟ پیشگوی اوهاها (لقب وارن بافت) سبک سرمایه‌گذاری کاملاً زنانه‌ای دارد. لو آن لافتون می‌گوید: «مانند وارن بافت، زنان عموماً خلق‌وخوی آرام‌تری دارند و نگاهی بلندمدت به سرمایه‌گذاری دارند. آنها تحقیق بیشتری انجام می‌دهند، کمتر معامله می‌کنند و در برابر فشار روانی مقاومت بیشتری دارند.»

من با خانم لافتون تماس گرفتم تا در مورد نظریه او بیشتر بدانم و رموز این سرمایه‌گذار افسانه‌ای را کشف کنم. **خبرنگار مجله فوربز: پس وارن بافت مثل یک دختر سرمایه‌گذاری می‌کند، یعنی چه؟** - لافتون: همه چیز به کنترل احساسات بستگی دارد و خلق‌وخو. وارن بافت همیشه گفته است که این خلق‌وخو است که شما را به یک سرمایه‌گذار بلندمدت موفق تبدیل می‌کند، نه نبوغ. تحقیقات ده سال گذشته در مورد تفاوت‌های مردان و زنان در سرمایه‌گذاری نشان می‌دهد که زنان ذاتاً خلق‌وخوی مناسبی برای موفقیت در سرمایه‌گذاری بلندمدت دارند.

**نظر وارن بافت در مورد عنوان کتاب شما چه بود؟**

- من بعد از نوشتن کتاب، یک نسخه برای او فرستادم. من مدت‌ها در مورد وارن بافت مطالعه کرده‌ام. وقتی 15 سالم بود، پولی به من ارث رسید که قرار بود در 21 سالگی به آن دسترسی پیدا کنم. پس از فارغ‌التحصیلی از دبیرستان، شروع به یادگیری در مورد سرمایه‌گذاری کردم و به طور تصادفی با کتابی در مورد وارن بافت آشنا شدم و از او الهام گرفتم. فکر کردم که او حس شوخ‌طبعی دارد و مطمئنم که می‌فهمد عنوان کتاب یک تعریف است. وقتی برای جلسه سالانه در اوهاها آنجا بودم، از او پرسیدم که آیا فکر می‌کند مثل یک دختر سرمایه‌گذاری می‌کند؟ و او پاسخ داد که "بله، اعتراف می‌کنم." او بسیار دوست‌داشتنی است.

**وقتی صحبت از سرمایه‌گذاری است، او دقیقاً چه کاری را درست انجام می‌دهد؟**

- او سرمایه‌گذاری را کاملاً جدی می‌گیرد. برای او سرمایه‌گذاری مثل قمار نیست. او نگاهی بلندمدت دارد و فقط در چیزهایی سرمایه‌گذاری می‌کند که می‌شناسد و می‌فهمد. دوره نگهداری مورد علاقه او، نگهداری ابدی است. این دقیقاً برعکس چیزی است که وال استریت انتظار دارد: تجارت دیوانه‌وار، خودخواهی و ریسک‌پذیری بیش از حد. وارن بافت در اوهاها می‌نشیند و بی‌سروصدا، آرام و صبورانه، ثروت خود را افزایش می‌دهد.

# گفت و گوهای الهام بخش

(رزیتا مرادی، موسس  
باشگاه زنان پیشرو)

**- تفاوت اصلی در سرمایه‌گذاری میان مردان و زنان چیست؟**

- مردان به‌طور کلی اعتماد به نفس بیشتری دارند. آنها احساس می‌کنند بیشتر از آنچه که واقعاً می‌دانند، بلد هستند. این باعث می‌شود که آنها معاملات بیشتری انجام دهند، بیش از حد ریسک کنند و در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که درک نمی‌کنند. اما زنان می‌گویند که واقعاً آنقدر که باید بدانند نمی‌دانند. آنها اعتماد به نفس مردان را ندارند و بیشتر ریسک‌گریز هستند. این مسئله ممکن است بد به نظر برسد، اما در واقع می‌تواند به نفع شما باشد. زنان پژوهش بیشتری انجام می‌دهند و سرمایه‌گذاری را جدی‌تر می‌گیرند.

**- شما در کتاب خود، زنان را به خاطر داشتن احساسات متعادل تحسین می‌کنید، در حالی که اکثراً آنها را افرادی احساساتی در نظر می‌گیرند.**

- بله، من استدلال می‌کنم که مردان در سرمایه‌گذاری احساساتی‌تر از زنان هستند. آنها معاملات بیشتری انجام می‌دهند و به سرمایه‌گذاری مثل یک بازی نگاه می‌کنند. آنها تحت تأثیر غرور، اعتماد به نفس بیش از حد و تستوسترون هستند. آنها احتمال بیشتری دارد که با پیشنهادات داغ سهام معامله کنند و تحقیقات کافی انجام ندهند.

مطالعه‌ای از شرکت ونگارد وجود دارد که به سقوط بازار در سال 2008 و نحوه واکنش حساب‌های IRA پرداخته است. این مطالعه نشان داد که مردان در پایین‌ترین قیمت و زمان اشتباه می‌فروختند و قادر به کنترل احساسات خود نبودند. در مقابل، زنان تمایل داشتند آرام‌تر و صبورتر بودند و با دید بلندمدت، سرمایه خود را حفظ کردند.

**- شما انگار معتقد هستید که کمبود اعتماد به نفس در زنان چیز خوبی است، اما آیا گاهی اوقات این مسئله علیه آنها کار نمی‌کند؟**

- بله، زنان باید خودشان را آموزش دهند و در مورد سرمایه‌گذاری بیشتر یاد بگیرند. با این حال، من پیشنهاد نمی‌کنم که آنها از اعتماد به نفس کاذب مردان تقلید کنند. زنان درآمد کمتری دارند و عمر طولانی‌تری می‌کنند، بنابراین ما با این وضعیت منحصر به فرد مواجه هستیم که باید با پول کمتر، زندگی طولانی‌تری داشته باشیم. من اخیراً در یک گزارش اقتصادی ایالات متحده خواندم که به طور متوسط، زنان در سن 64 سالگی، 430000 دلار به دلیل شکاف دستمزد از دست داده‌اند. این مبلغ شگفت‌انگیزی است! این جریمه‌ای است که فقط به دلیل زن بودن آن را می‌پردازید. مسئولیت همه ماست که آینده مالی خود را در دست بگیریم و برای دوران بازنشستگی آماده شویم.

**- زنان سرمایه‌گذاران بزرگی هستند، اما خودشان ممکن است هنوز این موضوع را ندانند. توصیه شما به زنانی که از سرمایه‌گذاری می‌ترسند چیست؟**

- سرمایه‌گذاری می‌تواند ترسناک باشد. اول کمی تحقیق کنید و بعد آماده شوید که اقدام کنید. متأسفانه به بسیاری از دختران در هنگام بزرگ شدن گفته می‌شود که «ریاضی برای تو سخت است» یا «این کار مناسب تو نیست.» این گونه صحبت‌ها می‌توانند تفکر شما را تخریب کنند، اما اگر شما هم از سرمایه‌گذاری می‌ترسید، آرام‌آرام شروع کنید. با مقدار کمی پول، یک حساب کارگزاری باز کنید. این کار را می‌توانید به صورت آنلاین و سریع انجام دهید.

همه شرکت‌هایی که ما روزانه با آنها سروکار داریم، می‌توانند سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت خوبی باشند (اما فقط به خاطر علاقه به قهوه، در استارباکس سرمایه‌گذاری نکنید!) اگر فکر می‌کنید که این کار به شما کمک می‌کند، می‌توانید فقط یک سهم بخرید و سپس، هر چه می‌توانید بخوانید تا این ترس را شکست دهید. دشوار است، اما می‌تواند سرگرم‌کننده هم باشد. سرمایه‌گذاری را نباید نادیده گرفت.

**- اصول سرمایه‌گذاری به سبک وارن بافت که هر سرمایه‌گذار باید آنها را بداند، چیست؟**

- کمتر معامله کنید. این به خرید و نگهداری بلندمدت مربوط می‌شود که وارن بافت به آن مشهور است. دوم، اعتماد به نفس کاذب خود را مدیریت کنید و در شرکت‌هایی که نمی‌توانید توضیح دهید، سرمایه‌گذاری نکنید. وارن بافت این کار را نمی‌کند. فقط به شرکت‌هایی که باعث ساخت امپراتوری او شده‌اند نگاه کنید: «راه‌آهن برلینگتون نورترن، سیسکو، گینکوپ، واشنگتن پست، جینز کولکتین، آو، Fruit of the Loom، و کوکاکولا.» این شرکت‌ها ذاتاً ساده هستند و می‌توان آنها را به راحتی درک کرد. بیشتر تحقیق کنید. وارن بافت به دلیل تحقیق‌های گسترده‌اش معروف است. او هر روز پنج روزنامه و تعداد بی‌شماری گزارش سالانه می‌خواند. او اغلب می‌گوید که اگر کسی به دفتر او برود، حتماً خسته می‌شود!

دیگر نکته مهم، تمرکز بر مدیریت شرکت‌هاست. وارن بافت در تصمیمات سرمایه‌گذاری خود، همیشه به نقش مدیریت توجه داشته است.

همچنین، سعی کنید تسلیم فشار اجتماع نشوید. مطالعات نشان می‌دهد که مردان در جمع مردان دیگر تمایل بیشتری به ریسک دارند. این همان انگیزه رقابتی است که باعث می‌شود بخواهید از مردان دیگر پیشی بگیرید. در مقابل، زنان تمایل دارند بدون توجه به این که چه کسی در جمع حضور دارد، تصمیم خودشان را بگیرند.

**در مورد وارن بافت، او اهمیتی نمی‌دهد که وال استریت چه می‌کند. او در تصمیمات خود سفت و قاطع است و تحت تأثیر دیگران قرار نمی‌گیرد. او فقط شرکت‌هایی را می‌خرد که می‌شناسد و ریسک را به بهترین نحو ممکن مدیریت می‌کند. این کارها به تمامی ما کمک می‌کند که پول بیشتری به دست بیاوریم.**

# زندگی کوچینگ

(یوشا نعمایی،  
کوچ مدیران پروژه)

## کوچینگ و باشگاه زنان پیشرو

در این نوشتار سعی بر اینست در ابتدا تعریفی ساده (ولی صحیح و معتبر) از واژه (کوچینگ) ارائه گردد و پس از بیان برخی کاربردهای (کوچینگ) در زندگی افراد، ارتباط آن با یک جمع و تشکل حرفه ای چون (باشگاه زنان پیشرو) - که در زمینه توسعه فردی و سازمانی بانوان فعالیت دارد - بیان شود.

کوچینگ واژه ایست که در طی سالهای اخیر از کاربردهای آن در تمامی ابعاد زندگی و توسعه فردی و سازمانی و ایجاد تغییرات پایدار در زندگی و ... بسیار شنیده شده است اما در مجموع مهارت و علمی نسبتا جدید و نوپا در جهان و بخصوص در کشور ما ایران است (بنحوی که هنوز واژه جایگزین مناسبی برای آن تعیین نشده است و گاهی از واژه هایی چون مربی گری، رهبری، همراهی و... استفاده میشود). جالب توجه است که علی رغم نوپا بودن این مهارت و بنا بر آمارهای معتبر جهانی، (صنعت کوچینگ) در حال حاضر دومین صنعت روبه رشد دنیاست. تمام مهارتهایی که به اصطلاح (ترند) میشوند و پرکاربرد، همیشه با این خطر مواجه هستند که افرادی سودجو (یا ناآگاه) برای منفعت بیشتر خود، به نوعی از آن استفاده غیرمجاز نمایند. به همین منظور شناخت درست این مفهوم و داشتن تعریفی صحیح از اینکه (کوچینگ چه هست و چه نیست) ضروری به نظر میرسد.

### شرحی بر کوچینگ ( شیوه نوین تفکر، اندیشیدن و عمل کردن در دنیا):

مفهوم (کوچینگ) در سالهای انتهای سده بیستم میلادی (حدود 1960) و با الهام گرفتن از (مهارتهای مربی گری در ورزش و استفاده از آن در سایر ابعاد زندگی) پدید آمد و در دهه های بعدی این سده، با انجام اقداماتی در زمینه شناخت بیشتر و دقیقتر ابعاد مختلف این مهارت ها و بخصوص سعی در آموزش دادن آنها، در آمریکا و اروپا توسعه پیدا کرد. همزمان با پیشرفتهای بدست آمده در شناخت و به کارگیری این مهارت که منجر به ایجاد حرفه ای جدید به نام (حرفه کوچینگ) شد، فدراسیون بین المللی کوچینگ (ICF) در سال 1969 توسط پیشروان این صنعت پایه گذاری شد که امروز بزرگترین و معتبرترین سازمان غیر انتفاعی ناظر بر حرفه کوچینگ در جهان است و وظایفی چون (استاندارد سازی مفاهیم، آموزش و تربیت کوچ ها به عنوان متخصصین فرآیند و حرفه کوچینگ، تدوین اصول حرفه ای و بخصوص نظارت بر اجرای این اصول از جانب کوچهای آموزش دیده) را بر عهده دارد.



کوچهایی که براساس اصول حرفه ای و استانداردهای تدوین شده از جانب این فدراسیون آموزش دیده باشند و توانسته باشند در آزمون های حرفه ای این فدراسیون نمره قبولی را کسب کنند، از جانب فدراسیون به عنوان (کوچ معتبر) در یکی از سطوح (پایه، حرفه ای، استادی) شناخته میشوند و تحت نظارت این فدراسیون قرار میگیرند.

## کوچینگ و باشگاه زنان پیشرو :

باشگاه زنان پیشرو جمعیتی است که اعضای آن همگی بانوانی هستند که هریک به نحوی در زندگی خود به دنبال توسعه فردی / کسب و کار خود و در نهایت رسیدن به یک موقعیت ممتاز فردی ، اجتماعی و مالی هستند . اغلب این بانوان در اندیشه کارآفرینی و یا بهبود وضعیت یا توسعه کسب و کار خود هستند در این رابطه ، کوچینگ میتواند در موارد زیر ، کمک موثری برای اعضای این باشگاه باشد :

- توانمند سازی فردی ، شناخت بهتر و دقیقتر نقاط قوت و نقاط قابل بهبود فردی ، ارزشها و باورها ( بخصوص باورهای محدود کننده پنهان که عموماً توسط جامعه ، خانواده و فرهنگ غالب بر محیط ایجاد شده )

- تصمیم گیری در موقعیتهای جدید و ناشناخته ( که یکی از الزامات قدم گذاشتن در مسیرهای جدید و خارج شدن از محیط امن برای هر فردیست )

- هدف گذاری صحیح و مبتنی بر واقعیت و سپس یافتن بهترین راه حل برای ایجاد تغییرات ضروری بر اساس اهداف تعیین شده ، سپس برنامه ریزی و اقدام با حمایت کوچ و در انتها دریافت نتایج ، تحلیل آنها و آموختن از تجربیات بدست آمده

- کوچ پیگیر یادگیری فردی، رشد و تغییر پایدار (توسعه آگاهی) مراجعه کننده است.

## سخن پایانی :

دنیای امروز دنیای تغییرات مدام ، ریسک ، وقوع حوادث پیش بینی نشده و ... است . در چنین فضایی ، تنها دو گزینه پیش رو داریم : - نشستن ، تماشا کردن و منتظر بودن برای آینده ای که به هیچ وجه چشم انداز خوبی از آن دیده نمیشود و سرشار از ناشناخته ها ، اضطراب ها و حوادث نامطلوب است .

- حرکت کردن ، تغییر کردن و ساختن آینده در حد توان خود افرادی که در باشگاه زنان پیشرو دور هم جمع شده اند هیچیک اعتقادی به راه اول ندارند و ضمن اینکه اجازه (قربانی شدن) را به خود نمیدهند، همگی با قاطعیت دنبال ایجاد تغییرات در خود و جامعه پیرامون خود هستند .

براین اساس ، وجود محیطی مانند (باشگاه زنان پیشرو) که اعضای آن مشترکاً در مورد ساخت آینده خود / جامعه خود چنین نقش شجاعانه و سازنده ای قائل هستند ، یکی از موثرترین فضاها برای تاثیرگذاری بر کل جامعه و بهبود کل فضای زیست مردمان در این وطن هست . بدیهیست زیرکی اعضا و موسسین این باشگاه در استفاده از خدمات کوچینگ برای رسیدن به مقصود ، خود مؤید این موضوع است .

از اینکه مورد اعتماد اعضای این باشگاه هستیم که خدمات خود را در قالب فرآیند کوچینگ در اختیار آنها بگذاریم و در مسیر رسیدن به شرایط بهتر در جامعه همراه و هم سفرشان باشیم ، بسیار مفتخرم و برای تک تک اعضای محترم و توانمند باشگاه آرزوی سلامتی ، شادی و موفقیت و پیروزی دارم .

کوچ میتواند از طریق مهارتهایی که آموزش دیده و اصطلاحاً (آنها را در جعبه ابزار خود دارد) از طرق زیر به مراجع / مراجعین کمک و یاری برساند :

- مراجع را تشویق یا تحسین کند (یادآوری توانایی های فردی مراجع به خودش)

- مراجع را در شناخت ارزشها ، باورها و مفاهیم بنیادین ذهنش همراهی نماید تا آنها را به شیوه ای شفاف بشناسد

- پاسخ سؤالات مراجع را در درون مراجع جستجو نماید و او را همراهی کند تا راهکار و مسیر حل مشکلاتش را در درونش بیابد به نحوی که بر پایه توانمندیها ، بر پایه ارزشها و باورهای تقویت کننده و بدور از باورهای محدود کننده او باشد . ویژگی اصلی و مهم این راه حل ها ( شخصی بودن) آنهاست که بر پایه این اصل در فرآیند کوچینگ استوار شده که : ( هر شخصی در هر جای این دنیا منحصر بفرد است و در نتیجه برای هر مسئله ای ، راه حل مخصوص به خود را نیاز دارد که باید بر اساس باورها ، ارزشها و توانمندیهای خودش باشد ) .

- مراجع را در اتخاذ تصمیمات مهم و انجام اقدامات ضروری ، حمایت نماید . این حمایت از طریق تکیه بر توانمندیهای واقعی مراجع و یادآوری آنها و تقویت مثبت و سعی در بهبود نقاط قابل بهبود و همچنین بر اساس ارکان اساسی دیگر کوچینگ یعنی (اعتماد و همدلی) صورت میگیرد .

- مراجع را در مسیر رسیدن به اهداف و برنامه هایش ، همراهی نماید تا مراجع بتواند با شیوه ای مدون و برنامه ریزی شده ، از هر قدم خودش و نتایج حاصل از آنها درس گرفته و بتواند همواره خود را در مسیر پیشرفت و توسعه نگه دارد. در طول این مسیر گاهی لازم است که کوچ با ایجاد موقعیت های چالش برانگیز ، مراجع را در گسترش چشم اندازش (به فضایی فراتر از محدودیت های ذهنی خودش) یاری رساند . به همین دلیل گفته میشود که کوچینگ یک (فرآیند مستمر) است و عموماً در یک یا دو جلسه نمیتوان از آن نتیجه گرفت.