

## یادداشت

### درس‌های تازه از بحران کرونا

نانسی کوهن

استادمدریت دانشکده کسب‌وکار هاروارد

برای عبور موفق از بحران، رهبران قدرتمند، خیلی زود ابهام و آشوب گسترده‌ای که ایجادشده را می‌پذیرند. در واقع، آنها هیچ کتاب و مجموعه راه حلی برای عبور از بحران‌ها ندارند و در غیاب آن، کارکنان‌شان را به حرکت نقطه به نقطه در مواجهه با بحران رهنمون می‌کنند. آنها با هر تغییر وضعیت، یک حرکت جدید انجام می‌دهند. زمانی که وضعیت تغییر می‌کند و اطلاعات جدیدی به دست می‌آید، تنظیم حرکت‌ها، پیشروی، بداهه رفتن و هدایت دوباره برای عبور از بحران ضروری است.

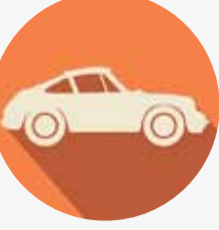
رهبران شجاع به خوبی می‌دانند که ممکن است در این مسیر اشتباهاتی هم رخ دهد و آنها خیلی سریع تغییر جهت بدهند. این اشتباه‌ها به آنها چیزهایی یاد می‌دهد. شکلتون، کاوشگر قطب جنوب که کشتی‌اش در آستانه زمستان در یخ گیر کرده بود، ماموریت خود را از رسیدن به...

۳

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



## پروتکل‌های بهداشتی ویژه صنعت قطعه‌سازی هنوز ابلاغ نشده

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو در خصوص وضعیت تولید در سال جدید اظهار داشت خودروسازان در سال جدید از ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های تولیدی جهت تحقق جهش تولید...

۵

اقتشار تهیدست و آسیب‌پذیر جامعه چگونه بحران کرونا را تاب می‌آورند؟

# غم نان و بیم جان

۲

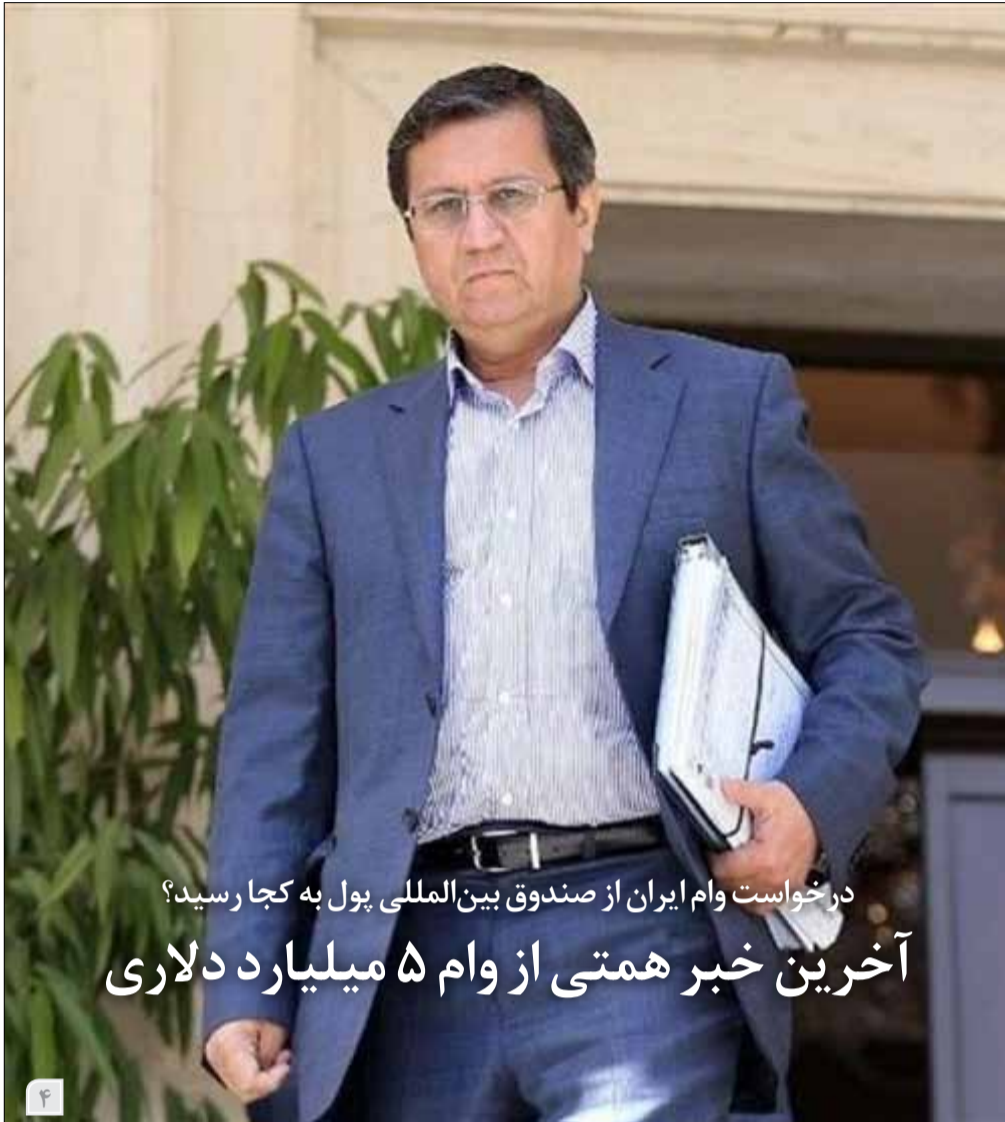
دیدگاه وزیر اقتصاد درباره تبعات اقتصادی شیوع کرونا

## کرونا ۱۵درصد از اقتصاد ایران را هدف می‌گیرد

۳

### مدیریت و کسب‌وکار

- نکاتی که می‌توان از کتاب‌عادت‌های اتمی اثر جیمز کلیبر آموخت
- ۶ گام ایجاد پادکست
- سقوط عرصه تبلیغات با ویروس کرونا
- چگونه میزان سوددهی مغازه خود را چند برابر کنیم
- اشتباهات رایج در هنگام شروع یک کسب‌وکار
- درمان تنبلی با ۱۲ راهکار ساده



در خواست وام ایران از صندوق بین‌المللی پول به کجا رسید؟

## آخرین خبر همتی از وام ۵ میلیارد دلاری

۴

اولین جلسه علنی مجلس در سال ۹۹ برگزار شد

## کرونادرمانی به روایت دولتمردان

۵ تا برابر ایران است.

نویخت: ۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد به عنوان کمک معیشتی پرداخت می‌شود \* فردا باید ۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان به عنوان کمک معیشتی به مردم پرداخت شود. همچنین امروز یا فردا ۱۰۰درصد اعتباراتی که مربوط به حوزه ردیف‌های بهداشت و درمان است، تسویه خواهند شد.

\* تاکنون ۳هزار و ۵۶۰ میلیارد تومان به شکل ویژه برای تقویت ستاد ملی مبارزه با کرونا، ستاد تهران بزرگ و استان‌ها به عنوان تنخواه پرداخت شده است، برای ماه‌های آینده نیز بالغ به ۱۲هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان برای تجهیزات بیمارستان‌ها در جهت مقابله با کرونا، تامین دارو، البسه و پوشاک ویژه کادر درمان، کیت‌های آزمایشگاهی، جبران کمبود دارم‌های اختصاصی دانشگاه‌های علوم پزشکی تخصیص داده می‌شود.

\* ابتدا به همه شرکت‌های داخلی و دانش‌بنیان ارائه خواهیم کرد تا هر امکانی که برای تامین و تولید این اقلام از قبیل تجهیزات، البسه، دارو و موارد ویژه‌ای که برای بیمارستان‌ها لازم است را به ما اعلام کنند. اگر شرکت‌های داخلی از عهده این کار برنیایند یک سنت را هم از خارج وارد نمی‌کنیم. \* ۱۲هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان برای حمایت از مشاغل و کسبه در نظر گرفته شده است. برای حمایت از گروه‌های حساس و آسیب‌دیده، در مرحله اول ۳میلیون نفر شناسایی شدند که حقوق ثابت و مالکیت دیگری نداشتند. به این افراد از ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان در اسفندماه پرداخت کردیم. مرحله دیگر تا چند روز دیگر در فروردین انجام می‌شود و جامعه هدفش حدود ۴ میلیون نفری است که درآمدشان روزمزد یا فصلی است. حساب کارت پارانه این افراد بین یک تا دو میلیون تومان طی امروز و فردا شارژ خواهد شد. این مبلغ با چند ماه تنفس به تدریج و طی دو سال از حساب افراد کسر می‌شود. \* قرار بود سود این پرداخت‌ها ۱۲درصد باشد، اما بنا بر تصمیم گرفته شده سود این وام ۴درصد حساب خواهد شد. ۷۸ میلیون نفر که یارانه می‌گیرند اگر متقاضی باشند می‌توانند با همین مکانیزم درخواست وام با سود ۱۲درصد کنند. همچنین حدود ۳میلیون بنگاه تجاری را شناسایی کردیم که به آنها ۷۵ هزار میلیارد تومان تسهیلات خواهیم داد تا دوره گذار بیماری کرونا و آثار اقتصادی آن را پشت سر بگذرانند.

\* وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در ۳۰ بهمن ماه درباره بیماری کرونا اولین گزارش را در دولت ارائه داد و ما در روز یکم اسفند در وزارت کشور، ستاد مقابله با کرونا را تشکیل دادیم. یکی دیگر از مسائلی که ما باید هم‌زمان با شیوع ویروس کرونا مورد توجه قرار می‌دادیم، رسیدگی به مباحث بحرانی مثل سیل بود و همچنین مباحثی در حوزه مرزها وجود داشت که وزارت کشور اقدامات خود را در این راستا انجام داد.

\* در ایام عید، روزی ۲۰۰۰ تخت بستری داشتیم اما در حال حاضر به ۴۰۰ مورد رسیده است و در بسیاری از استان‌های دیگر کشور هم رویه به همین صورت است. این مسئله به این معنا نیست که ما اعلام کنیم شرایط بسیار خوب است و فعالیت‌ها باید به صورت عادی انجام شود بلکه باید با هماهنگی و مشارکت یکدیگر، این روند مدیریت بیماری کرونا را ادامه دهیم تا طول عمر این بیماری و فوتی‌ها کاهش یابد.

شبکه خبری سی‌ان‌ان هشدار داد

### موجی از ورشکستگی شرکت‌های نفتی در راه است

شبکه خبری سی‌ان‌ان در گزارشی هشدار داد که باقی ماندن قیمت نفت در سطوح کمتر از ۴۰ دلار می‌تواند بسیاری از شرکت‌های فعال در بخش نفت و گاز آمریکا را به ورطه ورشکستگی بکشاند.

به گزارش سی‌ان‌ان، هفته گذشته شرکت نفتی «وایتینگ پترولیوم» که زمانی یک ستاره رو به رشد در صنعت نفت شیل به شمار می‌رفت و توانسته بود چندین سال با نفت ۵۰ دلاری کنار بیاید، اعلام ورشکستگی کرد. با توجه به سقوط قیمت نفت به پایین‌ترین میزان خود طی ۱۷ سال اخیر، ورشکستگی شرکت وایتینگ پترولیوم قطعاً آخرین مورد ورشکستگی در بین شرکت‌های نفتی نخواهد بود و باید گفت که این اتفاق آغاز یک دومینوی سقوط در صنعت نفت آمریکا و جهان است. ویروس همه‌گیر کرونا با کاهش دادن تقاضای جهانی برای بنزین، گازوئیل و سوخت جت علا صنعت نفت جهان را در هم شکسته است. در این میان، جنگ قیمتی بین عربستان و روسیه باعث تشدید مشکلات شرکت‌های نفتی شده است.

در این شرایط به احتمال قریب به یقین طی ماه‌های آینده شاهد موجی از ورشکستگی‌های زنجیره‌ای در صنعت نفت خواهیم بود. برخلاف آنچه در سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ اتفاق افتاد، این بار احتمالاً بسیاری از شرکت‌ها نخواهند توانست از بحران عبور کنند. «اسپنسر کاتر» تحلیلگر واحد اطلاعات اقتصادی بلومبرگ، یکی از کارشناسانی است که درباره موج گسترده ورشکستگی شرکت‌های نفتی در سال جاری میلادی هشدار می‌دهند. «بادی کلارک» از مدیران بخش انرژی شرکت حقوقی H&B هیوستون نیز پیش‌بینی می‌کند که طی یک سال آینده نزدیک به ۱۰۰ شرکت تولیدکننده نفت و گاز در آمریکا اعلام ورشکستگی خواهند کرد.

کلارک در این خصوص می‌گوید: «ورشکستگی صرفاً مختص به شرکت‌هایی که یکی پس از دیگری در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ سر برآورده و با انبوهی از بدهی‌ها مواجهند، نیست. برخی از شرکت‌هایی که در خطر ورشکستگی قرار دارند، شرکت‌هایی هستند که از ساختار مناسبی برخوردارند. در هر کسب‌وکاری اگر قیمت‌ها ناگهان ۷۰درصد افت کند، حتی شرکت‌هایی که بهترین برنامه‌ریزی را دارند نیز برای غلبه بر بحران باید سختی‌های زیادی را تحمل کنند. تنها بحث سقوط ناگهانی قیمت مطرح نیست؛ نفت ۲۰ دلاری بسیار پایین‌تر از قیمت سه‌برسه‌س همه شرکت‌های نفتی فعال در آمریکاست.»

نتایج تحقیقات میدانی فدرال رزرو دالاس نشان می‌دهد حتی شرکت‌های فعال در حوضه نفتی بریمان نژراس (که به دلیل پایین بودن هزینه استخراج نفت به طلایهدار رونق نفتی آمریکا تبدیل شده است) نیز برای کسب سود از فعالیت‌های نفتی خود نیازمند نفت ۴۹ دلاری هستند. براساس این تحقیقات میدانی، ۱۵درصد از شرکت‌های نفتی آمریکایی تنها یک سال با کمتر می‌توانند با نفت ۴۰ دلاری به فعالیت خود ادامه دهند و ۲۴درصد شرکت‌های نفتی این کشور نیز با نفت ۴۰ دلاری ظرف مدت یک الی دو سال ورشکسته خواهند شد.

شرکت وایتینگ پترولیوم که به تازگی اعلام ورشکستگی کرده است، شاید برای شهروندان عادی در آمریکا نام شناخته‌شده‌ای نباشد، اما این شرکت نفتی در اواخر سال ۲۰۱۸ حدود ۵ میلیارد دلار قیمت‌گذاری شده بود. این شرکت که بیشتر فعالیت‌هایش در میداین نفتی برهزبنه داکوتای شمالی متمرکز است، در دوران نفت ۱۰۰ دلاری رشد چشمگیری را تجربه کرد، اما در سال‌های اخیر همواره در تلاش برای بقا بوده است. اسپنسر کاتر، تحلیلگر واحد اطلاعات اقتصادی بلومبرگ درخصوص وضعیت شرکت وایتینگ پترولیوم می‌گوید: «نفت کمتر از ۶۰ دلاری برای شرکت وایتینگ مانند مرگ تدریجی بود، اما با نفت کمتر از ۴۵ دلاری این شرکت هیچ راهی برای ادامه حیات نداشت.»

شاید در یک دهه گذشته هیچ شرکتی به اندازه شرکت‌های نفتی از پایین بودن نرخ بهره و وجود تقاضای پایدار برای اوراق قرضه خود در بین سرمایه‌گذاران، سود نبرده باشد. حتی پرریسک‌ترین شرکت‌های نفتی نیز طی این مدت قادر بوده‌اند از طریق انتشار اوراق قرضه شرکتی، منابع مالی موردنیاز خود را فراهم کنند. پایین بودن هزینه استقراض برای شرکت‌های نفتی آمریکایی باعث شد که این کشور به بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت در جهان تبدیل شود.

اما اکنون شرکت‌های نفتی در آمریکا با حجم عظیمی از بدهی‌ها دست‌وپنجه نرم می‌کنند و شانس چندانی نیز برای تعدیم سررسید پرداخت بدهی‌های‌شان ندارند. در این میان بازار اوراق قرضه نیز عملاً به روی شرکت‌های نفتی بسته شده است و طی دو ماه اخیر هیچ اوراق قرضه‌ای در حوزه نفت و انرژی در آمریکا منتشر نشده است. تعجبی ندارد که سرمایه‌گذاران هیچ تمایلی به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های بازنده از خود نشان ندهند. به گفته اسپنسر کاتر، این شرایط بسیاری از شرکت‌های نفتی را به مرز ورشکستگی خواهد کشاند.

در این میان، وضعیت بازارهای مالی نشان می‌دهد که ورشکستگی‌های بیشتری در بین شرکت‌های نفتی در راه است. براساس رتبه‌بندی‌های جدید مؤسسه اعتبارسنجی S&P، در اواسط ماه مارس سال جاری میلادی (اواخر اسفند ۱۳۹۸) حدود ۹۴درصد از شرکت‌های فعال در حوزه نفت و گاز از لحاظ اعتباری در وضعیت «تحت فشار» بوده‌اند؛ در حالی که این رقم در پایان سال ۲۰۱۹ حدود ۲۵درصد بوده است. اسپنسر کاتر، تحلیلگر واحد اطلاعات اقتصادی بلومبرگ، با استناد به این آمارها تأکید می‌کند: «کل بخش نفت و گاز تحت فشار است. احتمال دارد در ماه‌های آینده تعدادی از شرکت‌های بزرگ در بخش نفت و گاز ورشکسته شوند.»

کلید نجات شرکت‌های نفتی از بحران کنونی این است که قیمت هر بشکه نفت برای مدت زیادی زیر ۴۰ دلار نباشد. یک رالی قیمتی بزرگ که شاید از یک رشد اقتصادی سریع نشأت بگیرد، به بسیاری از شرکت‌های نفتی در معرض ورشکستگی امکان می‌دهد که دوباره روی پای خود بایستند.

## نگاه

موسسه «مکنزی» بررسی کرد

### اثر کرونا بر کسب‌وکارها

موسسه «مکنزی» در گزارشی تحلیلی به بررسی تاثیر کرونا بر کسب و کارها پرداخته و نوشته‌است: شیوع ویروس در سطح جهان و بدون کاهش فصرلی گسترش می‌یابد و این امر موجب شوک تقاضا می‌شود که تا سه ماهه دوم ۲۰۲۱ ادامه خواهد داشت. در مقدمه گزارش موسسه «مکنزی» آمده است: چین و کشورهای آسیای شرقی شروع به جبران عوامل اقتصادی می‌کنند اما اختلالات در زنجیره ارزش وجود دارد. قرنطینه‌های وسیع در ایالات متحده و اروپا، محدودیت‌های مسافرفرتی و افزایش فاصله اجتماعی منجر به کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده و سرمایه‌گذاری تجاری در سال ۲۰۲۰ می‌شود. چین و کشورهای آسیای شرقی با کاهش چشمگیر در روند بهبود اقتصادی در سال ۲۰۲۰ روبه‌رو می‌شوند و حتی این روند تا سه ماهه اول ۲۰۲۱ تسری می‌یابد. ایالات متحده و اروپا نیز به دنبال کاهش تقاضا در مصرف‌کننده و هزینه‌های تجاری، رکود عمیقی را در سال ۲۰۲۰ تجربه خواهند کرد. موسسه مشاوره «مکنزی» سپس در سرفصلی جداگانه با طرح این سوال که «کسب‌وکارها در طول این مدت باید بر چه مواردی تمرکز کنند؟» توضیح داده که حفاظت از کارکنان، تشکیل تیم مقابله با ویروس کرونا، تثبیت زنجیره تامین، حفظ ارتباط با مشتریان، حفظ نقدینگی برای عبور از بحران، تمرین برنامه و هدف‌گذاری از مهم‌ترین اولویت‌های بنگاه‌ها در طول این مدت است. در بخش بعدی این گزارش با عنوان «اقدام اساسی در زنجیره ارزش»، موسسه «مکنزی» ایجاد شفایقت در زنجیره تامین چند لایه، بهینه کردن ظرفیت تولید و توزیع، تخمین زدن تقاضای مشتری نهایی، تجزیه و تحلیل فهرست موجودی و استفاده از ظرفیت لجستیک موجود را به عنوان راهکار سازمان‌های اقتصادی در زمان گسترش کروناویروس پیشنهاد داده است. «یجاد روابط همکاری با شرکای تجاری»، «طراحی زنجیره تامین انعطاف‌پذیر برای آینده» و «بهبود پایداری و ثبات زنجیره ارزش به‌طور مداوم» از راهکارهای کوتاه مدت موسسه «مکنزی» با هدف حفظ زنجیره ارزش ظرف دو تا چهار ماه آینده است.

<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>	<div><b>اکنونیمست و سی‌ان‌ان بیزینس گزارش می‌دهند</b></div>
<p><b>کرونا چه کسانی را پولدار کرده است؟</b></p>	
خانه‌نشینی، روند روزانه زندگی در تمام جهان را متحول کرده است. کافی است صفحه اینستاگرام را باز کنی، یکی در حال آموزش شیرینی‌پزی است، یکی خمیر نان روزی می‌دهد و یکی دیگر از روش‌های ورزش در خانه می‌گوید. یکی یوگا می‌کند و یکی دیگر نیز روزه تردمیل می‌دود. این وضعیتِی است که نه فقط در ایران، بلکه در سراسر جهان و در تمام زبان‌های شبکه‌های اجتماعی دیده می‌شود. به گزارش اکنونیمست، اگرچه کرونا اقتصاد جهانی را ویروسی کرده اما گردش بیش از ۱۰روز صناع مبتنی بر وب آشنیزی، و بدنسازی و مدیتیشن در یک ماه اخیر رشد عجیب و غریبی داشته‌اند. اکنونیمست در این باره می‌نویسد: «پلیکیشن‌های مدیتیشن، برنامه‌های بدنسازی یا فیتنس دیجیتال و دوره‌های آشنیزی آنلاین در حال رونق چشمگیری هستند. برنامه «Zoom» یک سرویس کنفرانس ویدئویی، حالا بیش از ۴۰ میلیارد دلار ارزش دارد. از آنجایی که بسیاری از کلاس‌ها و دوره‌ها به صورت پخش گسترده آنلاین برگزار می‌شوند، حالا Zoom به یکی از مهم‌ترین شرکت‌های «سلامت اجتماعی» تبدیل شده‌است.» به گفته اکنونیمست، تعداد بازدیدهای روزانه ویدئوهای «یوتیوب» که با تیتِر «ما من …» شروع می‌شوند و مربوط به آشنیزی، درس خواندن و چیدمان منزل می‌شوند، از ۱۵ ماه‌س تانکون ۶۰۰کدرشد رشد کرده است. در چین در یک ماه قرنطینه در ماه فوریه، دانلود پنج برنامه برت دستور آشنیزی دو برابر شد. در انگلستان فروش دستگاهای پاستاساز خانگی در فروشگاه بزرگ «جان لولین» پنج برابر شده‌است. اکنونیمست به کنایه می‌نویسد: «زنه‌های ورزشی و تشک‌های یوگا این روزها مانند دستمال توالت به فروش می‌روند.» همچنین براساس گزارش سی‌ان‌ان بیزینس، گردش مالی صنعت بدنسازی در سال ۲۰۱۸ میلادی،۲۴میلیارد دلار بوده است. حالا قرنطینه خانگی جهان، شکل و شمایل این صنعت را تغییر داده است. این پایگاه خبری می‌نویسد: «گسترش ویروس کرونا، باشگاه‌های ورزشی و بدنسازی درهای‌شان را بسته‌اند و خود را با یک واقعیت جدید هماهنگ می‌کنند. تغییر ناگهانی، باعث ایجاد خلاقیت و انعطاف‌پذیری باشگاه‌ها شده است.» باشگاه‌هایی که به شدت وابسته به محل فیزیکی و کارکنان‌شان بوده‌اند.» گزارش سی‌ان‌ان بیزینس نشان می‌دهد که از این شرایط، شرکت‌های مجازی و دیجیتالی بدنسازی، سود خوبی از تغییر وضعیت این صنعت می‌برند. به عنوان مثال، «میرر» یک سیستم بدنسازی خانگی مبتنی بر واقعیت مجازی و کنش متقابل است که با قیمت ۱۴۹۵ دلار به فروش می‌رسد. فروش این سیستم در روزهای اخیر اما رشد بسیار زیادی داشته و به گفته «برایان جینت» رئیس این شرکت، میزان فروش از زمان شیوع کرونا بیش از دو برابر شده است.	

کشورهای مختلف برای مقابله با کرونا چه کرده‌اند؟

## کرونادرمانی با روش‌های مختلف

بحران ناشی از شیوع کرونا در حال تبدیل شدن به یک چالش تمام عیار اقتصادی است. به گزارش گاردین، برای همه مشخص شده که سال ۲۰۲۰ سال رکود اقتصادی در سراسر جهان است. رفت و آمدها در بسیاری از نقاط به شدت محدود شده و برخی نیز رو به قرنطینه سراسری آورده‌اند. در این شرایط اقتصاد کشورها با شوک سنگینی مواجه شده است: از شمار رو به افزایش کشنده که برای دریافت مزایای بیکاری درخواست داده‌اند تا کسب و کارهای تعطیل شده و دولت‌هایی که مجبور به هزینه‌های سنگین شده‌اند. با این حال کشورها رویکرد یکسانی برای مقابله با کرونا اتخاذ نکرده‌اند: کشورهای اروپایی راهی را امتحان کردند که در بحران سالل ۲۰۰۹ امتحان کرده بودند. آنها شروع به خرید اوراق قرضه شرکت‌ها برای جلوگیری از ورشکستگی آنها و ارائه تسهیلات اعتباری بیشتر به کسب و کارها کردند. در آمریکا و ژاپن دولت‌ها به ارائه بارانه نقدی مستقیم به خانوارها پرداختند تا جلوی سقوط آزاد مخارج خانوار را بگیرند. راه دیگر که در انگلیس ارائه شد، تلاش برای حفظ سطح درآمد خانوارها بود به طوری که دولت متعهد شد تا ۸۰درصد درآمد خانوارها را در دوران قرنطینه به آنها پرداخت کند. این اقدام که به معنای افزایش شدید کسری بودجه دولت خواهد بود باعث می‌شود تا میزان مخارج دولت به بالاترین سطح خود در طول ۶۵سال اخیر برسد. از سوی دیگر، کشورهایی که توانایی مالی کمتری داشتند سراغ معافیت‌های مالیاتی رفتند. ایتالیا و اسپانیا معافیت‌های موقت گسترده‌ای برای شرکت‌ها در نظر گرفتند و در سوئیس به جای مداخله مستقیم بانک مرکزی، دو بانک عامل عهددار ارائه تسهیلات ارزان قیمت به شرکت‌ها شدند. همچنین در شرق آسیا، بار اصلی مقابله با پیامدهای اقتصادی کرونا به دوش بانک‌های مرکزی افتاده است. تنها در چین بانک مرکزی از طریق کاهش نرخ ذخیره بین بانکی و در نظر گرفتن دوره‌های تنفس بازپرداخت اقساط، امکان ارائه وام‌های به ارزش صدها میلیارد دلار را فراهم کرده است. در ژاپن نیز بانک مرکزی صدها میلیارد دلار نقدینگی به بازارها تزریق کرده است.

<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>	<div><b>ایمان ولی‌پور</b></div>
<div><b>ایمیل:</b> <span>IvanKaramazof@yahoo.com</span></div>	

چشمه ساری در دل و / آبشاری در کف / آفتابی در نگاه و / فرشته‌ای در پیراهن / از انسانی که توفی / قصه‌ها می‌توانم کرد / غم نّان اگر بگذارد/ (غزلی در نئوناستن-احمد شاملو)

نگاه نظارتی مجلس به دولت باعث شده تا مرکز پژوهش‌ها به عنوان نهاد پژوهشی

و باژوی کارشناسی مجلس در این سال‌ها از تفکری انتقادی نسبت به مدیریت دولت برخوردار باشد و با دیدگاه واقع‌بینانه و روحیه‌ای بی‌طرفانه و بیرون از بازی قدرت بکوشد همچون معنای لغوی «نقد» صرفاً در پی «جداکرن سر‌از ناله» باشد. این نگاه‌نقدانه در ماجرای بحران کرونا نیز جاری و ساری بوده و مرکز پژوهش‌ها از همان ابتدای شیوع بیماری در سلسله گزارش‌هایی به بررسی راهبردهای مواجهه با شیوع کرونا و مقبله با تبعات اقتصادی و اجتماعی آن پرداخته.این نهاد پژوهشی حالا با گذشت بیش از ۱۰روز از شیوع ویروس «کووید-۱۹» در ایران به نقد عملکرد حمایتی دولت پرداخته و سعی کرده بانگاهی تحلیلی و به دور از ارزیابی شتاب‌زده،سیاست‌های حمایتی دولت‌از اقبال ضعیف و آسیب‌پذیر جامعه را به قضاوت بنشیند.

پای ویروس کرونا چگونه به ایران باز شد؟

در واپسین روزهای بهمن‌ماه سال گذشته بود که زمزمه‌های شیوع کرونا و مرگ مشکوک چند تن از شهروندان قمی در فضای مجازی منتشر شد و طولی نکشید که وزارت بهداشت در عصر روز چهارشنبه ۳۰ بهمن‌ماه در اطلاعیه‌ای از مرگ دو شهروند در شهر قم بر اثر ابتلا به ویروس کرونا خبر داد. از آن زمان تا به امروز ویروس کرونا بدون توقف مرزهای سیاسی را درمی‌نوردد و آخرین خبرها از تعداد مبتلایان به کرونا تا نوزدهمین روز از فروردین‌ماه امسال نشان می‌دهد که متاسفانه تعداد مبتلایان در کشور از مرز ۶۲ هزار نفر گذشته و آمار کشته‌شدگان به بیش از ۲ هزار و ۸۰۰ تن رسیده است.

در همین حال، از شروع شیوع ویروس کرونا در شهر قم، سوال‌ها و پرسش‌های بسیاری در افکار عمومی درباره نوع مدیریت بحران دولت و از جمله مسئله قرنطینه شهرها مطرح شده است. پیش از این نیز چگونگی سرایت ویروس کرونا به جغرافیای کشور و نقش احتمالی شرکت هواپیمایی ماهان به‌واسطه برقراری پروازهای چین و ایران، موضوع اعتراض‌ها در شبکه‌های اجتماعی و توییت‌های کاربران فضای مجازی شده بود. البته به‌ماند که بعدها مسئولان وزارت بهداشت در اظهارات جداگانه به روشننگری پرداختند و از سرایت ویروس کرونا به‌وسیله اتباع چینی به ایران خبر دادند. به گفته علیرضا ربیسی معاون وزیر بهداشت، «منشأ اولیه بیماری از شهر قم بوده که به جاهای دیگر سرایت کرده، مشخص شد که علت شیوع ویروس در قم، به صورت واضح، کارگران و دانشجویان چینی ساکن استان بودند که در بهمن‌ماه، بین کشور خود و ایران تردد داشتند.

# اقتصاد امروز

اشار تهمیدست و آسیب‌پذیر جامعه چگونه بحران کرونا را تاب می‌آورد؟

# غم نان و بیم جان



سیاست اجتماعی مشخص و روشنی نبوده است و از سوی دیگر، این اقدامات ماهیتی تأخیری، پستینی و منفعلانه داشته‌اند. مضاف بر این، ضعف نهادهای هماهنگ‌کننده و نظارتی منجر به موازی‌کاری، همدغد نبودن و ناپایداری حمایت‌های اجتماعی شده است.

حمایت منفعلانه دستگاه‌های دولتی از اقبال ضعیف

مرکز پژوهش‌ها در ادامه گزارش‌به عملکرد نهادهای حمایتی در بحران کرونا می‌پردازد و می‌نویسد: در وضعیت‌های بحرانی علاوه بر اینکه انواعی از کنش‌های جمعی در بطن جامعه شکل می‌گیرد، دولت‌ها مکلف هستند به عنوان اصلی‌ترین نهاد اجتماعی و سیاسی، مجموعه‌ای از اقدامات همگانی و گزینشی را برای حمایت از گروه‌های اجتماعی از یک سو و گروه‌هایی که بیشتر در معرض آسیب هستند از سوی دیگر طراحی کنند.

با اینکه از نگاه باژوی کارشناسی مجلس، نهادهای حمایتی از سازمان بهزیستی گرفته تا کمیته امداد امام خمینی، اقدامات حمایتی را از زمان شیوع ویروس کرونا انجام داده‌اند، اما این اقدامات تابع سیاست اجتماعی یکپارچه‌ای نبوده و عدم هماهنگی میان آنها موجب پراکندگی، موازی‌کاری و عدم همدغدی حمایت‌های اجتماعی شده است.

از میان این دستگاه‌های حمایتی صرفاً شهرداری‌ها، سازمان بهزیستی کشور، کمیته امداد امام خمینی، بنیاد مستضعفان و همین‌طور سازمان‌های مردم‌نهاد به اقبال ضعیف و نیازمند جامعه خدمات‌رسانی کرده‌اند که جای خالی نهادهای دیگر از جمله سازمان امور اجتماعی که مشخصاً بنا بر مصوبه شورای اجتماعی کشور (۱۳۵۹) وظیفه مدیریت و نظارت بر دستگاه‌های حوزه آسیب‌ها و حمایت‌های اجتماعی را برعهده دارد، خالی است.

مرکز پژوهش‌ها در پایان گزارش‌شود بر برنامه‌محوری نهادهای حمایتی و هدغدمندسازی حمایت‌های اجتماعی تأکید کرده و گفته که ضعف نهادهای هماهنگ‌کننده و نظارتی منجر به ناپایداری حمایت‌های اجتماعی شده است و لازم است ضمن بازاندیشی در رویه‌های پیشین از اقدامات تأخیری-تعجیلی غیرکارشناسی پرهیز شود، چراکه ادامه این وضعیت باعث می‌شود اقبال ضعیف در حاشیه جامعه در مواجهه با کرونا تاب‌آوری کمتری داشته باشد.

قیصر امین‌پور در شعر «حاشیه» از مجموعه «بی‌پال پریدن» گفته است: «هن در حاشیه به دنیا آمدم / روزها در حاشیه خیابان کار می‌کنم و شب‌ها در حاشیه پیاده‌رو می‌خواهم / من پاییز کار می‌کنم، زمستان کار می‌کنم، بهار کار می‌کنم، تابستان کار می‌کنم و در حاشیه کار زندگی می‌کنم / من حاشیه‌نشین هستم / ولی معنی کلمه حاشیه را نمی‌دانم / از معلم پرسیدیم: حاشیه یعنی چه؟ / گفت: حاشیه یعنی قسمت کناره هر چیز، مثل کناره لباس یا مثل حاشیه شهر که زباله‌ها را در آن می‌ریزند / من گفتم: مگر آدم‌ها زباله هستند که بعضی از آنها را در حاشیه شهر ریختند؟»

**ادامه حیات اجتماعی اقبال آسیب‌پذیر در گرو سیاست‌های اجتماعی پایدار است**

## انتقاد مرکز پژوهش‌ها از عملکرد حمایتی دولت در مدیریت کرونا

ضعیف جامعه شده و در صورت ادامه این روند تبعات و فاجعه بزرگ‌تری رخ خواهد داد.

‏\* با وجود اختصاص ۵ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان به سازمان بهزیستی برای اجرای دستورالعمل‌های پیشگیری و کنترل ویروس کرونا، شاهد توقّف پذیرش جدید معنادان خودمعرّف در مراکز ماده «۱۵» هستیم؛ مددجویانی که در این مراکز حضور داشتند هم به شکل بسیار چشمگیری تعدیل شده‌اند.

‏\* مطابق با دستورالعمل کمیته درمان ستاد مبارزه با مواد مخدر، فرآیند پذیرش معتادان متجاهر در مراکز ماده «۱۶» نه‌تنها متوقّف شده، بلکه تعطیلی این مراکز را در پی داشته است و این امر باعث رهایی تعداد بسیار زیادی از معتادان متجاهر (در حدود ۱۱ هزار نفر) در سطح خیابان‌ها و معابر شهری شده است که به‌نوعی می‌توان آنها را منابع سیار انتقال ویروس کرونا تلقی کرد. این اقدام در تضار با اقدامات مجدانه ستاد ملی مبارزه با کرونا است و به‌لحاظ اجتماعی نیز به‌شدت موجب بدبینی و سلب اعتماد مردم می‌شود.

‏\* در حال حاضر بیش از۲هزار و ۵۰۰ نفر از افراد بی‌خانمان و آسیب‌دیده در ۲۱ گریمخانه و دو سامان‌سرا در تهران نگهداری می‌شوند و ظرفیت این مکان‌ها نیز محدود است. به نظر می‌رسد در شرایط کنونی و شدت شیوع ویروس و همچنین تعطیلی مراکز ماده «۱۶» (معتادان متجاهر)، ظرفیت‌های مکانی موجود، امکان مدیریت و کنترل شیوع ویروس را فراهم نمی‌کنند و انتظار می‌رفت ستاد مبارزه با مواد مخدر ضمن مراقبت و ارائه خدمات به کرونا پرداخت کرده است.
‏\* اقدام به آزاد کردن آنها نمی‌کرد، بلکه با فراهم‌کردن شرایط مناسب از طریق هماهنگی بین دستگاهی (در اختیار گرفتن سالن‌های ورزشی و سوله‌هایی برای اسکان موقت بی‌خانمان‌ها به تفکیک افراد سالم و ناسالم و مشکوک) فرآیند پذیرش افراد جدید را تسهیل می‌کرد.

‏بسته‌های بهداشتی و مراقبتی در برابر کرونا از سوی بنیاد مستضعفان ‏\* حمایت کامل از گروه‌های جهادی برای ضدعقونی‌کردن مناطق پرخطر، غربالگری و آموزش مردم با اولویت ۱۴ منطقه محروم کشور از سوی بنیاد مستضعفان ‏\* غربالگری و آموزش مردم با اولویت ۱۴ منطقه محروم کشور از سوی بنیاد مستضعفان
‏\* ارائه توصیه‌ها و خدمات بهداشتی و دعوت شهروندان به خودمراقبتی و حفظ قاعده فاصله‌گذاری اجتماعی از سوی سازمان‌های مردم‌نهاد و رسانه‌های اجتماعی ‏\* به‌دنبال شیوع ویروس کرونا و قرنطینه آسیاشگاه کهریزک که میزبان در حدود ۲هزار سالند، معلول، بیمار ام‌اس و معلول نخاعی است، بنیاد مستضعفان ۳ میلیارد تومان به این آسیاشگاه‌ها اهدا کرده است.
‏\* بنیاد مستضعفان ۱۰ میلیارد تومان به ۴۰ هزار معلول ضایعه نخاعی شدید و مستقر در منزل برای تهیه اقلام بهداشتی و ضدعقونی جهت پیشگیری از کرونا از طریق سازمان بهزیستی کشور تخصیص داده است.
‏\* شهرداری تهران اقداماتی مانند انجام تست غربالگری کرونا در گریمخانه‌ها، آموزش نیروهای ستادی و ضدعقونی‌کردن مستمر تمام سطوح در گریمخانه‌ها و سامان‌سراها، تجهیز مراکز به تبسنج لیزری، توزیع بسته‌های بهداشتی به کودکان کار و زباله‌گرد و حضور تیم پزشکی در گودها و گاراژهای تفکیک زباله را در جهت حمایت از اقبال آسیب‌پذیر انجام داده است.

‏\* بنیاد مستضعفان یک میلیون تومان را به‌عنوان هدیه به درخواست شهرداری تهران برای ۴ هزار نفر پاک‌بان و کارگر پسماند و بهشت زهرا در مقابله با کرونا پرداخت کرده است.
‏\* ضعف و تأخیر دولت در تصمیم‌گیری‌های ضروری و به‌موقع از قبیل منع تردد غیر ضرور درون شهری و برون‌شهری، ارائه آموزش‌های پیشگیرانه به اقبال در معرض آسیب و فراهم کردن اسکان موقت برای بی‌خانمان‌ها باعث افزایش شدت اثر و ماندگاری این ویروس در لایه‌های پایین و اقبال

## یادداشت

## درس‌های تازه از بحران کرونا

ناتسی کوهن

استاد مدیریت دانشکده کسب و کار هاروارد

برای عبور موفق از بحران، رهبران قدرتمند، خیلی زود ابهام و آشوب گسترده‌ای که ایجادشده را می‌پذیرند. در واقع، آنها هیچ کتاب و مجموعه راه حلی برای عبور از بحران‌ها ندارند و در غیاب آن، کارکنان‌شان را به حرکت نقطه به نقطه در مواجهه با بحران رهنمون می‌کنند. آنها با هر تغییر وضعیت، یک حرکت جدید انجام می‌دهند. زمانی که وضعیت تغییر می‌کند و اطلاعات جدیدی به دست می‌آید، تنظیم حرکت‌ها، پیشروی، بداهه رفتن و هدایت دوباره برای عبور از بحران ضروری است.

رهبران شجاع به خوبی می‌دانند که ممکن است در این مسیر اشتباهاتی هم رخ دهد و آنها خیلی سریع تغییر جهت بدهند. این اشتباه‌ها به آنها چیزهایی یاد می‌دهد. شکل‌تورن، کاوشگر قطب جنوب که کشتی‌اش در آستانه زمستان در یخ گیر کرده بود، ماموریت خود را از رسیدن به سرزمین‌های یخ‌زده قطبی به نجات خود و مردانش تغییر داد. وقتی کشتی آنها دیگر قابل سکونت نبود، او به مردانش دستور داد که روی یخ‌ها یک اردوگاه بسازند. آنها سرانجام به یک جزیره غیرمسکونی رسیدند، اما آنجا فرصتی برای نجات نبود. برای همین او و گروه کوچکش ۸۰۰ مایل دیگر در قایق‌های نجات تا جزیره‌ای دیگر پارو زدند، جایی که او می‌دانست می‌تواند از افرادی در آن جزیره کمک بگیرد. در چهار ماه، سه تلاش شکل‌تورن و گروهش برای نجات خنثی شد، اما آنها دوباره برای نجات تلاش کردند و سرانجام با رهبری خوب شکل‌تورن به خانه‌های‌شان بازگشتند، درحالی که همه مردان گروهش زنده بودند.

در جریان بحران موشکی کوبا در سال ۱۹۶۲، رئیس جمهور جان اف کندی چنین چابکی را از خود نشان داد. زمانی که روابط اتحاد جماهیر شوروی و ایالات متحده آمریکا به بن‌بست خورد، او از مشاوران خود خواست تا به جای تعهد و پیروی کورکورانه از روش‌ها، گزینه‌های‌شان را بیشتر کنند. او به آنها تاکید کرد که باید روش‌های عملیاتی را آزمایش کنند و اگرچه انتظار شکست بیجا نیست اما باید به سرعت یک راه حل جدید یافت.

اما در مورد همه‌گیری کرونا چه باید کرد؟ این بحران که امروز زمینه فاصله‌گذاری اجتماعی و رکود اقتصادی در آینده نزدیک را فراهم کرده، فرصتی برای سازمان‌ها و گروه‌ها از همه نوع آن، چه کشورها به طور کلی و چه کسب و کارها به وجود آورده تا نقاط ضعف و قوت خود را بهتر درک کنند. همه‌گیری کرونا فرصتی است تا رهبران و گروه‌های‌شان در کشورها و کسب و کارها، آنچه را باعث پیوند افراد و انگیزه‌بخشی به آنها می‌شود بهتر بشناسند و برای پیشبرد کارها روی این نکته که همان دلیل بودن آنهاست، بیشتر تمرکز کنند.

از سوی دیگر، بحران‌ها خسته‌کننده‌اند. پس از مدتی چالش با آنها به فرسودگی می‌رسیم. برای کسانی که عزیزان خود را در بحران از دست می‌دهند، بحران ویران‌کننده هم هست بنابراین یکی از مهم‌ترین کارهای یک رهبر واقعی کسب و کار این است که در این تامل‌های شدید به کارکنان خود انرژی بدهد. یک رهبر واقعی باید نسبت به احساسات کارکنان حساس بوده و در موقع لازم به آنها پاسخ دهد.

اما پیش از این، پارانرژی ماندن و حساس بودن به احساسات باید در خود تقویت شود. آنها باید از خودشان شروع کنند. اگر یک کسب و کار را رهبری می‌کنید، باید از نظر فیزیکی و روانی و عاطفی از خود مراقبت کنید. باید بدانید که چه زمانی بیشتر ظرفیت تمرکز کردن را دارید و موثرترید و چه زمانی به استراحت نیاز دارید. خوب غذا بخورید، به اندازه کافی بخوابید. به طور منظم ورزش کنید و زمانی را بیرون از خانه سپری کنید، البته با شش فاصله با غریبه‌ها. ارتباط با خانواده، کودکان و حیوانات خانگی و دوستان‌تان را حفظ کنید.

از زبان بدن، کلمات و کنش‌های‌تان برای علامت دادن به بقیه استفاده کنید. باید به آنها نشان دهید که با شجاعت و اعتقاد پیش می‌روید. این به معنای ارتباط دائمی با اعضای گروه و کارکنان شماست. آنها چگونه کار می‌کنند؟ چه احساسی دارند؟ به چه نیاز دارند؟ وقتی استراحت می‌کنید یا با روش‌هایی خود را دوباره سرحال می‌آورید، آن را به کارکنان خود اعلام کنید و آنها را هم به تجدیدقوا تشویق کنید.

اندرو کومو، فرماندار نیویورک به شهروندان توصیه کرده پیاده‌روی کنند و با مادرشان تماس بگیرند. یکی از راه‌های سریع تقویت روحیه، پرورش حس قدردانی هم هست. از کارکنان خود بخواهید هر روز به سه نکته که درباره آن باید سیاست‌گذار باشند، اشاره کنند. در واقع شما سه کار را به طور مداوم انجام می‌دهید و از یکی به دیگری می‌رسید و دوباره باز می‌گردید. نکته نشان دادن عزم راسخ، دو، تاکید بر نقش و ماموریت کارکنان و سوم، تمرکز بر فرصت‌های یادگیری.

هفته گذشته یکی از عزیزترین دوستان من در اثر ویروس کرونا از دنیا رفت. برای بیش از ۱۱ سال، او و همسرش که حالا در بیمارستان بستری شده، فرشتگان نجات من بودند. وقتی در سال ۲۰۰۹ برای درمان بیماری سرطان، شیمی درمانی می‌کردم آنها برای مراقبت به خانم آمدند و تعطیلات را با من ماندند و حواس‌شان به همه چیز بود. آنها هر دو چراغ‌های روشن و تابنده زندگی من بودند و برای عبور از لحظه‌های سخت زندگی به من روحیه می‌دادند. اندوهی که از مرگ استیون احساس می‌کنم، سوزاننده است. با این حال، وقتی برای از دست رفتن‌اش شک می‌ریزم، صدایش در گوشم می‌پیچد که می‌گوید: «ناتسی، تو قوی‌تر از این حرف‌ها هستی. تو می‌توانی». این همان جمله‌ای است که هر رهبر واقعی باید به مردم خود در سطح ملت‌ها و یا کارکنانش در سطح کسب و کارها بگوید.

دیدگاه وزیر اقتصاد درباره تبعات اقتصادی شیوع کرونا

## کرونا ۱۵ درصد از اقتصاد ایران را هدف می‌گیرد



اثرات اقتصادی شیوع کرونا، در راستای کمک به معیشت و توان خرید مردم، ۲۳ میلیون خانوار از تسهیلات بانکی با نرخ سود پایین در قالب کارت‌های خرید بهره‌مند خواهند شد.

وی درباره تاثیر کاهش نرخ بهره تسهیلات برای کاهش اثرات کرونا، گفت: برای فعالان آسیب‌دیده از کرونا نرخ سود تسهیلات ۱۲ درصد شده است. ابزار کاهش نرخ سود سپرده در جهت کاهش اثرات اقتصادی ویروس کرونا، به دلیل نرخ نقدینگی صلاح است که در این زمینه مورد استفاده قرار نگیرد.

دژپسند درباره بهبود فضای کسب‌وکار، توضیح داد: در سال گذشته رتبه کسب‌وکار یک گام بهتر شد و اگر اقدامات سال گذشته در این زمینه انجام شد امسال وضعیت بهتری در این حوزه خواهیم داشت. تشکیل دادگاه تجاری اقتصادی را پیگیری کرده‌ایم که در آینده نزدیک این دادگاه را داشته باشیم. همچنین پنجره واحد فیزیکی و الکترونیکی را مورد پیگیری قرار داده‌ایم.

## تحقق ۱۰۰ درصدی درآمدهای مالیاتی در سال ۹۸

وزیر اقتصاد ادامه داد: در سال ۹۸ بعد از ۱۴ سال میزان تحقق مالیاتی از ۱۰۰ درصد عبور کرده است. یک‌سوم رشد تحقق‌های مالیاتی ما هم ناشی از تحول‌های فناورانه است که نشان‌دهنده این است که ما در این زمینه داریم خوب جلو می‌رویم اما برای تحقق اقتصاد هوشمند هنوز فاصله داریم. او درباره واگذاری سهام شرکت‌های دولتی و دارایی‌های دولتی در سال ۹۹ گفت: تلاش کردیم تا واحدها را آماده کنیم تا در بورس عرضه کنیم. در سال گذشته ۶۶٪ شرکت را و یک بیمه البرز را به صورت بلوکی عرضه کردیم. چون بلوکی بود تقاضا نداشت و به سمت ETF رفتیم که گفتند از لحاظ قانونمندی درست نیستند. اولین گام در این زمینه این است که دیروز در دولت دو آیین‌نامه در این مورد تصویب شد. شورای

فرصت امروز: وزیر اقتصاد دوشنبه‌شب در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری شبکه دو سیما حضور یافت و به برآورد میزان خسارت کرونا به اقتصاد ایران پرداخت. به گفته فرهاد دژپسند، حدود ۱۵ درصد از تولید ناخالص ملی از بیماری کرونا متأثر می‌شود. البته این رقم در کشورهای دیگر بیشتر است، زیرا بخش خدمات کشورهای توسعه‌یافته بزرگ‌تر است، اما از آنجا که بخش خدمات در اقتصاد ایران هنوز آنقدر گسترش پیدا نکرده است، برآورد می‌شود کرونا حدود ۱۵ درصد از اقتصاد ایران را هدف بگیرد. وزیر اقتصاد همچنین در این برنامه تلویزیونی از جزئیات عرضه سهام شرکت‌های دولتی صحبت کرد و گفت که تلاش کرده‌ایم ۱۵ اردیبهشت

امسال اولین فراخوان برای واگذاری شرکت‌های دولتی باشد. او درباره فرآیند این واگذاری نیز گفت که دوره فراخوان تا عرضه ۱۰ روز است و گروه گروه این اتفاق انجام می‌شود. تلاش‌مان این است که ۱۵ اردیبهشت اولین فراخوان واگذاری شرکت‌های دولتی باشد. همچنین مرحله دوم مربوط به عرضه شرکت‌هایی است که بورسی نیستند و وارد بورس می‌شوند.

دژپسند درباره تاثیر واگذاری شرکت‌های دولتی بر بورس هم گفت: این امر عمق بازار بورس را افزایش می‌دهد. شاخص بازار سرمایه صرفاً منعکس‌کننده تحولات بازار نیست، بلکه تحولات اقتصاد کشور نیز بر آن اثر دارد.

## تمهیدات مالیاتی کرونا فقط امهال است

وزیر اقتصاد سپس به تمهیدات مالیاتی کرونا اشاره کرد و افزود: گمرک در دوره ثبت تا ترخیص رکورد ۴۸ ساعت را شکست. مصوبات مالیاتی برای کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از کرونا فقط امهال است که این مصوبه کمک کرد تا هر یک از مودیان مالیاتی که به مبارزه با کرونا کمک می‌کنند، برای آنها هزینه قابل قبول مالیاتی حساب می‌شود. با توجه به

شیوع کرونا به «عرضه و تقاضا»، «بودجه» و «مخارج دولت» چقدر شوک وارد کرد؟

## عمق رکود تورمی در سایه کرونا

بنابراین اگر جلوی بیکاری این افراد گرفته شود، آثار ثانویه آن بر اقتصاد کشور نیز کاهش می‌یابد.

در این میان، اتاق بازرگانی تهران چند روز پیش با اشاره به شرایط خاصی که شیوع کرونا برای اقتصاد ایجاد کرده، یک بسته پیشنهادی به دولت ارائه کرد. براساس گزارش اتاق بازرگانی تهران، با توجه به اینکه فراگیری این ویروس هم به بخش عرضه و هم به بخش تقاضا آسیب وارد کرده، صرف سیاست‌های کلاسیک تحریک عرضه یا تقاضا مناسب نخواهد بود و باید شرایط را پیچیده‌تر دید. همچنین با توجه به کاهش شدید درآمدهای نفتی باید در حوزه درآمدهای دولت نیز تجدیدنظر صورت گیرد.

کمک به پنگاه‌ها، کمک به تامین معاش حداقلی خانواده‌های ایرانی، کاهش عدم اطمینان در آینده اقتصاد و برنامه‌ریزی هدف برای عبور از این شرایط، از جمله اولویت‌هایی است که پارلمان بخش خصوصی، اجرای آن را به دولت پیشنهاد کرده است.

## ۲ بسته پیشنهادی اقتصاددانان به رئیس‌جمهور

در همین حال، ۵۰ نفر از اساتید و تحلیلگران اقتصادی کشور چند روز پیش در نامه‌ای به رئیس‌جمهور به منظور کاهش اثرات مخرب شیوع کرونا بر فعالیت‌های اقتصادی، اتخاذ دو دسته از سیاست‌های اقتصادی را از دولت پیشنهاد کردند و دو بسته شامل بسته اقدامات عاجل (تا خرداد ۹۹) و بسته اقدامات اقتصادی خروج از رکود و ایجاد رشد پایدار برای ۹ ماه پایانی سال ۹۹ را جهت اجرا به دولت پیشنهاد دادند.

هزینه اجرای بسته اقدامات عاجل ۴۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده که پیشنهاد شده ۲۵ هزار میلیارد تومان آن از طریق انتشار اوراق دولتی و ۵ هزار میلیارد تومان آن از طریق وضع مالیات بر درآمدهای بالای ۲۰ میلیون تومان تامین شود. در نامه اقتصاددانان به رئیس‌جمهور آمده است: همه‌گیری ویروس کرونا شوکی بزرگ به بخش عرضه و تقاضای کل اقتصاد و همچنین به بودجه و مخارج دولت وارد می‌کند که اندازه آن وابسته به نحوه عکس‌العمل کشور در هفته‌ها و ماه‌های



## نماگر بازار سهام



## تعطیلی مترو و اتوبوس در صورت تداوم فعالیت اجتماعی معنا ندارد

رئیس شورای اسلامی شهر تهران درخصوص تعطیلی مترو و اتوبوس گفت وقتی قرار است دو سوم کارمندان و بقیه سر کار بروند، نمی‌توانند که با حمل و نقل شخصی این کار را انجام دهند بنابراین وارد این بحث نمی‌شویم. به گزارش ایرنا، محسن هاشمی روز سه‌شنبه در پایان دویست و هفتمین جلسه شورای شهر تهران در جمع خبرنگاران توضیح داد: بحث‌هایی همچون فاصله‌گذاری اجتماعی فراز از موضوع مترو و اتوبوس است. وی ادامه داد: زمانی که تعداد مسافران کم باشد می‌توان از شیوه‌نامه فاصله‌گذاری اجتماعی استفاده کرد اما اگر مسافر زیاد باشد که این شیوه‌نامه موثر نیست. به گفته هاشمی، اگر قرار باشد فاصله یک یا دو متر حفظ شود این حتی در تاکسی هم جواب نمی‌دهد چه برسد به مترو. رئیس شورای شهر تهران درخصوص جلسه روز گذشته شورا نیز گفت: امروز میزبان دکتر زالی بودیم و در حال حاضر دوگانگی در صحبت‌های مسئولان ارشد دیده می‌شود چرا که از یک سو وزارت بهداشت و درمان تقاضای اعمال سختگیری‌های بیشتر را دارد اما از سوی دیگر بخش اقتصادی کشور نیز تصمیماتی اتخاذ می‌کند که باعث می‌شود مردم خود به خود احساس کنند که قدرت ویروس کرونا خیلی هم زیاد نیست. هاشمی خاطرنشان کرد: تصمیمات درست و روشن برای مردم تبیین نمی‌شود و موضوع لوٹ شده و این را نیز در صحبت‌های دکتر زالی حس کردیم.

## اولین فوتی‌ها در ناوگان حمل و نقل عمومی بود

یک عضو شورای اسلامی شهر تهران گفت اولین فوتی‌ها را در ناوگان حمل و نقل عمومی داشتیم، امروز در اتوبوسرانی ۴۰ نفر و در مترو ۳۵ نفر از همکاران ما مبتلا به کرونا هستند.

به گزارش مهر، شهردانو امانی در جریان دویست و هفتمین جلسه شورای شهر تهران پس از سخنان فرمانده ستاد مبارزه با کرونا شهر تهران گفت: همه ما می‌دانیم که سال ۹۸ سال بسیار سختی بود اما متأسفانه گزارش‌های موجود می‌گوید اسمال دریغ از پاراسال است.

وی با بیان اینکه فرصت‌سوزی یکی از ضعف‌های جدی مدیریت کشور است، گفت: ویروس کرونا مدیریت کشور را به یک مدیریت همورد فراخواند و با توجه به اینکه جمعیت زیادی در تهران حضور دارند، کانون قدرت تصمیم‌گیر و تصمیم‌ساز نیز در تهران مستقر است و این کار ستاد فرماندهی کرونا در شهر تهران را سخت‌تر می‌کند.

امانی با اشاره به اینکه می‌توانستیم از فرصت دو هفته‌ای تعطیلات عید حداکثر استفاده را داشته باشیم، اظهار داشت: به دلایل متعدد مدیریتی بر روی کاغذ، ستاد فرماندهی، شما و وزارت بهداشت هستید اما هماهنگی و همراهی آنگونه که باید دیده نمی‌شود و با این آسیب جان وطن در خطر است و نمی‌دانم چه زمانی باید پاسخگو باشید.

عضو شورای شهر تهران با اشاره به تلاش شورا برای تعطیلی مهم‌ترین کانون انتقال ویروس کرونا که حمل و نقل عمومی است، گفت: اما متأسفانه این امر مورد قبول قرار نگرفت و اولین فوتی‌ها را در ناوگان حمل و نقل عمومی داشتیم. امروز در اتوبوسرانی ۴۰ نفر و در مترو ۳۵ نفر از همکاران ما مبتلا به کرونا هستند.

## ماشین‌های کشاورزی پلاک‌دار بدون مراجعه حضوری سوخت دریافت می‌کنند

رئیس مرکز توسعه مکانیزاسیون کشاورزی گفت تمامی ماشین‌های کشاورزی پلاک‌دار بدون مراجعه حضوری سوخت دریافت می‌کنند. به گزارش وزارت جهاد کشاورزی، « کامبیز عباسی » در جلسه مشترک با مدیران ستاد مبارزه با قاچاق سوخت، شرکت پخش فرآورده‌های نفتی و مرکز فناوری اطلاعات و اطلاعات وزارت جهاد کشاورزی، که به منظور رفع مشکلات ثبت نام متقاضیان سوخت برگزار شده، افزود: اکنون بیش از ۲۸۰ هزار دستگاه تراکتور و کمباین پلاک‌دار داریم که نیازی نیست برای دریافت سوخت مراجعه حضوری داشته باشند. رئیس مرکز توسعه مکانیزاسیون کشاورزی اظهار داشت: مقرر شده، به منظور عدم ایجاد اختلال در تولید، به طور فوری درخصوص ثبت و تایید درخواست سوخت ماشین‌های کشاورزی بدون پلاک، فارغ از سقف‌های اعلامی حوزه سوخت، ثبت نام شهرستانی تا پایان اردیبهشت ماه سال جاری صورت پذیرد. عباسی تصریح کرد: بدیهی است پس از راستی‌آزمایی مجدد آمار تراکتورهای فاقد پلاک، نسبت به اصلاح سهمیه‌ها با حوزه سوخت همکاری لازم انجام و با تصمیمات این جلسه ان‌شاءالله مشکلات حل خواهد شد.

## پروتکل‌های بهداشتی ویژه صنعت قطعه‌سازی هنوز ابلاغ نشده



وی در ادامه یادآور شد: شاهد یک پروتکل استاندارد مدون که برای صنعت قطعه‌سازی و شروع به کار، تبیین شده باشد، نیستیم؛ فلذا قطعه‌سازان به صورت خودجوش و بنا بر مصلحت و امکانات خود پروتکل‌هایی را تعریف کرده و تلاش خود را جهت رعایت آنها مصروف می‌دارند منتها بار حقوقی ناشی از «ادامه تولید با رعایت کلیه پروتکل‌ها» مشخص نیست برعهده بنگاه‌ها است یا وزارت بهداشت.

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو با اشاره بر سرعت بخشی در تهیه پروتکل‌ها از سوی قطعه‌سازان خاطرنشان کرد: امیدواریم تا هفته آتی، تمامی قطعه‌سازان بتوانند تولید را با ظرفیت بالا و تیراژ مداوم و پایدار شروع کنند و در غیر این صورت شاهد تولید موقت و کم‌فروغ همراه با مشکلات پزشکی، درمانی و سلامتی پرسنل خواهیم بود.

محبی‌نژاد در پایان خاطرنشان کرد: برخی از قطعه‌سازان با تبعیت از مقتضیات و مقررات خاص خود، تولید را با ظرفیت پایین یا یک سوم نیرو آغاز کرده‌اند و اکثر آنها به شدت در حال آماده‌سازی پروتکل‌های بهداشتی هستند تا شمار سال تحت عنوان جهش تولید پایدار را در محیطی ایمن، سالم و با تمام قدرت محقق کنند.

همخوانی دارد یا خیر، وجود دارد. محبی‌نژاد تصریح کرد: ادامه روند تولید در حال حاضر نیازمند زیرساخت‌های سخت‌افزاری، فرهنگی و آموزشی است که قطعه‌سازان در این خصوص به سرعت در حال آماده‌سازی محیط کاری ایمن، برای کارکنان و رعایت صد درصدی پروتکل‌ها هستند. وی با انتقاد از اینکه تمام مسئولیت اجرای پروتکل‌ها بر بنگاه‌ها واگذار شده است، گفت: قطعه‌سازان از این موضوع که مسئولیت شروع به کار و یا تعطیلی بنگاه‌ها را هیچ شخص و ارگانی برعهده نمی‌گیرد و اینکه فقط می‌گویند» به شرط رعایت پروتکل‌های بهداشتی تولید ادامه یابد» گلايه‌مند هستند.

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو متذکر شد: در خصوص کارگاه‌ها و شرکت‌های تولیدی که امکانات لازم برای رعایت پروتکل‌ها و همچنین تدارک مواد ضدعفونی از جمله الکل به دلیل کمبود آن در بازار را ندارند، تعیین تکلیف نشده است.

محبی‌نژاد ضمن ارائه پیشنهادهایی به سازمان‌های صمت استان‌ها بیان کرد: این سازمان‌ها، سهمیه‌های درخصوص الکل، ماسک و مواد ضدعفونی مورد تایید وزارت بهداشت برای قطعه‌سازان استان تحت پوشش خود در نظر بگیرند.

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو درخصوص وضعیت تولید در سال جدید اظهار داشت خودروسازان در سال جدید از ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های تولیدی جهت تحقق جهش تولید کاملاً برخوردار هستند.

آرش محبی‌نژاد در گفت‌وگو با خبرخودرو، درخصوص اقدامات قطعه‌سازان در دوران مقابله با کرونا افزود: تولید در مشاغل مختلف از جمله قطعه‌سازی منوط به رعایت پروتکل‌های بهداشتی گردیده که تاکنون از سوی وزارت بهداشت ابلاغیه‌های درخصوص این پروتکل‌ها صادر نشده است.

محبی‌نژاد با بیان اینکه امکان اجرای پروتکل‌های عمومی برای صنعت قطعه‌سازی وجود ندارد، ادامه داد: متأسفانه تاکنون وزارت بهداشت پروتکل‌های بهداشتی را منفک از سایر صنایع، برای صنعت قطعه‌سازی و حتی خودروسازی ابلاغ نکرده است.

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو توضیح داد: قطعه‌سازان و خودروسازان براساس جمع‌بندی‌های خود از پروتکل‌های موجود، قراردادهای بهداشتی را تنظیم نموده‌اند که البته خطر اینکه آیا این دستورات عمل‌ها با پروتکل‌های وزارت بهداشت همپوشانی و

## خودروسازان، محصولات خود را گران خواهند کرد؟

علاوه بر این افزایش هزینه‌های حقوق و دستمزد نیز بر هزینه تولید تاثیر خواهد گذاشت. همه اینها از جمله پارامترهای تاثیرگذار بر قیمت تمام شده تولید و دستمزد خواهند بود که به هر حال باید در یک جا لحاظ شده و در قیمت‌های جدید دیده شود. این افزایش قیمت‌ها در همه شرکت‌های قطعه‌سازی اتفاق خواهد افتاد که به تبع آن، در قیمت تمام شده قطعاتی که به خودروسازان تحویل داده می‌شود، اثرگذار خواهد بود. از سوی دیگر خودروسازان نیز مستثنی از این افزایش دستمزد پرسنل خود و هزینه‌ها نخواهند بود.

وی افزود: از سوی دیگر افزایش نرخ دلار در سال جدید نسبت به سال گذشته محسوس و قابل توجه بوده است که تاثیرگذار بر قیمت مواد اولیه و نهاده‌های تولید به ویژه در کالاهای واسطه‌ای و کالاهای پایه‌ای برای تولید قطعات، خواهد بود که می‌تواند از جمله پارامترهای افزایش قیمت خودرو باشد. با توجه به چشم‌انداز کاهش قیمت و صادرات نفت، احتمالاً افزایش مجدد نرخ دلار اتفاق خواهد افتاد بنابراین به نظر می‌رسد در سال جاری افزایش قیمت خودروی کارخانه‌ای را شاهد باشیم. همه موارد ذکر شده به صورت زنجیره‌وار

یک عضو انجمن همگن قطعه‌سازی پیش‌بینی می‌کند که با توجه به افزایش قیمت پارامترهایی همچون قیمت مواد اولیه، نرخ ارز، حقوق و دستمزد کارگران و ... در سال جدید، قیمت خودروها محتمل ۳۰ تا ۷۰ درصد افزایش خواهد یافت؛ مگر اینکه دولت بخواهد همچون سال‌های گذشته با قیمت‌های دستوری از افزایش قیمت خودرو در کارخانه‌ها جلوگیری کند.

احمدرضا رعنائی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه قطعا بین ۳۰ الی ۷۰ درصد افزایش قیمت در محصولات خودروبی کشور در کارخانه‌ها ایجاد خواهد شد، اظهار کرد: قیمت مواد اولیه قطعا در سال جدید افزایش خواهد داشت بنابراین احتمال اینکه به لحاظ تامین مواد اولیه، قیمت‌ها بالا رود بسیار زیاد است. از سوی دیگر در رابطه با برخی مواد اولیه‌ای که وارداتی هستند، باتوجه به اینکه در حال حاضر نرخ دلار نیز افزایش داشته و به بالای ۱۶ هزار تومان رسیده است، تاثیرگذار بر روی قیمت مواد اولیه وارداتی خواهد شد. در حقیقت افزایش قیمت دلار باعث گران شدن نهاده‌های تولید می‌شود.

این عضو هیات مدیره انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازی ادامه داد:

به هم پیوسته هستند.

رعنائی تاکید کرد: البته پیش‌بینی‌های بنده با توجه به شرایط اقتصادی و محاسبات اقتصادی به واسطه پارامترهای تاثیرگذار است اما ممکن است همچون سال‌های گذشته، این افزایش قیمت‌ها بر گردن خودروساز گذاشته و اجازه افزایش قیمت محصولات و در حقیقت اصلاح قیمت‌ها را ندهد و راضی به زیاندهی آنها باشد.

این کارشناس صنعت قطعه‌سازی کشور تصریح کرد: در صورتی که دولت اجازه اصلاح قیمت را به خودروسازان در سال جدید ندهد، این افزایش قیمت در بازار ثانویه رخ خواهد داد. به جای آنکه خودروسازان به قیمت واقعی کالای خود را عرضه و پول خود را دریافت کنند، طبیعتاً دلال‌ها سود کرده و در مرحله بعد از تحویل خودروساز این افزایش قیمت لحاظ و به مشتریان عرضه می‌شود. در یکی دو سال اخیر نیز قیمت‌گذاری‌ها دستوری و خودروساز مجبور بوده که محصول خود را بسیار پایین‌تر از قیمت تمام شده عرضه کند، در نتیجه متحمل ضرر و زیان‌های بسیاری هم شده است.

## آگهی دعوت به تجدید ارزیابی کیفی فراخوان عمومی نخست و مناقصه شماره ۴۳/۹۸/۳



اداره کل راه آهن اصفهان در نظر دارد بنا بر آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه گران واجد شرایط و شرکت در مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.

- ۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: عملیات نگهداری و تعمیر ساختمان و تاسیسات اداره کل راه آهن اصفهان
- ۲- مبلغ کل برآورد: ۴۱/۴۶۷/۳۸۳/۲۵۰ ریال بر اساس فهرست بها واحد نگهداری و تعمیر ساختمان و تاسیسات راه آهن در رشته‌های ابنیه، تاسیسات برقی و تاسیسات مکانیکی سال ۱۳۹۷
- ۳- مدت و محل اجرا: مدت اجرا ۱۲ ماه بوده و محل اجراء طبق اسناد مناقصه می‌باشد.
- ۴- داشتن گواهی صلاحیت معتبر رتبه ۷ در رشته امور تاسیساتی و رتبه یک رشته تعمیر و نگهداری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی یا حداقل رتبه ۵ در رشته‌های ابنیه، تاسیسات برقی یا مکانیکی یا نیرو و همچنین گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مرتبط بودن موضوع فعالیت شرکت ( مندرج در اساسنامه) با موضوع مناقصه فوق الزامی است.
- ۵- مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه: متقاضیان می‌توانند حداکثر تا ساعت ۱۳ روز شنبه مورخ ۹۹/۱/۲۳ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه را دریافت نمایند. کلیه فرآیند برگزاری مناقصه به جز تحویل پاکات الف مربوط به تضامین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می‌پذیرد لذا لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.
- ۶- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۳ روز یکشنبه مورخ ۹۹/۲/۷ از طریق سامانه فوق
- ۷- قیمت‌ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
- ۸- مدت اعتبار ضمانت‌نامه‌های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می‌باشد. شایان ذکر است مناقصه عمومی به صورت یک مرحله‌ای و با ارزیابی کیفی فشرده انجام می‌پذیرد و پاکتهای مناقصه گرانی باز گشایی می‌گردد که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند.

اداره کل راه آهن اصفهان

شناسه آگهی: ۸۰۹۳۹۲

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱/۲۰

۴

## آگهی دعوت به تجدید ارزیابی کیفی فراخوان عمومی نخست و مناقصه شماره ۴۳/۹۸/۴



اداره کل راه آهن اصفهان در نظر دارد بنا بر آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه گران واجد شرایط و شرکت در مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.

- ۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: عملیات نگهداری و ترمیم فضای سبز ایستگاه‌های اداره کل راه آهن اصفهان
- ۲- مبلغ کل برآورد: ۱۳/۷۶۱/۷۸۸/۲۵۶ ریال
- ۳- مدت و محل اجرا: مدت اجرا ۱۲ ماه بوده و محل اجراء طبق اسناد مناقصه می‌باشد.
- ۴- شرکت‌کنندگان در فراخوان می‌بایست دارای حداقل رتبه ۷ خدمات فضای سبز از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بوده و با توجه به گواهی صلاحیت در رشته و پایه موردنیاز دارای ظرفیت آزاد لازم با توجه به مبلغ برآورد مناقصه باشند. همچنین گواهی‌نامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری صادر شد توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی .
- ۵- مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه: متقاضیان می‌توانند حداکثر تا ساعت ۱۳ روز شنبه مورخ ۹۹/۱/۲۳ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه را دریافت نمایند. کلیه فرآیند برگزاری مناقصه به جز تحویل پاکات الف مربوط به تضامین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می‌پذیرد لذا لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.
- ۶- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۳ روز یکشنبه مورخ ۹۹/۲/۷ از طریق سامانه فوق
- ۷- مدت اعتبار ضمانت‌نامه‌های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می‌باشد. شایان ذکر است مناقصه عمومی به صورت یک مرحله‌ای و با ارزیابی کیفی فشرده انجام می‌پذیرد و پاکتهای مناقصه گرانی باز گشایی می‌گردد که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند.

اداره کل راه آهن اصفهان

شناسه آگهی: ۸۰۹۳۸۷

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱/۲۰

۵



بررسی الگوهای بازاریابی نوستالژیک

**ترکیب بازاریابی و نوستالژی**

به قلم: امانوئل پرابست کارشناس بازاریابی و برندسازی

ترجمه:علی آلعلی

بازاریابی نوستالژیک پدیده تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها در طول دهه‌های گذشته از این تکنیک به بهترین شکل استفاده کرده‌اند، با این حال کاربرد آن در برهه کنونی بیش از هر زمان دیگری است. با شیوع ویروس کرونا تمام کسب و کارها وضعیت نامناسبی دارند. در این میان طرح‌هایی نظیر قرنطینه و فاصله‌گذاری اجتماعی نیز احساس تنهایی بیشتری در میان مردم ایجاد کرده است. یکی از راهکارهای مناسب برای جلب نظر مخاطب در چنین شرایطی اشاره به اوقات خوش گذشته و امیدبخشی به آنها برای غلبه بر شرایط کنونی است.

نخستین مشکل در زمینه استفاده از الگوی بازاریابی نوستالژیک مربوط به سابقه فعالیت نه چندان طولانی برخی از برندهاست. چنین برندهایی به سرعت از ایده استفاده از بازاریابی نوستالژیک به دلیل تاریخچه مختصر برندشان عبور می‌کنند. توصیه اساسی من در این بخش استفاده از الگوی مذکور در شرایط کنونی حتی از سوی برندهای کمتر علاقه‌مند به آن است. ما در زمینه اجباری به استفاده از تاریخچه بردنمان نداریم. به عنوان مثال، اگر قصد طراحی تبلیغی برای مسابقه سوپربال را دارید، به نمونه‌های قدیمی در دهه ۸۰ ارجاع دهید. این امر بدون نیاز به استفاده از سابقه بردنمان امکان بازاریابی مخاطرات قدیمی را فراهم می‌کند.

بی‌تردید فعالیت در هر عرصه‌ای از بازاریابی دشواری‌های خاص خود را دارد. آشناسه برخی از برندها حضور در یک عرصه بازاریابی بدون یادگیری نکات اساسی است. در ادامه ما برخی از الگوهای بازاریابی نوستالژیک را مورد بررسی قرار خواهیم داد. به این ترتیب توانایی شما برای فعالیت در این حوزه افزایش خواهد یافت.

۱. تاکید بر دستاوردهای برند: برخی از برندها به طور طبیعی در حوزه کسب و کار سابقه و تاریخچه بسیار زیادی دارند. این امر موهبتی تلایی برای چنین برندهایی خواهد بود. استفاده از فرصت موردنظر برای توسعه هرچه بهتر برند و همچنین تولید کمپین بازاریابی نوستالژیک ضروری خواهد بود. به این ترتیب ما فرصت کافی برای بازسازی خاطرات مخاطب هدف‌مان را خواهیم داشت. نکته مهم در اینجا اشاره به دستاوردهای بردنمان در طول دهه‌های متمادی فعالیتش است. به این ترتیب انگیزه مخاطب هدف برای توجه به بردنمان دوجندان خواهد شد.

۲. بازنشر اسناد قدیمی: ما برای استفاده از مزیت‌های بازاریابی نوستالژیک نیازی به قدمت فراوان در حوزه کسب و کار نداریم. برخی از برندها در مناسبت‌های مهم نظیر سالروز اختراع‌های مهم اقدام به بازنشر اسناد قدیمی پیرامون اختراعات مورد نظر می‌کنند. به این ترتیب امکان یادآوری تفاوت‌های مهم میان برهه‌های تاریخی و همچنین آموزش نکات کاربردی در زمینه اختراعات موردنظر فراهم خواهد شد. نکته مهم در این میان انتخاب اختراعات مرتبط با حوزه کسب و کار‌مان برای جلب نظر مخاطب هدف است. در غیر این صورت تاثیرگذاری کمپین ما به شدت کاهش می‌یابد.

۳. استفاده از گذشته نزدیک: استفاده از خاطرات بسیار قدیمی همیشه بهترین گزینه نیست. امروزه عرصه فناوری به سرعت در حال تغییر شیوه زندگی ماست. اغلب ما دیگر به سبک یک دهه پیش زندگی نمی‌کنیم بنابراین بسیاری از محصولات و خدمات موجود در آن زمان دیگر جزو نوستالژی‌های به یاد ماندنی محسوب می‌شوند. استفاده درست از نوستالژی در چنین فضای ضروری خواهد بود.

۴. استفاده از فناوری امروز برای یادآوری برندهای گذشته: برخی از برندها در دهه‌های گذشته تولید محصولات دارای فناوری‌های بسیار مدرن را برعهده داشته‌اند. بدون تردید محصولات آن زمان در حال حاضر دیگر جدید محسوب نمی‌شوند، اما اشاره به آنها برای یادآوری نقش بردنمان در زمینه توسعه عرصه‌های فناوری و کسب و کار ضروری خواهد بود. همچنین شاید برخی از برندهای تازه تاسیس در زمینه بهبود قابل توجه کیفیت محصولات قدیمی فعالیت داشته باشند. به این ترتیب آنها با اشاره به تاریخچه محصول موردنظر امکان بیان اهمیت بردنشان در مسیر توسعه دنیای کسب و کار را خواهند داشت.

**منبع: brandingstrategyinsider.com****یوتیوب جدیدترین رقیب تیک تاک**

به قلم: میتاح ادنان روزنامه‌نگار

مترجم:امیر آلعلی

تیک‌تاک در دو سال اخیر رشدی ۱۲۵درصدی را داشته که موجب حیرت همگان شده است. این موضوع یک حقیقت را نشان می‌دهد که تمایل کاربران به سمت ویدئوهای کوتاه و خلاقانه است و یک ترد جدید شکل گرفته است. به همین خاطر نیز اینستاگرام تغییراتی را اعمال کرده است تا بتواند در این رابطه نظر کاربران را به سمت خود جلب کند. در این راستا یوتیوب به عنوان بزرگ‌ترین بستر اشتراک‌گذاری ویدئو قصد معرفی سرویسی به نام Youtube Shorts را دارد که در آن تنها ویدئوهایی با محدودیت زمانی شدید(درست به مانند تیک‌تاک) وجود خواهد داشت، با این حال به نظر تحلیلگران یوتیوب تنها زمانی می‌تواند در این رابطه رقیب قدرتمندی محسوب شود که حداقل یک خلاقیت جدید را ارائه کرده باشد. در غیر این صورت دلیلی برای جلب نظر مخاطبان تیک‌تاک وجود نخواهد داشت. درواقع با توجه به این امر که یوتیوب کاربران را در سوسود خود شریک می‌کند، ممکن است این طرح برای سرویس جدید نیز مورد استفاده قرار گیرد که بدون شک می‌تواند جذابیت بالایی را داشته باشد. همچنین قرار است در این سرویس امکان دسترسی سریع به تمامی موزیک‌های کشورهای مختلف وجود داشته باشد تا تمامی افراد جهان بتوانند با آن ارتباط لازم را برقرار کنند، با این حال هنوز زمان مشخصی برای ارائه این سرویس اعلام نشده است و احتمال دارد که تغییرات دیگری را شاهد باشیم. یکی از سوالات مهم این است که سرویس جدید به برنامه اصلی اضافه خواهد شد و یا یک اپلیکیشن جداگانه طراحی می‌شود، با این حال یکی از انتقادهای جدی به یوتیوب این است که به مقلد طرح‌های موفق سایر شبکه‌ها تبدیل شده است که نمونه آن را می‌توان اضافه کردن قابلیت استوری دانست که از مدت‌ها قبل توسط استنچت و اینستاگرام مورد استفاده قرار گرفته بود. درواقع انتقارات این است که یوتیوب با سابقه کاری بالا و کسب عنوان محبوب‌ترین و بزرگ‌ترین شبکه حوزه ویدئو، طرح‌های منحصر به فردی را ارائه کند که سایرین از آن تقلید کنند. حال باید دید که این طرح جدید، تا چه حد می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد.

**منبع: siasat.com**

# سقوط عرصه تبلیغات با ویروس کرونا



نخست این امر چندان مهم تلقی نشود، اما با مشاهده تاثیر آن بر روی فعالیت تبلیغات غول‌های بزرگ افق دید وسیع‌تری به دست می‌آوریم. آخرین گزارش گردش مالی فیس‌بوک در حوزه تبلیغات خبر از افت ۴۰ تا ۴۵درصدی درآمد این غول آنلاین دارد. اوضاع برای گوگل نیز چندان مساعد نیست. این شرکت با افت ۵۰ الی ۵۵درصدی درآمد وضعیت ناپایداری را سپری می‌کند. براساس پیش‌بینی مایکل لوینه اگر کسب و کارها برای مدت یک ماه دیگر تعطیل بمانند، نرخ عیب و غریب ورشکستگی ۴۰درصد از کسب و کارهای کوچک در سراسر جهان طبیعی خواهد بود.

فیس‌بوک و توئیتر از چند هفته پیش نسبت به ضررهای هنگفت تعطیلی کامل کسب و کارها اظهار نگرانی کرده‌اند. همچنین بخش مهمی از تلاش آنها در راستای بیان ضررهای احتمالی خودشان بوده است. به این ترتیب بسیاری از تعهدات مالی و فرآیندهای پرداخت مالیات از سوی آنها نیز با مشکل مواجه خواهد شد. شرکت آلفابت به عنوان صاحب امتیاز گوگل نیز در مورد تاثیر منفی این روند بر روی کسب و کارش اطلاع‌رسانی کرده است.

براساس گزارش مالی فیس‌بوک افزایش اولویت و نگرانی نسبت به مقابله با ویروس کرونا بسیاری از کسب و کارها را دچار مشکلات فراوان کرده است. در چنین فضای جایی برای سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی و تبلیغات باقی نمی‌ماند. دلیل این امر نیز بسیار ساده است: هیچ افق روشنی برای بازگشت سرمایه‌گذاری برندها در حوزه تبلیغات وجود ندارد. نگرانی‌ها در حوزه تبلیغات روز به روز در حال افزایش است. نکته منفی ماجرا ناتوانی کارشناس‌ها نسبت به بیان پیش‌بینی‌های دقیق است بنابراین ما باید نسبت به شرایط جاری کسب و کارهایمان دقت بیشتری داشته باشیم، چراکه در وضعیت ناپایدار و پیش‌بینی‌ناپذیری به سر می‌بریم.

توئیتر به طول سال‌های اخیر با برنامه‌های دقیق و تعریف استراتژی‌های کاربردی موفق به افزایش درآمد سالیانه‌اش شده است. آنها سال گذشته درآمد رویایی ۸۵ میلیون دلار را به پایان رساندند. انتظار آنها برای سال جاری کسب درآمد ۸۸۵ میلیون دلار بود، با این حال شرایط کنونی بسیاری از پیش‌بینی‌های آنها را ناروا ساخته است. براساس گزارش تیم مالی توئیتر وضعیت افت درآمد توئیتر به شدت در حال وخیم‌تر شدن است. نکته جالب اینکه آنها در زمینه تهیه گزارش‌های دقیق و مبتنی بر اعداد درست برای محاسبه میزان خسارت‌های جانبی نیز ناتوان هستند. این امر حجم گسترده ضررهای مالی را نشان می‌دهد. اگر ما در بدترین حالت از دست رفتن تمام سود توئیتر در ماه جاری با منظرها قرار دهیم، آنگاه با ادامه همین روند در ماه آینده باید انتظار کاهش دست‌کم ۳۰درصدی درآمد این پلتفرم اجتماعی را داشته باشیم. بدون تردید این خبر برای دیگر شبکه‌های اجتماعی نیز نامطلوب خواهد بود. اغلب شبکه‌های اجتماعی با استفاده از درآمدهای تبلیغاتی به فعالیت‌شان ادامه می‌دهند. اگر شرایط کنونی برای دو ماه آینده ثابت باقی بماند، بسیاری از کسب و کارها ورشکسته و شبکه‌های اجتماعی با وضعیت منفی رو به رو خواهند شد.

براساس گزارش توئیتر، شرکت‌های آلفابت و پینترست نیز شرایط مشابهی را تجربه خواهند کرد. این امر ضرورت تصمیم‌گیری برای مواجهه با شرایط کنونی در کمترین زمان ممکن را اجتناب‌ناپذیر خواهد ساخت. مشکل اصلی در این میان عدم هماهنگی میان برندهای دیجیتال است. این امر تصمیم‌گیری قطعی و پایش رهاکاری مناسب برای بحران پیش‌رو را دشوار خواهد ساخت. نکته مهم در زمینه فعالیت برندهای تبلیغاتی در حوزه آنلاین وضعیت به مراتب بهتر فیس‌بوک و آلفابت است. آنها دارای بودجه اضطراری قابل توجهی هستند بنابراین تعطیلی دنیای کسب و کار و تبلیغات تاثیر منفی کمتری بر روی آنها خواهد داشت، با این حال تلقی این وضعیت با عنوان عدم تاثیرگذاری بر روی آنها نادرست خواهد بود.

**۲. شبکه‌های کابلی**

شبکه‌های تلویزیونی از مدت‌ها پیش در عرصه تبلیغات فعالیت داشته‌اند. این امر پشتوانه مالی اصلی برای تاسیس شبکه‌های کابلی را فراهم کرده است. درآمد اصلی چنین شبکه‌هایی از بخش تبلیغات کسب می‌شود بنابراین کاهش میزان تمایل برندها به فعالیت تبلیغاتی برای چنین برندهایی نتایج فاجعه باری به همراه خواهد داشت. شاید تنها نکته مثبت درباره شبکه‌های کابلی امکان تاووم درآمد مطلوب‌شان برای چند هفته آینده است. این امر ناشی از قراردادهای به نسبت بلندمدت شبکه‌ها با برندهاست، با این حال پس از پایان این دوره شبکه‌های کابلی با بحران‌های مالی عظیمی مواجه خواهند شد. براساس پیش‌بینی‌های صورت گرفته از سوی پژوهشگران ما در موسسه بارون، ورشکستگی چند شبکه کابلی مهم پس از پایان بحران کرونا دور از انتظار خواهد بود.

یکی از نکات مهم در زمینه شبکه‌های کابلی کاهش میزان تمایل کاربران برای تمدید دوره‌های اشتراک‌شان است. به این ترتیب دیگر خبری از درآمد ثابت شبکه‌های معروف نخواهد بود. این گسست مالی به سادگی قابل بحران نیست. اکنون در برخی از کشورها شبکه‌های کابلی در پی کاهش میزان تمایل کاربران به خرید اشتراک اقدام به تعطیلی موقت بخش برنامه کرده‌اند. شاید این امر در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما راهکاری به نسبت مناسب برای مقابله با افزایش تاثیر منفی بحران مالی خواهد بود. اگر شبکه‌های کابلی توانایی جلب تبلیغات و همچنین ترغیب مخاطب به تمدید دوره‌های اشتراک را نداشته باشند، گزینه‌ای به غیر از تعطیلی نخواهند داشت. در غیر این صورت ورشکستگی با بدترین شرایط و بدهی‌های ناشی از آن در انتظارشان خواهد بود.

**۳. غول‌های دنیای کسب و کار**

کامکست به عنوان بزرگ‌ترین رسانه کسب و کار در ایالات متحده همراه با والت دیزنی و AT&T عملکرد پهنری در مقایسه با سایر برندهای فعال در عرصه تبلیغات داشته‌اند. هر سه این برندها کم و بیش از شرایط بحرانی جان سالم به در برده‌اند. این امر به معنای عدم مواجهه با ضررهای مالی هنگفت در شرایط کنونی است، با این حال شرایط بحرانی و خطرهای احتمالی همچنان برای آنها وجود دارد. تمام سه برند فوق در زمینه مدیریت شبکه‌های کابلی

فعالیت دارند. این امر به معنای احتمال بالای مواجهه با ضررهای مالی ناشی از چنین شرایطی خواهد بود. یکی از بدترین اخبار چند هفته اخیر برای چنین برندهایی تعویق یکساله مسابقات المپیک و بورو ۲۰۲۰ بود. این امر یکی از روزنه‌های امید رسانه‌های بزرگ ایالات متحده را از بین برد. در چنین شرایطی تلاش برای ادامه فعالیت در بازار کسب و کار هدف مهمی محسوب می‌شود. این امر فقط از طریق کاهش هزینه‌های جاری امکان‌پذیر خواهد بود. معنای ضمنی این امر احتمال مشاهده تعدیل نیرو در حجم وسیع از سوی برندهای بزرگ است.

یکی از نکات جالب درباره عملکرد برند کامکست و AT&T راه‌اندازی سیستم‌های دورکاری آنلاین است. این امر به صاحبان کسب و کار امکان مدیریت کارمندان از راه دور را می‌دهد. همچنین کارمندان در شرکت‌های مختلف نیز ضرورتی برای حضور در محل کار نخواهند داشت. درآمدهای حاصل از این امر اهمیت قابل توجهی برای دو برند فوق دارد. به این ترتیب شاید بخشی از ضررهای ناشی از شیوع ویروس کرونا به این شکل جبران شود.

**۴. روزنامه‌ها**

سقوط علاقه به طرحی و نمایش تبلیغات تیزر نهایی را بر سپیکر بی‌جان روزنامه‌ها در سراسر دنیا وارد کرده است. عرصه مطبوعات چاپی در طول یک دهه گذشته به طور مداوم با مشکلات فراوان مواجه بوده است. این امر تا حدودی ناشی از افزایش رسانه‌های دیجیتالی است. نتیجه طبیعی این امر جهت‌گیری هرچه بیشتر روزنامه‌ها به سوی انتشار نسخه‌های آنلاین بود. مهم‌ترین تاثیر بحران کرونا کاهش میزان سفارشات تبلیغاتی از سوی برندها برای روزنامه‌هاست. به این ترتیب شرایط کنونی بیش از همه شرایط کسب و کار روزنامه‌ها را دستخوش تغییرات منفی کرده است.

براساس گزارش موسسه ماردیت، چاپ روزنامه در اروپا و آمریکای شمالی با افت ۶۶درصدی مواجه است. این امر به معنای ناتوانی شرکت‌های مطبوعاتی در زمینه تامین هزینه‌های جاری‌شان است. شاید توقف موقت چاپ روزنامه‌ها به صورت کاغذی نخستین پیامد ادامه بحران کرونا باشد. همچنین در ادامه احتمال تعطیلی یا حتی ورشکستگی برخی از روزنامه‌ها نیز دور از انتظار خواهد بود.

بی‌تردید برخی از رسانه‌های بزرگ نظیر نیویورکر یا واشنگتن پست توانایی مقابله بهتر با بحران موجود را خواهند داشت. نکته مهم در اینجا ناتوانی برندهای کوچک در زمینه مقابله موثر با بحران موردنظر است بنابراین در اینجا نیز بحران کرونا بیشترین ضرر را متوجه کسب و کارها یا همان روزنامه‌های کوچک و محلی خواهد کرد.

**۵. شبکه‌های رادیویی**

کاهش شدید میزان تبلیغات برای بسیاری از برندها فاجعه بار است، با این حال هیچ‌کدام به اندازه عرصه رادیو از این امر متوجه ضرر نشده‌اند. بسیاری از برنامه‌های رادیویی از زمینه بخش تبلیغات درآمدهای بسیار زیادی کسب می‌کنند. چنین برندهایی در شرایط کنونی با بحران‌های بسیاری زیادی مواجه شده‌اند. این امر در حوزه تولید پادکست نیز قابل مشاهده است. جلب اسپانسر در زمینه تولید پادکست اهمیت بسیار زیادی دارد. اکنون بسا کاهش تمایل برندها برای حمایت مالی از برنامه‌های رادیویی و پادکست‌ها تامین مالی آنها با چالش مواجه شده است. همین امر موجب تعطیلی برخی از برنامه‌های رادیویی مشهور شده است. در این میان رسانه iHeartMedia بیش از همه ضرر دیده است. زمینه اصلی فعالیت این برند در حوزه پخش رادیویی و تولید پادکست‌های حرفه‌ای است. بنابراین تحمل ضررهای فراوان در پی شیوع کرونا امری طبیعی برای مدیران آن خواهد بود. نکته منفی درباره عرصه رادیو فقدان برنامه برای مقابله با بحران است. در اینجا شرایط برندهای بزرگ نیز با کسب و کارهای کوچک یکسان است بنابراین امکان توسعه کسب و کار و حتی مقابله با ورشکستگی احتمالی برای بسیاری از شبکه‌های رادیویی وجود ندارد.

**سقوط آزاد دنیای تبلیغات**

بهترین عملکرد در میان برندهای مربوط به حوزه سرگرمی و دیجیتال مربوط به شرکت‌های بی‌نیاز از تبلیغات است. نت‌فلیکس به عنوان یک رسانه آنلاین کمترین ضرر را در پی شیوع ویروس کرونا مشاهده کرده است. این امر ناشی از عدم اتکای شبکه مذکور بر تبلیغات و استفاده از شیوه‌های دیگر برای درآمد است. به این ترتیب افق پیش روی نت‌فلیکس از تمام برندهای دیجیتال دیگر روشن‌تر است. البته این امر به معنای عدم تاثیرگذاری شیوع کرونا بر روی کسب و کار نت‌فلیکس به طور قطعی نیست. بدون تردید تمام کسب و کارها از شرایط کنونی ضربه خواهند خورد. بحث اصلی پیرامون میزان ضررها و توانایی برندها برای جبران خسارت‌هاست.

یکی دیگر از عرصه‌های موفق در میان کسب و کارهای مختلف مربوط به کنسول‌های بازی است. بسیاری از مردم در دوران قرنطینه اقدام به استفاده بیشتر از کنسول‌های بازی می‌کنند. همچنین پلتفرم‌های آنلاین بازی نیز در شرایط کنونی طرفدارهای بیشتری پیدا کرده‌اند. شاید در چنین شرایطی جلب کاربران بیشتر برای پلتفرم‌های موردنظر سود اضافی ایجاد کند. سود موردنظر نقش مهمی در مدیریت مناسب بحران ایفا خواهد کرد. بنابراین کمترین میزان ورشکستگی در صنعت بازی‌های دیجیتال خواهد بود.

مهم‌ترین رهاکار برای غلبه بر شرایط بحرانی کنونی در عرصه تبلیغات برنامه‌ریزی برای کاهش هزینه‌های جاری است. این امر با توجه به سقوط دنیای تبلیغات اجتناب‌ناپذیر است. همچنین رویای عبور از شرایط بحرانی کنونی بدون تحمل ضررهای احتمالی نیز باید به دست فراموشی سپرده شود. کاهش میزان وابستگی به سودهای ناشی از تبلیغات نیز راهکار دیگری برای برهیز پایدار از ضررهای هنگفت در شرایط بحرانی خواهد بود. بی‌تردید پس از پایان بحران کرونا شیوه رفتار و سبک زندگی بسیاری از مشتریان در سراسر دنیا تغییر خواهد کرد بنابراین ما باید برای عرصه تازه‌ای فعالیت تبلیغاتی آماده شویم.

**منبع: barrons.com**





## ۶ گام ایجاد پادکست

به قلم: آستین گلد نویسنده حوزه تکنولوژی و بازاریابی

مترجم:امیر آل‌علی

در چند سال اخیر پادکست‌ها به محبوبیتی فوق‌العاده دست پیدا کرده‌اند و این محبوبیت با سرعتی فوق‌العاده در حال افزایش است. به همین خاطر تولید آنها نه‌تنها یک موقعیت شغلی خوب برای افراد مختلف محسوب می‌شود، بلکه به نیاز تمامی برندها نیز تبدیل شده است، با این حال بسیاری از افراد اقدام در این زمینه را سخت تصور می‌کنند. این امر در حالی است که واقعیت کاملا متفاوت بوده و هر فردی می‌تواند در این رابطه اقدام کند. فراموش نکنید که تولید پادکست در مقایسه با محتوای ویدئویی، به دانش فنی و امکانات کمتری نیاز دارد. این نکته را نیز به خاطر داشته باشید که برای استفاده از زمان مرده، پادکست‌ها بهترین انتخاب محسوب می‌شوند. آمارها نیز حاکی از آن است که در حدود ۴۰ درصد از آمریکایی‌ها به صورت مداوم به پادکست گوش می‌دهند که رقم قابل توجهی محسوب می‌شود. شما می‌توانید با استفاده از پادکست به راحتی به بسیاری از اهداف تجاری خود دست پیدا کنید. در این راستا به بررسی شش گام ایجاد پادکست خواهیم پرداخت.

### ۱-اهداف خود را تعیین کنید

درست به مانند هر اقدامی، شما باید هدف مشخصی را از فعالیت خود داشته باشید. در این رابطه فراموش نکنید که به هر میزان که هدف شما ارزشمندتر و جدیدتر باشد، شانس موفقیت شما نیز افزایش پیدا خواهد کرد. درواقع شما نباید پادکست را به مانند یوتیوبدر تبلیغاتی خود تصور کنید. درواقع اقدامات صرفا تجاری اِدا مورد توجه قرار نخواهد گرفت. به همین خاطر نیز شما باید بر روی تولید محتوا تمرکز کنید. با این اقدام امکان تبلیغ غیرمستقیم نیز فراهم خواهد بود و به افزایش شهرت برند شما منجر خواهد شد. این نکته را فراموش نکنید که در حال حاضر بسیاری از افراد برای خود اسپانسرهایی را پیدا می‌کنند که باعث می‌شود تا درآمد مستقیمی را از این اقدام خود داشته باشند. با این حال این هدف شما است که نحوه کسب درآمد از آن را مشخص خواهد کرد. در این رابطه توصیه می‌شود که به فعالیت‌های انجام‌شده در حوزه مورد علاقه خود، نگاهی انداخته و به دنبال یک خلاقیت و نوآوری جدید باشید. همچنین فراموش نکنید که فعالیت شما باید تنوع کافی را داشته باشد. در غیر این صورت با نتیجه لازم همراه نخواهد بود. در آخر لازم است تا یک شعار را برای خود انتخاب کنید تا افراد نسبت به محور فعالیت شما به آگاهی دست پیدا کنند.

### ۲-مخاطب هدف خود را تعیین کنید

اگر فعالیت شما با استقبال مواجه نشود، طی کردن تمامی مراحل نیز نتیجه‌ای را در پی نخواهد داشت. در این رابطه اگرچه ممکن است تصور کنید که تنها کافی است تا کیفیت کار بالایی را داشته باشید، با این حال این سیاست کاملا پریسک بوده و باعث می‌شود تا سرعت رشد شما کاملا محدود شود. درواقع بسیار بعید است تا زمانی که ناشناس باشید، توجهات به سمت شما جلب شود. به همین خاطر بهتر است تا در این رابطه به صورت مرحله-ای رفتار کرده و در ابتدا یک جامعه هدف محدود و مشخصی را داشته باشید. بدون شک پس از کسب شهرت اولیه، می‌توان محدوده عملکردی خود را گسترش داد. همچنین این نکته را نیز فراموش نکنید که شما باید در حوزه‌ای فعالیت کنید که کاملا مرتبط با کسبوکار شما است و در آن مهارت دارید.

### ۳-فرمت مناسب را ایجاد کنید

روش کار شما باید شکل مشخصی را داشته باشد تا مخاطب بتواند با آن ارتباط برقرار کند. برای مثال آیا پادکست شما دارای یک رایو است و یا به صورت گروهی در این رابطه اقدام خواهید کرد. همچنین در این مرحله شما باید نسبت به لحن ارتباطی خود نیز تصمیم‌گیری کنید. برای مثال ممکن است کاملا ادبی یا دوستانه باشد. همچنین شما باید اپیزودها را مشخص کرده و برای هر یک برنامه‌ریزی داشته باشید. برای مثال ممکن است در هر قسمت در ابتدا مسئله را مورد ارزیابی قرار داده و پس از آن با یک فرد خبره مصاحبه داشته‌باشید و در آخر نیز جمع‌بندی کنید. درواقع در این بخش تمامی ویژگی‌های پادکست‌های شما باید مشخص شود و پس از آن نسبت به زمان هر قسمت، تصمیم‌گیری کنید. در این رابطه توصیه می‌شود که به اصل کوتاه بودن توجه داشته باشید. این امر باعث می‌شود تا شانس دیده شدن شما افزایش چشمگیر را پیدا کند. برای درک بهتر اقداماتی که در این بخش باید انجام شود، بهتر است تا از فردی حرفه‌ای در این زمینه مشورت گرفته و چندین پادکست را گوش دهید.

### ۴-تجهیزات خود را انتخاب کنید

وجود یک میکروفون باکیفیت، مهم‌ترین ابزار شما محسوب می‌شود، با این حال باید توجه داشته باشید که یک مکان ساکت نیز از دیگر الزامات محسوب می‌شود، با این حال این احتمال وجود دارد که شما تمامی همهمان‌ها را نتوانید در مکان تعیین‌شده جمع کنید. به همین خاطر ممکن است برخی از بخش‌ها به صورت تماس تلفنی انجام شود. در این راستا شما باید اطلاعاتی را در رابطه با نرم‌افزارهای ضبط صدا داشته‌باشید. همچنین شما باید از نرم‌افزارهای ادیت استفاده کنید تا بخش‌های اضافی حذف شده و میزان نویز به حداقل برسد. برای این موضوع Audacity و Adobe Audition انتخاب‌های مناسبی محسوب می‌شوند. همچنین فراموش نکنید که صدای مجری، باید مناسب باشد. در این رابطه حتی استفاده از یک دیوبلور می‌تواند به افزایش جذابیت اقدام شما کمک کند. به عنوان نکته پایانی توصیه می‌شود که در ابتدا صدا را امتحان کنید. برای این موضوع برای یک دقیقه ضبط را انجام داده و آن را گوش دهید تا از درستی همه چیز اطمینان داشته‌باشید. همچنین فاصله با میکروفون را رعایت کنید تا صدا در بهترین وضعیت ممکن باشد. میزان فاصله نیز بستگی به ابزار کار خواهد داشت. به همین خاطر بهتر است تا فواصل مختلف را آزمایش کنید.

### ۵-متن داشته باشید

اشتباه بزرگ بسیاری از افراد این است که کار خود را به صورت ذهنی آغاز می‌کنند. این مسئله باعث می‌شود تا همواره احتمال فراموش شدن برخی از نکات و انحراف از موضوع اصلی وجود داشته باشد. به همین خاطر شما باید برای هر قسمت، متنی را آماده کرده و بخش‌ها را مشخص کنید. همچنین ضروری است در صورتی که گفت‌وگویی را دارید، همه چیز را از قبل با مهمان خود هماهنگ کرده باشید تا خروجی کار کاملا مناسب باشد. در آخر فراموش نکنید که وجود لیوان آب و توقف‌های مشخص، کاملا الزامی خواهد بود. علت این امر به خاطر خشکی گلو است که بر روی کیفیت صدا تاثیر مخربی را خواهد داشت. در نهایت بهتر است تا در بین دو بخش، یک موسیقی، تبلیغ و یا یک ایده خلاقانه و جدید را پیاده کنید. این مسئله باعث می‌شود تا تنوعی در حین کار شما شکل گرفته و مخاطب نیز برای چند ثانیه استراحت کند.

### ۶-فایل خود را در چندین مکان آپلود کنید

پس از ادیت و آماده شدن یک بخش، لازم است تا آن را در پر مخاطب‌ترین مکان‌ها آپلود کنید. در این رابطه برخی از افراد از مدت‌ها قبل اقدامات بازاریابی را انجام می‌دهند تا مخاطبین از قبل آشنایی اولیه را داشته باشند. در این رابطه SoundCloud، Spotify و YouTube از شناخته شده‌ترین مکان‌ها هستند. در آخر فراموش نکنید که شما باید حداقل یک پل ارتباطی با مخاطبان خود داشته باشید تا تعامل لازم شکل گیرد. در این بخش توصیه می‌شود تا به انتقادات و پیشنهادات مخاطبان گوش کرده و از اعمال تغییرات لازم، واهم نداشته باشید.

به عنوان توصیه پایانی ذکر این نکته ضروری است که شروع هر فعالیتی، بدون شک با اشتباهات و کاستی‌هایی همراه خواهد بود، با این حال این مسئله نباید منجر به ترس شما از شروع شود. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که ایده ناب حال حاضر در صورتی که سریعاً به اجرا گذاشته‌نشود، ممکن است توسط فردی دیگر مورد استفاده قرار گیرد.

منبع: business۲community

# فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی - اقتصادی

| چهارشنبه | ۲۰ فروردین ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۱۸ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

جاب: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

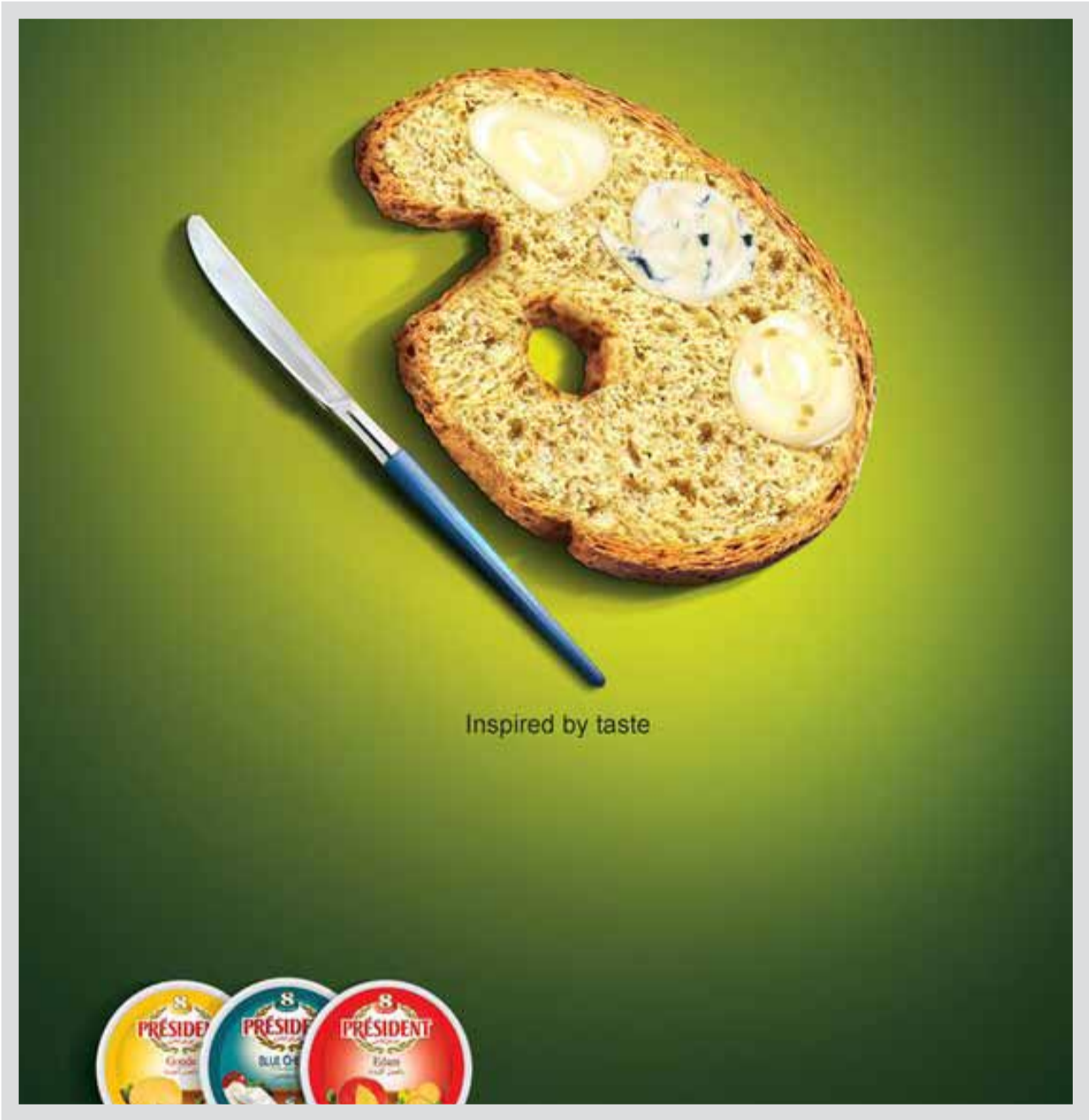
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

## تبلیغات خلاق



## مسیر موفقیت

## نکاتی که می‌توان از کتاب عادت‌های اتمی اثر جیمز کلییر آموخت

است، فشار روانی ناشی از ترک و یا ایجاد سبک یک عادت است. عادت خوب را شروع کنیم؟ برای این موضوع چند اقدام ضروری است.
۱-شفاف‌سازی عادت: علت مفید بودن عادت را تکرار کرده و از کلمات تاکیدی برای اطمینان از انجام شدن آن استفاده کنید. همچنین بهتر است تا آن را به یک عادت قدیمی خود پیوند دهید. برای مثال برای مراقبه، بهتر است بگویید که ۱۰ دقیقه پس از دوش گرفتن که عادت همیشگی محسوب می‌شود، این اقدام را انجام خواهد داد.
۲-جذاب کردن عادت: نمی‌توان انتظار داشت که یک عادت جدید و ضروری، درست به مانند تماشای سریالی جذاب باشد، با این حال شما می‌توانید با اقداماتی آن را جذاب کنید. برای مثال گوش دادن به موسیقی هنگام دویدن یکی از ساده‌ترین این موارد محسوب می‌شود.
درواقع از این‌بخش به عنوان پیوند یک اقدامی که باید انجام شود با اقدامی که کاملا مورد علاقه است، نام برده می‌شود. همچنین در این رابطه پیداکردن دوستان و اطرافیان مشوق در کنار ایجاد انگیزه و مراسم‌های انگیزشی می‌تواند کاملا کارساز باشد. برای مثال می‌توانید به یکی از سخنرانی‌های انتونی رابینز گوش دهید.
۳-ساده کردن عادت: در این رابطه محدوده فعالیت بسیار متعدد بوده و تنها باید به این موضوع اشاره داشته باشید که باید محیط و شرایط را برای انجام اقدام مهیاتر سازید تا انجام آن ساده‌تر باشد. برای مثال اگر قصد دارید که حتماً قبل از خواب مطالعه داشته‌باشید، بهتر است که صبح‌ها پس از مرتب کردن تخت، کتاب مدنظر را بر روی آن و یا در کنار میز تخت خود قرار دهید.
۴-رضایت‌بخش کردن عادت: شما باید از کاری که انجام می‌دهید احساس رضایت داشته‌باشید. برای مثال می‌توان فورا پس از انجام آن به خود جایزه داد. همچنین می‌توان اقدامی را انجام دهید که انجام ندادن لذت‌بخش شود. این مسئله برای کنار گذاشتن یک عادت امری حیاتی خواهد بود. برای ترک یک عادت نیز تنها کافی است تا پس از طی کردن مرحله یک، به صورت کاملا عکس رفتار کنید.
کتاب عادت‌های اتمی است که در کتاب عادت‌های اتمی یاد می‌گیرید که چگونه این فرآیند را بدون متحمل شدن سختی و در مدت زمانی طولانی‌تر تجربه کنید. برای درک این موضوع یک مثال آورده شده است که در نخستین روز شروع یک کلاس عکاسی، افراد به دو گروه تقسیم شدن که گروه اول براساس کمیت کار کرده و گروه دوم روی کیفیت تمرکز خواهند داشت. اگرچه انتظار می‌رفت که گروه کیفیت‌گرا تصاویر به مراتب بهتری را ثبت کنند، با این حال نتایج کاملا متفاوت بوده و گروه کمیتی بهترین تصاویر را ارائه کردند. علت این امر به این خاطر بود که آنها به علت نیاز به ثبت تصاویر متعدد، بارها این اقدام را در شرایط مختلف انجام داده و این مسئله باعث شد تا مهارت آنها افزایش چشمگیری را پیدا کند و بتوانند چند تصور فوق‌العاده را ثبت کنند، با این حال گروه کیفیت‌گرا به علت این امر که بر روی انجام یک اقدام هنری از همان اقدام نخست خود تاکید داشتند، عملا موفقیت خاصی را به دست نیاوردند. این مسئله به خوبی نشان می‌دهد که برای ایجاد یک عادت جدید، اقدامات کوچک و حتی اشتباه ولی مداوم و متعدد می‌تواند نتایج به مراتب بهتری را در مقایسه با زمانی داشته‌باشد که از همان ابتدا بخواهید سریعاً به سطح موردنظر خود برسید. برای درک بهتر این موضوع، لازم است تا نگاهی به تیم دوچرخه‌سواری انگلستان داشته‌باشیم که تا سال ۲۰۰۳ با ناکامی‌های متعدد مواجه بود و هیچ کس ورزشکاران این کشور را جزو حرفه‌ای‌ها و شناس کسب عنوان برتر تلقی نمی‌کرد، با این حال مربی جدید به نام برلزفورد با تغییرات کوچک موفق شد تا این تیم را به پادشاه چند دوره مسابقات تبدیل کند. این تغییرات سه‌ه‌ج‌دی کوچک بودند که در ابتدا به نظر مربیان دیگر اِدا مهم تلقی نمی‌شدند. نظیر استفاده از الکل برای افزایش چسبندگی چرخ‌ها که از نظر آماری نتیجه قابل توجهی را به همراه نداشت، با این حال چندین اقدام بسیار کوچک، در نهایت باعث تغییرات بزرگ شد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته‌باشید این است که به نظر بسیاری از افراد اگر هر روز تنها یک درصد بهتر شوند، عدد قابل توجهی محسوب نشده و این امر باعث می‌شود تا به این مسئله توجهی نداشته‌باشند، با این حال این اقدام باعث می‌شود که در انتهای سال ۳۷ بار بهتر شده‌باشید. این امر در حالی است که شما عملاً متوجه فشاری نشده‌اید. در نهایت باید به این نکته توجه داشته‌باشید که عادت‌ها درست به مانند درخت بامبو هستند. آنها در پنج سال نخست خود چندان رشدی را تجربه نمی‌کنند. با این حال پس از طی کردن این پنج سال تنها طی شش هفته، ۲۷ متر قد می‌کشند. به عنوان نکته پایانی ذکر این جمله ضروری است که عادت‌ها درست به مانند یک شمشیر دو لبه هستند. به همین خاطر نمی‌توان دقیقاً گفت که آنها به ضرر و یا سود شما هستند و همه چیز به نحوه استفاده و عملکرد خودتان بستگی دارد. درواقع حتی بهترین عادت‌ها اگر به خوبی مورد استفاده قرار نگیرد، ایجاد آنها تنها وقت تلف کردن خواهد بود.

منبع: dansilvestre.com

حال سوالی که مطرح است این است که چگونه می‌توان یک عادت خوب را شروع کنیم؟ برای این موضوع چند اقدام ضروری است.
۱-شفاف‌سازی عادت: علت مفید بودن عادت را تکرار کرده و از کلمات تاکیدی برای اطمینان از انجام شدن آن استفاده کنید. همچنین بهتر است تا آن را به یک عادت قدیمی خود پیوند دهید. برای مثال برای مراقبه، بهتر است بگویید که ۱۰ دقیقه پس از دوش گرفتن که عادت همیشگی محسوب می‌شود، این اقدام را انجام خواهد داد.
۲-جذاب کردن عادت: نمی‌توان انتظار داشت که یک عادت جدید و ضروری، درست به مانند تماشای سریالی جذاب باشد، با این حال شما می‌توانید با اقداماتی آن را جذاب کنید. برای مثال گوش دادن به موسیقی هنگام دویدن یکی از ساده‌ترین این موارد محسوب می‌شود.
درواقع از این‌بخش به عنوان پیوند یک اقدامی که باید انجام شود با اقدامی که کاملا مورد علاقه است، نام برده می‌شود. همچنین در این رابطه پیداکردن دوستان و اطرافیان مشوق در کنار ایجاد انگیزه و مراسم‌های انگیزشی می‌تواند کاملا کارساز باشد. برای مثال می‌توانید به یکی از سخنرانی‌های انتونی رابینز گوش دهید.
۳-ساده کردن عادت: در این رابطه محدوده فعالیت بسیار متعدد بوده و تنها باید به این موضوع اشاره داشته باشید که باید محیط و شرایط را برای انجام اقدام مهیاتر سازید تا انجام آن ساده‌تر باشد. برای مثال اگر قصد دارید که حتماً قبل از خواب مطالعه داشته‌باشید، بهتر است که صبح‌ها پس از مرتب کردن تخت، کتاب مدنظر را بر روی آن و یا در کنار میز تخت خود قرار دهید.
۴-رضایت‌بخش کردن عادت: شما باید از کاری که انجام می‌دهید احساس رضایت داشته‌باشید. برای مثال می‌توان فورا پس از انجام آن به خود جایزه داد. همچنین می‌توان اقدامی را انجام دهید که انجام ندادن لذت‌بخش شود. این مسئله برای کنار گذاشتن یک عادت امری حیاتی خواهد بود. برای ترک یک عادت نیز تنها کافی است تا پس از طی کردن مرحله یک، به صورت کاملا عکس رفتار کنید.

نکته‌ای که باید به آن توجه داشته‌باشید این است که اگر کتاب را در دسترس و در معرض دید خود قرار دهید و دسترسی به گوشی تلفن خود را محدود کنید، احتمال ترک اعتیاد به گوشی و کتاب‌خوان شدن، افزایش پیدا خواهد کرد. همچنین در این کتاب سعی شده است تا دیدگاه افراد به شکست را تغییر داده و این مسئله را کاملا طبیعی جلوه دهد. درواقع در مسیر ساخت یک عادت جدید، ممکن است همه چیز با آن سرعتی که شما انتظار دارید رخ ندهد، با این حال حتی یک قدم شما نیز نتایج خود را نشان خواهد داد. درواقع نباید در این رابطه بیش از حد عجول باشیم. همچنین بسیار مهم است که تجدیدنظری در رابطه با دوستان خود داشته‌باشیم. این مسئله کمک خواهد کرد تا جوی موردنیاز شکل گیرد. برای مثال اگر خواهان رعایت یک رژیم غذایی سالم هستید، بدون شک دوستانی که عادت به مصرف فست فود دارند، کار را برای شما دشوار خواهند ساخت. همچنین کمیت برخلاف تصویری که به آن تاکید می‌شود، می‌تواند بهتر از کیفیت باشد. درواقع یکی از مسائلی که در حال حاضر مطرح

به قلم: دن سیلوستره نویسنده و سخنران حوزه مدیریت

مترجم:امیر آل‌علی

برای محبوبیت بسیار بالای یک کتاب، حتما نیازی نیست که از انتشار آن حداقل پنج سال گذشته باشد. درواقع عادت‌های اتمی که در اواخر سال ۲۰۱۸ عرضه شد، به موفقیتی جهانی دست پیدا کرده است که بسیاری از کتاب‌ها حتی پس از گذشت یک دهه از انتظار آنها به چنین سطحی نزدیک نشده‌‌اند و این امر بیانگر محتوای ارزشمند و مفید آن است. آقای کلییر، در جدیدترین اثر خود به روشی جالب برای ایجاد و تقویت عادت‌های مثبت و کمرنگ کردن عادت‌های منفی پرداخته است. از نکات جالب این کتاب، لحن عامیانه و بسیار روان آن است که مطالعه آن را برای هر فردی بسیار جذاب ساخته است. این امر در حالی است که معمولاً کتاب‌های حوزه موفقیت، با قلمی سخت و انواع اصطلاحات تخصصی است و به همین خاطر سلیقه همگانی محسوب نمی‌شوند. در رابطه با علت انتخاب نام این کتاب، ذکر این نکته ضروری است که اصطلاح اتم برای توصیف عادت‌ها به کار رفته است. درواقع برخی از عادت‌ها علی‌رغم کوچک بودن خود، درست به مانند اتم دارای قدرت و اثرگذاری بسیار بالایی هستند. این امر در حالی است که تقریباً تمامی افراد تمرکز خود را بر روی عادت‌های می‌گذرانند که به تصور آنها اصلی محسوب می‌شوند، با این حال این کتاب به خوبی نشان می‌دهد که حتی از کوچک‌ترین عادت‌ها نیز نباید غافل شد. تصور بسیاری از افراد در رابطه با پیشرفت، مدلی خطی است. این امر در حالی است که بسیاری از نتایج دیرتر از حد انتظار ما خود را نشان می‌دهند. این مسئله نباید باعث شود تا دچار ناامیدی شویم. درواقع برای موفقیت، باید به دنبال یک مدل غیرخطی بود. همچنین در بخش دیگری از این کتاب به معرفی مدل چهار مرحله‌ای ایجاد عادت اشاره می‌کند که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

۱-بروز نشانه‌ها

در ابتدا هر فردی به سمت یک رفتار ترغیب می‌شود که نشانی از نشانه‌هایی است که برای او جذاب بوده و این نخستین مرحله ایجاد یک عادت است. در این مرحله بسیار مهم است که بدانیم به سمت چه چیزهایی تمایل پیدا می‌کنیم.

۲-ماندگاری در ذهن

در این مرحله ذهن درگیر شده و عادت اولیه ماندگار خواهد شد. بدون شک به هر میزان که عادت مذکور، جذابیت بالاتری را داشته باشد، این فرآیند زودتر نیز اتفاق خواهد افتاد.

۳-رفتار کردن

در این مرحله اتفاقات از حالت تئوری خارج شده و افراد اقدام به فعالیت می‌کنند. در این مرحله ممکن است این اقدام به صورت محدود و نه همیشگی باشد.

۴-قضاوت

در آخر تصمیم‌گیری در رابطه تبدیل اقدام به عادت همیشگی و یا کنار گذاشتن آن انجام می‌شود. بدون شک پررنگ کردن و یا کمرنگ کردن هر یک از این موارد باعث از بین رفتن و یا ایجاد یک عادت می‌شود.