

سال ۱۳۹۸ سالی پرچالش برای نظام بانکی کشور بود. نوسانات یا به عبارتی، هیجانات مدام بازار سکه و ارز در کنار طرح جنجالی و مطول کمیسیون اقتصادی مجلس موسوم به «طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» از جمله چالش‌هایی بودند که بانک مرکزی و شبکه بانکی کشور را ناخواسته درگیر مباحث و مسائل جانبی آن کردند. بانک مرکزی نیز موضعی نسبتا مطلوب برای هر یک از چالش‌های مورد اشاره اتخاذ کرد، اما از اواخر سال ۱۳۹۸ میهمان ناخوانده‌ای به نام ویروس کرونا در ایران شیوع یافت و ب‌ا وجود تلاش قابل‌ تقدیر کادر درمانی کشور، جمعی از مبتلایان را به کام مرگ کشید. به دنبال شیوع ویروس کووید-۱۹ بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی به تعطیلی کشیده شد و رشد اقتصادی کشور را تحت‌الشعاع خود قرار داد. در کنار شوک اقتصادی ناشی از شیوع کرونا، اثرات سوء تحریم‌های ناجوانمردانه دولت آمریکا نیز مزید بر علت شد و با ایجاد مشکلات فراوان در راه صادرات فرآورده‌های نفتی و میعانات گازی و خدمات مهندسی، کاهش درآمدهای ارزی کشور را در پی داشت؛ پدیده‌ای که خواه ناخواه افزایش نرخ ارز را به دنبال خواهد داشت.

**ادامه در همین صفحه**

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

رشد بی‌وقفه بازار سرمایه باعث ترس سهامداران از وجود حباب در قیمت سهام شده است

## آیا شاخص بورس حباب دارد؟

رشد بی‌وقفه و پرشتاب این روزهای بازار سرمایه، زمینه ترس و هراس بسیاری از سهامداران را با گمان وجود حباب در قیمت سهام و احتمال افت شدید شاخص بورس ایجاد کرده است. بازار سرمایه که از سال...

توافق تاریخی اوپک پلاس برای کاهش روزانه ۱۰ میلیون بشکه نفت

# آتش بس نفتی

سرانجام در نهمین نشست فوق‌العاده «وپک پلاس» که از طریق ویدئویی بر گزار شد توافق کاهش روزانه ۱۰ میلیون بشکه نفت حاصل شد. به گزارش آسوشیتدپرس، قبل از آغاز نشست فوق‌العاده اوپک پلاس، عربستان و روسیه در مذاکراتی فشرده بر سر کاهش روزانه ۱۰ میلیون بشکه نفت خام به توافق رسیدند. قبل از آغاز نشست بحث بر سر کاهش ۲۰ میلیون بشکه نفت بود که به ۱۵ میلیون بشکه کاهش یافت و سرانجام در گفت‌وگو با سایر اعضا به ۱۰ میلیون بشکه نفت در روز رسید. این میزان از نفت خام حدودا معادل ۱۰درصد از نیاز جهان به نفت خام است. دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا قبل از آغاز نشست فوق‌العاده اوپک پلاس با سران عربستان و روسیه گفت‌وگو کرد. ترامپ در یک نشست خبری در کاخ سفید گفت: «تولید انقدر بالاست که هیچ‌کس نمی‌داند با این مقدار نفت چه کند.» در نخستین واکنش‌ها، صنایع نفتی آمریکا که از فروپاشی اتحاد اوپک و غیروپک و سقوط قیمت نفت...

روابط بانک‌ها با مردم در روزهای کرونایی چه تغییری می‌کند؟

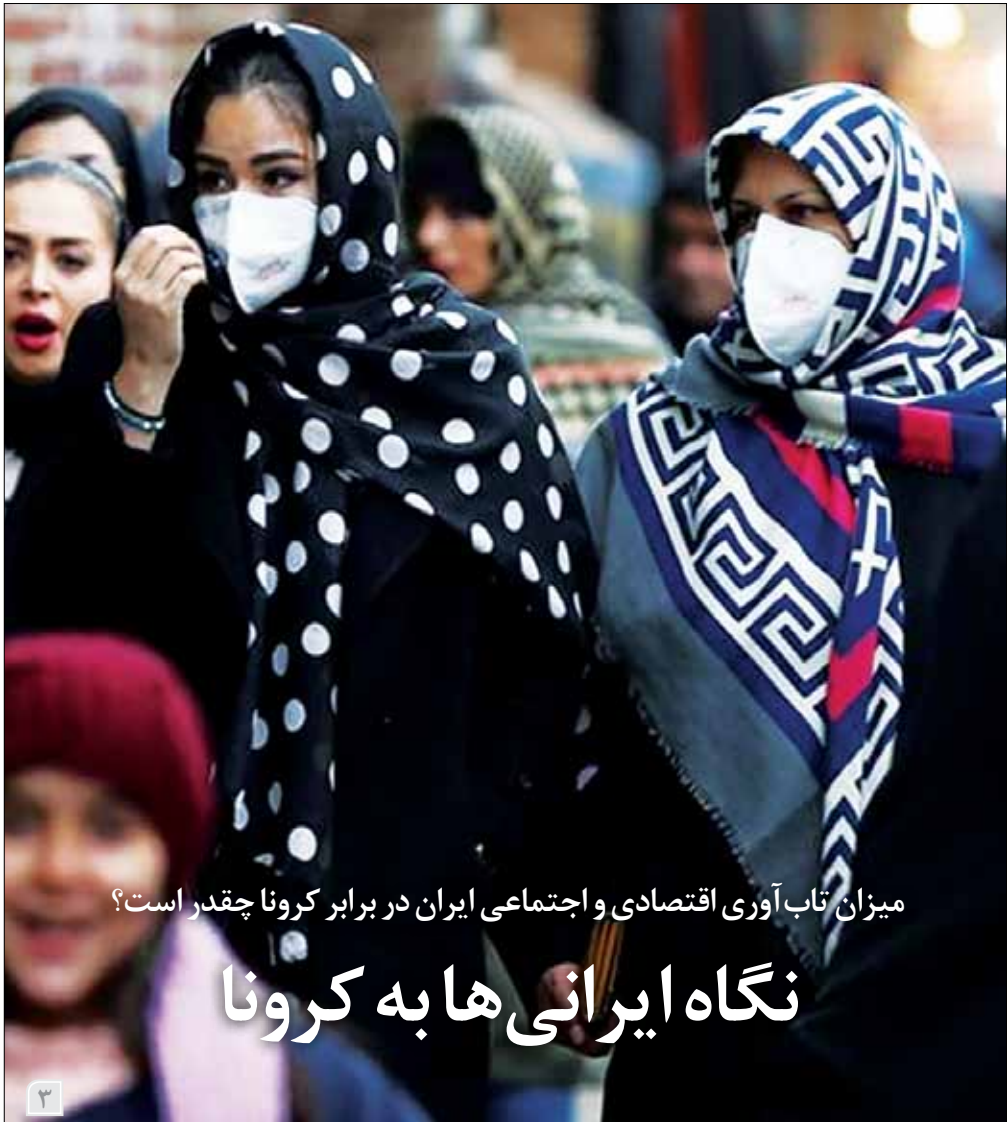
## سیل چک‌های برگشتی در راه

### مدیریت و کسب‌وکار



**بیل گیتس: تا پایان سال ۲۰۲۱ از کرونا در امان نخواهیم بود**

- مدیریت زمان به سبک حرفه‌ای‌ها
- ۱۰سریال نت‌فلیکس که هر کارآفرینی باید ببیند
- رازهای فروش موفق
- چالش‌های بازاریابی برای نوجوانان
- انتخاب نام برند با ۵ راهکار طلایی
- اسپاتیفای پادشاه بازار پخش موسیقی در سال ۲۰۱۹



میزان تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی ایران در برابر کرونا چقدر است؟

# نگاه ایرانی‌ها به کرونا

### چالش‌های فراروی نظام بانکی در سال ۹۹

میلیارد ریالی ذخیره قانونی بانک‌ها و با همراهی بانک‌ها امکان تامین اعتبار ۷۵۰ هزار میلیارد ریالی با نرخ ۱۲درصد را فراهم ساخته است. پیشنهاد بانک مرکزی مبنی بر اعطای وام یک میلیون تومانی اعتبار خرید به ۲۳ میلیون خانوار یارانه‌بگیر با نرخ ۱۲درصد و بازپرداخت ۲۴ ماهه با تنفس چهار ماهه به تصویب ستاد اقتصادی دولت رسید، که در اسرع وقت اجرایی خواهد شد. با تایید مقام معظم رهبری، یک میلیارد یورو برای پشتیبانی از هزینه‌های عمدتا درمانی ناشی از کرونا اختصاص یافت. بانک مرکزی با خرید این مبلغ ارزی، معادل ریالی آن را در اختیار سازمان برنامه خواهد گذاشت...». با این وجود، میزان قدرت تسهیلات‌دهی بانک‌ها نمی‌تواند جوابگوی این حجم از تقاضای تسهیلات بانکی باشد. پس چاره چیست؟

برای حل این مشکل، چند راه‌حل قابل بررسی است:

الف) ایجاد تفاوت در نرخ سود تسهیلات تولیدی با نرخ سود تسهیلات غیرتولیدی. موضوعی که در دهه شصت و هفتاد متداول بود و بخش تولید از مساعدت‌های بانکی بیشتر برخوردار می‌شد. برای تامین منابع لازم برای این تفاوت نرخ سود تسهیلات بانکی، همکاری متقابل دولت و مجلس، بانک مرکزی و شبکه بانکی کشور ضروری است. به بیان دیگر، نمی‌توان بار مالی ناشی از این سیاست را تماما بر دوش شبکه بانکی کشور قرار داد.

ب) اختصاص خطوط اعتباری ارزی و ریالی به بخش تولید که نیازمند تامین منابع لازم توسط بانک مرکزی و مجلس شورای اسلامی است.

ج) اعمال نظارت دقیق کارشناسی بر تخصیص و مصرف تسهیلات پرداختی به بخش تولید توسط بانک‌های تسهیلات‌دهنده، به‌گونه‌ای که اولاً: تسهیلات تولیدی به واحدهای تولیدی پرداخت شود که بنا به بررسی کارشناسی بانک به سوددهی مناسب و قابل قبول می‌رسند. ثانیاً: تسهیلات تصویب‌شده نه به‌طور یکجا بلکه تدریجی و براساس مراحل کارشناسی و پیشرفت پروژه به‌صورت نظارت‌شده به متقاضی پرداخت شود تا مبالغ تسهیلات وارد بازار غیرمتشکل مالی نشود. نظارت بانک مرکزی بر این فرآیند بسیار ضروری است.

گفتنی است در آذرماه ۱۳۹۸ طرح مورد اشاره بدون بررسی کارشناسی کافی توسط کمیسیون اقتصادی در دستور کار مجلس قرار گرفت و با وجود مخالفت صریح رئیس‌کل بانک مرکزی و دولت، دو فوریت آن مسود تصویب قرار گرفت. این طرح، موارد مختلف و متنوعی نظیر ساختار بانک مرکزی، تاسیس بانک توسعه‌ای جدید در کنار بانک‌های موجود، عملیات بانکی بدون ربا و... را دربر داشت که به لحاظ گستردگی موضوعات بی‌نظیر است. این طرح همچنین از حیث مغایرت موادی از آن با موازین شرعی، مورد انتقاد محافل حوزوی قرار گرفته و از جهت بانکی نیز به دلایل مختلف مورد مخالفت دولت، بانک مرکزی و محافل بانکی است. بدون تردید کپی‌برداری ساختار جدید بانک مرکزی از ساختار بانک مرکزی یکی از کشورهای اروپایی و تصویب شتاب‌زده طرح مورد بحث بدون انجام اصلاحات لازم، بانک مرکزی شبکه بانکی را با چالش‌های اساسی مواجه خواهد ساخت و بر مشکلات روزافزون نظام بانکی کشور خواهد افزود. با دولتی کردن کامل بانک مرکزی و سلب استقلال کارشناسی آن نمی‌توان به حل مشکلات نظام بانکی کشور امیدوار بود. لذا همکاری بانک مرکزی و شبکه بانکی با کمیسیون اقتصادی مجلس برای رفع اشکالات ساختاری این طرح، بسیار ضروری است.

به‌رحال، در سال ۱۳۹۹ چالش‌های بسیاری فراروی نظام بانکی کشور قابل پیش‌بینی است و مشکلات ناشی از گسترش و شیوع ویروس کرونا نیز بر این چالش‌ها افزون خواهد شد. قطعاً مدیریت بانک مرکزی بر این چالش‌ها و همگامی شبکه بانک‌های دولتی با مدیریت «شورای هماهنگی بانک‌های دولتی» و شبکه بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی با مدیریت «کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی»، راه را برای پیروزی بر این چالش‌ها هموار خواهد ساخت.

##### ادامه از همین صفحه

نظام بانکی کشور نیز از اثرات سوء این چالش‌ها مصون نماند، به‌طوری که جمعی از کارکنان پرتلاش شبکه بانکی بر اثر ابتلا به ویروس کرونا به دیار باقی شتافتند و فعالیت شعب نیز عملا تا مرز ۵۰درصد کاهش یافت. پیش‌بینی‌ها و برآوردهای کارشناسی حاکی از آن است که در سال ۱۳۹۹ مشکلات اشاره شده تداوم خواهد داشت. به این ترتیب، فائق آمدن بر هر کدام از این مشکلات نیازمند عزم و تدبیر ملی است و دستیابی به آن جز با استعانت از خداوند و راه‌حل‌های کارشناسانه میسر نیست. به طور خلاصه، مشکلات و چالش‌های فراروی نظام بانکی کشور در سال ۱۳۹۹ را می‌توان در موارد زیر بر شمرد:

اول؛ چالش افزایش مطالبات معوق

در این زمینه توجه به این نکته ضروری است که اگر وضعیت تعطیلی موقت یا دائمی واحدهای کسب و کار و واحدهای تولیدی بدین نحو پیش رود قطعاً مشکلات مالی گریبانگیر این واحدها خواهد شد. نتیجه آن نیز ناتوانی در پرداخت اقساط تسهیلاتی است که این واحدها یا این اشخاص از بانک‌ها دریافت کرده‌اند. لذا بدون تردید این پدیده در عمل منتهی به افزایش مطالبات معوق بانک‌ها خواهد شد. در چنین وضعیتی بانک‌ها معمولا دو راه‌حل برای وصول مطالبات معوق خود خواهند داشت:

الف) برای وصول مطالبات معوق خود مبادرت به انجام اقدامات قضایی یا ثبتی کنند نتیجه قهری و اجتناب‌ناپذیر این راهکار قانونی، تملک واحدهای تولیدی یا کسبی توسط بانک‌های طلبکار است؛ پدیده‌ای که به همراه خود بانک‌ها را خواه ناخواه درگیر مشکلات بنگاهداری و شرکت‌داری و پیداکردن مشتری مناسب برای واحدهای تولیدی یا کسبی تملک‌شده خواهد کرد. راه‌حل نسبتا ساده این مشکل، اجتناب از وثیقه گرفتن واحدهای تولیدی و ماشین‌آلات آن و روی آوردن به وثایق معتبر خارج از طرح است. به بیان ساده، منطقی نیست از یک طرف بانک‌ها را ناچار ساخت که حتما در تسهیلات تولیدی محل طرح را به وثیقه گیرند و از طرف دیگر، بانک‌ها را در مقام وصول مطالبات‌شان از تملک قانونی محل اجرای طرح باز داشت و از افزایش مطالبات معوق‌شان نیز شاکی بود.

ب) مدارای بیشتر با مشتریان بدهکار با استفاده از ظرفیت‌های قانونی دستورالعمل امهال

از این راه‌حل، مشتریان بدهکار بانک‌ها بیشتر سود خواهند برد، زیرا فرصت بیشتری برای پرداخت بدهی خود به بانک‌ها پیدا خواهند کرد. ولی به‌هرحال، استمهال تسهیلات به بانک‌ها نیز این فرصت را خواهد داد که به‌جای طی تشریفات پیچیده و شدیداً بوروکراتیک، اقدامات قضایی و یا عملیات ثبتی، به بدهکاران بانکی فرصت دهند تا مطالبات خود را در این فرصت پرداخت کنند و بانک‌های تسهیلات‌دهنده را به طور ناخواسته وارد عرصه تملک واحدهای تولیدی و بنگاهداری نکنند.

دوم؛ چالش افزایش تقاضای تسهیلات بانکی

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) حاکی از آن است که ۵۵۴درصد از کل تسهیلات پرداختی بانک‌ها و موسسات اعتباری به بخش‌های مختلف اقتصادی، صرف سرمایه در گردش شده است. ولی وضعیت نامطلوب اقتصادی ناشی از شیوع ویروس کرونا و سیاست‌های مقابله و پیشگیری از مبتلاشدن به آن خواه ناخواه نیاز مالی واحدهای تولیدی و کسبی و دریافت تسهیلات بانکی را تشدید خواهد کرد. آیا قدرت مالی فعلی بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی و دولتی برای ارائه پاسخ مناسب و مثبت به این حجم از تسهیلات بانکی، کافی است؟

در پاسخ بدین پرسش می‌توان گفت، اگر روند قرنطینه و تعطیلی ناخواسته واحدهای تولیدی و کسبی بر همین منوال پیش رود پاسخ قطعاً منفی خواهد بود. در این رابطه، گرچه بانک مرکزی بر توسعه عملیات بازار باز عزم راسخ دارد و در جدیدترین تصمیم خود اعلام داشته که «بانک مرکزی از طریق کاهش ۲۵۰ هزار

#### چین چگونه توانست ویروس کرونا را مهار کند؟ درس‌های سخت قرنطینه ووهان

در حالی که این روزها کرونا مرزهای سیاسی را یکی پس از دیگری درمی‌نوردد و کشورهای زیادی با ویروس کووید-۱۹ دست به گریبان هستند، شهر ووهان چین به عنوان کلون اولیه شیوع کرونایوروس از قرنطینه خارج می‌شود. بازگشت به «وضعیت عادی» در این شهر پس از دو ماه و نیم قرنطینه نظامی اتفاق می‌افتد. با آنکه مهار کرونا یک پیروزی بزرگ سیاسی برای دولت چین به شمار می‌رود اما چند روز پیش، کابوش جهانپور سخنگوی وزارت بهداشت با یک رشت توییت، رفتار دولت چین با ایران و سایر کشورها در اطلاع‌رسانی درباره ماهیت ویروس کرونا را «یک شوخی تلخ» قلمداد کرد. پیش از جهانپور نیز انتقادها از چین و شیوه اطلاع‌رسانی این کشور از بیماری کرونا در غرب نیز صورت گرفته بود. در همین زمینه، خبرگزاری رویترز در گزارشی به بازگشت «وضعیت عادی» در شهر ووهان و درس‌های این موفقیت سخت پرداخته است:

\* نوبت دانشمندان: مقام‌های بهداشتی ووهان، مرکز استان هوئی، نخستین مورد ویروس جدید کرونا را در ماه دسامبر و نخستین مورد مرگ ناشی از آن را در روزهای نخست ماه ژانویه گزارش کردند. در دو هفته نخست ماه ژانویه، مقام‌های محلی تاکید می‌کردند که اوضاع تحت کنترل است؛ امکان انتقال ویروس از انسان به انسان را دست‌کم می‌گرفتند و بر غذاهای دریایی و بازار محلی فروش حیوانات وحشی که گمان می‌رفت منشأ بیماری است، متمرکز بودند. در همان زمان و احتلا بر پایه همین گزارش‌ها، رسانه‌های بین‌المللی هم بر همین موارد تاکید می‌کردند و به دنبال یافتن سرمنشأ ویروس سارس جدید در میان غذاهای عجیب چینی از مار گرفته تا خفاش می‌گشتند. با این حال موارد جدید ابتلا بیشتر و بیشتر می‌شد. در ۱۲ ژانویه، بخش مراقبت‌های ویژه بیمارستان‌های ووهان بر طرف شده و مراکز درمانی با کمبود دستگاه‌های تنفس مصنوعی مواجه شده بودند. آنطور که مردم محلی می‌گویند، شماری از بیماران مبتلا به مرض مروز جدید جان خود را در همان زمان از دست داده بودند. با این همه، دست‌کم تا ۱۶ ژانویه، دولت محلی ووهان تاکید می‌کرد که هیچ مورد جدیدی از ابتلا در دو هفته اخیر گزارش نشده است. شهر ۱۱ میلیون نفری ووهان در آستانه سال نوی چینی با رستوران‌های مملو از مشتری و فروشگاه‌های بزرگ به حیات عادی ادامه می‌داد. مردم برای تعطیلات سال نو آماده می‌شدند. شهروندان ووهان می‌گویند در آن روزها، اقدامات مراقبتی حداقلی ازجمله کنترل دمای بدن مشتریان در ورودی فروشگاه‌های بزرگ و تشویق شهروندان به استفاده از ماسک تبلیغ می‌شد: «مردم عادی نمی‌دانستند که باید موازین مراقبتی را اجرا کرد.» اما همه چیز از ۱۸ ژانویه تغییر کرد. دولت مرکزی یک گروه کارشناسی راه برسرپستی ژوئنگ نشان، اپیدمیولوژیست ۸۲ ساله به ووهان فرستاد. ژوئنگ همان کسی بود که در سال ۲۰۰۳، رنگ خطر ویروس کرونای سارس را در چین به صدا درآورد بود. دانشمندان اعلامی از یکن در دو روز تمام گزارش‌های شیوع بیماری، از غذاهای دریایی گرفته تا بازارچه فروش حیوانات وحشی را بررسی کردند. یک روز پیش از رسیدن آنها به ووهان، چهار مورد دیگر از ابتلا به ویروس جدید ثبت شده بود که هیچ ارتباطی با ماجرای بازار حیوانات وحشی نداشت. حقیقت تلخ آرام آرام برلا می‌شد: ویروس از انسان به انسان منتقل می‌شود. گویا همین گروه برای نخستین بار اتخاذ موارد سختگیرانه برای جلوگیری از شیوع بیماری را توصیه کرد. از قرار معلوم این سومین سفر یک کار گروه علمی از یکن به ووهان بود. دو گروه پیشین در روزهای دوم و هشتم ژانویه به این شهر سفر کرده بودند اما هیچ‌کدام گزارش فراتر از گفته‌های مقام‌های محلی به دولت مرکزی نداده بودند. گروه تحت امر دکتر ژوئنگ نشان در تحقیقات خود متوجه شد که دهه‌تا ن از کادرهای درمانی به بیماری مبتلا شده‌اند. به علاوه بیمارستان‌ها تا شانزدهم ژانویه، یک ماه پس از گزارش اولین مورد بیماری، از هیچ‌کس تست‌نگرفته‌اند. آنطور که دو منبع نزدیک به این پرونده می‌گویند، پیشنهاد این گروه برای قرنطینه کردن شهر ووهان و افزایش سریع تخت‌های بیمارستانی روز نوزدهم ژانویه به کمیسیون ملی بهداشت و سلامت چین داده شد. منابعی که خواست‌اند نام‌شان فاش نشود، می‌گویند مقام‌های محلی ووهان در ابتدای کار از پذیرش پیشنهادهای گروه دکتر ژوئنگ نشان به دلیل نگرانی از عواقب اقتصادی ساز زدند اما دولت مرکزی آنها را مجبور به اجرای قرنطینه کرد. بیستم ژانویه، یک روز پس از گزارش علمی به کمیسیون ملی بهداشت و سلامت، یکن کار گروه ویژه مبارزه با ویروس جدید کرونا در ووهان را به راه انداخت. شهر باید قرنطینه شود. به کینگ، معاون رئیس دفتر آمار استان هوئی می‌گویند تنها زمانی که یافته‌های دکتر ژوئنگ نشان منتشر شد به جدی بودن خطر پی برده است. او می‌گوید این گزارش‌ها زمانی منتشر شدند که دیگر کار از کار گذشته بود. «اگر دولت زودتر هشدار داده بود، اگر گفته بودند که همه باید ماسک بزنند و دمای بدن مردم کنترل شود، احتمالاً شمر قربانیان خیلی کمتر از حالا بود. درس سختی بود؛ با خون و اشک.» آخرین تحقیقات پیش از اجرای قرنطینه نشان می‌داد که افراد مبتلا به ویروس جدید از ووهان دست کم به ۲۵ استان، شهر و شهرستان دیگر چین سفر کرده‌اند. \* قرنطینه شهر ۱۱ میلیونی: تصمیم دولت مرکزی برای بستن و کنترل شهر به سرعت اجرایی شد. به گفته دو مقام دولت محلی، اعضای دولت محلی دستور کتبی را مبنی بر ممنوعیت سفر دریافت کردند. این دستورالعمل دولتی البته جزئیات بیشتری نداشت و فقط اعلام کرده بود اعضای دولت حق خروج از شهر را ندارند. و اگر سفر کرده‌اند، باید به سرعت به ووهان بازگردند. ساعت هشت شب، مقام‌های عالی‌رتبه با تلفن دستور نهایی را دریافت کردند: شهر باید از فردا صبح تعطیل شود.

فرمان قرنطینه عمومی ساعت ۲۳ باامداد ۲۴ ژانویه به عموم اعلام شد. هزاران نفر با اطلاع از این تصمیم به فکر فرار از شهر افتادند اما تمام ورودی‌ها و خروجی‌های شهر بسته شده بود؛ وسایل حمل و نقل عمومی تعطیل و استفاده از خودروی شخصی ممنوع اعلام شد. ساکنان ووهان تنها تنها ساعت پس از فرمان دولت در خانه‌های‌شان حبس شدند. ژو ژیانوئنگ، شهردار ووهان چندی بعد در یک مصاحبه با تلویوزین دولتی چین به صراحت گفت که شیوه اطلاع‌رسانی به‌ویژه در مراحل اولیه کار را راسیاس سخت کرد: «اطلاعات باید سریع‌تر منتشر می‌شدند. پیشبرد کار با اجبار دولت محلی به انتظار صدور دستور از یکن برای اطلاع‌رسانی عمومی و کامل، کند شده بود.»

\* بازگشت به زندگی عادی جدید: بیش از دو ماه پس از قرنطینه شهر، ووهان سرانجام به حالت پیش از تعطیلی باز می‌گردد. دولت چین به ساکنان ووهان اجازه داد از شهر خارج شوند. در هفته گذشته و در حالی که ویروس کرونا در جهان هزاران قربانی بر جای می‌گذارد، شهر ووهان تنها یک مورد جدید ابتلا گزارش کرد.

با وجود افزایش بدبینی‌ها در سطح جهان از ایالات متحده گرفته تا ایران به آمار و ارقام ارائه‌شده مبتلایان و قربانیان بیماری کووید-۱۹ از سوی دولت چین، تجربه این کشور احتمالا تا حالا موفق‌ترین تجربه کنترل ویروس کرونا است، اما جهان ما پس از کرونا دیگر آن جهان سابق نخواهد بود. پروفیسور ژو لان، عضو کارگروه دولتی مبارزه با ویروس کرونا می‌گوید: «محدودیت‌های وضع شده در زمان قرنطینه، نظیر حفظ فاصله اجتماعی احتمالا بخشی از سبک زندگی آینده در چین خواهد بود. از همین حالا زندگی اجتماعی ما وارد یک روتین جدید شده است.»



برنده نهایی بحران جهانی کرونا کیست؟

#### کسب‌وکارهای برنده در عصر پساکرونا

آندرس آلسوند، استاد سابق اقتصاد بین‌الملل مدرسه اقتصادی استکهلم سوئد و عضو ارشد اندیشکده شورای آتلانتیک در یادداشتی به بررسی تأثیرات اقتصادی و اجتماعی بحران کرونا پرداخته و در پایان این یادداشت، اشاره‌ای به کسب‌وکارهای برنده در جهان پساکرونا داشته است:
هزینه‌های شیوع جهانی ویروس کرونا بسیار سنگین و اثرات آن بر اقتصاد جهانی بسیار شدید خواهد بود، اما می‌توانیم بگوییم که ماهیت و ابعاد این هزینه‌ها تا حد زیادی به سیاست‌های آمریکا و اتحادیه اروپا بستگی خواهد داشت.
روال پزشکی جاری این است که کشورها برای شکست دادن ویروس کرونا بر «تشخیص، مهار و درمان» آن تأکید داشته باشند. مهم‌ترین تدبیری که برای مهار شیوع این ویروس همه‌گیر اندیشیده شده، فاصله‌گذاری اجتماعی است که در عمل به تعطیلی گسترده بخش خدمات، از گردشگری و هتلداری گرفته تا هنر، ورزش و سینما انجامیده است، در حالی که حمل‌ونقل بار و بسیاری از فعالیت‌های صنعتی همچنان ادامه دارد.

برآورد می‌شود حدود ۳۰درصد از فعالیت‌هایی که ارزش افزوده ایجاد می‌کنند، متوقف شده یا در حال توقف هستند. اگر فرض کنیم که این روند تا سه ماه ادامه داشته باشد، تولید ناخالص جهان در سال جاری میلادی نسبت به سال گذشته ۷،۵درصد کوچک‌تر خواهد شد. البته با توجه به اینکه هیچ سرمایه‌گذاری جدیدی انجام نمی‌شود و در نتیجه ظرفیت‌ها نیز افزایش نخواهد یافت، میزان کاهش تولید ناخالص جهان حتی می‌تواند بیشتر از این ارقام باشد.

به‌طور کلی روند تعطیلی کسب‌وکارها در زمان وقوع بحران می‌تواند به‌صورت تدریجی یا هماهنگ رخ دهد. آنچه اکنون در اروپا و آمریکا اتفاق افتاده این است که کسب‌وکارها به‌صورت تدریجی تعطیل شده‌اند و زمان زیادی برای مهار ویروس کرونا از دست رفته است. در آمریکا دولت فدرال این کشور سیاست‌گذاری برای مقابله با بحران کرونا را رها کرده و کار را به فرمانداران ایالتی واگذار کرده است. در اروپا نیز کمیسیون اروپا به عنوان بازوی اجرایی اتحادیه اروپا تقریبا خود را کنار کشیده و هر یک از کشورهای عضو اتحادیه اروپا سیاست‌های خاص خود را دنبال می‌کند.

در نتیجه این اتفاقات، بسیاری از کشورهای اروپایی مرزهای خود را بدون هماهنگی با یکدیگر بسته‌اند و حوزه شنکن که متشکل از ۲۶ کشور اروپایی است، عملاً فرو پاشیده و مشخص نیست که پس از پایان بحران کرونا، معاهده شنکن که یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای اتحادیه اروپا به شمار می‌رود، بار دیگر برقرار شود.

البته نحوه تعطیل شدن کسب‌وکارهای خصوصی در اروپا و آمریکا، تفاوت زیادی با هم دارد. در آمریکا کارگران به سرعت اخراج می‌شوند و شرکت‌ها به ندرت خسارتی به آنها پرداخت می‌کنند. بسیاری از کسب‌وکارهای آمریکایی در دوره بحران از بین می‌روند و به همین دلیل در هفته منتهی به ۲۸ مارس (۹ فروردین) بیش از ۶٫۶ میلیون تقاضا برای دریافت مستمری بیمه بیکاری در آمریکا به ثبت رسید که در تاریخ این کشور یک رکورد محسوب می‌شود.

اما در اروپا بازار کار معمولاً تغییرات شدیدی ندارد و شرکت‌ها کمتر اقدام به تعدیل کارکنان خود می‌کنند. کاهش تعداد روزهای کاری هفته به سه یا چهار روز در زمان وقوع بحران‌های اقتصادی، اکنون به یک شیوه بین‌المللی تبدیل شده است و این باعث می‌شود که بازار کار کمتر تحت تأثیر بحران قرار بگیرد. البته بحران‌های اقتصادی همواره هزینه‌های دیگری نیز در پی دارند که ارزیابی این هزینه‌ها کار دشواری است.
وقتی شیوع یک ویروس همه‌گیر آشکار می‌شود، دولت‌ها باید تمامی منابع در اختیار خود را برای مقابله با آن به کار بگیرند. خرید متمرکز اقلام ضروری باید از ابتدا تا انتهای بحران در دستور کار دولت‌ها باشد، اما متأسفانه دولت آمریکا و دولت‌های اروپایی این کار را انجام ندادند و تنها در اواخر ماه مارس یعنی چندین هفته پس از آغاز بودن که کمسیون اروپا توانست خرید متمرکز اقلام ضروری را سازماندهی کند اما در این زمینه نیز هر یک از کشورهای عضو اتحادیه اروپا مستقل عمل می‌کنند.
چندین کشور عضو اتحادیه اروپا که منابع پزشکی قابل‌توجهی در اختیار دارند، صادرات این اقلام را به دیگر کشورها ممنوع کرده‌اند؛ به‌ویژه آلمان که از صادرات اقلام پزشکی به ایتالیا که در شرایط بحرانی به سر می‌برد، جلوگیری می‌کند.

پیش از آنکه اتحادیه اروپا و ناتو برای کمک به ایتالیا وارد عمل شوند، چین و روسیه کمک‌های به‌موقعی را به این کشور ارائه کردند. در آمریکا نیز به نظر می‌رسد که دولت فدرال با وجود منابع نظامی گسترده‌اش، در بسیاری از موارد خود را کنار کشیده است.

در حال حاضر اطلاعات آماری زیادی درباره شیوع ویروس کرونا در جهان وجود دارد. منحنی ابتلا و مرگ‌ومیر در کشورهای مختلف جهان تفاوت قابل‌توجهی ایجاد نمی‌دهد. تاکنون سه کشور غربی مشخصاً ایتالیا، اسپانیا و آمریکا در مهار ویروس کرونا ناکام مانده‌اند. اغلب کشورهای شرق اروپا مرزهای خود را بسته و از همان ابتدا محدودیت‌های شدیدی را اجرا کرده‌اند. کشورهای شمال اروپا با توجه به قوی‌تر بودن نظام سلامت عمومی‌شان، منابع بیشتری برای تشخیص و درمان بیماری در اختیار دارند. ویروس کووید-۱۹ احتمالاً تغییرات زیادی را در جوامع غربی و اقتصاد آنها ایجاد خواهد کرد. احتمالاً مرزهای کشورها دیگر به اندازه زمان قبل از شیوع این بیماری به روی مسافران باز نخواهد بود. ناتوانی کشورها در تأمین اقلام پزشکی موردنیاز خود در طول دوره شیوع بیماری، باعث خواهد شد که در آینده تمایل به بومی‌سازی افزایش یابد. ناکامی نظام سلامت در مقابله با ویروس کرونا، تقاضا برای تقویت نظام سلامت عمومی را افزایش خواهد داد. افزایش احتمالی نرخ بیکاری به بالاترین رقم خود پس از رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ میلادی، باعث خواهد شد که کشورها لزوم تقویت نظام تأمین اجتماعی، بیمه‌های بیکاری و بیمه‌های سلامت را بیشتر درک کنند.

تغییرات اقتصادی ممکن است از این هم شدیدتر باشد. شیوع ویروس کرونا ناآهان بسیاری از کارها را به خانه منتقل کرده است؛ جایی که افراد در آن به اغلب چیزهایی که می‌خواهند، دسترسی دارند. آیا دوران دفاتر کاری پر هزینه و خسته‌کننده به سر آمده است؟ آیا دفاتر کاری قدیمی جای خود را به دفاتر خانگی و کافه‌ها خواهند داد؟ چرا باید در عصر «زوم» و «اسکایپ» این همه زمان و پول صرف سفرهای کاری شود؟ آیا واقعا کسی هست که بخواهد ریسک آلوده شدن به یک بیماری را در سفرش با یک کشتی تفریحی بزرگ به جان بخرد؟ چه کسی می‌خواهد با هزینه‌ای گزاف به شهر شلوغ ونیز سفر کند و ریسک آلوده شدن به یک ویروس جدید را بپذیرد؟

میزان تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی ایران در برابر کرونا چقدر است؟

# نگاه ایرانی‌ها به کرونا



ناراضایتی عمومی از عملکرد دولت و نهادهای عمومی در مهار کرونا در نظرسنجی‌های مختلف مشهود است. این نارضایتی خصوصاً در کسانی که کرونا بر درآمد خانوارشان اثر منفی گذاشته، بیشتر است. در حالی که ۵۶ درصد از پاسخگویان میزان رضایت خود را از عملکرد نهادهای دولتی و عمومی در مدیریت کرونا «کم»، ۳۱ درصد «متوسط» و ۱۳ درصد «زیاد» اعلام کرده‌اند، نسبت ناراضیان در میان زبان‌دیدگان اقتصادی ۶۰درصد و در بقیه ۴۷درصد است.

کاهش درآمد یک امر واقعی است، اما در مقابل کرونا و خطر مرگ هم یک واقعیت است. طبق آنچه شهروندان گفته‌اند ۹درصد از تهرانی‌ها در بستگان نزدیک‌شان کسی هست که به کرونا مبتلا شده باشد، البته این عدد به این معنا نیست که ۹درصد مردم مبتلا به کرونا شده باشند، زیرا یک مبتلا می‌تواند آشنای چندین نفر باشد، اما ترس از کرونا فقط منحصر به این گروه نیست؛ نگاهی به شهر در روزهای پایانی سال نشان می‌دهد هراس از کرونا فقط محدود به درگیری مستقیم با بیماری نبوده و بسیاری از ترس ابتلا از تردد خود در شهر کاسته‌اند. در پاسخ به این سؤال که چقدر می‌ترسید خود و خانواده‌تان به کرونا مبتلا شوید، ۴۸درصد از پاسخگویان ترس خود را «زیاد»، ۲۲درصد «متوسط» و ۳۰درصد «کم» اعلام کرده‌اند چه کسانی بیشتر می‌ترسند؟

نتایج نشان می‌دهد زنان و جوانان بیشتر کرونا را جدی گرفته‌اند که به عبارت دیگر یعنی مردان شغال کمتر از دیگر گروه‌ها از کرونا می‌ترسند؛ برای بسیاری از آنها ترس یعنی بی‌پولی. با اگر هم اوایل می‌ترسیدند، چون مجبورند سر کار بروند، نگرش خود را نسبت به ترس تغییر داده‌اند تا با نگرانی کمتر بتوانند بیرون بروند.

ترس مردم از کرونا و مورد نگرش‌شان به قرنطینه شدن به شرایط عینی زندگی آنها بستگی دارد. مثلاً در مورد قرنطینه شدن وقتی از مردم تهران درباره قرنطینه شهرهایی که ویروس کرونا در آن شایع است، سؤال شده، ۹۳درصد از پاسخگویان موافق بوده‌اند. همین سؤال یک هفته قبل در مورد قرنطینه شدن تهران پرسیده شده بود. آنجا ۶۱درصد با آن موافق و ۳۳درصد مخالف بودند. گرچه احتمال دارد میزان موافقت با قرنطینه تهران هم در طول این هفته افزایش یافته باشد، اما باز هم بعید است شهروندان تهرانی نظر یکسانی درباره قرنطینه تهران و دیگر شهرها داشته باشند. در واقع آنها راحت‌تر در مورد لزوم قرنطینه شدن بقیه شهرها نظر موافق می‌دهند تا تهران. از طرف دیگر در مورد قرنطینه تهران هم مردان بیشتر از زنان با محدودیت تردد و تعطیل شدن شهر مخالفند.

در مورد قرنطینه فردی هم وضعیت مشابه است. براساس نتایج نظرسنجی ۲۰درصد از پاسخگویان خود را قرنطینه کامل کرده‌اند و ۶۳درصد نیز تردد خود و خانواده‌شان را در سطح شهر تا حد زیادی کاهش داده‌اند. در مقابل ۵درصد از شهروندان چندان از میزان تردد خود در شهر نکاسته‌اند. در حالی که یک‌چهارم زنان خود را قرنطینه کامل کرده‌اند، برای مردان این نسبت ۱۵درصد است.

با آنکه امروز مدام به مردم توصیه می‌شود در خانه بمانند، اما سیمای شهر نشان می‌دهد ظاهراً برخی آن را چندان جدی نگرفته‌اند. آیا این جدی نگرفتن از ناآگاهی است؟ آیا مردم مقصدرد؟ طبعاً کسانی هستند که با رعایت نکردن توصیه‌های بهداشتی، تردد و سفر غیرضروری جان خود و دیگران را به خطر می‌اندازند، اما در شرایطی که هیچ سازوکار جایگزینی برای تأمین نیاز خوار وجود ندارد، نمی‌توان گناه قطع نشدن زنجیره انتقال را یکسره بر گردن مردم انداخت.

شهرداری تهران در یادداشتی نوشت: «نتایج نشان می‌دهد زنان و جوانان بیشتر کرونا را جدی گرفته‌اند که به عبارت دیگر یعنی مردان شافل کمتر از دیگر گروه‌ها از کرونا می‌ترسند؛ برای بسیاری از آنها ترس یعنی بی‌پولی.»

او در این یادداشت، تحلیلی از نتایج این نظرسنجی ارائه کرد و نتیجه گرفت که مردان «شاغل» به دلیل «غم نان» کمتر از ویروس کرونا می‌ترسند: «در کشورهایی که خصوصی‌سازی و رونق اقتصادی در اولویت آنهاست، شیوه اصلی پیشگیری از اپیدمی کرونا یعنی شکستن زنجیره انتقال یک فاجعه محسوب می‌شود. به همین سبب است که برخی دولت‌های جهان هنوز هم ترجیح می‌دهند کرونا را مسئله‌ای عادی نشان دهند که تلفات آن بیش از یک آنفلوآنزای معمولی نیست. آنها در انتخاب میان اقتصاد و تلفات کرونا اولی را ترجیح می‌دهند. آنها حتی ایایی ندارند که قربانیان را که اغلب از میان سالمندان و افراد دارای بیماری زمینه‌ای هستند، کم‌اهمیت بدانند.

در ایران اما، این فقط سیاستمداران نیستند که با این انتخاب مواجهند. این دوراهی در برابر بسیاری از مردم عادی نیز قرار دارد؛ از یک‌سو به آنها توصیه می‌شود در خانه بمانند و از سوی دیگر برای کسانی که حقوق ثابت به حساب‌شان واریز نمی‌شود، بیمه تعطیل شدن یا قرنطینه کامل شهر از هر جهت زیان اقتصادی و معیشتی است. در چنین شرایطی عجیب نیست اگر بخشی از مردم در برابر همه توصیه‌ها درخصوص در خانه ماندن و خطر کرونا، چاره‌ای جز نترسیدن نداشته باشند»

به نوشته او، «نتایج دو موج نظرسنجی که توسط دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران که با همکاری ایسپا در سطح شهر تهران انجام شده (۱۲ تا ۱۴ اسفند و ۲۱ تا ۲۴ اسفند) می‌تواند تا حد زیادی ابعاد این انتخاب دشوار را آشکار کند. یافته‌های نظرسنجی اثرات اقتصادی قابل‌توجه کرونا بر زندگی مردم تهران را نشان می‌دهد؛ چنانچه ۷۰درصد از خانوارهای تهرانی پس از اپیدمی کرونا، درآمدشان کاهش یافته است. اگر خط خیابان انقلاب را مرز شمال و جنوب تهران در نظر بگیریم، این کاهش درآمد تفاوتی در میان ساکنان دو سمت آن ندارد. گرچه به این‌سو افزایش پیدا کرده است. این نظرسنجی نشان می‌دهد ۱۵درصد از مردم شهری داشته باشد. کسانی که تحت پوشش نظام حمایت رفاهی نیستند، پس‌انداز شخصی ندارند و زیان آنها به هیچ شکل جبران نمی‌شود و بیش از دیگران با مشکل معیشتی در روزگار کرونا مواجهند.

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد نسبت افرادی که درآمدشان کاهش یافته، برای افراد با تحصیلات دیپلم و پایین‌تر ۷۵ درصد و برای افراد با تحصیلات عالی ۲۷ درصد است؛ موضوعی که نشان می‌دهد برای افراد با مشاغل سطح پایین‌تر، احتمال کاهش درآمد بیشتر است.

همچنین این نظرسنجی علاوه بر اینکه به یافته‌های امیدوارکننده‌ای همچون افزایش ۱۰ درصدی دسترسی مردم به وسایل پیشگیری و بهداشتی و کاهش بی‌اعتمادی به آمارهای رسمی و نارضایتی از عملکرد دولت، به مسئله اثر کرونا بر معیشت و ترس مردم نیز پرداخته است، به طوری که ۹۳درصد از پاسخگویان موافق قرنطینه بوده‌اند، در حالی که یک هفته قبل ۶۱درصد با آن موافق و ۳۳درصد مخالف بودند.

صندوق بین‌المللی پول: اقتصاد جهان به قعر عمیق‌ترین رکود ۹۰ سال گذشته می‌رود

## وام ۵ میلیاردی ایران به کجا رسید؟

برآورد ما سنگین‌ترین رکود پس از «رکود بزرگ» خواهد بود، حدود ۸ تریلیون دلار هزینه می‌کنند.
در همین حال، رئیس کل بانک مرکزی ایران در تاریخ شانزدهم اسفندماه یا ارسال نامه‌ای به رئیس صندوق بین‌المللی پول خواستار استفاده از حق ایران برای بهره‌مندی از طرح ۵۰ میلیارد دلاری تسهیلات سریع این صندوق برای جبران اثرات کرونا شد.

عبدالنصر همتی در نامه خود به کریستالینا گئورگیوا رئیس صندوق بین‌المللی پول اعلام کرد که براساس اعلان رسمی شما، برای پشتیبانی از اعضا از جمله ایران و با توجه به شیوع گسترده ویروس کرونا در کشورمان و ضرورت تداوم پرقدرت اقدامات پیشگیری، درمان و مقابله با آثار اقتصادی آن، با توجه به میزان سهمیه جمهوری اسلامی ایران در صندوق، خواستار بهره‌مندی از تسهیلات تأمین مالی سریع RFI در حدود ۵ میلیارد دلار می‌باشیم.

در این بین، آخرین خبرهای همتی از ارائه تسهیلات ۵ میلیارد دلاری نشان می‌دهد که درخواست ایران در جریان مراحل اداری است. او روز دوشنبه هجدهم فروردین ماه در پیامی اینستاگرامی نوشت: «درخواست بانک مرکزی برای دسترسی به حق خود در صندوق بین‌المللی پول و استفاده از آن برای کمک به برنامه مقابله با مشکلات ناشی از شیوع ویروس کرونا، در جریان مراحل اداری است.»

رئیس کل بانک مرکزی در صفحه اینستاگرامی خود درباره روند پیگیری

<sup>[1]</sup> به نوشته او، «نتایج دو موج نظرسنجی که توسط دفتر مطالعات اجتماعی و

<sup>[2]</sup> به نوشته او، «نتایج دو موج نظرسنجی که توسط دفتر مطالعات اجتماعی و



#### بازار کار

افزایش ۲۱درصدی حداقل دستمزد ۹۹ بدون رضایت کارگران

### چرخ اقتصاد کارگری سخت‌تر از قبل می‌چرخد

در چهارمین جلسه شورای عالی کار برای تعیین دستمزد کارگران در سال ۹۹ که با حضور وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، نماینده کارگران و کارفرمایان برگزار شد، به‌دلیل اختلاف نظر نماینده‌های گروه کارگری و کارفرمایی درباره درصد افزایش حداقل مزد، این مسئله به رأی‌گیری گذاشته شد و حداقل دستمزد کارگران برای امسال ۲۱درصد افزایش یافت. بر این اساس پایه حقوق کارگران از یک میلیون و ۵۱۷ هزار تومان در سال ۱۳۹۸ به یک میلیون و ۸۳۵ هزار و ۵۰۰ تومان در سال ۱۳۹۹ افزایش یافت. افزایش مبلغ بن خواربار مصوبه دیگر شورای عالی کار در این جلسه بود که از ۱۹۰ هزار تومان سال گذشته به ۴۰۰ هزار تومان رسید. همچنین حداقل‌مزد روزانه نیز از ۵۰ هزار و ۵۶۶ تومان سال ۹۸ به ۶۱ هزار و ۱۸۰ تومان در سال جاری افزایش یافت. شورای عالی کار همچنین درباره حق مسکن کارگران هیچ مصوبه‌ای نداشت و بر این اساس کمک هزینه مسکن کارگران همچون سال گذشته ۱۰۰ هزار تومان باقی ماند.

در ادامه مذاکرات برای تعیین دستمزد سایر سطوح مزدی، اعضای شورای عالی کار درصد سایر سطوح مزدی را ۱۵درصد معادل ۹۱ هزار تومان رقم ثابت در ماه تصویب کردند و پایه سنوات کارگران قرارداد موقت و دائم مشمول قانون کار با بیش از یک سال سابقه کار به ۱۷۵ هزار تومان رسید. مجموع دریافتی کارگران حداقل‌بگیر و مجرد در سال ۱۳۹۹ با احتساب افزایش ۳۱۸ هزار تومانی حداقل مزد، حق مسکن ۱۰۰ هزار تومانی، بن خواربار ۴۰۰ هزار تومانی و سایر مزایای جانبی مزد، به ۲میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و کارگران متأهل با احتساب موارد فوق و حق اولاد به حدود ۳میلیون تومان نزدیک شد.

این در حالی است که شورای عالی کار اسفندماه سال گذشته با افزایش ۲۴۵درصدی مزد و اعمال مصوبه افزایش ۴۰۰ هزار تومانی مجلس، پایه حقوق کارگران را یک میلیون و ۵۱۷ هزار تومان تعیین کرده بود، اما در حالی اعضای شورای عالی کار پس از شش ساعت چانه‌زنی و مذاکره در نهایت با رأی‌گیری، افزایش ۲۱درصدی حداقل دستمزد کارگران در سال ۹۹ تصویب کرده و پایه حقوق کارگران ۳۱۸ هزار تومان افزایش یافت که این اتفاق بدون رضایت نماینده کارگران رخ داد بنابراین نمایندگان تشکل‌های اسلامی کار در شورای عالی کار برای اولین بار از قبول مزد مصوب خودداری کردند و طاهره در صددند به دیوان عدالت اداری شکایت کنند. آنها رقم ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان را پیشنهاد کرده بودند. یعنی همان رقمی که دولت در پی چانه‌زنی‌های بسیار به عنوان حداقل دریافتی کارکنان دولت تعیین کرده است.

در همین زمینه، حسین سلاح‌ورزی، نایب‌رئیس اتاق ایران در گفت‌وگو با «پایگاه خبری اتاق ایران» از جزئیات این تصمیم می‌گوید: «طبق قانون کار در اسفندماه هر سال شورای عالی کار به عنوان عالی‌ترین نهاد تصمیم‌گیری در حوزه روابط کار و متولی موضوع تدوین و تصویب دستورالعمل‌ها، مسائل و مقررات روابط کار؛ که البته یکی از ماموریت‌های این شورا تعیین دستمزد است، برای تعیین تکلیف مزد سال بعد با حضور اعضا که شامل سه نماینده جامعه کارگری، سه نماینده از طرف کارکنان عالی کارفرمایی و چهار نماینده دولت است، تشکیل و تصمیم‌گیری می‌ماند.

به گفته سلاح‌ورزی، در تعیین دستمزد کارگران دو معیار تورم و نسبت آن با معیشت جامعه کارگری با توجه به شرایط اقتصاد کلان کشور مدنظر تصمیم‌گیران قرار می‌گیرد.

او ادامه می‌دهد: در سال‌های بعد از انقلاب تعیین دستمزد به این شکل بوده که از اواخر زمستان کار گروه‌های کارشناسی و تخصصی برای تعیین دستمزد با حضور نمایندگان کارگران و کارفرمایان تشکیل می‌شد و در نهایت در اسفندماه دو یا سه جلسه با حضور نماینده هر سه گروه یعنی کارگران، کارفرما و دولت تشکیل شده و با مذاکره و چانه‌زنی روی رقمی توافق می‌کردند. نتیجه این تصمیم‌ها گاه با نارضایتی نماینده جامعه کارگری یا گاه با نارضایتی نماینده کارفرمایی بوده و گاه هر دو گروه نارضاز از جلسه بیرون می‌آمدند.

سلاح‌ورزی تصریح می‌کند: به این دلیل که نمایندگان دولت نقش تعیین‌کننده‌ای در دستمزد دارند؛ نماینده دولت با لحاظ کردن شرایط حاکم بر اقتصاد کلان کشور و اثرات ناشی از میزان افزایش دستمزد، از عددی حمایت می‌کند که ممکن است نزدیک به خواسته کارگری و گاه نزدیک به نظر کارفرمایی بوده باشد.

او تاکید می‌کند: امسال متأسفانه علاوه بر همه مشکلات اقتصاد کلان، از تورم و رکود گرفته تا بازگشت تحریم‌ها، شیوع ویروس کرونا بنگاه‌های اقتصادی را با مشکلات جدی مواجه کرده است.

دامنه این مشکلات به قدری جدی است که ممکن است به تعطیلی خیلی از بنگاه‌ها بینجامد. در چنین شرایطی اعضای شورای عالی کار در جلسه پایانی که در اواخر اسفندماه سال ۱۳۹۸ برگزار شد، به نتیجه‌ای نرسیدند و تعیین دستمزد امسال به فروردین ماه موکول شد، تا اینکه روز گذشته حداقل دستمزد کارگران برای سال ۹۹ را ۲۱درصد افزایش دادند.

سلاح‌ورزی تاکید می‌کند: جامعه کارفرمایی معتقد است که کارگران از اصلی‌ترین ستون نظام تولید و کار هستند و تولید و توسعه فعالیت اقتصادی در سایه رضایت قبلی و حفظ معیشت جامعه کارگری ممکن و میسر است. از طرفی شرایط اقتصاد حاکم بر کشور و موضوع مربوط به شیوع ویروس کرونا اصل نهاد تولید و نظام کار را با تهدید مواجه کرده است.

او ادامه می‌دهد: از طرفی در تعیین میزان افزایش دستمزد کارکنان دولت معیارهایی مثل اثرات اقتصادی و تورمی آن را بررسی کرده‌اند که شرایط می‌تواند منبعت از افزایش دستمزد تاثیر بپذیرد.

به گفته نایب‌رئیس اتاق ایران در تعیین دستمزد، نماینده کارگران توقع افزایش بیش ۲۵درصدی دستمزد و نماینده کارفرمایان به افزایش ۱۵درصدی تاکید داشتند که هیچ کدام به خواسته خود نرسیدند و در نهایت با میانجیگری دولت و در نظر گرفتن همه شرایط افزایش ۲۱درصد دستمزد تصویب شد.

او ادامه می‌دهد: در سال ۱۳۹۹ حداقل دستمزد ۲۱درصدافزایش پیدا کرده، اما دریافتی به ۲ میلیون و ۸۷۰ هزار تومان افزایش یافته است که به معنای افزایش ۳۲درصدی دریافتی کارگران در سال ۱۳۹۹ خواهد بود. کمک هزینه‌ایقل مصرفی (خواربار) از ۱۹۰ به ۴۹۰ افزایش یافت. پایه سنواتی از ۷۰ تومان به ۱۷۵ افزایش یافت. حق هر فرزند از ۱۵۱ به ۱۸۳ هزار تومان افزایش یافت.نسبت دریافتی به سبد معیشتی در سال ۱۳۹۸ بیش از ۵۵.۲درصد بوده‌است. در واقع این به معنای افزایش بیش از ۳۳درصد هزینه‌پرسنلی کارفرمایان خواهد بود.

به گفته سلاح‌ورزی البته افزایش ۲۱درصدی دستمزد‌ها در عمل بیش از ۴۰درصد هزینه پرسنلی کارفرمایان را افزایش داده است. در شرایط سخت اقتصادی و شیوع کرونا و تاثیر آن بر کسب‌وکارها همین میزان افزایش برای کارفرما ممکن و میسر نیست و حتی در عمل ممکن است اثر معکوس داشته باشد و باعث آسیب‌دیدن اشتغال باشد.



#### در نشست روز پنجشنبه اوپک پلاس چه گذشت؟

مکزیک روز پنجشنبه پس از ۹ ساعت مذاکره میان کشورهای گروه اوپک پلاس، بدون موافقت با توافق کاهش تاریخی ۱۰ میلیون بشکه

در روز تولید نفت برای مهار ریزش قیمت‌ها، از این نشست ویدئویی خارج شد.
آنطور که منابع آگاه به پلاتس گفتند، سایر تولیدکنندگان که در رأس آنها عربستان و روسیه قرار دارد، به مذاکرات درباره نحوه

ادامه تعامل‌شان پرداختند و بسیاری از وزیران از احتمال فروپاشی مذاکرات به شدت عصبانی بودند. این گروه روز جمعه در نشست وزیران گروه جی ۲۰ که هدف اولیه آن جلب مشارکت آمریکا، کانادا، برزیل و سایر تولیدکنندگان مهم خارج از گروه اوپک پلاس بود، تلاش می‌کند مکزیک را به همراهی با کاهش تولید مجاب کند.

تحت توافق پیشنهادشده، ۱۰ میلیون بشکه در روز کاهش تولید در ماه‌های مه و ژوئن انجام می‌گیرد و کاهش تولید تا پایان سال ۲۰۲۰ به ۸میلیون بشکه در روز می‌رسد و سپس در سال ۲۰۲۱ تا ۲۲ آوریل به ۶ میلیون بشکه در روز محدود می‌شود. هر کدام از اعضای این گروه تولیدش را ۲۳درصد از سطح اکتبر سال ۲۰۱۸ کاهش خواهد داد به جز عربستان سعودی و روسیه که کاهش تولیدشان روبه‌بنای سطح تولید ۱۱ میلیون بشکه در روز خواهد بود یعنی هر کدام از این دو کشور تولیدش را در دو ماه نخست اجرای این توافق به ۸.۵میلیون بشکه در روز خواهد رساند.

عربستان که بزرگ‌ترین صادرکننده نفت جهان است، اعلام کرده بود که تولیدش را در ماه جاری به رکورد ۱۲ میلیون بشکه در روز رسانده است. روسیه هم طبق بررسی گلوبال پلاتس آنالیتیکس، در مارس ۱۰.۵ میلیون بشکه در روز نفت تولید کرده بود، اما مکزیک حاضر نشد سهمیه جدید ۱۳.۵۳ میلیون بشکه در روز را بپذیرد زیرا این کشور قصد دارد بسته سر‌مابه‌گذاری انرژی به ارزش ۱۳.۵ میلیارد دلار را به منظور کمک به شرکت نفتی دولتی پمکس برای افزایش تولید به ۲میلیون بشکه در روز تا پایان امسال رونمایی کند.

به گفته منابع آگاه از مذاکرات اوپک پلاس، مکزیک در ابتدا با کاهش تولید موافقت کرده بود و این گروه در آستانه نهایی کردن توافق بود، اما هیات مکزیکی برای مشاوره با اندرس مانوئل لویز اوبرادور، رئیس جمهور مکزیک وقت خواستند. این مشاوره و چانه‌زنی درباره کاهش تولید چهار ساعت طول کشید اما مکزیک روی موضع خود ماند.

بیانیه رسمی نهمین نشست فوق‌العاده اوپک پلاس منتشر شد

## کاهش ۱۰میلیون بشکه‌ای برای ۲ ماه

دیگر از یکم ژوئیه تا ۳۱ دسامبر سال ۲۰۲۰ کاهش عرضه روزانه ۸ میلیون بشکه کاهش خواهد بود، سپس در بازه زمانی سوم از یکم ژانویه ۲۰۲۱ تا ۳۰ آوریل ۲۰۲۲ به مدت ۱۶ ماه نیز کاهش عرضه روزانه ۶ میلیون بشکه می‌شود. خط پایه و مبنای محاسبه تولید برای اکتبر همه کشورهای حاضر در این توافق به جز عربستان و روسیه ماه اکتبر سال ۲۰۱۸ میلادی خواهد بود، در حالی که مبنای محاسبه تولید برای روسیه و عربستان روزانه ۱۱ میلیون بشکه در نظر گرفته شد. مهلت این توافق امضاشده تا ۳۰ آوریل ۲۰۲۲ میلادی خواهد بود، با این حال تمدید این توافق در دسامبر ۲۰۲۱ میلادی بررسی خواهد شد.
\* از دیگر تولیدکنندگان بزرگ نفت جهان برای مشارکت در این تلاش به‌منظور ثبات‌بخشی به بازارهای جهانی نفت خام درخواست شده است.

\* ماموریت کمیته مشترک وزارتی نظارت بر توافق کاهش تولید کشورهای عضو و غیرعضو اوپک (IMMC) در قالب توافقنامه همکاری برای نظارت بر شرایط عمومی بازارهای جهانی نفت خام و سطح تولید کشورهای حاضر در توافق و میزان پایبندی آنها به سهمیه‌های تولید تعیین شده با همکاری فعالیت کمیته مشترک فنی (JTC) تمدید و تایید شد.

\* بررسی پایبندی کشورهای تولیدکننده حاضر در توافقنامه همکاری به سهمیه‌های تولید تعیین شده، براساس داده‌های منابع ثانویه مطابق با روش تاییدشده از سوی کشورهای عضو اوپک، رصد می‌شود.
\* کشورهای حاضر در این توافق دهم ژوئن سال ۲۰۲۰ میلادی را تعیین و بررسی اقدام‌های بیشتر با هدف برقراری توازن در بازار نفت، از طریق وینبار نشست برگزار می‌کنند.

\* همه تولیدکنندگان عضو و غیرعضو اوپک حاضر در توافقنامه

سرانجام در نهمین نشست فوق‌العاده «وپک پلاس» که از طریق ویدئویی برگزار شد توافق کاهش روزانه ۱۰ میلیون بشکه نفت حاصل شد.

به گزارش آسوشیتدپرس، قبل از آغاز نشست فوق‌العاده اوپک‌پلاس، عربستان و روسیه در مذاکراتی فشرده به سر کاهش روزانه ۱۰ میلیون بشکه نفت خام به توافق رسیدند. قبل از آغاز نشست بحث بر سر کاهش ۲۰ میلیون بشکه نفت بود که به ۱۵ میلیون بشکه کاهش یافت و سرانجام در گفت‌وگو با سایر اعضا به ۱۰ میلیون بشکه نفت در روز رسید. این میزان از نفت خام حدودا معادل ۱۰درصد از نیاز جهان به نفت خام است.

دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا قبل از آغاز نشست فوق‌العاده اوپک پلاس با سران عربستان و روسیه گفت‌وگو کرد. ترامپ در یک نشست خبری در کاخ سفید گفت: «تولید انقدر بالاست که هیچ‌کس نمی‌داند با این مقدار نفت چه کند»

#### نظر زنگنه درباره توافق اوپک پلاس چیست؟

در نخستین واکنش‌ها، صنایع نفتی آمریکا که از فروپاشی اتحاد اوپک و غیروپک و سقوط قیمت نفت در بازارهای جهانی زبان دیده‌اند، از توافق اوپک‌پلاس استقبال کردند. بیژن زنگنه، وزیر نفت ایران نیز در مصاحبه با خبرگزاری شانا گفت: «توافق برای کاهش روزانه ۱۰ میلیون بشکه در بازه زمانی نخست (از یکم ماه مه تا پایان ژوئن ۲۰۲۰) دو ماهه است، در بازه زمانی دوم یعنی از یکم ماه ژوئیه تا پایان ۳۱ دسامبر سال ۲۰۲۰میلادی کاهش عرضه روزانه نفت ۸ میلیون بشکه کاهش خواهد بود، سپس در بازه زمانی سوم از یکم ژانویه ۲۰۲۱ تا آوریل ۲۰۲۲ نیز کاهش عرضه روزانه ۶ میلیون بشکه نفت می‌شود.»

گویا به گفته خالد الفاضل، وزیر نفت کویت، مکزیک با این توافق تاریخی مخالف است. بیژن زنگنه درباره مخالفت مکزیک گفت: «قرار شد بحث‌ها و گفت‌وگوها ادامه یابد، ۲۲ کشور توافق داشتند، اما مکزیک نکات و نگرانی‌هایی داشت که بررسی آنها نیازمند زمان بود، قرار شد دوباره با این کشور مذاکره شود تا قضیه به سرانجام برسد.»

عربستان سعودی و روسیه و سایر کشورهای تولیدکننده نفت در اوپک و غیروپک اعلام کرده بودند که چنانچه ایالات متحده آمریکا هم تولید نفت خام خود را کاهش دهد، آنها برای ایجاد ثبات در قیمت‌ها تولید نفت را کاهش می‌دهند. وزارت انرژی آمریکا در پاسخ اعلام کرد که دولت آمریکا در روند تولید نفت دخالت نمی‌کند، بلکه بازارها خود تولید نفت را تنظیم می‌کنند. در این فاصله، به سبب اختلاف عربستان و روسیه و همچنین پیامدهای اقتصادی همه‌گیری جهانی بیماری کووید ۱۹ قیمت نفت بیش از ۵۰درصد از ارزش خود را دست داده و به هر بشکه ۲۴ تا ۲۷ دلار رسیده است.

نهمین نشست وزیران نفت و انرژی ۲۳ کشور عضو اوپک پلاس در آخرین ساعات روز پنجشنبه از طریق وینبار به ریاست وزرای انرژی عربستان و روسیه برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دبیرخانه سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک)، متن بیانیه نهمین نشست فوق‌العاده وزارتی کشورهای عضو و غیرعضو اوپک به شرح زیر است:

در این نشست به نمایندگان کشورهای آرژانتین، کلمبیا، اکوادور، مصر، اندونزی، نروژ، ترینیداد و توباگو و رئیس مجمع بین‌المللی انرژی خوشامد گفته شد. همچنین در این نشست کشورهای تولیدکننده عضو و غیرعضو اوپک حاضر در توافقنامه همکاری (Declaration of Cooperation)، تداوم تعهد خود به این توافقنامه را با هدف دستیابی و پایدار نگه داشتن بازار باثبات نفت، به‌منظور تأمین منافع متقابل کشورهای تولیدکننده، اقتصاد کارآمد، تضمین عرضه منظم برای مصرف‌کنندگان و بازگشت سرمایه مطمئن برای سرمایه‌گذاران را تایید کردند.

با توجه به بنیان‌های کنونی و اجماع درباره چشم‌انداز بازارهای جهانی نفت خام، کشورهای شرکت‌کننده در این نشست موافقت کردند:

\* چارچوب توافقنامه همکاری (Declaration of cooperation) که در تاریخ دهم دسامبر سال ۲۰۱۶ میلادی امضا و در نشست‌های بعدی بر آن صحه گذاشته شد، در کنار منشور همکاری که دوم ژوئیه ۲۰۱۹ امضا شده بود، در این نشست تایید شد.
\* توافق بر‌ای مجموع کاهش تولید روزانه ۱۰ میلیون بشکه‌ای کشورهای عضو و غیرعضو اوپک از یکم ماه مه سال ۲۰۲۰ میلادی برای یک بازه زمانی اولیه به مدت دو ماه آغاز می‌شود که پایان این بازه ۳۰ ژوئن امسال خواهد بود سپس برای یک بازه زمانی شش ماهه



در هفته پایانی فروردین ماه سال ۹۹

#### ساعت کار شعبه‌های بانک پاسارگاد اعلام شد

بانک پاسارگاد ساعت کار واحدهای خود را از تاریخ ۲۳ فروردین سال ۱۳۹۹ تا اطلاع ثانوی اعلام کرد.

به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، کلیه واحدهای این بانک اعم از شعبه‌ها و واحدهای ستادی (به جز شعبه‌های کیش و قشم)، از تاریخ ۲۳ فروردین سال ۱۳۹۹ تا اطلاع ثانوی، در روزهای شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۸ الی ۱۴ و در روزهای پنجشنبه از ساعت ۸ الی ۱۲:۳۰ آماده ارائه خدمات بانکی به مشتریان هستند.

شعبه بانک پاسارگاد در کیش در روزهای شنبه تا پنجشنبه از ساعت ۹ الی ۱۳ و شعبه این بانک در قشم در روزهای شنبه تا پنجشنبه از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۲ خدمات بانکی را به مشتریان ارائه می‌دهند.

براساس این خبر، با توجه به شیوع بیماری کرونا و جهت حفظ سلامت مشتریان و سرمایه انسانی بانک، شعبه‌ها و واحدهای ستادی تا اطلاع ثانوی با حضور دو سوم از سرمایه انسانی فعالیت خواهند کرد.

به هم‌میهنان گرامی توصیه می‌شود برای جلوگیری از شیوع این بیماری و حفظ سلامت جامعه، با بهره‌مندی از خدمات بانکداری الکترونیک اعم از بانکداری مجازی، همراه‌بانک پاسارگاد، سامانه پرداخت اینترنتی سایت بانک، کیپاد، تلفن‌بانک و سامانه #۷۲۰\* از مراجعه غیرضروری به شعبه‌های بانک‌ها خودداری کنند.

گفتنی است مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰۰ و همچنین سامانه CRM در سایت این بانک به آدرس https://www.bpi.ir/crm به‌صورت شبانه‌روزی آماده پاسخگویی به سؤالات هم‌وطنان هستند.

۱٫۶ میلیارد دلار ایران آزاد شد

#### خبر خوش همتی از لوکزآمبورگ

در حالی ایران از صندوق بین‌المللی پول درخواست وام ۵ میلیارد دلاری داده و البته با سنگ‌اندازی آمریکا در این مسیر روبه‌رو شده، خبری خوش از سوی رئیس‌کل بانک مرکزی ایران اعلام شد. البته به موازات تلاش‌ها برای دریافت وام از صندوق، دولت روحانی پیشنهاد برداشت یک میلیارد یورو از صندوق توسعه ملی را ارائه داد که به تازگی با تأیید رهبر انقلاب روبه‌رو شد. هرچند کشورها و نهادهای بین‌المللی به دلیل تحریم های آمریکا علیه ایران اتگونه که باید در مسیر مبارزه با کرونا ایران را همراهی نکردند اما خوشبختانه در ۲۰ فروردین ماه رئیس کل بانک مرکزی خبر رفع توقیف ۱٫۶ میلیارد دلاری از دارایی‌های ایران را رسانه‌ای کرد؛ خبری که شاید بتواند در این شرایط کمک بزرگی برای اقتصاد ایران باشد.

به گفته همتی، مبلغ ۱٫۶ میلیارد دلار متعلق به بانک مرکزی نزد کلیراستریمی لوکزآمبورگ که از تاریخ ۲۵ دی ماه سال ۱۳۹۴ در توقیف بوده، رفع توقیف شده و سپس با صدور دستور موقت از شعبه دیگری از دادگاه‌های کشور یادشده از انتقال همان وجوه به آمریکا و توزیع میان مدعیان دروغین انتساب حادثه ۱۱ سپتامبر به ایران پیشگیری شد به این ترتیب، این منابع مالی ایران که ممکن بود با سپسنت آمریکایی‌ها ید در توقیف بماند یا به آمریکا منتقل شود، اکنون رفع توقیف شده و می‌توان امیدوار بود که در اختیار ایران قرار بگیرد. البته هنوز مشخص نیست که امکان انتقال این منابع به ایران وجود دارد یا خبر، اما در صورت رأی قطعی دادگاه، ممکن است ایران بتواند این منابع مالی را صرف واردات کالاهای موردنیاز خود در کشورهای خارجی کند.

هرچند که این دارایی‌ها رفع توقیف شده‌اند اما همچنان این پرسش مطرح است که آیا ایران امکان دسترسی به این دارایی‌ها جهت پوشش خسارت‌های ناشی از شیوع ویروس کرونا به اقتصاد ایران را دارد؟ پرسشی که مسئولین بانک مرکزی می‌توانند به آن پاسخ دهند.

تعداد کارت‌های بانکی تراکش‌دار به ۱۰۹ میلیون رسید

#### اثرات کرونا در شیوه پرداخت

تعداد کارت‌های بانکی دارای حداقل یک تراکش در شبکه پرداخت الکترونیک در اسفند ماه ۹۸ افزایش چشمگیری داشته و تعداد آنها به ۱۰۹ میلیون و ۹۷۵ هزار کارت رسیده است.

به گزارش ایبنا، بررسی آمارهای گزارش اقتصادی اسفند ماه ۱۳۹۸ شبکه الکترونیک پرداخت کارت (شاپرک) نشان می‌دهد که در ماه پایانی سال ۱۳۹۸ بالغ بر ۱۰۹ میلیون و ۹۷۵ هزار و ۷۰۷ کارت بانکی از جمله کارت‌های اعتباری، برداشت و هدیه و بُن کارت حداقل یک تراکش را داشتند؛ از سوی دیگر بررسی‌ها نشان می‌دهد که در بهمن ماه سال جاری، تعداد ۱۰۴ میلیون و ۹۳۲ هزار و ۷۶۷ کارت بانکی تراکش داشتند که نشان از افزایش ۴۸۱درصدی تعداد کارت‌های بانکی دارای حداقل یک تراکش در اسفندماه نسبت به بهمن ماه سال گذشته دارد.

مقایسه آمار اسفندماه با ماه‌های گذشته به خصوص روند فصل پاییز در شبکه پرداخت حاکی از آن است که تعداد کارت‌های بانکی تراکش‌دار در تمامی بخش‌ها در حال افزایش است اما در این میان بیشترین رشد تعدادی به ترتیب مربوط به کارت‌های برداشت، کارت هدیه و بن کارت و پس از آن کارت اعتباری است؛ از سوی دیگر، شیوع ویروس کرونا در کشور باعث شده تا میزان پرداخت با کارت بانکی نسبت به پرداخت نقدی رشد داشته باشد و در آمار کارت‌های بانکی تراکش‌دار نیز این‌ موضوع حاکی از تعداد کارت‌های بانکی تراکش‌دار و فعال شدن برخی کارت‌های صادرشده بدون تراکش بوده است.

بیشترین تعداد کارت بانکی در ایران مربوط به کارت برداشت با تعداد ۱۰۵ میلیون و ۳۰۸ هزار عدد تا پایان اسفند ۹۸ است که همین موضوع باعث شده تا کارت‌های برداشت سهم ۹۵.۷۶درصدی از کل کارت‌های بانکی تراکش‌دار داشته باشند. همچنین تعداد کارت‌های هدیه و بن کارت تراکش‌دار در مدت مذکور بالغ بر ۴ میلیون و ۵۱۹ هزار عدد اعلام شده است. تعداد کارت‌های بانکی دارای تراکش از نوع کارت اعتباری نیز در اسفندماه با کاهش ۱۳.۳۸درصدی نسبت به دی ماه به ۱۳۷ هزار عدد رسیده است.

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۲۳۳۲۹۰۸۶۰

روابط بانک‌ها با مردم در روزهای کرونایی چه تغییری می‌کند؟

# سیل چک‌های برگشتی در راه



چنین وضعیت این شده که نفت حدود ۲۰ دلار شده و خیلی از شرکت‌ها منحل و بسیاری از شرکت‌ها در حال تعطیلی هستند. در عین حال، بورس‌های جهانی سقوط کرده است. در حال حاضر بزرگ‌ترین رکود تاریخی بعد از سال ۲۰۰۸ در جهان اتفاق افتاده است.

رئیس سابق اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران ادامه داد: در حوزه داخلی نیز مجموعه شرایط نشان می‌داد که در حوزه بازرگانی تلاش‌هایی که در حوزه تجارت شده بود تا کالاهای یک ماه آخر سال به فروش رود، برهم خورد و امکان انجام تعهدات امکان‌پذیر نیست. به عبارتی، ما با سیل عظیم چک‌های برگشتی روبه‌رو خواهیم بود و همچنین با سیل عظیم برگشت کالاهای واحدهای توزیع‌کننده مواجه می‌شویم. دعاوی زیادی نیز در قوه قضائیه ایجاد خواهد شد.

#### اقتصاد ایران در شرایط فورس‌ماژور قرار دارد

به اعتقاد آل‌اسحاق، در شرایط فورس‌ماژور باید همه روابط اقتصادی (رابطه بانک‌ها با مردم، رابطه تولیدکننده با مصرف‌کننده، رابطه بستتاکار با بدهکار و...) تغییر کند و همه باید به یکدیگر مهلت دهند بنابراین در همه حوزه‌های اقتصادی، شرایط مهلت‌دادن باید سامان پیدا کنند. برای مثال، قوه قضائیه یک مسئول دارد و می‌تواند دعاوی را شش ماه به تأخیر بیندازد. مجلس نیز باید مصوبه‌ای برای تمهیل داشته باشد و بانک‌ها باید طلب‌های خود را به تأخیر بیندازند. یک‌سری از این اقدامات صورت گرفته و بخشی نیز باید مورد توجه قرار گیرد.

او به پیشنهاد خود برای تسهیل امور، اشاره کرد و گفت: در برخی رشته‌های شغلی افراد اساساً شغل خود را از دست داده‌اند. برای مثال، افرادی که در رستوران‌ها کار می‌کردند یا در کارهای خدماتی و حمل‌ونقلی بودند و همچنین بناها و شاگردهای مغازه‌ها، حاشیه‌نشین‌های شهرها و... محل درآمدی خود را از دست داده‌اند. در اینجا دولت باید امکان پرداخت وام‌های بلاعوض داشته باشد. البته اقداماتی دولت در این خصوص داشته و بیمه‌های بیکاری را پرداخت خواهد کرد، اما در حجم این مجموعه نیست، چون احتمال دارد تا شش ماه دیگر درآمدی نداشته باشند. به این گروه باید با کرامت و حفظ شئونات کمک مالی شود؛ نه اینکه وام داده شود. رئیس سابق اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: از سویی دیگر، واحدهای تولیدی و به خصوص واحدهای کوچک و متوسط هم برای ادامه تولید و تأمین مواداولیه و

از آخرین روزهای بهمن‌ماه پارسال و با شیوع کرونا در ایران، بخشی از اقتصاد به حال تعلیق یا تعطیل درآمده است. برآوردها نشان می‌دهد شیوع کرونا ۱۵ درصد تولید ناخالص داخلی را در سال ۹۹ تحت تأثیر قرار می‌دهد. با توجه به این شرایط، اینکه ویروس کرونا تا چه زمانی تداوم خواهد داشت، چندان قابل پیش‌بینی نیست، اما نکته مهم این است که باید تمهیداتی برای برون‌رفت اقتصاد از چالش‌های دوران کرونا و پساکرونا اتخاذ کرد. در همین زمینه، یحیی آل‌اسحاق، ر رئیس اسبق اتاق بازرگانی تهران معتقد است که در شرایط بحران اقتصادی باید تمام توان کشور جمع شود و همه در جهت رفع مشکل دست به یکی کنند. هر کاری که باعث تفرقه یا عدم استفاده از امکانات به صورت جمعی باشد، مضر است.

آل‌اسحاق در گفت‌وگو با خبرنگاران، درباره بهترین سیاست برای عبور اقتصاد از کرونا گفت: اینکه شرایط موجود کشور عادی نیست، برای همه مشخص است؛ چه کسانی که به طور مستقیم در حوزه مسائل اقتصادی کشور کار می‌کنند، چه فعالان اقتصادی و چه حتی عامه مردم.

به گفته وی، همه مردم وضعیت جهانی را مشاهده می‌کنند و هم وضعیت داخل کشور را شاهد هستند و احتیاج به استدلال و منطق ندارد. اوضاع کاملاً مشخص است. به عبارتی، همان‌طور که حوزه سلامت در چالش قرار دارد و ضرورت دارد برای این بخش برنامه‌ریزی و مدیریت صورت گیرد، در حوزه اقتصادی نیز چنین شرایطی را داریم. در این شرایط، اولویت با بخش سلامت است، اما سلامت اقتصادی نیز اهمیت دارد.

**پیشنهاد پنج بندی تمهیل، تسهیل، تکریم، تبدیل و تجمیع**
رئیس سابق اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران تصریح کرد: در حال حاضر برای برون‌رفت از این وضعیت این سوال مطرح است که چه باید کرد؟ من طرح پنج پیشنهادی در این خصوص دارم: تمهیل، تسهیل، تکریم، تبدیل و تجمیع. آل‌اسحاق در توضیح پنج پیشنهاد خود برای برون‌رفت اقتصاد از شرایط سخت اقتصادی، گفت: در رابطه با تمهید واقعیت این است که وضعیت اقتصادی کشور بعد از کرونا و حین کرونا، فورس‌ماژور است و شرایط غیرمترقبه است. این شرایط غیرمترقبه نه‌تنها برای ایران که برای کل جهان وجود دارد. جهان اقتصادی بعد از کرونا و حین کرونا با یکدیگر تفاوت دارد و ساماندهی آن بهم ریخته است. نتیجه

از شعب شلوغ بانکی تا اجرای فاصله‌گذاری اجتماعی

## این روزها در شعبه‌های بانک‌ها چه می‌گذرد؟

خواسته بود که به شعبه دیگر آن بانک در خیابان مجاور مراجعه شود. نکته جالب توجه این بود که با وجود مراجعه مشتریان شعبه تعطیل شده به شعبه دایر، ازدحامی در شعبه دایر وجود نداشت. به نظر می‌رسد که به دلیل معرفی بانک‌ها به عنوان یکی از مکان‌های اصلی انتقال ویروس کرونا، مردم احتیاط کرده و کارهای مالی خود را تا حد ممکن بدون مراجعه به شعب انجام می‌دهند. در همین حال، برخی شعب بانک‌ها از ورود گسترده مشتریان به داخل شعبه جلوگیری کرده‌اند به طوری که مشتریان جلوی آن شعبه در داخل خیابان به صف می‌ایستند و به نوبت برای انجام امور خود داخل شعبه می‌شوند. براساس مشاهدات میدانی، در مقابل اغلب این بانک‌ها، ازدحامی وجود نداشته و پنج تا ۱۰ نفر در بیرون شعبه با فاصله از یکدیگر ایستاده‌اند.

**حضور کم‌رنگ سالمندان و بانزنستگان در بانک‌ها**

با توجه به اینکه سالمندان از قربانیان اصلی ویروس کرونا به شمار می‌روند، آنها احتیاط کرده و جز در موارد بسیار ضروری از حضور در شعب خودداری می‌کنند. بر این اساس، این روزها به ندرت شاهد حضور سالمندان در شعب بانک‌ها هستیم. احمد مختاری، پیرمرد ۷۴ ساله‌ای که با ماسک و دستکش، خارج از شعبه یک بانک دولتی در خیابان گلبرگ منتظر رسیدن نوبت و ورود به شعبه است به خبرنگار ایرنا گفت: «اگر مجبور نبودم به شعبه نمی‌آمدم، خیلی می‌ترسم اما به خاطر اینکه حساب بانکی من مشکل پیدا کرده، حقوقم را از کارت نتوانستم بگیرم و مجبور شدم که حضوری مراجعه کنم.»

به گفته وی، «شعبه بانک‌ها خیلی خلوت شده‌اند، اما با وجود این خلوتی، ما پیرمردها برای حضور در بانک، نگران هستیم، چون کرونا بیشتر سراغ افراد مسن می‌آید.» این کارگر بازنشسته با طرح درخواستی از مسئولان بانکی، گفت: «ای کاش، مسئولان بانک‌ها کاری می‌کردند که در زمان شیوع کرونا، افراد مسن مجبور نشوند در صف بایستند؛ مسئولان شعبه می‌توانند کار پیرمردها و پیرزن‌ها را زودتر از سایر مشتریان راه بیندازند تا احتمال بیمار شدن‌شان کمتر شود.»

نفر برای انجام امور بانکی در نوبت قرار داشتند که این موضوع باعث نگرانی کارکنان و مشتریان شعبه شده بود، چرا که ازدحام در شعب بانک، با طرح فاصله گذاری اجتماعی، منافات داشته و خطر شیوع ویروس کرونا را به دنبال دارد.

از سویی دیگر، ازدحام فقط در برخی شعب بانکی وجود دارد و بیشتر آنها به صورت عادی و به دور از ازدحام به کار خود ادامه می‌دهند. بررسی‌های میدانی از مناطق مختلف نشان می‌دهد که شعب اصلی واقع در مناطق تجاری، دچار ازدحام هستند و سایر شعب با تعداد کم مشتریان به کار مشغولند. حضور کم تعداد مشتریان در این شعب در حالی است که ساعت کاری بانک‌ها کم شده و بیشتر آنها نیز تنها در برخی روزها دایر هستند. در واقع، نگرانی از شیوع کرونا تا حد زیادی بازراندنه بوده و باعث شده است که مردم کمتر به شعب مراجعه کنند.

**از کاهش ساعت کار بانک‌ها تا شیفت‌بندی برخی شعب**

ساعت کار جدید بانک‌ها از سوی شورای هماهنگی بانک‌ها و کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی تعیین و اعلام شده که همراه با کاهش بوده است. براساس اعلام شورای هماهنگی بانک‌ها، بانک‌های دولتی و نیمه دولتی، شعب این بانک‌ها به صورت شیفت‌بندی، ساعت چرخشی و دوره کار از شنبه تا چهارشنبه برای کارکنان از ساعت هفت تا ۱۴ و برای مشتریان از ساعت ۷ و ۳۰ تا ۱۳ دایر است. همچنین کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی نیز اعلام کرده است: ساعت کار کارکنان از ۷ و ۳۰ تا ۱۴ و ۳۰ دقیقه و برای مشتریان از ۸ تا ۱۴ خواهد بود.

همچنین برخی بانک‌ها اقدام به شیفت‌بندی شعب خود کرده‌اند به طوری که شعب واقع در یک محدوده جغرافیایی به نوبت در برخی روزها فعال هستند. حتی برخی شعب بانک‌های اصلی و بزرگ نیز اقدام به تعطیلی موقت برخی شعب خود کرده‌اند. به عنوان مثال، شعبه یکی از بانک‌های بزرگ دولتی در خیابان مجیدیه جنوبی تهران در هفته‌ای که گذشت برای جلوگیری از شیوع کرونا به طور کامل تعطیل بود و با نصب اطلاعیه‌ای بر روی درب آن، از مراجعه‌کنندگان



### در بچه

از برداشت یک میلیارد دلاری تا تعویق ۳ ماهه اقساط

#### جزییات بسته حمایتی کرونا

تاکنون با اعتباری که از محل اعتبارات بانکی، بودجهای و ارزی تامین شده، رقمی نزدیک به ۱۰۰ هزار میلیارد تومان برای توزیع بسته حمایتی کرونا پیش‌بینی شده است که از کانال تسهیلات بانکی و با کمک‌های بلاعوض در اختیار گروه‌های هدف قرار می‌گیرد. این بسته حمایتی کرونا از برداشت یک میلیارد دلاری از صندوق توسعه ملی، تعویق سه‌ماهه اقساط و عدم تعلیق خدمات بانکی صاحبان چک برگشتی تا وام یک تا دو میلیونی اصناف با سود ۴درصد و همچنین پیشنهاد وام یک میلیونی با سود ۱۲درصد به حدود ۲۳ میلیون خانوار یارانه بگیر را دربر می‌گیرد.

به گزارش ایسنا، به دنبال شیوع ویروس کرونا، حدود دو ماهی است که کشور ما هم در وضعیت خاصی بوده و بخش‌های مختلف به ویژه اقتصادی تحت تاثیر قرار دارد؛ به طوری که کسب و کارها در اغلب موارد تعطیل و یا با کاهش قابل توجه درآمد مواجه شدند. از این رو با توجه به الزام حمایت دولت از اقشار آسیب پذیر و کسب و کارها، بسته حمایتی با چند گزینه پیش‌بینی شد و به تدریج در دستور کار قرار گرفت، اما برای تامین هزینه بسته حمایتی از منابع بانکی، بودجه دولت و صندوق توسعه ملی استفاده می‌شود که به حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان می‌رسد و عمده آن از محل بانک‌هاست.

✽ تعویق اقساط به مدت سه ماه: این در حالی است که در اولین مصوبات قرار بر این شد تا تمهیداتی برای مشتریان بانکها و تسهیلات گیرندگان فراهم شود که در این روزها با کاهش درآمد، پرداخت اقساط وام برایشان سخت شده است. بر این اساس برای صاحبان کسب‌وکارها به ویژه کسب‌وکارهای کوچک که به دلیل شرایط ناشی از شیوع ویروس کرونا متضرر و با مشکلات مالی مواجه شده‌اند، پیش‌بینی شد که اقساط وام اشخاص حقیقی و حقوقی، به مدت سه ماه از اسفند تا اردیبهشت ماه به تعویق افتد، همچنین اقساط وام‌های قرض‌الحسنه کلیه اشخاص نیز شامل این طرح می‌شود.

✽ عدم تعلیق خدمات به صاحبان چک برگشتی: کاهش و حتی توقف درآمد و متضرر شدن اصناف موجب نگرانی آنها بابت برگشت چک‌هایشان شد که در این رابطه نیز بانک مرکزی تصمیم گرفت در راستای حمایت از صاحبان چک، افرادی که چک‌های آنها از اسفند تا پایان اردیبهشت سال برگشت می‌خورد، از دریافت خدمات بانکی محروم نشوند، این در حالی است که در شرایط عادی برای صاحبان چک‌های برگشتی خدمات بانکی ارائه نمی‌شود. البته اصناف خواستار این بودند که در این مدت چک های آنها در بانک برگشت نخورد که این موضوع با توجه به اینکه باید حقوق دو طرف صادرکننده و ذی‌نفع چک حفظ می‌شد، مورد پذیرش قرار نگرفت.

✽ وام یک تا دو میلیونی ۴درصدی اصناف و ۱۲درصدی یارانه بگیران: در بسته حمایتی برای اقشار آسیب‌پذیر دو نوع وام نیز پیش‌بینی شد که از محل ۷۵ هزار میلیارد تومان اعتباری بود که بانک مرکزی از محل منابع بانکیها و کاهش ذخیره قانونی آنها پیش‌بینی کرد. بر این اساس در مرحله اول قرار شد تا به حدود ۴میلیون نفر از کسب و کارهای آسیب دیده تسهیلات یک تا دو میلیون تومانی با سود ۴درصد اختصاص پیدا کند که البته سود کلی ۱۲درصد بوده و ۸درصد آن را دولت تقبل می‌کند. بعد از مدتی بانک مرکزی پیشنهاد وام یک میلیونی با سود ۱۲درصد به حدود ۲۳ میلیون خانوار یارانه بگیر (حدود۷۸ میلیون نفر) را مطرح کرد که مصوب شد و قرار است به این خانوارها در صورت اعلام تقاضا در سامانه‌ای که دولت تعریف می‌کند، پرداخت شود. هر دو تسهیلات ۴درصدی اصناف و ۱۲درصدی یارانه بگیران به حساب یارانه آنها واریز می‌شود و بعد از حدود چهار ماه تنفس به مدت ۲۴ ماه از حساب آنها کسر خواهد شد.

✽ کمک ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومانی برای فاقد درآمد‌ها: کمک دیگری که به عنوان پرداخت نقدی و بلاعوض پیش‌بینی شد، منابعی از محل بودجه دولت است که به حدود ۱.۵ میلیون خانوار فاقد هیچ گونه درآمدی پرداخت می‌شود؛ به طوری که به تناسب بعد خانوار بین ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان طی چهار مرحله به حساب یارانه آنها واریز می‌شود که برای خانوار تک نفره ۲۰۰ هزار تومان، دو نفره ۳۰۰ هزار تومان، سه نفره ۴۰۰ هزار تومان، چهار نفره ۵۰۰ هزار و پنج نفره و بالاتر ۶۰۰ هزار تومان است. هزینه پرداخت این بسته حمایتی در هر ماه بیش از ۳۰۰ میلیارد تومان است که در مجموع به ۱۳۵۰ میلیارد تومان در چهار ماه پیش‌بینی شده می‌رسد.

✽ پرداخت‌هایی برای نظام سلامت: با شیوع ویروس کرونا تامین هزینه‌های مربوطه به ویژه در حوزه بهداشت و درمان موضوعی بود که به طور خاص تامین آن متوجه دولت است و طبق آماری که در مدت اخیر اعلام شد تا مرز ۴۰۰۰ میلیارد تومان از منابع دولت به نظام سلامت اختصاص یافته که در بخش‌های مختلف از جمله ستاد ملی کرونا، دانشگاه علوم پزشکی و بیمه سلامت بوده است.

✽ کمک یک میلیارد دلاری از ذخایر ارزی: در کنار منابعی که از محل بانک‌ها و بودجه دولت برای تامین هزینه بسته حمایتی کرونا و سایر هزینه‌های آن مورد استفاده قرار می‌گیرد، کمک از صندوق توسعه ملی نیز در دستور کار قرار گرفت. این در حالی است که با توجه به هزینه سنگین کرونا و از سویی وضعیت درآمدی دولت، از مدتی پیش بحث‌هایی درباره تامین هزینه از محل صندوق توسعه ملی وجود داشت و پیشنهاداتی نیز مطرح شد، تا اینکه رئیس جمهور طی نامه‌ای به مقام معظم رهبری، خواستار برداشت یک میلیارد دلاری از صندوق توسعه ملی برای بخش بهداشت و درمان و همچنین تامین هزینه بیمه بیکاری شد که در نهایت رهبری نیز با این درخواست موافقت کردند. با امکان برداشت یک میلیارد دلاری از صندوق توسعه ملی، بانک مرکز معادل ریالی این منابع را در اختیار دولت قرار می‌دهد و با توجه به اینکه با نرخ بازار نیما به ریال تبدیل خواهد شد و در حال حاضر نرخ نیمایی به حدود ۱۴ هزار تومان می‌رسد، حداقل مبلغ حدود ۱۴ هزار میلیارد تومان در اختیار دولت قرار خواهد داد.

رشد بی‌وقفه بازار سرمایه باعث ترس سهامداران از وجود حباب در قیمت سهام شده است

# آیا شاخص بورس حباب دارد؟



بازار سرمایه مطرح کرد و گفت: سرمایه‌گذاران باید با تخصص کافی وارد بازار سرمایه شوند و توصیه ما به همه کارشناسان و سرمایه‌گذاران این است که اگر از این تخصص برای سرمایه‌گذاری برخوردار نیستند از ورود مستقیم به این بازار پرهیز کنند و از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری اقدام به ورود سرمایه‌های خود به این بازار کنند. به اعتقاد خواجه نصیر، رشد شاخص بورس تا زمان ورود نقدینگی به بازار سرمایه ادامه‌دار خواهد بود.

##### ورود بازار سرمایه به مرحله ریسک

مصطفی رضایی، مدیرعامل کارگزاری ارزش‌آفرین الوند نیز در گفت و گو با ایرنا با ابراز نگرانی نسبت به روند کنونی معاملات بازار سرمایه گفت: قیمت‌ها با توجه به حجم نقدینگی واردشده به این بازار رو به بالا و به مرور در حال ریسکی شدن است. به گفته وی، از این به بعد در معاملات بازار به خصوص در برخی از سهم‌ها که تحلیل بنیادی آنها جوابگوی قیمت‌های کنونی نیست و فقط به دلیل فشار ورود پول با افزایش قیمت همراه شدند شاهد ایجاد حباب خواهیم بود. رضایی به تصمیم چند وقت گذشته رئیس سازمان بورس مبنی بر کاهش دامنه نوسان به ۲درصد اشاره کرد و گفت: اجرای این قانون می‌توانست کمکی در بهبود معاملات کنونی بازار سرمایه باشد، با این اتفاق شاهد رشد فزاینده و ایجاد حباب در قیمت سهم‌ها نبودیم و معاملات بازار روند منطقی‌تری را در پیش می‌گرفت اما مخالفت‌های بانک مرکزی و فعالان بازار باعث لغو اجرای این قانون شد.

رضایی به تسهیم چند وقت گذشته رئیس سازمان بورس نقدینگی به بازار در حال فشار به معاملات این بازار و افزایش قیمت‌ها به صورت لحظه‌ای است که این موضوع چندان منطقی به نظر نمی‌رسد. او با تاکید بر اینکه اکنون ریسک موجود در معاملات این بازار بسیار زیاد شده است، گفت: رشد غیراصولی بازار سرمایه همیشه باعث ایجاد ضرر به سهامداران خرد می‌شود در حالی که حرفه‌ای‌ها به موقع از بازار خارج می‌شوند و مانع از ضرر و زیان احتمالی خود خواهند شد. به اعتقاد رضایی، سازمان بورس باید تدابیری را برای این موضوع اتخاذ کند یا اگر دولت به دنبال حمایت از بورس و ورود نقدینگی به این بازار است نباید اجازه دهد قیمت‌های واهی در این بازار ایجاد شود. زمانی که ورود پول به بازار افزایش می‌یابد قیمت‌ها صعودی می‌شود، اما متأسفانه سهامداران دقت نمی‌کنند که قیمت سهم موردنظر برای خرید ارزنده است یا خیر و همچنین در زمان فروش هم نسبت به قیمت واقعی سهم دقت نمی‌کنند و با نرخ بسیار پایین‌تر سهام خود را به فروش می‌رسانند.

##### حمایت دولت از ورود نقدینگی به بورس

همچنین محمد حسن‌نژاد، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس در گفت و گو با ایرنا، به حمایت دولت از ورود نقدینگی به بورس اشاره کرد و گفت: در نخستین روزهای شیوع ویروس کرونا بورس واکنش چندانی از خود نشان نداد اما از ۱۹ اسفند بسیاری از سهم‌ها با توجه به گستردگی شیوع ویروس کرونا، افت قیمت نفت، کامودیتی‌ها و ریزش بورس‌های جهانی با ریزش همراه شدند.

او با بیان اینکه افت شاخص بورس در ماه اسفند موقتی بود و بازار دوباره به روند صعود خود بازگشت، افزود: در این میان بانک مرکزی مجوز افزایش نرخ تسعیر ارز تا ۲۰درصد را ابلاغ کرد که این تصمیم باعث رشد گروه‌های بانکی در بورس شد. در وضعیت کنونی که علائم کرونا تا حدودی تاثیر خود را بر روند بازار از دست داده و باعث بهبود روند معاملات بورس‌های جهانی و بازگشت قیمت کامودیتی‌ها به دوران قبل از کرونا شد شاهد رکوردشکنی‌های پی در پی در این بازار هستیم.

به گفته عضو کمیسیون اقتصادی مجلس، حمایت دولت از ورود نقدینگی به بازار سرمایه زمینه ایجاد خوش‌بینی را در معاملات

رشد بی‌وقفه و پرشتاب این روزهای بازار سرمایه، زمینه ترس و هراس بسیاری از سهامداران را با گمان وجود حباب در قیمت سهام و احتمال افت شدید شاخص بورس ایجاد کرده است. بازار سرمایه که از سال گذشته وارد مدار صعودی شد، روزهای تاریخ‌سازی را از خود به یادگار گذاشته و هر روز در معاملات خود با طلی کردن قله‌های جدید به رکوردشکنی‌های جدید دست پیدا کرده است. از جمله دلایل رشد تاریخی بورس می‌توان به برخی از سخت‌گیری‌های موجود برای سرمایه‌گذاری در دیگر بازارهای موازی اشاره کرد که باعث رکود در این بازارها شده و این موضوع در کنار رشد قیمت دلار زمینه رونق شاخص بورس را فراهم کرده است. همچنین حمایت دولت از سرمایه‌گذاری در بورس و توصیه به مردم توانسته اعتماد جامعه را برای ورود سرمایه‌های خود به بازار سهام فراهم کند که این اتفاق عاملی در افزایش ورود نقدینگی به این بازار و هجوم افراد به کارگزاری‌ها برای دریافت کدهای جدید معاملاتی شد.

در این بین، واقعی بودن رشد بازار سرمایه از جمله مسائلی است که این روزها مورد بحث بسیاری از فعالان بازار قرار گرفته و درخصوص احتمال وجود حباب در شاخص بورس و قیمت سهام شرکت‌های حاضر در بازار، نظرات ضد و نقیضی مطرح شده است. این موضوع ترس را در بسیاری از سهامداران ایجاد کرده که با ترکیدن حباب شاخص بورس و افت یکباره شاخص بورس، سرمایه‌های در اختیار خود را که با امید وجود روزهای سبز وارد این بازار کرده بودند، از دست بدهند.

در همین زمینه، محمودرضا خواجه نصیر، عضو هیأت مدیره بورس تهران در گفت و گو با ایرنا، معتقد است که مولفه‌های بنیادی نمی‌تواند توجیه‌کننده رشد این روزهای بازار سرمایه باشد بلکه فقط نقدینگی و تلاش سرمایه‌گذاران برای ورود سرمایه‌های خود به بازار سرمایه باعث رشد چشمگیر این بازار شده است.

به اعتقاد وی، نمی‌توان همه بازار سرمایه را با یک نگاه مورد ارزیابی قرار داد و اعلام کرد که شاخص بورس دارای حباب است زیرا در هر فضای سرمایه‌گذاری مسائل متفاوتی برای تحلیل وجود دارد. به گفته خواجه نصیر، سال گذشته شاهد برخی از شرکت‌های زیانده بودیم که بین ۱۰ تا ۲۰ برابر افزایش قیمت داشتند و نسبت قیمت به درآمد این شرکت‌ها همخوانی چندانی با یکدیگر نداشتند. شاید نتوان اسم حباب بر آنها گذاشته شود اما نسبت قیمت به درآمد این شرکت‌ها نشان می‌دهد بیش از استانداردهای قیمت‌گذاری رشد کردند و فاصله زیادی را با این استانداردها دارند.

عضو هیات مدیره شرکت بورس تهران گفت: نمی‌توان کلمه حباب را به کل رشد شاخص بورس نسبت داد، اما شاهد تعدادی از شرکت‌ها در بورس هستیم که سال گذشته بیش از ۱۰ تا ۲۰ برابر رشد کردند و زمانی که این شرکت‌ها را مورد تحلیل و بررسی قرار می‌دهیم شاهد هستیم که بخش زیادی از این شرکت‌ها از نسبت قیمت به درآمد یا نسبت قیمت به فروش بسیار بالایی برخوردارند.

به گفته وی، در بازار شاهد برخی از شرکت‌های زیانده هستیم که سال گذشته قیمت آنها تا ۲۴ برابر افزایش یافته است، این نکات از جمله مسائل نگران‌کننده برای کارشناسان بازار محسوب می‌شوند. خواجه نصیر معتقد است، این مسائل به همه شرکت‌ها اطلاق نمی‌شود بلکه شاهد حضور برخی از شرکت‌های بزرگ در بازار هستیم که نسبت قیمت به درآمد، فروش و سود آنها معقول نیست و سرمایه‌گذاری در آنها منطقی به نظر می‌رسد.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: تعداد شرکت‌هایی که با هیچ منطق ارزش‌گذاری به جز ورود نقدینگی رشد نمی‌کنند و قیمت فعلی آنها توجیه‌پذیر نیست، کم نیستند.

او در شرایط فعلی، نقدینگی را به عنوان اصلی‌ترین عامل هدایت



## اخبار

### حباب کاذب قیمت لیموترش و لیموشیرین در بازار

رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی تهران گفت قیمت لیموترش و لیموشیرین، به سبب سودجویی دلالان رشد چشمگیری داشته است.

اسداله کارگر در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش چشمگیر قیمت لیموترش و لیموشیرین در بازار خبر داد و گفت: اگرچه بنا به اظهارات رئیس اتحادیه عمده‌فروشان مقادیر قابل توجهی لیموشیرین و لیموترش در سردخانه‌ها دیو شده، اما قیمت آن به سبب سودجویی دلالان رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است.

وی قیمت کنونی هر کیلو لیموترش در میدان مرکزی را ۲۹ هزار تا ۳۰ هزار تومان و لیموشیرین ۱۵ تا ۲۴ هزار تومان اعلام کرد و افزود: با توجه به نوسان چشمگیر قیمت این دو محصول طی روزهای اخیر، دیگر در خرده‌فروشی‌ها سود ۳۵درصدی لحاظ نمی‌شود.

کارگر قیمت هر کیلو پرتقال تامسون شمال را ۴ هزار تا ۷ هزار تومان اعلام کرد و افزود: قیمت هر کیلوگرم پرتقال توسرخ ۵ هزار تا ۷ هزار و ۵۰۰ تومان، پرتقال رسمی شمال ۴ هزار تا ۶ هزار تومان، پرتقال رسمی جنوب ۵ هزار تا ۷ هزار تومان، نارنگی تخم پاکستانی ۶ هزار تا ۱۰ هزار تومان سیب لبنانی زرد ۴ هزار تا ۹ هزار تومان، سیب لبنانی قرمز ۴ هزار تا ۸ هزار تومان و کیوی ۶ هزار تا ۱۱ هزار تومان است.

رئیس اتحادیه میوه و سبزی با اشاره به نرخ سایر میوه‌ها در بازار بیان کرد: هم‌اکنون هر کیلو خیار بوته‌ای با نرخ ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۶ هزار تومان، خیار گلخانه ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۵ هزار و ۵۰۰ تومان، گریپ فروت توسرخ ۳ هزار تا ۵ هزار تومان، گریپ فروت سفید ۲ هزار تا ۴ هزار تومان، موز ۱۰ هزار تا ۱۶ هزار و ۵۰۰ تومان، ملون ۴ هزار تا ۸ هزار تومان و هندوانه یک هزار و ۲۰۰ تا ۳ هزار تومان در میدان مرکزی میوه و تره بار و با احتساب ۳۵درصد سود در خرده‌فروشی عرضه می‌شود.

وی قیمت هر کیلو بادمجان قلمی را ۳ هزار تا ۶ هزار تومان اعلام کرد و گفت: نرخ هر کیلو بادمجان گلخانه ۵ هزار تا ۹ هزار تومان، باقالی ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۵ هزار تومان، پیاز شیریی ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۸ هزار تومان، پیاز زرد ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۷ هزار تومان، تره فرنگی ۴ هزار تا ۸ هزار تومان، سیب زمینی نو ۴ هزار و ۵۰۰ تا ۷ هزار تومان، سیب زمینی کهنه ۲ هزار تا ۴ هزار تومان، نارنج ۲ هزار تا ۳ هزار و ۵۰۰ تومان و سیر خشک ۲۰ تا ۲۷ هزار تومان است.

### واحدهای موفق و فعال مورد حمایت ویژه قرار می‌گیرند

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت لرستان گفت واحدهای موفق و فعال مورد حمایت ویژه قرار می‌گیرند.
محمدرضا صفی‌خانی عصر روز گذشته در بازدید معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری لرستان از کارخانه پگاه استان اظهار کرد: امسال سال جهش تولید بوده و باید رویکرد اساسی حوزه تولید استان تحقق این امر باشد که خوشبختانه تاکنون فعالان اقتصادی لرستان تلاش‌های زیادی انجام دادند که باید از آنها تقدیر و تشکر کرد.

وی ادامه داد: سال گذشته به نام سال رونق تولید نامگذاری شده بود و هدف اساسی کشور و استان حفظ وضعیت موجود و تلاش برای فعالیت مستمر واحدهای تولیدی بود که خوشبختانه این امر محقق شد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت لرستان عنوان کرد: علاوه بر اینکه در سال گذشته توانستیم وضعیت موجود را حفظ کنیم براساس آمار و اطلاعات لرستان با افزایش تولید و همچنین ارتقای ارزش افزوده بخش صنعت و معدن در کشور محقق شد که این امر با تلاش‌های فعالان اقتصادی، تولیدکنندگان، مدیریت ارشد و مسئولان اقتصادی استان انجام شد.

وی در ادامه با اشاره به ظرفیت‌های مناسب در استان برای تحقق جهش تولید افزود: خوشبختانه لرستان دارای ظرفیت‌های متنوعی در حوزه تولید بوده و این امر خود می‌تواند لازمه محقق ساختن جهش تولید باشد و در این راستا واحدهایی که توانایی ارتقا و افزایش تولید در آنها وجود دارد شناسایی شده و برنامه ویژه‌ای برای حمایت و توسعه آنها اندیشیده شده است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت لرستان عنوان کرد: خوشبختانه شرکت شیر پگاه لرستان به عنوان یکی از ظرفیت‌های ویژه این استان در حوزه تولید به شمار رفته و در سال‌های گذشته تاکنون شاهد پیشرفت این واحد تولیدی هستیم. صفی‌خانی گفت: پگاه به عنوان یکی از محورهای جهش تولید در لرستان به شمار رفته و مطمئنا در نظر داریم تا حمایت‌های ویژه‌ای برای تحقق این امر از این شرکت انجام شود.

وی اظهار کرد: یکی از برنامه‌های اساسی این است که پروژه‌ها را تسهیلات محور قرار ندهیم و براساس ظرفیت‌های موجود به دنبال جهش آنها باشیم البته در سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی یک سرفصل سرمایه در گردش برای پروژه‌هایی که محوریت جهش تولید دارند در نظر گرفته شده که مطمئنا در موعد مقرر اطلاع‌رسانی لازم خواهد شد.

این مسئول بیان کرد: درخصوص جریان خسارات واحدهای تولیدی آسیب دیده از سیل سال ۹۸ اعتبارات پایدار مناسبی در نظر گرفته و بانک‌های آن نیز مشخص شده و منتظر ابلاغ هستیم که به دلیل بحران کرونا به تعویق افتاده و مطمئنا واحدهایی همچون پگاه که در سیل آسیب جدی دیدند مورد حمایت قرار خواهد گرفت.

وی گفت: برای جهش تولید در شرکت‌هایی همچون شیر پگاه و سایر واحدهای تولیدی استان باید به دنبال افزایش تنوع محصولات باشیم که امیدواریم این در دستور کار مدیران واحدهای تولیدی قرار گیرد و مجموعه مدیریتی استان نیز تمام تلاش خود برای تحقق این امر استفاده خواهد کرد.

رئیس سازمان غذا و دارو گفت سه شرکت برای تولید فاویپیراویر اعلام آمادگی کرده‌اند و ماده اولیه آن تا دو ماه آینده وارد بازار خواهد شد.

رئیس سازمان غذا و دارو درباره تولید داروی فاویپیراویر در ایران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، اظهار کرد: فاویپیراویر از حدود ۸ سال گذشته برای درمان بعضی از بیماری‌های ویروسی مورد استفاده قرار می‌گیرد و مطالعاتی وجود دارد که نشان می‌دهد این دارو در درمان کرونا اثربخشی دارد و کشورهای دنیا به شدت روی این موضوع کار می‌کنند تا به نتایج قطعی برسند.

شانه‌ساز افزود: در ایران فاویپیراویر برای درمان کرونا وارد فاز مطالعات بالینی شده تا از ایمنی و اثربخشی آن اطمینان حاصل کنیم.

رئیس سازمان غذا و دارو ادامه داد: توان تولید ماده اولیه فاویپیراویر در کشور به صورت بالقوه وجود دارد و طبق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، ظرف مدت زمان کوتاهی ماده اولیه این دارو تولید خواهد شد.

**تولید انبوه فاویپیراویر در دستور کار شرکت‌های داروسازی**
شانه‌ساز با اشاره به تولید داروی فاویپیراویر در ایران اظهار کرد: سه شرکت برای تولید شکل نهایی این‌ دارو اعلام آمادگی کرده‌اند اما برای تصمیم‌گیری سازمان غذا و داروی وزارت بهداشت شد تا هزینه اثربخشی آن در درمان بیماران کرونایی مشخص شود.
از هر نظر بی‌طرف ملاک خواهد بود.

شانه‌ساز افزود: در این قبیل موارد ادعای یک نفر نمی‌تواند ملاک تصمیم‌سازی‌های مهم قرار گیرد. لذا ملاک نهایی نظر مراجع ذی‌صلاح و بی‌طرفی است که شخصا هیچ سودی از ورود یا عدم ورود دارو به فهرست دارویی کشور نمی‌برند و اگر تاییدیه‌های لازم اخذ شود، دارو به سرعت به تولید انبوه خواهد رسید.
احینا اگر کمبودی هم وجود داشته باشد در صورت لزوم تا تامین کمی و کیفی کامل توسط داروهای تولید داخل، واردات هم در دستور کار قرار خواهد گرفت .

رئیس سازمان غذا و دارو تصریح کرد: یک شرکت دانش‌بنیان این دارو را به طور محدود تولید کرده و مطالعات بالینی تحت نظارت اداره کل داروی سازمان غذا و دارو در حال انجام است و با توجه به این شرایط اضطراری و خاص در بحران کرونا، استثنا بحث کارآزمایی‌های بالینی و تولید به موازات هم دنبال می‌شود.

**آزمایش فاویپیراویر بر روی بیماران کرونایی ۹ بیمارستان کشور**
در روزهای نخست آغاز سال پزشکان از اثربخشی داروی فاویپیراویر در درمان بیماران کرونایی خبر دادند که به دنبال آن دارو به طور رسمی وارد کارآزمایی بالینی وزارت بهداشت شد تا هزینه اثربخشی آن در درمان بیماران کرونایی مشخص شود.

مصطفی قانعی، رئیس کمیته علمی ستاد مقابله با ویروس کرونا اظهار کرد:

مدیرکل داروی سازمان غذا و دارو در دوم فروردین امسال نامه‌ای مبنی بر توزیع ۱۵ هزار عدد قرص فاویپیراویر ساخت یک کارخانه چینی به دانشگاه بقیه‌الله ارسال کرده که در آن از این دانشگاه درخواست شده است تا طرح کلینیکال تریال برای داروی فاویپیراویر انجام شود و درحال حاضر طرح کلینیکال تریال برای این دارو تدوین شده است.

او ادامه داد: بیمارستان بقیه‌الله با هماهنگی سازمان غذا و دارو، داروی فاویپیراویر را در بیمارستان‌های امام خمینی(ره) تهران، مسیح‌دانشوری، رسول اکرم(ص)، بیمارستان خورشیدافهان، شهید بهشتی کلان، کوثر سمنان، ولایت قزوین، بیمارستان امام(ره) ساری و لبافی‌نژاد تهران توزیع کرده است.

قانعی تاکید کرد: به دلیل فشارهای روحی در فضای مجازی مطالبی منتشر می‌شود که نیت افراد خبر و برای نجات بیماران بستری در بیمارستان‌هاست، اما به طور کلی به دلیل آنکه این دارو در ایران ثبت نشده و تاییدیه FDA آمریکا را ندارد، چاره‌ای جز کلینیکال‌تریال نیست تا دارو با مجوز سازمان غذا و دارو ثبت و اجازه تجویز پیدا کند.

گفتنی است: فاویپیراویر (Favipiravira) که با نام Avigan نیز شناخته می‌شود یک مهارکننده وسیع‌الطیف RNA پلیمراز ویروسی است که پتنت آن متعلق به شرکت Fujifilm-Toyama ژاپن است.

## فروشگاه‌ها موظفند به مشتریان دستکش یکبار مصرف بدهند

افزود: هم‌اکنون فروشگاه‌های زنجیره‌ای فعالیت می‌کنند و به صورت منتخب شبانه‌روزی فعال هستند چرا که برخی از مردم تمایل دارند در ساعت‌هایی که تردد کم است، به فروشگاه‌ها مراجعه کنند.
او با اشاره به اینکه بعد از ۲۳ فروردین فروشگاه‌ها نیز فعال خواهند ماند، گفت: وضعیت فعالیت فروشگاه‌ها بعد از ۲۳ فروردین مانند قبل خواهد بود و فروشگاه‌ها همانند اکنون فعال خواهند ماند.
رئیس اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای تشریح کرد: تقاضا در فروشگاه‌ها به شدت کمتر شده است. این مقام مسئول گفت: عرضه و توزیع دستکش در فروشگاه امکانپذیر است و اکنون فروشگاه‌ها به مشتریانی که به فروشگاه مراجعه می‌کنند دستکش می‌دهند.

طول روز حدود ۴ میلیون نفر به فروشگاه‌های زنجیره‌ای مراجعه می‌کنند که فراهم کردن این تعداد ماسک سخت است. رئیس اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای تشریح کرد: تصمیماتی باید گرفته شود که مردم با ماسک وارد فروشگاه شوند، اما در کنار این موضوع نیز دستکش در فروشگاه وجود دارد. هم‌اکنون به طور مرتب فروشگاه‌ها را ضد عفونی می‌کنیم و دستکش در اختیار قیمت ماسک (حدود ۵ هزار تومان) توزیع آن در تمام فروشگاه‌ها امکان‌پذیر نخواهد بود چراکه رفت و آمد در فروشگاه‌ها زیاد است و حتی برخی افراد ممکن به بهانه ماسک به فروشگاه بیایند و خریدی نداشته باشند.
فخریان

## قیمت مرغ به ۱۱ هزار تومان رسید

اتحادیه مرغداران گوشتی با اشاره به اینکه قیمت کنونی مرغ از نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار پایین‌تر است، بیان کرد: در حال حاضر نرخ هر کیلو مرغ در بازار یک هزار و ۹۰۰ تا ۲ هزار تومان با قیمت مصوب ستاد تنظیم بازار مربوط به سال گذشته فاصله دارد، این در حالی است که هزینه‌های تولید نسبت به سال قبل حداقل ۲ هزار و ۵۰۰ تومان رشد داشته است. وی نرخ واقعی هر کیلو مرغ زنده را ۹ هزار و ۵۰۰ تا ۱۰ هزار تومان و مرغ گرم ۱۳ هزار و ۵۰۰ تا ۱۴ هزار تومان اعلام کرد و گفت: طبق سنوات گذشته نرخ حقوق و دستمزد، بیمه و سایر هزینه‌ها در ابتدای سال افزایش می‌یابد که این امر بر نرخ تمام شده تولید دامن می‌زند که در پایان ماه می‌توان نرخ تمام شده تولید را اعلام کرد.

**اختلاف ۲ هزار تومانی قیمت جوجه با نرخ مصوب**

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی درباره آخرین وضعیت جوجه یکروزه گفت: نرخ کنونی هر قطعه جوجه یکروزه بسته به نژاد ۴۰۰ تا ۶۰۰



### احتمال بازگشایی برخی از مراکز فروش قطعه در تهران

سختگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو از ارائه پیشنهاد اتحادیه به اتاق اصناف تهران مبنی بر بازگشایی برخی مراکز فروش از ۲۳ فروردین خبر داد. سیدمهدی کاظمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص وضعیت صنف لوازم یدکی در تعطیلات ناشی از شیوع ویروس کرونا اظهار داشت: اعضای اتحادیه براساس دستورات ستاد مقابله با ویروس کرونا مبنی بر تعطیلی اصناف، همکاری خوبی داشته‌اند و در انتظار دستور اتاق اصناف تهران برای بازگشایی مراکز فروش هستیم. وی افزود: پیشنهاد معرفی و بازگشایی تعدادی از فروشگاه‌های مجهز و منصف در برخی از خیابان‌های تهران و نه مراکز پرازدحام، تحت عنوان شیفت کاری برای رفاه حال شهروندان به ریاست اتاق اصناف ارائه شده که نیازمند اعطای مجوز از سوی ستاد بحران است. سختگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو با اشاره به دستور، تمدید تعطیلی صنف لوازم یدکی در تهران تا ۳۰ فروردین ماه، گفت: صنف لوازم یدکی یکی از مشاغل ضروری است و علاوه بر آن اعضای صنف با چک‌های برگشتی مواجه شده‌اند و امیدواریم براساس درخواست اتحادیه برخی از مراکز و نه پاساژهای پرتردد از روز شنبه ۲۳ فروردین ماه بازگشایی شوند. کاظمی با بیان اینکه دستورالعمل‌های بهداشتی از سوی اعضای اتحادیه در فروشگاه‌ها رعایت شده است، تصریح کرد: حفظ جان مردم برای ما از اهمیت بسزایی برخوردار است اما گاهی یک قطعه، جان یک بیمار را برای مراجعه به موقع به مراکز درمانی نجات می‌دهد و همچنین امکان انتقال مواد غذایی و دارویی را سرعت می‌بخشد. وی درخصوص تأمین قطعات بیان کرد: به دلیل رکود بازار در اسفندماه گذشته، کمبود قطعه نداریم اما با کاهش تولید داخل و واردات، در بازه زمانی اردیبهشت و خرداد با کمبود قطعه مواجه خواهیم شد. سختگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو درخصوص ضدعفونی مراکز فروش گفت: برخی از افراد هیاتی و مذهبی بازار به صورت خودجوش اقدام به ضدعفونی مراکز فروش واقع در خیابان‌های ملت، اکباتان، سعدی و امیرکبیر و آماده‌سازی آنها قبل از بازگشایی کرده‌اند و حتی ارائه مواد غذایی و لوازم بهداشتی به کارگران مستقر در پاساژها و نواحی اطراف، انجام شده است.

### مخالفت ستاد ملی کرونا با اجرای طرح ترافیک در تهران

معاون فنی مرکز سلامت محیط و کار وزارت بهداشت شروط و الزامات آغاز به کار صنوف و صنایع کم خطر در استان‌ها از فردا و تهران از ۳۰ فروردین ماه را اعلام کرد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، فرهادی در پاسخ به سوالی درباره احتمال طرح ترافیک در تهران از فردا گفت: ستاد ملی کرونا در جلسات مخالف انجام طرح ترافیک در تهران است چرا که با اجرای آن یا باید از تاکسی استفاده شود یا مترو و اتوبوس. وی افزود: البته به تاکسی‌ها اعلام شده که طبق راهنمای تدوین شده، در صندلی عقب خودرو تنها دو مسافر سوار شوند، در اتوبوس‌ها نیز با ۵۰ درصد ظرفیت و در مترو هم اعلام شده که مسافر ایستاده ممنوع بوده و نصف ظرفیت واگن‌ها مسافرگیری شود طبیعتا این موضوع ایجاد صف خواهد کرد. بنابراین پیشنهاد ما این بوده که شهرداری تهران طرح ترافیک را به عقب اندازد. البته اجرای گام دوم فاصله‌گذاری اجتماعی در تهران از ۳۰ فروردین ماه اجرایی می‌شود. فرهادی گفت: در راهنمای بازگشت شاغلین به کار پیش‌بینی کردیم که در صورت ابتلا افراد چه کنند. همچنین در صورت ابتلا و گذراندن دوران نقاهت و با مراجعه به پزشکان طب کار، می‌تواند گواهی شروع به کار را دریافت کنند.

### اقدامات ترافیکی برای شنبه کرونایی در پایتخت

مدیریت شهری تهران اقداماتی را برای حضور دو سوم کارکنان در سطح شهر پیش‌بینی کرده است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از مهر،

از صبح شنبه ۲۳ فروردین ماه طرح ترافیک از ساعت ۷:۳۰ صبح تا ۱۹:۰۰ اجرایی خواهد شد که از ساعت ۱۴:۰۰ تا ۱۶:۰۰ شهروندان شافل دو ساعت فرصت دارند یک خروج رایگان از محدوده طرح‌های ترافیکی داشته باشند.

همچنین شهروندان برای استفاده از تخفیف‌های طرح ترافیک حداقل باید ۵۶ هزار تومان اعتبار در حساب شهروندی خود داشته باشند. ناوگان اتوبوسرانی با

تمام ظرفیت خود به مسافران خدمات‌رسانی می‌کند و علامت‌های را نیز بر روی صندلی‌های اتوبوس گذاشته تا فاصله اجتماعی رعایت شود. در صندلی‌های

دو تایی تنها یک نفر می‌تواند بنشینند و در کف اتوبوس‌ها نیز علامت‌هایی نصب شده است. مدیران اتوبوسرانی از شهروندان درخواست کردند برای رعایت

فاصله‌گذاری اجتماعی از سوار شدن در اتوبوس‌هایی که مسافر زیاد دارند،

خودداری کنند. همچنین طرز رزرو صندلی برای اتوبوس‌های خارج از ناوگان حمل و نقل عمومی اجرایی خواهد شد. این طرح در شرکت‌های اتوبوس واحد

اجرائی نمی‌شود. در تاکسی‌ها نیز برای رعایت طرح فاصله‌گذاری تنها سه مسافر سوار خواهند شد و برای ایجاد فاصله میان رانندگان تاکسی و مسافران نیز

طلق‌هایی نصب شده است که در مرحله اول این جداسازی بر روی ۳ هزار دستگاه تاکسی اجرایی شده است. در مترو نیز نشانه‌های فاصله‌گذاری بر روی

پله‌های برقی، راهروهای مترو و ایستگاه‌ها و واگن‌ها انجام شد و به جز ضدعفونی کردن قطارها، ایستگاه‌ها و پایگاه‌ها در چندین نوبت، مدیران مترو از

شهروندان درخواست کردند که به برجسب‌های فاصله‌گذاری شده توجه کنند.

#### افزایش تیراژ خودرو منوط به تأمین نقدینگی است

یک کارشناس صنعت خودرو تحقق افزایش تیراژ تولید را در گرو تأمین نقدینگی دانست. شهرام آزادی در گفت‌وگو با خبرنگار خودرو، اظهار داشت: روند داخلی‌سازی قطعات می‌بایست تداوم یابد و سرمایه‌گذاری کافی در جهت توسعه محصول انجام شود به نحوی که با خروج محصولات قدیمی، جایگزین‌های مناسبی وارد چرخه تولید شوند؛ البته برنامه هایی در این باره طی سال گذشته طراحی شده که با تمام قدرت باید پیگیری شوند. وی ضمن اشاره به راهکارهای اساسی در پیشرفت صنعت خودرو در سال ۹۹، افزود: بخشی از سرمایه‌گذاری توسط تولیدکنندگان، قاعدتا نیازمند مساعدت دولت از طریق ارائه تسهیلات یا روش‌های دیگر است تا مسیر تولید هموار شود. عضو هیات علمی دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی درخصوص موضوع جهش تولید و افزایش تیراژ خودرو در سال جاری گفت: افزایش تیراژ به عواملی نظیر نقدینگی، سرمایه‌گذاری در خودروسازان بستگی دارد. اگر میزان نقدینگی مناسبی به صنعت خودرو تزریق شود، افزایش تولید دور از دسترس نخواهد بود و در غیر این صورت نمی‌توان پیش‌بینی خوبی در نظر داشت. آزادی درخصوص افزایش اعتبار می‌انجامد که یکی از هزینه‌های عمومی در بنگاه‌های تولیدی به موضوع تورم اشاره و تصریح کرد: تورم، موضوعاتی از قبیل پرداخت سود بانکی از سوی خودروسازان و افزایش هزینه‌ها مشتمل بر دستمزد و مواد اولیه را دربر می‌گیرد که بر روی قیمت نهایی محصول اثرگذار است که با این تفسیر انتظار ثبات قیمت خودرو منطقی نیست.

به افزایش نرخ کرایه خود ندارند، گفت: در خیلی از شهرهای کشور رانندگان ناوگان تاکسیرانی تمایلی به افزایش نرخ کرایه خود ندارند، زیرا بر این باورند که افزایش نرخ کرایه کاهش شدید سفرها را به دنبال دارد و از این دست رانندگان می‌توان به تاکسیرانان مشهدی اشاره کنم که به دنبال این بودند تا به جای افزایش نرخ کرایه تمهیدات دیگری برای آنها در نظر گرفته شود.

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی شهری کشور تأکید کرد: برای تعیین نرخ کرایه مبنایی وجود دارد و نرخ تورمی اعلامی از سوی بانک مرکزی مبنای تعیین افزایش نرخ کرایه در هر سال می‌شود و افزایش نرخ کرایه تاکسی تا سقف ۲۵درصدی مصوبه شورای شهر تهران بود که در فرمانداری تهران این میزان افزایش نرخ کرایه تاکسی بررسی می‌شود و به طور حتم فرمانداری تهران نیز از افزایش بی‌رویه نرخ کرایه ناوگان حمل و نقل عمومی جلوگیری می‌کند.

## بهداشتی و سیاست‌گذاران فدرال و دولتی نگران برداشته شدن زود قرنطینه‌ها هستند

همه‌گیری ویروس کرونا صنعت خودروسازی جهان را در بدترین شرایط از زمان بحران مالی ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ قرار داده است. تقاضای مصرف‌کنندگان برای خودرو سقوط کرده است چون دولت‌های چین، اروپا و آمریکا شهرهای‌شان را قرنطینه کرده‌اند. بسته شدن کارخانه‌های خودروسازی در آمریکای شمالی، جریان مالی خودروسازان و واردکنندگان دیترویت را از بین برده است.

در اروپا، خودروسازان بزرگ اعلام کردند که امیدوارند در نیمه دوم آوریل فعالیت خود را آغاز کنند. در آمریکا، چندین خودروساز بزرگ از جمله فیات، کرایسلر، هوندا موتور و تویوتا موتور قصد دارند تولید خود را در اولین هفته ماه مه از سر بگیرند. ولی دولت ترامپ اعلام کرده است مردم باید همچنان تا ۳۰ آوریل فاصله‌گذاری اجتماعی را رعایت کنند.

تومان افزایش پیدا کرد و این افزایش قیمت موجب شد هزینه رانندگان در حالی افزایش پیدا کند که درآمد آنها ثابت مانده بود و از همین رو وزارت کشور پس از اقدامی کارشناسی شده به استانداری‌ها و شهرداری این اجازه را داد تا با توجه به مسائل شهری و حقوق رانندگان تا ۱۱درصد نرخ کرایه را در کلانشهرها و ۱۴درصد در دیگر شهرها به تبع افزایش نرخ سوخت کرایه‌ها را بالا ببرند.
ضامنی تصریح کرد: در هیچ جای کشور این افزایش نرخ (۱۱درصد در کلانشهرها و ۱۴درصد در دیگر شهرها) اعمال نشد، زیرا این اقدام در چارچوب اختیار محلی بود و تنها در روزهای پایانی سال گذشته در تهران اجرا شد که باید به این نکته اشاره کنم که در هیچ کجای کشور افزایش سنواتی نرخ کرایه مبنای مشخصی ندارد و باید پس از کارشناسی انجام شده نرخ کرایه با توجه به میزان افزایش نرخ تورم به شکل نرمال افزایش پیدا کند.

او با اشاره به این نکته که بسیاری از رانندگان ناوگان تاکسیرانی تمایلی

# خودروسازان کارخانه‌های خود را باز می‌کنند

این شرکت اعتقادی به مفید بودن آزمایش خون ندارد ولی گلین گفت برای محافظت از کارگرانش از اقداماتی که شرکت آمازون اتخاذ کرده است استفاده می‌کند، اقداماتی مانند بررسی دمای بدن کارگران قبل از ورود به کارخانه. تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان خودرو عقیده دارند که بررسی دمای بدن، پرسشنامه‌های روزانه سلامتی، طراحی مجدد خطوط مونتاژ برای دور نگه داشتن کارگران از یکدیگر به‌اندازه ۰.۹ تا ۱.۸ متر و استفاده از ماسک و دستکش می‌تواند به ادامه فعالیت این کارخانه‌ها با ایمنی کامل کمک کند. جنرال موتورز اعلام کرد پروتکل‌های ایمن نگه داشتن کارگران را می‌داند. این خودروسازی کارخانه‌های خود در چین را بازگشایی کرده است و کارگرانش در کره جنوبی به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

این شرکت خودروسازی زمان بازگشایی کارخانه‌ها در آمریکا را اعلام نکرد.

سایر خودروسازی‌ها تاریخ آغاز به کار خود را اعلام می‌کنند در حالی که مقامات

ضامنی درباره افزایش ۱۱درصدی نرخ کرایه در روزهای پایانی سال گذشته و افزایش ۲۵درصدی نرخ کرایه در سال جاری توضیحاتی داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، مرتضی ضامنی مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی شهری کشور درباره افزایش ۱۱درصدی نرخ کرایه در روزهای پایانی سال گذشته و افزایش ۲۵درصدی نرخ کرایه در سال جاری گفت: بیان این مطلب که وزارت کشور به شهرداری‌ها گفته باشد نرخ کرایه با افزایش نرخ بنزین به شکل خودجوش افزایش پیدا کند به هیچ وجه امکان ندارد، زیرا فرآیند تعیین نرخ کرایه ناوگان حمل و نقل عمومی شکل و ساختار مشخص قانونی دارد که شهرداری‌ها پیشنهاد خود را ارائه می‌کنند، این پیشنهاد در شورای شهر تهران به تصویب می‌رسد و پس از آن فرمانداری جهت اجرا آن را تایید و ابلاغ می‌کند.

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی شهری کشور افزود: ما در سال گذشته شاهد افزایش نرخ بنزین بودیم که از نرخ پایه هزار تومان به هزار و ۵۰۰

خودروسازان جهانی تلاش‌های خود را برای بازکردن کارخانه‌ها سرعت می‌بخشند و از پروتکل‌های ایمنی که برای تولید دستگاه‌های تنفس مصنوعی در چین و آمریکا در هفته‌های اخیر ایجاد شده است، پیروی می‌کنند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، خودروسازان جهانی که از همه‌گیری ویروس کرونا آسیب دیده‌اند تلاش‌های خود را برای باز کردن کارخانه‌ها از وهان گرفته تا ماراتلو و میشیگان سرعت می‌بخشند و از پروتکل‌های ایمنی که برای تولید دستگاه‌های تنفس مصنوعی در چین و آمریکا در هفته‌های اخیر ایجاد شده است، پیروی می‌کنند.

اقدامات ایمنی در تولیدکننده‌های مختلف متفاوت است. خودروسازی فراری ایتالیا روز چهارشنبه اعلام کرد از کارمندانی که می‌خواهند ببینند آیا به این ویروس مبتلا شده‌اند یا نه به‌طور داوطلبانه آزمایش خون می‌گیرد.

جیم گلین، رئیس بخش ایمنی محیط کار شرکت جنرال موتورز اعلام کرد

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی مقوله افزایش تیراژ خودرو را در کاهش قیمت تمام شده موثر دانست.

محسن کوهن‌ریزی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، در خصوص عوامل موثر بر بهبود وضعیت تولید و افزایش تیراژ خودرو اظهار داشت: افزایش بی‌رویه قیمت خودرو در بازار به عنوان مشکل اساسی، ناشی از عدم تعادل میان عرضه و تقاضا است؛ چه این تقاضا واقعی باشد یا با هدف کسب سود.

وی ضمن تأکید بر لزوم اقدام در جهت افزایش تولید به عنوان استراتژی خودروسازان در سال ۹۹، افزود: افزایش تولید از آنجا که منجر به ایجاد تعادل میان عرضه و تقاضا خواهد شد، طبیعتا بر کاهش قیمت تمام شده و در نتیجه تعیین قیمت‌ها براساس یک روند منطقی و کارشناسی شده می‌انجامد. نماینده مردم لنجان در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: به اعتقاد بنده، قطعا تحقق شعار سال مبنی بر جهش تولید در صنعت خودرو به دلیل وجود توانمندی‌ها و ظرفیت‌های داخلی امکانپذیر است.

کوهن‌ریزی درخصوص افزایش هزینه‌های عمومی بنگاهداری از جمله افزایش دستمزد‌ها بیان کرد: کارگران، ستون فقرات بخش تولید هستند و



## شبکه منسجم تعمیر و نگهداری ریلی ایجاد می‌شود

حمل‌ونقل ریلی در کشور یکی از پرطرفدارترین و ایمن‌ترین روش‌هایی است که مردم برای جابه‌جایی از آن استفاده می‌کنند، اما این سیستم هم برای ماندگاری و ارائه مناسب خدمات به مشتریان نیاز به شبکه‌ای منسجم از خدمات تعمیر و نگهداری دارد. ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم با همین هدف به دنبال ایجاد این شبکه با همکاری دیگر حلقه‌های موثر حمل‌ونقل ریلی در کشور است.

عدم توجه به این موضوع، تبعات زیادی برای متولیان این حوزه دارد. کاهش رغبت مسافران به استفاده از این نوع حمل‌ونقل و زمان‌بر شدن ارائه خدمات از جمله این مشکلات و تبعات است، اما تعمیر و نگهداری به موقع و مناسب خطوط ریلی نقش بسزایی در تامین ایمنی و بالا بردن سرعت ارائه خدمات در این بخش دارد.



### دریچه

یادداشت اینستاگرامی معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری

## امروز در بحران کرونا کجا ایستاده‌ایم

به تولید انبوه رسیده است. هر دو روش مزایای خاص خود را دارد و به زودی خبرهای خوبی برای تولید انبوه کیت تشخیص سریع اعلام می‌شود که قابلیت تست در مقیاس چند میلیون در هفته را خواهد داشت.

سامانه‌های هوش مصنوعی به طور وسیعی برای تشخیص بیماری به بازار عرضه شده است و اپلیکیشن‌های متعددی با هدف پیش‌بینی و پیگیری از ابتلا به بیماری توسعه پیدا کرده است.

در حالی که کشورهای پیشرفته با مشکلات جدی در تامین تجهیزات پزشکی و بیمارستانی خود دست به گریباندن در ایران شرکت‌های دانش‌بنیان همه این محصولات را در داخل تولید کرده‌اند و تاکنون هیچ بیماری کمبود این تجهیزات از جمله ونتیلاتور، سی تی اسکن، تجهیزات اتاق‌های آی سی یو و عمل، اکسیژن ساز، بای پپ و ... را تجربه نکرده است.

تاکنون چندین خط تولید ماسک به بازار عرضه شده و ظرف ۱۵ روز آینده حدود ۴۰ خط تولید جدید داخلی اضافه می‌شود. همه داروهای مورد استفاده در داخل تولید می‌شود. حتی موارد جدیدی که در لیست دارویی نبوده‌اند در عرض چند روز توسط شرکت‌ها به تولید آزمایشی و به زودی به تولید انبوه می‌رسند.

در حوزه آموزش و سلامت مجازی اتفاقات بی‌نظیری افتاده است، اما هنوز راه زیادی برای همه ما باقی مانده است. تمامی این موفقیت‌ها به مدد فرزندان شما مرم شریف ایران و جوانان تحصیلکرده این کشور رخ داده است.»

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و رئیس بنیاد ملی نخبگان در یادداشتی اینستاگرامی، عملکرد زیست بوم اقتصاد دانش‌بنیان در مبارزه با ویروس کرونا و فائق آمدن بر مشکلات ناشی از این بحران نکات مهمی را مطرح کرده است که متن کامل آن را در ادامه می‌خوانید.

«تاکنون صدها پروژه تحقیقاتی برای کشف ماهیت ویروس و رفتار آن تعریف شده و در حال انجام است. بیش از ۲۰۰۰ تست بالینی در قالب ۷۶ پروژه جهت کشف پروتکل‌های درمانی، داروهای موثر، روش‌های سلول درمانی، استفاده از پلاسمای خون بیماران بهبودیافته و داروهای گیاهی موثر بر بیماری انجام شده است. بسیاری نتایج قابل توجهی داشته است و این صدها هزار ساعت کار تحقیقاتی باعث توسعه دانش مقابله با بیماری، حذف داروهای بی‌تأثیر بر روند بیماری و توسعه سه پروتکل درمان موثر بر بیماری بوده که نتیجه آن تأثیرات قابل توجهی در کاهش تلفات بیماران داشته است.

مطالعات با مشارکت بسیاری از دانشمندان، محققین شاغل در پژوهشگاه‌ها، دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شده است. پروژه‌های متعددی برای کشف واکسن با مشارکت شرکت‌ها و پژوهشگاه‌ها در جریان است و ماهیت ژنتیکی ویروس در حال استخراج.

برای تشخیص بیماری خوشبختانه دو نوع کیت با دو نوع روش مختلف یکی بر پایه بزاق و یکی بر پایه آزمایش خون در داخل کشور

## ۳ نوع جوهر زیستی به تجاری‌سازی می‌رسد

کشور وجود دارد. نکته دیگری که باید در این حوزه مورد توجه قرار داد، زنجیره ارزش چاپ زیستی است که خود شامل سه بخش چاپگرهای زیستی، مواد و جوهر زیستی مصرفی و توسعه و چاپ بافت زیستی انسانی است. پس مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی با هدف توسعه کسب‌وکارهای این حوزه و به علت نبود زیرساخت‌های تجهیزاتی و عدم تجربه استفاده از این فناوری در کشور اقداماتی را انجام داده است تا به زودی شاهد رونق آن در کشور باشیم.

علی محمد سلطانی رئیس مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی درباره اقدامات انجام شده برای رونق این حوزه در کشور می‌گوید: این مرکز از دو دانشگاه فعال برای خرید چاپگرهای زیستی حمایت کرد تا پژوهش و تحقیقات در این حوزه رونق داشته باشد. همچنین برگزاری رویداد چاپ زیستی و چالش جوهرهای زیستی نیز با هدف توسعه پنج نوع جوهر زیستی تجاری از جمله اقدامات انجام شده در این حوزه است.

او ادامه می‌دهد: سه نوع جوهر زیستی دارای مجوز از اداره کل تجهیزات پزشکی سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت در سال جاری با حمایت مرکز تجاری‌سازی می‌شود. همچنین توسعه تجاری دو بافت غضروف و رگ قابل‌ارائه به سرمایه‌گذار با نتایج آزمون‌های برون‌تنی و درون‌تنی و کمک به طراحی، توسعه و تولید چاپگر تخصصی تولید انبوه بافت‌های استخوان و پوست از اولویت‌های دیگرمان در این حوزه است.

تولید بافت‌های زنده از سلول‌های بدن در محیط آزمایشگاهی اساس مهندسی بافت را تشکیل می‌دهد؛ حوزه‌ای دارای اهمیت که جان هزاران بیمار را در دنیا نجات می‌دهد. روش‌های جدیدی برای توسعه این حوزه در حال گسترش است که می‌توان به استفاده از چاپگرهای زیستی اشاره کرد. در مهندسی بافت اعضای بدن انسان با چاپگر زیستی تولید می‌شود و پس از آن بافت موردنظر پیوند زده می‌شود.

پس با توسعه و گسترش این حوزه می‌توان اندام‌های بدن مانند کلیه، چشم، گوش را با این چاپگرها ساخت و به داخل بدن منتقل کرد. البته این حوزه اکنون در مراحل آزمایشگاهی قرار دارد.

برای تولید بافت با استفاده از چاپگرهای زیستی دو خروجی وجود دارد. نخست قالب با همان داربست است که شکل آن براساس اندام موردنظر است و پس از آن سلول است که در این داربست قرار می‌گیرد.

توسعه این حوزه در کشور نیاز به حمایت دارد. در همین زمینه مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی وارد عمل شده است. از سه سال پیش چهار شرکت فنار نسبت به تجاری‌سازی چاپگرهای زیستی در کشور اقدام کردند.

البته برخی گروه‌های دانشگاهی نیز نمونه‌هایی برای تحقیقات خود ساخته‌اند. با توجه به این موارد و همچنین آمار فروش شرکت‌های فنار داخلی نزدیک به ۱۵دستگاه در سطوح کیفیتی متفاوت در

## نوآوری‌های نانو دنیای اسباب‌بازی‌ها را متحول می‌کند

اسباب‌بازی صنعتی مهم و درآمدزا در دنیا است. تزریق نوآوری و خلاقیت همراه با فناوری نانو به اسباب‌بازی‌ها رنگ و بوی دیگری می‌دهد. رنگ و بویی از جنس کیفیت بالاتر و جذابیت بیشتر. در کشورمان نیز ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی با برگزاری مسابقه‌ای طراحی و ساخت اسباب‌بازی‌های خلاقانه نانو را مدنظر قرار داده است.

نفوذ فناوری نانو در صنایع گوناگون نفوذ چشمگیری را ایجاد کرده است در صنعت اسباب‌بازی نیز با استفاده از این فناوری می‌توان محصولاتی با خواص مختلف تولید کرد. فناوری نانو کمک می‌کند اسباب‌بازی‌ها سبک‌تر و در عین حال مستحکم‌تر شوند. همچنین عمر آنها به علت آبگریزی، ضد حریق شدن، ضد سایش شدن افزایش یابد. همچنین می‌توان به اسباب‌بازی‌ها خواص ضد باکتری داد که موضوعی مهم در بازی کودکان است.

با نفوذ فناوری نانو در این صنعت پرطرفدار، محصولات با کیفیت بالاتری به دست مصرف‌کنندگان می‌رسند. از سویی با سه محوری که در این رقابت در نظر گرفته شده می‌توان انتظار تحول در این حوزه را نیز داشت.



اسباب‌بازی صنعتی مهم و درآمدزا در دنیا است. تزریق نوآوری و خلاقیت همراه با فناوری نانو به اسباب‌بازی‌ها رنگ و بوی دیگری می‌دهد. رنگ و بویی از جنس کیفیت بالاتر و جذابیت بیشتر. در کشورمان نیز ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی با برگزاری مسابقه‌ای طراحی و ساخت اسباب‌بازی‌های خلاقانه نانو را مدنظر قرار داده است.

سر و صدا نکن. همه ما این جمله را از مادران برای آرام کردن فرزندان شنیده‌ایم. بسیاری هم با دادن یک اسباب‌بازی زمینه را برای سرگرم و آرام شدن فرزند خود فراهم می‌کنند. ماشین‌های رنگارنگ و کوچک، عروسک‌های زیبا. اسباب‌بازی صنعتی است که علاوه بر کودکان، افراد بزرگسال نیز درگیر آن هستند.

اما با تزریق خلاقیت و نوآوری به این صنعت می‌توان آن را تقویت کرد و شاهد شکوفایی آن باشیم. در این صورت استقبال از محصولات رشد می‌کند. در ایران نیز به تازگی اتفاقاتی در این حوزه رخ داده است.

در این میان می‌توان به برگزاری مسابقه «طراحی و ساخت اسباب‌بازی‌های



# بیل گیتس: تا پاییز سال ۲۰۲۱

آینده امیدوار بود، این در حالی است که از صد

چند مورد مؤثر خواهند بود.

در حال حاضر ۱۰۰ واکسن در دست ساخت Moderna-NIAID «نتایج بسیار امیدوارکننده» این واکسن اواخر اسفندماه شروع شد و آرزو می‌شود.

گیتس می‌گوید اگر ایالات متحده بتواند کنترل کند، می‌توان انتظار باز شدن کار

ساختمان‌سازی و ... را داشت. البته او اضافه

بیل گیتس در تازه‌ترین پیش‌بینی‌های خود در مورد ویروس کرونا حرف‌هایی زد که عده‌ای را ناامید و عده‌ای را خوشحال می‌کند.

به گزارش دیجیاتو، خبر بد از نظر گیتس این است که واکسن بیماری کووید ۱۹ تا سپتامبر سال ۲۰۲۱ آماده نخواهد شد و مردم ایالات متحده تا پایان ماه مه نمی‌توانند طرح فاصله‌گیری اجتماعی را متوقف کنند؛ طرحی که زبان قابل توجهی به اقتصاد این کشور وارد کرده و جدی نگرفتن آن احتمال بدتر شدن اوضاع را به دنبال دارد.

البته گیتس آماده‌شدن واکسن در بازه ۱۸ ماهه را در صورتی امکان‌پذیر می‌داند که علمی و فناوری ریاست جمهوری به سرعت پیش برود و شرکت‌های تولیدکننده واکسن نیز به سرعت و

با بیشترین ظرفیت تولید آن را آغاز کنند. آن وقت می‌توان به توزیع انبوه واکسن تا سال

## پایگاه داده اقتصاد دیجیتال ایران راه‌اندازی شد

پژوهشگران این حوزه ایفای نقش کند. پایگاه داده اقتصاد دیجیتال ایران در سه بخش «محصولات اقتصاد دیجیتال کشور»، «پتنت‌های بین‌المللی» و «مقالات منتشرشده مهم‌ترین حوزه‌های اقتصاد دیجیتال»، قابلیت جست‌وجو و ارائه گزارشات تحلیلی را ارائه می‌دهد.

در بخش محصولات اقتصاد دیجیتال کشور، ۲ هزار و ۷۵۵ محصول مبتنی بر محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، گردآوری شده و براساس فناوری اصلی مورد استفاده و همچنین حوزه کاربرد در سایت ارائه شده است.

در این بخش علاوه بر مشخص بودن محصولات توسعه‌یافته در هر استان کشور، حوزه‌های کاربردی مانند سلامت، آموزش و خدمات دیجیتال، شهر، خانه، دستیار و حمل و نقل

هوشمند و ... هم معرفی شده است. فناوری‌های مورد استفاده در این بخش هم شامل هوش مصنوعی، روباتیک، اینترنت اشیا، بلاک‌چین، ابری، کلان داده و داده کاوی می‌شود.

پایگاه داده اقتصاد دیجیتال ایران به همت ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به تازگی راه‌اندازی شده است. در این پایگاه می‌توانید وضعیت فعلی ایران و جهان در حوزه اقتصاد دیجیتال را دنبال کنید.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، پایگاه داده اقتصاد دیجیتال ایران به همت ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به تازگی راه‌اندازی شده است. در این پایگاه می‌توانید وضعیت فعلی ایران و جهان در حوزه اقتصاد دیجیتال را دنبال کنید.

این پایگاه داده با جمع‌آوری و تحلیل حوزه‌های دانشی، فناوریانه و کاربردی اقتصاد دیجیتال در ایران و جهان سعی

بر آن دارد که از یک سو وضعیت فعلی اقتصاد دیجیتال در کشور و جایگاه آن در جهان را ترسیم و از سوی دیگر به عنوان یک سیستم تحلیلی پشتیبانی از تصمیم برای سیاست‌گذاران، فناوران و







## دسترسی کسب و کارها به پایگاه‌های داده دولتی تسهیل می‌شود

دسترسی کسب و کارهای خصوصی به پایگاه‌های داده دولتی با همکاری کارگروه تعامل‌پذیری دولت الکترونیکی تسهیل می‌شود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان به نقل از دبیرخانه شورای اجرایی فناوری اطلاعات کشور، تسهیل دسترسی کسب و کارهای خصوصی به زیرساخت‌ها و پایگاه‌های داده دولتی و ملی، از اصول توسعه محسوب می‌شود. از این رو کارگروه تعامل‌پذیری دولت الکترونیکی و ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری قصد دارند در راستای ایجاد شرایطی برای تسریع در هماهنگی‌های میان بخش خصوصی و دولتی و جهش در توسعه و تولید، امکان دسترسی کسب و کارهای بخش خصوصی را به سرویس‌های داده دولتی فراهم کنند.

### یادداشت



## سال جهش در بازارسازی محصولات دانش‌بنیان است

گسترده‌تر و متنوع‌تری به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه شد. این مسئله باعث شکل‌گیری همکاری‌های مختلفی با دستگاه‌های ذی‌ربط شده است. به عنوان مثال همکاری با دستگاه‌های متولی در زمینه ارائه معافیت‌های مالیاتی، گمرکی و معافیت حق بیمه قراردادهای دانش‌بنیان شکل گرفته است. تسهیلات ویژه‌ای که ستاد کل نیروهای مسلح در زمینه خدمت نظام وظیفه به منابع انسانی فعال در شرکت‌های دانش‌بنیان عرضه می‌کند و همکاری با صندوق توسعه ملی در زمینه گسترش خدمات مالی به شرکت‌های دانش‌بنیان نمونه‌ای از این همکاری‌ها است. همچنین همکاری با برخی شهرداری‌ها، در زمینه استقرار دفاتر شرکت‌ها و همکاری با صدا و سیما در زمینه فعالیت‌های ترویجی، دیگر نمونه‌های قابل ذکر در این زمینه است.

### ارائه بیش از ۵۰ عنوان مشاوره رایگان و خدمات تخصصی کسب و کار

ارائه بیش از ۵۰ عنوان مشاوره رایگان و تخصصی به شرکت‌های دانش‌بنیان از جمله دیگر خدمات ارائه‌شده به شرکت‌های دانش‌بنیان است. این خدمات مشاوره در حوزه‌های گسترده‌ای از جمله بیمه، مالیات، بازاریابی، حقوقی و عقد قراردادهای و... عرضه می‌شود. برگزاری نشست‌های آموزشی در سطح کشور و عرضه خدمات توانمندسازی نظیر خدمات بازاریابی، حسابداری، طراحی صنعتی محصولات دانش‌بنیان، ارزش‌گذاری دانش فنی، صدور بیمه‌نامه مسئولیت کالا برای پوشش ریسک به کارگیری محصولات دانش‌بنیان و جبران خسارت‌های احتمالی ناشی از آن، آسیب‌شناسی و ارتقای منابع انسانی شرکت‌ها، حمایت از تهیه تکنیکال فابل برای شرکت‌های حوزه تجهیزات پزشکی، نمونه‌های دیگری از این نوع حمایت‌ها است.

### حمایت از صادرات محصولات دانش‌بنیان

بسته ویژه‌ای برای حمایت از صادرات محصولات دانش‌بنیان طراحی و اجرا شده است که بر این اساس شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند برای صادرات محصولات خود، از خدمات مختلف نظیر حضور در نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی، ثبت پتنت در بازارهای صادراتی، انجام تحقیقات بازارهای بین‌المللی و... استفاده کنند.

### رفع نیازمندی‌های صنایع

در حال حاضر یک بانک اطلاعاتی جامع و دقیق از توانمندی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد که عدم شکل‌گیری آن پیش از این، یک خلأ جدی محسوب می‌شد. براساس این اطلاعات، متناسب با نیازمندی‌های موجود در صنایع مختلف، توانمندی‌ها و ظرفیت‌های موجود در میان شرکت‌های دانش‌بنیان به صنایع معرفی می‌شود. کمک به اتصال میان این دو بخش، علاوه بر کمک به رفع نیازهای کشور، به ایجاد بازار برای محصولات دانش‌بنیان نیز کمک می‌کند. در همین زمینه، سازوکارهای قانونی برای عقد قرارداد و حمایت از ساخت بار اول محصولات دانش‌بنیان در زمینه‌های راهبردی موردنیاز دستگاه‌های مشمول برگزاری قانون مناقصات نیز ایجاد شده است.

### توسعه فعالیت‌ها در سال ۱۳۹۹

با توجه به اهم تمهیدات انجام گرفته در سال قبل، این فعالیت‌ها در سال ۱۳۹۹ نیز پیگیری خواهد شد. به طور خاص در سال ۱۳۹۹، بازارسازی برای محصولات دانش‌بنیان و رفع نیازمندی‌های صنایع کشور و پاسخ به نیازهای فناوریانه صنایع بزرگ، یکی از محورهای فعالیت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خواهد بود که برای آن برنامه‌ریزی ویژه‌ای صورت گرفته است.

شرکت‌های دانش‌بنیان بیش از هر چیز به بازارهای رو به رشد برای محصولات خود نیاز دارند. برنامه‌ریزی ویژه برای بازارسازی محصولات دانش‌بنیان برای کمک به رفع نیازمندی‌های صنایع کشور، از جمله طرح‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای سال ۱۳۹۹ است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، شرکت‌های دانش‌بنیان بیش از هر چیز به بازارهای رو به رشد برای محصولات خود نیاز دارند. برنامه‌ریزی ویژه برای بازارسازی محصولات دانش‌بنیان برای کمک به رفع نیازمندی‌های صنایع کشور، از جمله طرح‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای سال ۱۳۹۹ است.

از جمله مهم‌ترین وظایفی که برعهده مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان قرار دارد، ارزیابی و شناسایی شرکت‌های دانش‌بنیان در سطح کشور است. ارائه حمایت‌های موردنیاز شرکت‌های دانش‌بنیان نیز محور دیگر فعالیت‌های این مرکز را دربر می‌گیرد. این مرکز ماهیانه چند صد شرکت دانش‌بنیان را که به صورت الکترونیکی و غیرحضوری تشکیل پرونده داده‌اند، مورد بررسی و غربالگری اولیه قرار می‌دهد.

### معیارهای اولیه

شرکت‌های دانش‌بنیان از حیث مالکیت و احراز تعلق آن به بخش خصوصی، نوع و سطح فناوری محصولات تولیدی و از لحاظ بومی بودن دانش فنی در داخل شرکت مورد بررسی و پایش قرار می‌گیرند. در صورتی که شرکتی از نظر این سه معیار اولیه مورد تایید قرار گیرد، به عنوان شرکت دانش‌بنیان شناسایی می‌شود و در سایت این مرکز درج می‌شود. همچنین شرکت دانش‌بنیان تاییدشده، به نهادهای حمایتی و صندوق‌های همکار با معاونت علمی و فناوری، جهت اخذ تسهیلات و معافیت‌ها معرفی می‌شود.

### به‌روزرسانی پروتکل‌ها

براساس دستورالعمل‌ها معیارها و پروتکل‌های ارزیابی متناسب با مقتضیات جدید، به روز رسانی شود. به عنوان مثال، کالایی که چند سال قبل به عنوان یک محصول دانش‌بنیان شناسایی می‌شد، ممکن است امروز به یک فناوری معمول و در دسترس همه تبدیل شده و دیگر لبه فناوری محسوب نشود و به عنوان یک محصول دانش‌بنیان تلقی نگردد. این رصد و پایش مداوم، کمک می‌کند که شرکت‌های دارای فناوری برتر، از سایر شرکت‌ها متمایز شوند.

### بررسی دوره‌ای شرکت‌ها

پرونده شرکت‌ها به صورت دوره‌ای، مورد بازبینی مجدد قرار می‌گیرد. در واقع تاییدیه اولیه، موقت محسوب می‌شود و در ارزیابی جدید، هم محصولات قدیمی شرکت از نظر سطح فناوری مورد بازبینی قرار می‌گیرد و هم تولیدات جدید آنها مورد بررسی قرار می‌گیرد. در فرآیندهای تایید و ارزیابی نیز با هدف تمرکززدایی و کاهش بار اجرایی این مرکز، فرآیندهای اجرایی ارزیابی به کارگزاران مورد وثوق سپرده شده است و نتایج ارزیابی‌ها، در انتها به تایید کارگروه‌های تخصصی در حوزه‌های مختلف مانند فناوری اطلاعات، الکترونیک، مواد و تجهیزات پیشرفته و... می‌رسد.

### قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان

براساس قانون، حمایت‌های ویژه‌ای برای تسهیل امور شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شده که با همکاری دستگاه‌ها و نهادهای مختلف در حال انجام است و در سال ۱۳۹۸ این حمایت‌ها به شکل



## از کرونا در امان نخواهیم بود

ورزشی تا زمان آماده‌شدن واکسن و توزیع آن بین مردم بسیار کم است. او خبر خوب هم می‌دهد و می‌گوید جهان پس از بحران کرونا احتمالاً دیگر با بحرانی شبیه به کووید ۱۹ مواجه نخواهد شد، چون این بحران درس‌های زیادی به بشر داده و با استفاده از داروهایی که در حال حاضر برای درمان این بیماری در دست ساخت هستند، می‌توان در آینده قبل از شیوع گسترده عوامل بیماری‌زا آنها را کنترل کرد. بیل گیتس می‌افزاید که «بنیاد بیل و ملیندا گیتس» علاوه بر سرعت بخشیدن به روند ساخت واکسن‌ها، روی مبحث درمان‌شناسی هم تمرکز کرده، بنابراین می‌توان چندین کلاس مختلف از داروها را در مدت زمان کم توسعه داد و در آینده پس از شیوع بیماری جدید داروی موثر آن را چهار تا شش ماه بعد تولید کرد.

دها واکسنی که در حال تولید هستند، فقط نت است که ۱۰ تای آنها از جمله واکسن کننده‌ای» داشته‌اند. فاز اول آزمایش انسانی مایش بقیه واکسن‌ها نیز از ماه آینده شروع بیماری کووید ۱۹ را در ماه‌های آوریل و مه خانه‌ها، مدارس و از سرگیری فعالیت‌های نه می‌کند که احتمال برگزاری رویدادهای

## چین بعد از ۴۰ سال به برتری آمریکا در ثبت اختراع پایان داد

ثبت کرده است. البته باید اشاره کرد طی ۴۱ سال گذشته آمریکا همیشه بزرگ‌ترین منبع درخواست حق امتیاز اختراع بین‌المللی در WIPO بوده است.

سال ۲۰۱۹ میلادی چین بیش از ۵۸ هزار حق امتیاز اختراع به طور بین‌المللی ثبت کرده و به این ترتیب از آمریکا پیشی گرفته است. آمریکا ۴۱سال مداوم بیشترین حق امتیاز اختراع در جهان را ثبت کرده است. همچنین گزارش عملکرد (WIPO) در سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد هوآوی در سال گذشته میلادی در کل ۴۴۱۱ حق امتیاز اختراع در سطح بین‌المللی ثبت کرده است. به این ترتیب هوآوی شرکتی با بیشترین حق امتیاز اختراع ثبت شده در سراسر جهان به حساب می‌آید.



چین در سال ۲۰۱۹ میلادی ۵۸ هزار و ۹۹۰ درخواست حق امتیاز اختراع در WIPO ثبت کرده است. این در حالی است که آمریکا در سال گذشته ۵۷هزار و ۸۴۰ درخواست حق امتیاز اختراع ثبت کرده است. بنیاد ملی نخبگان، گزارش عملکرد سازمان مالکیت معنوی (WIPO) در سال ۲۰۱۹ نشان‌دهنده عملکرد ارتقا یافته چین درخصوص ثبت حق امتیاز اختراع است. طبق این گزارش در سال گذشته چین به عنوان بزرگ‌ترین منبع درخواست حق امتیاز اختراع بین‌المللی ثبت شده در WIPO از آمریکا پیشی گرفته است.

چین در سال ۲۰۱۹ میلادی ۵۸ هزار و ۹۹۰ درخواست حق امتیاز اختراع در WIPO ثبت کرده است. این در حالی است که آمریکا در سال گذشته ۵۷هزار و ۸۴۰ درخواست حق امتیاز اختراع ثبت کرده است.

## سویچ‌های مخابراتی «ایران ساخت» در مبارزه با کرونا گره‌گشا شد

مردم کاسته شود. شرکت دانش‌بنیان صنایع ارتباطی آوا کار طراحی و ساخت سویچ‌های مخابراتی پرظرفیت را انجام می‌دهد. انوشیروان مرآت مدیر این شرکت دانش‌بنیان درباره این محصول گفت: از فناوری مخابراتی نسل جدید برای توسعه این محصول استفاده شده است. این سویچ‌ها در برقراری ارتباطات تلفنی کاربرد دارد. پیش از تولید آن در داخل سازمان‌ها و ارگان‌ها باید از محصولات اروپایی و چینی برای رفع نیاز خود استفاده می‌کردند اما اکنون این محصول جایگزینی برای آنها است.

مرآت ادامه داد: سازمان‌های متوسط و بزرگ ارتباطات مخابراتی و تلفنی خود میان کاربران را با این سویچ‌ها برقرار می‌کنند. بدین معنا که اگر سازمان‌ها دارای شعب مختلف یا پراکندگی جغرافیایی باشند به سویچ‌های پرظرفیت نیاز دارند. شرکت مخابرات ایران نیز در توسعه جدید خود از این محصول استفاده کرده است و اکنون شبکه مخابرات در ۱۱ استان کشور از این محصول استفاده کرده‌اند.

محصولی «ایران ساخت» بار دیگر در دل بحران گره‌گشا شد. سویچ‌های مخابراتی پرظرفیت که در سامانه ۴۰۳۰ به کار رفته است؛ محصولی برآمده از زیست بوم فناوری و نوآوری که اگر نبود، تامین آن از خارج کشور ماه‌ها زمان نیاز داشت، اما با محصول تولید یک شرکت دانش‌بنیان این سامانه برای پاسخگویی به مردم کشور ظرف ۷۲ ساعت راه‌اندازی شد. شیوع کرونا توانمندی دانش‌بنیان‌ها در عرصه‌های گوناگون را بار دیگر به نمایش درآورد. با بروز این بحران ستاد ملی مقابله با کرونا برای فاصله‌گذاری و پاسخگویی به سوالات مردم سامانه تلفنی ۴۰۳۰ را راه‌اندازی کرد؛ سامانه‌ای که جمعیت میلیونی را باید مدیریت کند. یکی از زیرساخت‌های لازم برای ایجاد آن سویچ‌های مخابراتی پرظرفیت بود. در شرایط عادی چندین ماه وارد کردن این محصول دارای فناوری پیشرفته زمان می‌برد.

اما با محصولی «ایران ساخت» این نیاز رفع شد و ظرف مدت ۷۲ ساعت این مرکز تلفن راه‌اندازی شد تا با پاسخگویی سوالات از نگرانی و اضطراب





## کارگاه برندینگ

## انتخاب نام برند با ۵ راهکار طلایی

به قلم: برند فلاورز کارآفرین  
مترجم: امیر آل علی

نام برند یکی از مهم‌ترین اقدامات محسوب می‌شود و برای همیشه، همراه شما باقی خواهد ماند. به همین خاطر ضروری است تا نسبت به آن توجه ویژه‌ای را داشته باشید، با این‌حال بسیاری از افراد در این رابطه با مشکل مواجه شده و همین امر احتمال انتخابی اشتباه را افزایش می‌دهد. بدون شک آگاهی از راهکارهای موجود در این رابطه می‌تواند نتیجه کار را متحول سازد. بدون شک هنگامی که با آگاهی یک اقدامی را انجام دهید، نتایج کار تفاوت چشمگیری را پیدا خواهد کرد. در ادامه به بررسی این پنج راهکار خواهیم پرداخت. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که روش‌های معرفی‌شده، ممکن است با یکدیگر در تضاد باشند. به همین خاطر نباید تصور کنید که می‌توانید همه آنها را به صورت همزمان مورد استفاده قرار دهید، با این حال در مواردی که مشکلی وجود ندارد، انجام این اقدام می‌تواند نتیجه کار را بهتر کند.

### ۱-آشنایی

نام برند باید برای جامعه هدف مفهومی آشنا را داشته باشد تا امکان ارتباط برقرار کردن سریع با آن مهیا باشد. در این رابطه توصیه می‌شود که از انتخاب نام‌های عجیب که حتی درک مفهوم آن سخت است و جامعه با آن آشنایی لازم را ندارند، خودداری کنید. همچنین رعایت این نکته ضروری است که نام شما باید کوتاه و ساده باشد تا به سادگی در ذهن ماندگار شود. درواقع یک نام ساده و آشنا، به فعالیت‌های به مراتب کمتری برای ماندگارشدن نیاز خواهد داشت. در نهایت توجه داشته باشید که در این بخش می‌توان از نوستالژی کمک گرفته و نام‌هایی را انتخاب کرد که افراد از گذشته با آن آشنایی دارند.

### ۲-قافیه

هم‌قافیه بودن نام برند با شعار انتخابی، جذابیت کار را افزایش می‌دهد. این امر احتمال ماندگاری برند در ذهن را بسیار بالا خواهد برد. در این رابطه اگر نام برند از دو یا چند کلمه تشکیل می‌شود، ضروری است تا هماهنگی و موزون بودن میان آنها وجود داشته باشد. همچنین از استعاره می‌توانید برای انتقال مفهوم موردنظر خود استفاده کنید، با این حال توجه داشته باشید که این اقدامات تنها زمانی نتیجه‌بخش خواهد بود که برای نخستین بار انجام شده باشد. به همین خاطر لازم است تا از عدم تکراری بودن، اطمینان حاصل کنید. در حال حاضر انواع سایت‌ها و موسسات وجود دارند که شما را در آگاهی پیدا کردن نسبت به این مسئله کمک خواهند کرد. به همین خاطر نباید آن را سخت تلقی کنید.

### ۳-تلفظ

ایمن امر که تلفظ نام برند شما عجیب و منحصر به فرد باشد، به علت متفاوت بودن، شانس ماندگاری بیشتر آن افزایش خواهد یافت. طبق این سیاست حتی می‌توان از کلماتی کمتر شناخته شده استفاده کرد تا کنجکاوی افراد به خوبی تحریک شود.

### ۴-ارتباط

نام انتخاب شده باید ارتباط لازم را با فعالیت شما داشته باشد. در غیر این صورت جلوه جالبی را نخواهد داشت. در این رابطه به هر میزان که نام انتخاب شده، معنای بزرگ‌تر و ارزشمندتری را دربر بگیرد، بدون شک تصور ذهنی بهتری را در ذهن مخاطبان به همراه خواهد داشت. همچنین این نکته را فراموش نکنید که تلفظ برخی از کلمات در ابتدای جمله، سخت بوده و بهتر است تا آنها را جزو اولویت‌های اول خود قرار ندهید. در نهایت فراموش نکنید که شما باید اطمینان داشته باشید که در صورت مخفف شدن نام برند، کلمه‌ای با معنای بد و رکیک شکل نگیرد. ایمن موضوع می‌تواند تاثیر مخرب بسیاری را به همراه داشته باشد. در نهایت بهتر است تا از کلماتی استفاده کنید که معنایی را به صورت همزمان در ذهن تداعی کند. برای مثال برای انتخاب نام برند فعال در حوزه تولید لوازم صنعتی، می‌توانید از نام یک فلز محکم و در عین حال ارزان قیمت استفاده کنید تا دو مفهوم موردنیاز در ذهن مخاطب شکل گیرد. در این رابطه فراموش نکنید که نام برند با لوگو آن نیز باید ارتباط داشته باشد.

### ۵-نام اشخاص

شما می‌توانید از نام اشخاص مطرح برای برند خود استفاده کنید. نمونه آن را می‌توان برند تسلا دانست، با این حال در این رابطه لازم است تا مجوزهای لازم را بگیرید تا با مشکلات حقوقی مواجه نشوید. همچنین از نام رویدادهای مهم و اماکن مشهور نیز می‌توانید استفاده کنید.

در آخر توجه داشته باشید که تقلید کردن و تلاش برای انتخابی شبیه به برندهای مطرح، تنها این نکته را در ذهن تداعی می‌کند که شما یک برند توانا محسوب نشده و صرفا مقلد اقدامات سایرین هستید. این امر محدوده رشد شما را بیش از حد محدود خواهد کرد. تحت این شرایط دیگر کیفیت کار شما تفاوتی را نخواهد داشت. علت این امر به این خاطر است که نام برند، تاثیر منفی خود را ایجاد کرده است.

منبع: entrepreneur.com



به قلم: راب استار متخصص بازاریابی و فروش

مترجم: امیر آل علی

فروش یکی از مهم‌ترین مسائل هر شرکتی محسوب می‌شود. بدون این بخش عملا بقا غیرممکن بوده و تمامی تلاش‌ها بدون دلیل خواهد شد. اگرچه تمامی افراد در این رابطه تلاش‌هایی را انجام می‌دهند، با این حال در صورت عدم آگاهی از بهترین روش‌های موجود، بدون شک بازنده میدان خواهید بود. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که در هیچ بازاری شما تنها نبوده و این موضوع باعث می‌شود تا در صورت عملکرد ضعیف شما، موقعیت برای سایر برندها کاملا مهیا شود. به همین خاطر ضروری است تا در این رابطه با دقت عمل بالایی رفتار کنید. در این راستا به بررسی ۱۵ اقدام ضروری برای تجربه فروش بالا، خواهیم پرداخت.

### ۱-اهداف خود را مشخص کنید

بدون هدف انجام هر کاری به شکل صحیح و نتیجه‌بخش عملا غیرممکن بوده و این مسئله باعث خواهد شد تا تمامی تلاش و هزینه شما با نتیجه لازم همراه نباشد. در این راستا توصیه می‌شود که قبل از هر اقدامی اهداف خود از حضور در بازار را تعیین کنید با طی کردن این مرحله شما قادر خواهید بود تا استراتژی‌های خود برای رسیدن به هر یک از آنها را طرح‌ریزی کنید. این امر کمک خواهد کرد تا تمامی اقدامات شما کاملا اصولی و بر طبق یک برنامه درست پیش برود.

### ۲-محصول خود را بشناسید

شما باید بالاترین سطح اطلاعات را در رابطه با محصولی که قصد فروش آن را دارید، داشته باشید. این امر کمک خواهد کرد تا امکان جلب توجه فراهم شود. این امر در حالی است که در حال حاضر بسیاری از افراد اقدام به فروش محصولی می‌کنند که در رابطه با آن اطلاعات لازم را ندارند. شاید به این خاطر است که شرکت‌هایی که خود تولیدکننده و فروشنده یک محصول هستند، معمولا موفق‌تر ظاهر می‌شوند. در این راستا توصیه می‌شود تا زمانی را صرف شناخت کامل محصول خود کنید. این امر شامل حتی کوچک‌ترین اطلاعات نیز می‌شود. پس از طی کردن این مرحله شما قادر به شناسایی روش درست تبلیغ محصولات خواهید بود.

### ۳-نیاز جامعه هدف را بشناسید

آیا شما درست در راستای رفع حداقل یک نیاز مخاطب هستید؟ اگر پاسخ به این سوال منفی است، توصیه می‌شود تا پا را فراتر گذاشته و بازنگری جدی را انجام دهید. درواقع محصول شما باید ارزش کافی را داشته باشد در غیر این صورت حتی بهترین تبلیغات و تکنیک‌های فروش نیز قادر نخواهد بود که موفقیت طولانی مدت را برای شما به همراه داشته باشد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که اقدامات شما در این بخش تنها به خود محصول محدود نبوده و شما می‌توانید با ایجاد یک تفاوت جذاب در شیوه خدمت‌رسانی به مشتری نیز در این رابطه کاملا موفق ظاهر شده و به مقایسه با سایر رقبا در جایگاه بالاتری قرار گیرید

### ۴-جذابیت داشته باشید

بسیاری از برندها به نحوی اقدام به فروش محصول خود می‌کنند که ابدا برای مخاطب حتی کوچک‌ترین جذابیتی را نداشته و این مسئله باعث می‌شود که علی‌رغم تلاش‌های قابل توجه، نتیجه خوبی را به دست نیاورند. به همین خاطر توصیه می‌شود که تا حد امکان جذابیت ایجاد کنید. برای مثال استفاده از افراد مشهور به عنوان سفیر و معرف برند، یکی از ساده‌ترین این اقدامات محسوب می‌شود. این اقدام باعث خواهد شد تا دیگر صرفا کیفیت و یا قیمت محصول، معیار خرید نباشد. برای مثال پس از عرضه سری فیلم‌های جیمز باند، میزان استقبال از محصولات برند خودروسازی استون مارتین افزایش خیره‌کننده‌ای را پیدا کرد. درواقع ایجاد یک جذابیت باعث می‌شود تا بسیاری از نقص‌های موجود دیگر مورد توجه قرار نگیرد. بدون شک با کمی خلاقیت می‌توانید در این رابطه اقدامات بسیار خوبی را انجام دهید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که توجه به اقدامات انجام شده از سوی سایر برندها نیز می‌تواند به شما

ایده‌های جدیدی را بدهد. برای مثال ممکن است یک برند خارج، اقدامی را انجام داده باشد که شما می‌توانید با پیاده‌سازی آن در کشور خود، نتایج بسیار خوبی را به دست آورید. برای تکمیل اطلاعات خود نیز در این رابطه بهتر است تا مقالات موجود در رابطه با چگونگی ایجاد جذابیت برای یک محصول را مطالعه کنید.

### ۵-تمرکز خود را حفظ کنید

حیطه کاری شما باید کاملا مشخص باشد در غیر این صورت مخاطب قادر نخواهد بود تا ارتباط لازم را با شما برقرار سازد. به همین خاطر توصیه می‌شود که یک بازار مشخص برای خود داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا فرصت حرفه‌ای شدن در آن را پیدا کنید. این امر در حالی است که اگر بخواهید دائما حوزه کاری خود را عوض کنید، بدون شک در بهترین حالت در هر یک از آنها تنها یک سطح معمولی را خواهید داشت. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که در ابتدای شروع کار خود با مشکلاتی مواجه خواهید شد و حتی ممکن است درآمد قابل توجهی را به دست نیاورید. با نگاهی به نقطه شروع تمامی برندهای مطرح حال حاضر، پی به درستی این گفته خواهید برد. در نهایت توجه داشته باشید که بهتر است تا حداقل یک مشاور سابقه در کنار خود داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا ریسک کار شما با کاهش چشمگیر مواجه شود.

### ۶-قیمت‌گذاری درستی را داشته باشید

بدون شک تا زمانی که به یک برند محبوب تبدیل نشده باشید، افراد هزینه بالایی را برای شما پرداخت نخواهند کرد. به همین خاطر بسیار مهم است که قیمت شما کاملا رقابتی باشد. این موضوع باعث خواهد شد تا ضمن تضمین فروش، همه چیز به صورت مرحله‌ای رشد کند. در این رابطه ضروری است که در ابتدای کار خود هزینه کمتری را در مقایسه با سایر رقبای خود ارائه دهید، با این حال فراموش نکنید که این اقدام شما نباید باعث شود که از کیفیت کار شما کاسته شود. به همین خاطر ضروری است تا حتی کیفیت بالاتر از استاندارد بازار را نیز داشته باشید. این امر درست اقدامی است که برندی نظیر هواوی به لطف آن، اکنون به یکی از سه برند اصلی حوزه تولید گوشی‌های هوشمند تبدیل شده است.

### ۷-آنانلیز داشته باشید

شما باید تمامی اطلاعات خود و اوضاع بازار را مورد ارزیابی قرار دهید. این مسئله بر روی تصمیم‌های آتی شما نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای را خواهد داشت. در این راستا شما به تیمی برای این کار نیاز خواهید داشت. علت این مسئله به این خاطر است که حتی گردآوری اطلاعات نیز امری سخت خواهد بود. در نهایت توصیه می‌شود که اطلاعات خود را به صورت آمار درآورید. این مسئله کمک خواهد کرد تا امکان مقایسه نیز فراهم باشد. همچنین با استفاده از همین اطلاعات، شما قدرت پیش‌بینی آینده را نیز به دست خواهید آورد.

### ۸-زنجیره تامین خود را شکل دهید

حتی در بهترین حالت ممکن نیز قادر نخواهید بود تا همه چیز را به تنهایی تولید کنید. به همین خاطر بسیار مهم است که برندهای مناسبی را برای تامین نیاز خود پیدا کنید. با تکمیل این بخش شما هیچ‌گاه با مشکل جدی مواجه نشده و وجود کافی محصول، باعث می‌شود تا در کمترین زمان ممکن، محصولات را در اختیار افراد قرار دهید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید در زمینه فروش کاملا آینده‌نگرانه رفتار کنید. در غیر این صورت حتی قادر به پایان رساندن سال اول فعالیت خود نیز نخواهید بود.

### ۹-ارزش‌سازی داشته باشید

چه دلیلی وجود دارد که افراد شما را به جای برندی دیگر انتخاب کنند؟ درواقع شما باید چندین دلیل و ارزش برای خود داشته باشید. برای این موضوع توصیه می‌شود که نگاهی به برندهای موجود در بازار داشته باشید. همچنین این امر که خود را از نگاه مشتری مشاهده کنید، کمک خواهد کرد تا اقدامات شما کاملا موردپسند آنها قرار گیرد. در نهایت فراموش نکنید که حتی ایده‌های به ظاهر ساده، در صورتی که به خوبی پرداخته شوند، می‌توانند راهکاری طلایی باشند.

### ۱۰-شیوه‌های متنوعی را در دستور کار خود قرار دهید

اگر تنها بخواهید با اتکا بر یک روش به کار خود ادامه دهید، بدون شک نتیجه خوبی را به دست نخواهید آورد. علت این امر به این خاطر است که شرایط بازار همواره در حال تغییر بوده و مشتریان نیز از یک سلیقه یکسان برخوردار نیستند. به همین خاطر شما باید در شیوه‌های فروش خود تنوع لازم را داشته باشید. همچنین توصیه می‌شود که از فروش آنلاین غافل نشده و در شبکه‌های اجتماعی نیز حضور پررنگی را داشته باشید.

### ۱۱-انعطاف داشته باشید

این بخش مخصوص رویارویی با مشتری بوده و لازم است تا انعطاف بالایی را داشته باشید. برای مثال ممکن است نیاز باشد که سریعا شما شیوه رفتاری خود را عوض کرده و یا شدیدترین انتقادها را تحمل کنید. تحت این شرایط اگر بخواهید طبق یکسری اصول از پیش تعیین شده رفتار کنید، بدون شک ثمره فعالیت شما بهترین نخواهد بود. در این رابطه توصیه می‌شود تا اصول مذاکره و فروشنده‌گی را در مقالات، کتاب‌ها و سخنرانی‌های موجود، مورد مطالعه قرار دهید. در نهایت اگر در برخورد با مشتری به نکته جالب و جدیدی برخورد کردید، الزامی است تا آن را یادداشت کنید. از این موارد می‌توان به عنوان راهنمای عمل برای مورد‌های مشابه دیگر استفاده کرد.

### ۱۲-مشتری‌مداری را جدی بگیرید

شما باید تمامی تلاش خود را برای جلب رضایت مشتریان خود انجام دهید. در این رابطه ضروری است تا امکاناتی نظیر مرجوعی کردن کالا، گارانتی، پشتیبانی و... وجود داشته باشد. در این رابطه به هر میزان که خلاقیت بالاتری را داشته باشید، بدون شک نتیجه بهتری را نیز به دست خواهید آورد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید هزینه فرصت شما است. درواقع با پرداختن به یک اقدام، شما شانس خود را برای انجام فعالیت‌های دیگر از دست خواهید داد. به همین خاطر بسیار مهم است که اولویت را بر روی خواست مشتری قرار دهید. در این رابطه یک نظرسنجی ساده، کاملا کارساز خواهد بود. همچنین نوع رفتار با حتی بدترین انتقادات، شخصیت برند شما را نشان خواهد داد. به همین خاطر از آموزش مداوم تیم فروش، غافل نشوید.

### ۱۳-قوانین را شخصی‌سازی کنید

بسیاری از قوانین وجود دارد که در صورت تلاش برای به اجرا گذاشتن بی‌نقص آن، به احتمال زیاد با مشکلات متعددی مواجه خواهید شد. علت این امر به این خاطر است که شرایط شما حتما با زمانی که یک قانون وضع شده است تفاوت‌هایی را خواهد داشت. به همین خاطر اگر تفاوت‌هایی را در آن اعمال نکنید، بدون شک با بدترین نتایج مواجه خواهید شد. همچنین فراموش نکنید که اگر در این زمینه ابداعاتی نیز داشته باشید، با رشدی چشمگیر مواجه خواهید شد. به همین خاطر صرفا به دنبال موارد موجود و تقلید نباشید.

### ۱۴-CRM را جدی بگیرید

منظور از این بخش مدیریت ارتباط با مشتری است که بسیار حیاتی بوده و لازم است تا اصول آن را فرا گیرید. هدف آن نیز این است که نیازهای مشتری به بهترین شکل مدیریت شود. درواقع در موارد متعدد مشاهده شده است که به علت عدم توجه به میزان و زمان درست اضافه کردن یک خدمت جدید، سطح توقع مشتری به مراتب بیشتر از حد توان یک شرکت شده است. بدون شک برای عدم درگیرشدن با اینچنین شرایطی، یادگیری اصول این بخش ضروری خواهد بود. برای مثال شما باید فریق مدل استراتژیک و تعاملی را بدانید.

### ۱۵-ذهنیت منفی را کنار بگذارید

این امر یک واقعیت است که در زمینه فروش، شما بارها با پاسخ‌های منفی مواجه خواهید شد. تحت این شرایط اگر ذهنیت منفی داشته باشید، خیلی زود ناامید می‌شوید. همچنین با چنین ذهنیتی شما بیشتر بر روی مشکلات تمرکز خواهید کرد. این امر در حالی است که جهان در دست مثبت‌اندیش‌ها بوده و برای این افراد عملا نقطه پایان و سدی واقعی وجود نخواهد داشت. علت این امر به این خاطر است که آنها بیشتر بر روی رفع مشکل تمرکز دارند.

منبع: smallbiztrends.com





## ایستگاه بازاریابی

## اطلاعاتی که در بخش درباره ما سایت شرکت باید درج شود

به قلم: نیک والنی متخصص حوزه تولید محتوا و شبکه  
مترجم: امیر آل علی

یکی از بخش‌هایی که معمولا کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد، بخش درباره ما سایت‌ها است، با این حال به عقیده من مهم‌ترین بخش را تشکیل می‌دهد با این حال این امر به معنای آن نیست که شما باید انواع اطلاعات را در آن بیاورید. بلکه تنها کافی است که اطلاعات موردنیاز را درج کرده و حالتی حرفه‌ای را پیدا کنید. خوشبختانه انجام این اقدام بسیار ساده بوده و نیاز به مهارت خاصی ندارد. در ادامه به بررسی پنج مورد از اطلاعات ضروری برای این بخش خواهیم پرداخت.

### ۱-داستان برند

داستان شکل گرفتن برند و دلیل شروع فعالیت شما نخستین موردی است که در این صفحه باید ذکر شود، با این حال در این رابطه لازم است تا به صورت کاملا خلاصه رفتار کنید و تنها اطلاعات مهم و جالب را درج کنید. برای مثال برای افراد اهمیتی ندارد که شما چگونه با شریک خود آشنا شدید، با این حال نحوه شکل‌گیری ایده تاسیس شرکت، کاملا الزامی خواهد بود. برای درک بهتر این موضوع توصیه می‌شود تا نمونه‌های موجود از چندین برند را مورد مشاهده قرار دهید تا به اطلاعات لازم نسبت به این بخش دست پیدا کنید.

### ۲-خدمات

در این مرحله ضروری است تا خدمات خود را برشمرده و آنها را شرح دهید. توصیه می‌شود که ابتدا خدمات اصلی را معرفی کرده سپس به سراغ موارد فرعی بروید. همچنین لازم است تا در این رابطه به نحوی رفتار کنید که فضا برای همکاری برندها با شما نیز مهیا باشد. درواقع تنها نباید به فکر جلب نگاه مشتریان باشید.

### ۳-مدارک

در سومین مرحله شما باید دلایلی را برای ادعاهای خود مطرح کنید. در این رابطه حتی پیوست یک مدرک معتبر نظیر یک گواهی و جایزه می‌تواند گزینه مناسبی باشد. همچنین مشتری‌های مطرح و برندهای محبوبی که با آنها فعالیت داشته‌اید را مثال بزنید. درواقع این بخش باید به صورت مداوم به‌روز شود. در نهایت بهتر است تا تعداد مشتریانی که تاکنون داشته‌اید را به صورت تقریبی اعلام کنید. این امر به کسب اطمینان بیشتر، کمک شایانی خواهد کرد.

### ۴-تیم شرکت

نکته‌ای که باید توجه داشته باشید این است که شما برای دسترسی ساده‌تر می‌توانید تیم‌ها و با بخش‌های جداگانه‌ای را ایجاد کنید تا دسترسی کاربران به اطلاعات مورد نظرشان ساده‌تر شود. در این بخش شما باید حداقل کلیدی‌ترین افراد تیم شرکت خود را معرفی کنید. در این رابطه تنها به اطلاعات مهم بسنده کرده و تصویر آنها را منتشر کنید. نکته‌ای که باید توجه داشته باشید این است که خود شما به عنوان مدیر شرکت، مهم‌ترین فرد برای درک اطلاعات محسوب می‌شوید. بهتر است تا یک پل ارتباطی با افراد نیز وجود داشته باشد. در نهایت این امر که نحوه فعالیت خود را شرح دهید، اقدام شما در این زمینه را تکمیل خواهد کرد. برای مثال می‌توانید از سرعت ارسال محصول صحبت کرده و موارد به کار رفته در بسته‌بندی محصول را معرفی کنید.

### ۵-راه‌های ارتباطی

در آخر شما باید اطلاعات کلی شرکت را به اشتراک بگذارید. این موارد شامل آدرس، تلفن تماس، ایمیل، آدرس صفحات شرکت در شبکه‌های اجتماعی و... است. این امر باعث می‌شود تا در صورتی که افراد پس از مطالعه اطلاعات داده شده، به اطمینان لازم رسیدند تاخیری به وجود نیاید. برای ترغیب بیشتر افراد می‌توانید یک تخفیف ویژه و یا پیشنهادی جذاب را ارائه دهید. بدون شک پس از انجام این پنج مرحله، سایت شما جلوه حرفه‌ای‌تری پیدا خواهد کرد.

منبع: [entrepreneur.com](http://entrepreneur.com)

## اسپاتیفای پادشاه بازار پخش موسیقی در سال ۲۰۱۹

به قلم: همانی شیف نویسنده حوزه تکنولوژی و کسبوکار  
مترجم: امیر آل علی

برند سوئدی اسپاتیفای در سال ۲۰۱۹ درست به مانند چند سال اخیر رتبه نخست برترین‌های حوزه پخش موسیقی را به دست آورد. کل این بازار در مقایسه با سال گذشته رشدی ۳۲درصدی را داشته است. طبق تحقیقات انجام‌شده از سوی موسسه تحقیقاتی Counterpoint اگرچه اسپاتیفای با ۳۵درصد بازار، همچنان در صدر قرار دارد، با این حال بیشترین میزان رشد را باید برای رقیب اصلی آن، اپل در نظر گرفت که باعث شده است تا اختلاف آنها کمتر شود. در حال حاضر سرویس پخش موسیقی این شرکت ۱۹درصد سهم بازار را در اختیار دارد. در رتبه‌های بعدی سرویس پخش موسیقی آمازون، نتسنت و در نهایت یوتیوب قرار دارد. خوشبختانه ویروس کرونا بر روی این سیستم‌ها تاثیر مخربی را به همراه نداشته و با توجه به قرنطینه بسیاری از افراد در خانه‌های خود، میزان استفاده از هر یک از آنها افزایش چشمگیر را پیدا کرده است. به همین خاطر تحلیلگران بر این باور هستند که سال ۲۰۲۰ را باید درخشان‌تر از هر زمانی برای این بازار به حساب آورد، با این حال تا پایان سال هنوز زمان زیادی باقی مانده و باید دید که بر یک از برندهای معرفی‌شده، چه اقداماتی را انجام خواهند داد.

منبع: [thehindubusinessline.com](http://thehindubusinessline.com)



ترجمه:علی آل علی

امروزه دنیای بازاریابی دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده است. اهمیت روزافزون نسل جوان برای برندها جای هیچ سؤالی ندارد. اکنون اگر ما در تلاش برای موفقیت در حوزه کسب و کار هستیم، باید به نوجوانان به عنوان گروهی منحصر به فرد از مخاطب هدف‌مان نگاه کنیم. پیش از این اغلب برندها نسبت به تعامل با نوجوانان به عنوان مشتریان مستقل توجهی نداشتند، با این حال شرایط کنونی به طور کامل تغییر کرده است.

نوجوان دسترسی قابل توجهی به ابزارهای دیجیتال دارند. این امر انگیزه آنها برای به اشتراک‌گذاری محتوای دیجیتال را افزایش داده است. به این ترتیب نسل جوان محصول مورد علاقه‌اش را به راحتی با استفاده از گوشی‌های هوشمند با دوستان به اشتراک می‌گذارد. شاید در نگاه نخست جلب نظر نسل جوان به محصولات برند دشوار باشد. نکته مهم در این میان توجه به سلیقه ویژه نوجوانان است. اگر محصولات برند ما براساس سلیقه آنها طراحی شود، به احتمال زیاد توانایی جلب نظر آنها را خواهیم شد.

کسب و کارهای کوچک بیش از دیگر شرکت‌ها به جلب توجه نسل جوان نیاز دارند. این امر ناشی از ماهیت فعالیت آنها و امکان شخصی‌سازی بهینه کالاها و خدمات برای آنهاست. مزیت اصلی صاحبان کسب و کار در دوران کنونی دسترسی به اطلاعات دقیق‌تر در مقایسه با دوران گذشته است بنابراین اغلب کارآفرینان و صاحبان کسب و کار به خوبی از اهمیت بازاریابی برای نسل جوان آگاهی دارند. به برخی از آمارهای رسمی درباره نوجوانان آمریکایی در زمینه خرید محصولات توجه کنید:

- براساس گزارش رسمی مقامات ایالات متحده در سال ۲۰۱۰ نزدیک به ۳۳،۵ میلیون نوجوان در این کشور زندگی می‌کنند. این آمار در حال حاضر به شدت افزایش یافته است بنابراین برندها با یک بازار کامل و آماده برای بهره‌برداری مواجه هستند
- نسل میانسال به طور کلی سالانه ۱۵۸ میلیارد دلار در آمد دارد. بدون تردید بخش قابل توجهی از این درآمد به هزینه‌های نوجوانان خانواده اختصاص پیدا می‌کند.

۱۷درصد از نوجوانان به عنوان اینفلوئنسر در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. بر این اساس آنها ترندهای جذابی برای دیگر کاربران ایجاد می‌کنند. این امر توجه به سلیقه آنها برای حضور موفق در بازار را حیاتی می‌سازد.

• هر ۱۰ نوجوان آمریکایی چهار نفر اقدام به پس‌انداز پول‌شان در حساب‌های بانکی جداگانه می‌کنند. این امر به خوبی ارزش پول در نگاه نسل جوان را نشان می‌دهد.

بدون تردید بازاریابی برای نوجوانان اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها هنوز نسبت به این نکته آگاهی دقیق ندارند. ویژگی اصلی برندهای موفق در این میان آگاهی از شیوه بازاریابی برای نسل جوان است. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی بهترین راهکارهای بازاریابی برای نوجوانان است. بی‌شک چالش‌های بسیار زیادی در این مسیر وجود دارد. هدف اصلی ما تلاش برای کاهش چالش‌های موجود به حداقل خواهد بود.

### ۱.ضرورت مطالعه بازار

تمام برندها پیش از رونمایی از یک محصول مشخص باید اقدام به مطالعه بازار کنند. این امر توانایی بهتری در اختیار ما برای طراحی محصولات جذاب و مطابق با سلیقه مخاطب هدف قرار می‌دهد. امروزه برخی از برندها در تلاش برای تولید محصول براساس دیدگاه شخصی مدیران‌شان هستند. نتیجه نهایی چنین فرآیندی ناتوانی در زمینه جلب نظر مخاطب نوجوان خواهد بود.

گاهی اوقات ما محصول جذابی برای نسل جوان تولید می‌کنیم، اما در زمینه اطلاع‌رسانی ضعیف هستیم. این امر چالش اصلی پیش روی کسب و کارهای کوچک محسوب می‌شود. راهکار مناسب در این میان تلاش برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار در میان نسل جوان است. یکی از پلتفرم‌های محبوب در میان نسل جوان در سراسر دنیا یوتیوب است. ثبت اکانت رسمی در این شبکه اجتماعی کار دشواری نیست. به این ترتیب ما فرصت کافی برای بارگذاری پست‌های ویدئویی جذاب را خواهیم داشت.

امروزه فرمت ویدئو طرفدارهای بسیاری در میان نسل جوان دارد. این امر ناشی

از تمایل نسل جوان برای مشاهده محتوای ویدئویی به جای مطالعه متن یا مشاهده تصاویر است بنابراین استراتژی اصلی برند ما باید تولید محتوای ویدئویی جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف باشد. آموزش نحوه کار با محصول تازه برند یا تاثیر آن بر روی زندگی نسل جوان گزینه منطقی محسوب می‌شود.

اگر در زمینه تولید پادکست مهارت دارید، به احتمال زیاد برند مورد علاقه مخاطب نسل جوان خواهید بود. یکی از ویژگی‌های اصلی نوجوانان امروزی علاقه به پادکست است بنابراین تمام برندهای جوانی موفقیت در بازار کسب و کار باید نسبت به تولید پادکست‌های جذاب اقدام کنند. گاهی اوقات استفاده از شیوه‌های بازاریابی رایج گزینه مطلوبی برای تعامل با مخاطب هدف محسوب نمی‌شود. تعامل با مخاطب نوجوان دقیقا در همین دسته قرار می‌گیرد بنابراین ما باید شیوه‌ای متفاوت و مبتنی بر استفاده از فرمت ویدئو و صوت را مدنظر قرار دهیم.

### ۲. معرفی خود به عنوان برندی جذاب

کسب شهرت در میان نسل جوان بدون ارائه جلوه‌ای جذاب امکانپذیر نیست. بسیاری از برندها درست مانند افراد بزرگسال با نوجوانان رفتار می‌کنند. نکته مهم در این میان ضرورت شخصی‌سازی نوع بازاریابی‌مان برای نسل جوان است. به این ترتیب ما فرصت طلایی برای تعامل بهینه با آنها خواهیم داشت. مهم‌ترین نکته در زمینه بازاریابی برای نسل جوان استفاده از آخرین دستاوردهای فناوری است. نوجوانان همیشه مهارت بالایی در زمینه استفاده از فناوری‌های تازه دارد. به این ترتیب ما با استفاده از فناوری‌های نوین در کمپین‌های بازاریابی‌مان امکان جلب نظر آنها را خواهیم داشت.

برخی از برندها در زمینه بازاریابی ثابت لازم را ندارند. به این ترتیب پس از مدت زمانی فعالیت مطلوب در حوزه بازاریابی به کلی ناپدید می‌شوند. مشتریان نوجوان تمایل بسیار بالایی به مشاهده محتوای بازاریابی باکیفیت به طور مداوم دارند. در غیر این صورت کار ما برای جلب نظر آنها دشوار خواهد شد.

### ۳. اهمیت حضور در کنار نوجوانان

بازاریابی برای نسل جوان در شبکه‌های اجتماعی رایج امکانپذیر نیست. وقتی ما در تلاش برای شخصی‌سازی محتوای بازاریابی‌مان هستیم، باید اقدام به حضور در پلتفرم‌های مورد علاقه آنها نیز بکنیم. در غیر این صورت تلاش‌های ما نیمه‌کاره باقی خواهد ماند. امروزه یکی از نکات مهم در زمینه بازاریابی توجه به پلتفرم هدف است. برندها برای تعامل با نوجوانان باید درک درستی از شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه آنها داشته باشند. در غیر این صورت امکان تعامل سازنده با آنها را از دست می‌دهند.

آژانس بازاریابی رفوتل در زمینه تولید محتوای تخصصی برای نسل جوان مهارت بالایی دارد. توصیه اصلی این آژانس برای برندهای مختلف تلاش برای شناسایی دقیق سلیقه مخاطب هدف است. فقط در این صورت امکان شناسایی پلتفرم‌های مورد علاقه آنها فراهم خواهد شد. گام بعد حضور در کنار نوجوانان در شبکه‌های اجتماعی دلخواه‌شان است. به این ترتیب ما بهترین فرصت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهیم داشت. اشتباه اغلب برندها تصور شرایط یکسان برای بازاریابی معطوف به نوجوانان با شرایط یکسان است.

### ۴.تعامل نزدیک با مخاطب هدف

نسل جوان علاقه بسیار زیادی نسبت به اشتراک‌گذاری محتوا دارد. این امر شامل رد و بدل کردن اطلاعات مربوط به محصولات مورد علاقه‌شان نیز می‌شود. بنابراین ما باید برنامه دقیقی برای تولید محتوای مورد علاقه مخاطب هدف داشته باشیم. یکی از نکات مهم در زمینه تقویت انگیزه نوجوانان برای بازنشر محتوای بازاریابی ما تعامل نزدیک با آنهاست. بسیاری از برندها در زمینه تعامل نزدیک با مخاطب هدف‌شان شکست می‌خورند. این امر ناشی از عدم برنامه‌ریزی درست برای ایجاد ارتباط پایدار با آنهاست. اگر ما در تلاش برای ایجاد ارتباط مناسب با نوجوانان هستیم، باید تا جای ممکن به زایوه دیدشان نزدیک شویم. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی آنها فراهم خواهد شد.

امروزه بسیاری از نوجوانان به جای تعامل رو در رو با دیگران اقدام به استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. این امر ضرورت برنامه‌ریزی برندها برای تعامل نزدیک با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی را بیان می‌کند. شاید در نگاه نخست این امر درست مانند تدوین استراتژی بازاریابی باشد، با این حال تفاوت قابل ملاحظه‌ای میان این دو روند وجود دارد. ما علاوه بر تولید محتوای بازاریابی باید در تلاش برای تعامل با نوجوانان براساس سلیقه خاص هر کدام نیز باشیم. این امر اعتماد آنها به کسب و کارمان را به شدت بالا خواهد برد.

### ۵.استفاده از فرصت‌های ارتقای برند

نوجوانان علی‌رغم تمام تفاوت‌هایی که با نسل‌های دیگر دارند، در زمینه خرید برخی ویژگی‌های مشترک هم دارند. این امر شامل استقبال از تخفیف‌های عمده، استفاده از مزایای عضویت در باشگاه مشتریان برندها و همچنین دریافت بن‌های خرید ویژه است. طراحی کمپین‌های مختلف و ایجاد مناسبتهای اختصاصی برای برند به منظور ارائه تخفیف به مشتریان نوجوان گزینه کاملا منطقی محسوب می‌شود. این امر امکان تعامل بهتر میان برندها و مشتریان را فراهم خواهد ساخت. نکته مهم در اینجا تلاش برای استفاده از تخفیف بر روی محصولات مورد علاقه مشتریان است. در غیر این صورت کمپین ما تاثیرگذاری مطلوبی بر روی مخاطب هدف نخواهد داشت.

امروزه همکاری با اینفلوئنسرها برای بازاریابی یک استراتژی کاربردی محسوب می‌شود. نسل نوجوان اعتماد بسیار زیادی به اینفلوئنسرها دارد بنابراین در صورت نیاز به ارتقای هرچه بهتر برنتمان باید به فکر همکاری نزدیک با چنین افرادی باشیم. نکته مهم در این میان ضرورت انتخاب افراد تاثیرگذار مورد اعتماد مخاطب هدف‌مان است. در غیر این صورت بودجه برنتمان هدر می‌رود.

### ۶. حمایت از ارزش یا هدفی خاص

براساس مطالعه موسسه فوربس، نوجوانان ذهنیت بهتری نسبت به برندهای فعال در زمینه حمایت از یک ارزش یا هدف خاص دارند. این امر به دلیل تمایل نسل جوان به نقش‌آفرینی در حوزه‌های مختلف جامعه است. برندهای بزرگ همیشه از اهداف و ارزش‌های والا و موردپسند مخاطب هدف حمایت می‌کنند. درست به همین خاطر اغلب موردپسند تمامی مشتریان در بازارهای مختلف هستند. اگر ما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستیم، باید استراتژی مشابهی به کار بگیریم.

میزان نگرانی نسل نوجوان نسبت به شرایط محیط زیست یا دیگر دغدغه‌های اجتماعی به طور میانگین بیشتر از نسل‌های دیگر است بنابراین برندها برای جلب نظر آنها نیاز به آمری بیشتر از تولید محصولات جذاب دارند. این امر باید به خوبی مدنظر برندها قرار گیرد. در غیر این صورت هرگز فرصت مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نخواهند کرد.

### ۷. آگاهی از قوانین بازاریابی

پیش از تلاش برای بازاریابی با هدف جلب نظر مخاطب نوجوان باید برخی از قوانین مهم در این زمینه را مدنظر داشته باشیم. بدون تردید نوجوانان شرایط ویژه‌ای در مقایسه با دیگر افراد دارند. این امر موجب ایجاد دشواری هرچه بیشتر در فرآیند بازاریابی برندها شده است. نکته مهم در این میان آگاهی از دغدغه‌های خاص هر کدام از مشتریان به منظور پشتیبانی درست از آنهاست. به این ترتیب ما با هزینه کمتر امکان بهره‌مندی از مزایای جلب اعتماد مشتریان هدف را خواهیم داشت. برخی از نکات مهم در زمینه بازاریابی برای نسل نوجوان به شرح ذیل است:

- بازاریابی برای نوجوانان به طور معمول به معنای بازاریابی برای والدین آنها نیز هست بنابراین علاوه بر ارائه پیشنهادهای جذاب باید به سطح قیمت نهایی نیز توجه داشته باشیم. بسیاری از برندها در عمل نسبت به این نکته توجه کافی ندارند. به همین خاطر علی‌رغم تمایل نوجوانان به خرید محصولات آنها، والدین راضی به پرداخت هزینه موردنظر نمی‌شوند.
- جلب وفاداری مشتریان حتی در مورد نسل نوجوان باید در کانون اهداف برنتمان قرار داشته باشد. امروزه بخش قابل توجهی از سود هر شرکت مربوط به مشتریان وفادارش است بنابراین توجه به جلب وفاداری نسل جوان با استفاده از تکنیک‌های مختلف ضروری خواهد بود.
- وقتی ما در حال بازاریابی برای نوجوانان هستیم، باید به اصالت محتوای بازاریابی‌مان توجه داشته باشیم. اغلب مشتریان نسل جوان نسبت به برندهایی که اقدام به الگوبرداری یا کپی مستقیم از ایده‌های دیگر برندها می‌کنند، واکنش مثبتی نشان نمی‌دهند بنابراین در صورت بی‌توجهی سرنوشت برند ما به شدت در خطر خواهد بود.
- اشتباه برخی از برندها تصور نوجوانان به عنوان گروهی دارای سلیقه یکسان است. این امر خطرناک‌ترین اشتباه در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. تنوع سلیقه نوجوانان بسیار بیشتر از دیگر افراد است بنابراین ما باید توجه ویژه‌ای به شخصی‌سازی محتوای بازاریابی‌مان برای سلیقه‌های مختلف داشته باشیم. در غیر این صورت توجه یک گروه به هزینه دلسردی سایر گروه‌ها جلب می‌شود.

منبع: [business.com](http://business.com)



#### ۱۰سریال نتفلیکس که هر کارآفرینی باید ببیند

|                                 |
|---------------------------------|
| <b>به قلم: دیپ پتل کارآفرین</b> |
| <b>مترجم: امیر آل علی</b>       |

این امر بسیار طبیعی است که کارآفرین‌ها به علت مشغله بالای خود، فرصت چندانی را خصوصا برای مشاهده سریال‌ها نداشته باشند، با این حال شیوع ویروس کرونا فرصت انجام این کار را به وجود آورده است. با این حال سوالی که مطرح است این است که در بین گزینه‌های موجود، کدام موارد می‌تواند رضایت یک کارآفرین را به همراه داشته و حاوی مطالب ارزشمندی باشد. درواقع سسلط انتظار این افراد از سایرین به مراتب بالاتر بوده و بعید است که سریالی را صرفا به خاطر داستان هیجانی و صحنه‌های اکشن انتخاب کنند. در این راستا قصد دارم تا ۱۰ سریال فوق‌العاده محصول نت‌فلیکس را معرفی کنم که بدون شک رضایت نه‌تنها کارآفرین‌ها، بلکه هر فردی را می‌تواند جلب کند.

##### ۱-Dirty Money (۲۰۱۸)

این سریال در قالب مستند به بررسی داستان رسوایی‌ها و فسادهای تجاری پرداخته است. نکته جالب آن این است که در ساخت داستان‌ها از گزارش‌های قابل استناد استفاده شده است. درواقع مشاهده این اثر به این علت ارزشمند است که یادآور بسیاری از مسائل و اقدامات غیرقانونی می‌شود که می‌تواند اعتبار یک کارآفرین را یک شبه نابود سازد. بدون شک پس از مشاهده این سریال بعید است دیگر تماثلی به اقداماتی نظیر پولشویی داشته باشید. برخی از این داستان‌ها به قدری هولناک است که از تصور آدمی خارج بوده و تا مدت‌ها ذهن را درگیر نگه می‌دارد. برای مثال دیدن جنایت‌هایی که پشت صحنه ظاهر یک برند محبوب وجود دارد، بدون شک دید هر فردی را متحول خواهد کرد. به همین خاطر در جایگاه نخست این فهرست قرار گرفته است.

##### ۲-Suits (۲۰۱۱)

این سریال در ژانر کمدی و با بازی مگان مارکل، همسر پرنسس هری (نوه ملکه الیزابت)در ۹ فصل تولید شده است که فضایی کمدی را دارد و روایتگر داستان‌های یک موسسه حقوقی در شهر نیویورک است. نکته جالب این سریال، همکاری دو نفر با یکدیگر است که یکی از آنها هیچ‌گونه تحصیلاتی را در رشته حقوق نداشته ولی به علت اعتقاد همکار او، عملکرد خیره‌کننده‌ای از خود نشان می‌دهد. این سریال اهمیت پشتکار، جسارت و تیم خوب را به خوبی نشان داده و نحوه مدیریت شرایط بحرانی توسط شخصیت اصلی داستان، خود یک کلاس آموزشی است.

##### ۳-Workin’ Moms (۲۰۱۷)

این سریال طنز به یکی از رایج‌ترین مشکلات مادران شاغل پرداخته است. درواقع ایجاد تعادل میان کار و زندگی شخصی در کنار ظاهر ساده خود، به قدری دشوار است که حتی باعث به وجود آمدن شرایط خنده‌داری می‌شود، با این حال نمایش نحوه مدیریت کارها می‌تواند حاوی نکات آموزنده بسیار خوب باشد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که علی‌رغم تصور عموم، افراد می‌توانند حتی در زندگی شخصی خود نیز بر روی کمک یکدیگر حساب کرده و با یک کار تیمی، همه چیز را ساده کنند.

##### ۴-The Mind, Explained (۲۰۱۹)

این سریال به مانند مورد نخست به صورت مستند تهیه شده است و در آن اما استون در نقش راوی حضور داشته و از افراد مطرح جهان در رابطه با موضوعاتی نظیر اضطراب صحبت می‌شود. شیوه کاری این مستند بسیار جالب بوده و از تلفیق انیمیشن و مصاحبه به دست آمده است. بدون شک پس از مشاهده آن نگرش شما نسبت به بسیاری از مسائل به ظاهر ساده اطراف خود، کاملا دگرگون خواهد شد. استقبال منتقدان از این مجموعه بیانگر محتوای ارزشمند و ارزش بالای مشاهده آن است.

##### ۵-The Office (۲۰۰۵)

کمتر کسی را می‌توان پیدا کرد که سریال تحسین شده The Office را ندیده باشد. این مجموعه طولانی که از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۳ پخش شد، در ژانر کمدی داستان یک دفتر کاری را روایت می‌کند. در این سریال هر یک از کارمندان مشکلی به خصوص را داشته و در رأس آنها مدیر شرکت قرار دارد که شخصیتی بسیار متفاوت و عجیب است. در این سریال مفاهیم و موضوعات آموزنده‌ای به زبان طنز بیان شده است که باعث می‌شود تا مشاهده آن ابداً شما را خسته نکرده و به اندازه چند کتاب مطالب آموزنده داشته باشد.

##### ۶-Broken (۲۰۱۷)

این سریال که فصل چهارم آن در حال پخش است داستان یک کشیش را روایت می‌کند که مسئولیت اداره شهری به نام ماوریک را برعهده دارد. مشاهده شیوه مدیریتی متفاوت و نحوه مقابله او با مشکلات موجود، بدون شک برای هر مدیر و کارآفرینی جذاب خواهد بود.

##### ۷-Better Call Saul (۲۰۱۵)

خالق سریال تحسین شده برکینگ بد این بار نیز اثری جذاب را تولید کرده است که به نوعی راوی حوادث قبل از این سریال خصوصا در رابطه با وکیل جیمز مک گیل است. شیوه کاری این وکیل، بدون شک حاوی درس‌های ارزشمندی برای هر کارآفرین خواهد بود. همچنین داستان گیرا و جذاب آن، تا مدت‌ها شما را سرگرم خواهد کرد به نحوی که پس از شروع نخستین قسمت، بعید است تا پایان آن اقدام به کار دیگری کنید.

##### ۸-Inside Bill’s Brain: Decoding Bill Gates (۲۰۱۹)

بیل گیتس بدون شک یکی از تکرار نشدنی‌ترین شخصیت‌های حال حاضر جهان محسوب می‌شود. در این سریال سعی شده است تا در کنار بازگو کردن داستان زندگی بیل گیتس، مدل مدیریتی و شیوه تصمیم‌گیری او در شرایط مختلف نیز مورد بررسی قرار گیرد. درواقع اگر می‌خواهید با متفاوت‌ترین روایت از زندگی رکورددار عنوان ثروتمندترین فرد جهان آشنا شوید، بدون شک این سریال گزینه فوق‌العاده‌ای خواهد بود که توسط نت‌فلیکس تهیه شده است.

##### ۹-Mad Men (۲۰۰۷)

این درام آمریکایی در هفت فصل تهیه شده است که داستان یک بنگاه تبلیغاتی را روایت می‌کند. تا به امروز این سریال جوایز متعددی نظیر ۴ جایزه گلدن گلوب و ۱۶ جایزه امی را دریافت کرده است. این سریال پر است از تکنیک‌های بازاریابی و سیاست‌های جالبی که می‌تواند برای هر کارآفرینی فوق‌العاده باشد. همچنین این سریال به نقد برخی از روش‌های رایج فروش و تبلیغات پرداخته است که دلایل آنها کاملا قابل توجه است.

##### ۱۰-Girlboss (۲۰۱۷)

این سریال الهام گرفته شده از یکی از کتاب‌های پر فروش نیویورک تایمز به همین نام است. این فیلم به داستان میلیون شدن یک دختر جوان پرداخته و اهمیت اینترنت و ایده‌های خلاقانه را برای موفقیت در کسب‌وکار امروز به تصویر می‌کشد. همچنین این سریال شما را با اقدامات لازم برای شروع یک کسب‌وکار در جهان متفاوت امروز آشنا کرده و دیدگاه شما را نسبت به نحوه موفقیت، تغییر خواهد داد.

منبع: entrepreneur.com

## مدیریت زمان به سبک حرفه‌ای‌ها



غیرفوری، غیرمهم ولی فوری، غیرمهم و غیرفوری تقسیم کنید. پس از آن امکان برنامه‌ریزی درست مهیا خواهد شد.

##### ۵-کار تیمی را برگ برنده بدانید

حتی سخت‌ترین اقدامات نیز هنگامی که به صورت تیمی انجام شود، در کم‌ترین زمان ممکن به پایان خواهد رسید. این امر در حالی است که اگر بخواهید سیاست فردگرایی را به اجرا گذاشته و اقدامات را به صورت انفرادی انجام دهید، تنها با از دست دادن زمان و انرژی مواجه خواهید شد. به همین خاطر باید به آگاهی کافی از اقداماتی که می‌توان به صورت تیمی انجام داد، دست پیدا کنید. همچنین فراموش نکنید که برخی از اقدامات نیز می‌توانند توسط افرادی دیگر انجام شود. برای مثال شست‌وشوی ماشین بدون شک اقدامی بدون اهمیت بوده و اگر بخواهید خود شخصا در این رابطه اقدام کنید، به علت تنها بودن و نبود تجهیزات لازم محکوم به صرف زمان طولانی خواهید شد. این امر در حالی است که کارواش‌ها این اقدام را در چند دقیقه انجام می‌دهند. درواقع شما باید از این سیاست برای کاهش حجم اقدامات روزانه خود و کاهش زمان موردنیاز برای انجام کارها، استفاده کنید.

##### ۶-از تکنولوژی کمک بگیرید

تکنولوژی باعث سادتر شدن و افزایش سرعت انجام کارها شده است. برای مثال در گذشته افراد برای یک جا به جایی کوچک، به علت وسایل حمل و نقل ابتدایی خود، محکوم به صرف چندین روز بودند، با این حال اکنون رسیدن به حتی دورترین نقاط نیز طی چند ساعت امکانپذیر شده است. در زمینه کاری نیز بسیاری از تکنولوژی‌ها وجود دارد که می‌تواند کار شما را ساده ساخته و یا حتی بخشی از نیاز وظایف شما را به صورت خودکار انجام دهد. تحت این شرایط عدم استفاده از آنها یک اشتباه وحشتناک خواهد بود. به همین خاطر توصیه می‌شود که زمانی را صرف یادگیری این ابزارهای مرتبط با حوزه کاری خود، کنید.

##### ۷-محدودیت زمان داشته باشید

این امر که یک محدوده مشخصی برای انجام هر اقدام وجود داشته باشد، باعث خواهد شد تا از اتلاف وقت جلوگیری شود. درواقع بسیار اتفاق می‌افتد که افراد به علت عدم ایجاد محدودیت زمانی، بارها توقف‌هایی را ایجاد می‌کنند. همچنین شما پس از طی کردن این مرحله، می‌توانید به صورت مداوم زمان خود را محدودتر کنید تا مجبور به ارائه راهکارها و افزایش مهارت خود باشید. این امر در نهایت باعث می‌شود که زمان به مراتب بیشتری را در اختیار داشته باشید. درواقع این موارد اگرچه ممکن است در ابتدا کوچک و در حد چند دقیقه باشند، با این حال فراموش نکنید که جمع این موارد کوچک، در نهایت حتی به چند ساعت صرفه‌جویی تبدیل خواهد شد.

##### ۸-حواسپرتی را از بین ببرید

برهم خوردن تمرکز افراد باعث می‌شود تا سرعت انجام یک فعالیت با کاهش چشمگیر مواجه شود. علت این امر به این خاطر است که هر فردی به زمانی خاص نیاز دارد تا به اوج تمرکز خود دست پیدا کند. بدون شک حتی یک وقفه کوچک نیز باعث می‌شود تا نیاز به طی شدن مجدد این فرآیند وجود داشته باشد. به همین خاطر ضروری است که تا حد امکان مواردی را که منجر به حواسپرتی شما می‌شود، شناسایی کرده و اقدام به حذف آنها کنید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که هر اقدامی باید در زمان معین خود انجام شود، برای مثال اگر چند ساعت دیرتر شبکه اجتماعی خود را چک کنید، بدون شک اتفاق خاصی رخ نخواهد داد. به همین خاطر بهتر است تا برطبق قوانین رفتار کنید تا در نهایت این موارد به عادت رفتاری شما تبدیل شود. با تبدیل شدن یک مورد به عادت، دیگر فشار و سختی‌ای را حس نخواهید کرد.

##### ۹-تصمیم‌گیری سریع داشته باشید

این موضوع خصوصا در رابطه با مسائل بی‌اهمیت، بسیار مهم خواهد بود. درواقع اگرچه برای مسائل مهم شما باید زمانی کافی را صرف فکر کردن کنید، با این حال برای مسائلی که حیاتی نیستند، داستان کاملا برعکس خواهد بود. درواقع شما باید سریعاً در این رابطه تصمیم‌گیری کرده و تعلل را به عاملی برای از دست رفتن زمان تبدیل نکنید. نمونه ساده این امر انتخاب لباس است. این امر درصورت اقدامی است که مارک زاکربرگ(موسس فیس‌بوک) با انتخاب یک تیپ ثابت حل کرده است. به عنوان نکته پایانی ذکر این امر ضروری است که در حدود ۹۰درصد از تصمیمات روزمره افراد ابداءارای اهمیت نبوده و لازم است تا در این رابطه سرعت عمل بالایی را داشته باشید.

##### ۱۰-از زنگ هشدار و یادآور‌ها استفاده کنید

همواره ممکن است که شما از زمان غافل شوید. تحت این شرایط حتی نگاه کردن مداوم به ساعت نیز اقدامی درست نبوده و باعث از دست رفتن تمرکز شما خواهد شد. به همین خاطر ضروری است تا از زنگ هشدار استفاده کنید. این امر باعث خواهد شد تا حتی یک دقیقه را نیز از دست ندهید. همچنین ذهن افراد ممکن است همواره مواردی را فراموش کند. به همین خاطر ضروری است تا از یک تقویم استفاده کنید، با این حال در این رابطه بهتر است تا از یک اپلیکیشن استفاده کنید. علت این امر به این خاطر است که آنها امکانات بیشتری را داشته و شما را از حمل مداوم یک وسیله، بی‌نیاز خواهد کرد.

##### ۱۱-قانون دو دقیقه را رعایت کنید

در محیط‌های کاری این امر بسیار طبیعی است که بارها با همکاران و افراد مختلف مواجه شوید. این موضوع اگر با مدیریت درست همراه نباشد ممکن است

به مکالمات بیش از حد طولانی منجر شود. به همین خاطر بسیار مهم است که از قانون دو دقیقه استفاده کنید. برطبق این قانون شما برای هر مکالمه خود تنها دو دقیقه زمان را خواهید داشت. این امر باعث می‌شود تا سریعاً موارد مهم را مطرح کرده و مانعی برای طولانی شدن موارد وجود نداشته باشد. فراموش نکنید که شما ادامه بحث را می‌توانید در زمان‌های دیگری نظیر صرف ناهار و استراحت، انجام دهید.

##### ۱۲-نه گفتن را حق طبیعی خود بدانید

در مواجهه با یک مسئله شما این حق را دارید که نه بگویید. این امر در حالی است که بسیاری از افراد تصور می‌کنند که اولویت اول آنها باید پاسخ مثبت دادن به درخواست‌ها باشد، با این حال این امر درست در خلاف سیاست افراد موفق است. درواقع برای فردی که برنامه‌ریزی دارد، این امر بسیار طبیعی است که بیشتر پاسخ منفی بدهند. درواقع شما باید خود را از محدودیت‌های بی‌مورد رها کنید. در غیر این صورت به اجرا گذاشتن هیچ برنامه‌ای امکان‌پذیر نخواهد بود. در این رابطه وارن بافت عقیده دارد که تفاوت اصلی افراد موفق با سایرین این است که آنها تقریباً به همه چیز نه می‌گویند. به همین خاطر ضروری است که تحت هر شرایطی اولویت را برنامه‌ریزی خود بدانید.

##### ۱۳-از زمان‌های مرده خود غافل نشوید

زمان‌های مرده به مواقعی اطلاق می‌شود که در آنها عملاً کار مهمی را انجام نمی‌دهیم. برای مثال در هنگام صبر کردن برای وارد شدن به دفتر مدیر شرکت و رانندگی از جمله این موارد محسوب می‌شود که می‌توان از آنها برای انجام اقداماتی استفاده کرد. برای مثال گوش دادن به یک کتاب صوتی در هنگام رانندگی، یکی از این موارد محسوب می‌شود. جالب است بدانید که براساس تحقیقات انجام شده، به طور متوسط این میزان برای افراد در حدود دو ساعت در طول روز است. به همین خاطر با شناسایی آنها می‌توانید بخشی از اقدامات خود را انجام داده و زمان موردنیاز آنها را برای اقداماتی دیگر ذخیره کنید.

##### ۱۴-قانون ۲۰/۸۰ را مورد توجه قرار دهید

برطبق این قانون که از آن تحت عنوان اصل پار토 نیز نام برده می‌شود، ۸۰درصد نتایج هر چیزی تنها به ۲۰درصدها اختصاص دارد. برای مثال ۸۰درصد سود یک شرکت، از ۲۰درصد مشتریان به دست می‌آید. بدون شک شناسایی این ۲۰درصدهای مختلف زندگی شما کمک خواهد کرد تا تنها بر روی اقداماتی تمرکز کنید که بالاترین نتایج را برای شما به همراه خواهد داشت. برای آگاهی بیشتر در این رابطه توصیه می‌شود که مطالعه بیشتری را پیرامون این قانون داشته باشید.

##### ۱۵-انجام چند فعالیت به صورت همزمان را فراموش کنید

این مسئله تنها باعث خواهد شد تا سرعت انجام کار با کاهش شدید مواجه شده و دقت و کیفیت نیز عملاً نابود شود. این امر در حالی است که عموم افراد تصور می‌کنند که این اقدام، سیاستی درست در زمینه مدیریت زمان خواهد بود. این امر در حالی است که اگر به صورت تکی به هر اقدامی بپردازید، امکان به اتمام رساندن سریع و با کیفیت آنها مهیا خواهد بود. برطبق آزمایش‌های انجام شده، افرادی که به این صورت رفتار می‌کنند، قادر به انجام فعالیت‌های بیشتری هستند. به همین خاطر نباید نسبت به درستی آن تردیدی داشته باشید.

##### ۱۶-لیستی از نپایدها داشته باشید

یکی از سیاست‌های درست این است که فهرستی از اقداماتی که باید انجام شود را تهیه کنید. درواقع مکتوب کردن باعث می‌شود تا تعهد افراد به انجام آنها افزایش چشمگیر را پیدا کند. در این رابطه نوشتن مواردی که نباید انجام شود نیز تاثیرگذار خواهد بود. این امر باعث می‌شود تا یادآوری مداوم به وجود آید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید پس از پایان روز، مواردی را که انجام نداده‌اید، تیک بزنید. این امر به اطمینان خاطر شما کمک بیشتری را خواهد کرد و خود تکرار موارد است.

##### ۱۷-موارد مشابه را در یک زمان انجام دهید

علت این امر به این خاطر است که اقداماتی که شباهت بسیار بالایی را با یکدیگر دارند، کمک خواهد کرد تا افراد راحتی بیشتری را در هنگام انجام آنها داشته باشند. درواقع در هنگام انجام یک فعالیت، افراد پس از مدتی به آن عادت کرده و یک فعالیت مشابه، باعث می‌شود تا سختی آن کمتر احساس شده و امکان انجام سریع‌تر آن فراهم باشد. به همین خاطر لازم است تا گروه‌های مختلف از اقدامات روزانه خود را ایجاد کنید.

##### ۱۸-به استراحت توجه داشته باشید

اگر بیش از حد خسته شوید، به زمانی بسیار طولانی برای بازگشت به شرایط کار نیاز پیدا خواهید کرد. این امر در حالی است که با استراحت‌های کوتاه در زمان‌های درست می‌توانید از دچار شدن به چنین وضعیتی جلوگیری کنید. برطبق یک قانون کلی، به ازای هر ۴۰ دقیقه فعالیت، ۱۰ دقیقه استراحت نیاز خواهد بود، با این حال این موضوع را نمی‌توان یک قانون کلی تلقی کرد. علت این امر به این خاطر است که شرایط افراد متفاوت بوده و نیاز آنها نیز مختلف است. به همین خاطر زمان استراحت برای فعالیت‌های مختلف، متفاوت خواهد بود. برای آگاهی در این زمینه آزمایش کردن بهترین اقدام ممکن خواهد بود. در نهایت توجه داشته باشید که برای موفقیت، ضروری است که تمامی ۱۸ روش معرفی شده را مورد استفاده قرار دهید، با این حال در این رابطه مرحله‌ای پیش بروید تا نسبت به آن احساس بدی پیدا نکرده و انجام آن عملی باشد.

منبع: dansilvestre.com



# فین تک چیست؟ فناوری در خدمت تسهیل سرویس‌های مالی و اقتصادی



فین تک در سال‌های اخیر حوزه‌های متعدد خدمات مالی را متحول کرده است و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری شناخته می‌شود.

فناوری و تمام دستاوردهای آن امروز به‌عنوان عضوی جدانشدنی از زندگی ما شناخته می‌شوند. حوزه‌های متعدد خدماتی و تولیدی در سال‌های اخیر توسط این پدیده متحول شده‌اند. تقریباً همه زمینه‌های زندگی انسان از تعامل‌های اجتماعی تا خرید تحت تأثیر فناوری قرار دارد.

از میان حوزه‌هایی که توسط فناوری متحول شده‌اند، خدمات مالی هم جایگاه ویژه‌ای دارند. در سال‌های گذشته استارت‌آپ‌های متعددی در حوزه نوظهوری به‌نام فین تک (Fintech) ظهور کرده‌اند که از فناوری برای تسهیل فعالیت‌های مالی و اقتصادی کاربران استفاده می‌کنند. فین تک ترکیبی از دو کلمه خدمات مالی (Financial) و فناوری (Technology) محسوب می‌شود که در نام خود، حوزه عملکرد و هدف را شرح می‌دهد. فین تک به کاربران امکان می‌دهد تا فرآیندهایی همچون سرمایه‌گذاری، پرداخت و حتی دریافت وام را آسان‌تر انجام دهند.

نسل جوان امروزی از هر خدماتی مبتنی بر فناوری و خصوصاً اینترنت استقبال می‌کنند. آنها با گوشی‌های هوشمند رشد کرده‌اند و انجام خدمات مالی با استفاده از فناوری‌هایی همچون اینترنت، وب و اپلیکیشن‌ها، می‌پسندند. آنها دوست دارند خدمات مالی را مانند دیگر خدمات همچون اشتراک‌گذاری عکس یا دوستان، رزرو خدمات و درخواست شغل به‌صورت مدرن و با استفاده از جدیدترین فناوری‌ها انجام دهند. استارت‌آپ‌ها و دیگر فعالان حوزه کسب‌وکار به این نیاز و درخواست کاربران پی برده‌اند و سرمایه‌گذاری عظیمی روی آن انجام داده‌اند.

شهرت فین تک تنها به‌خاطر رویکرد جدید آن به خدمات مالی نیست. این فناوری‌ها امکان جمع‌آوری کلان‌داده را نیز فراهم می‌کنند که کاربردهای فراوانی خواهد داشت. تحلیل کلان‌داده‌های استخراج‌شده از خدمات فین تک می‌تواند منجر به طراحی و تولید محصول و خدمات دیگر شود که چرخه اقتصادی فناوری را تکمیل می‌کند. در این مطلب معرفی کلی از فناوری فین تک خواهیم داشت که آشنایی اولیه را با فناوری انقلابی مالی فراهم می‌کند.

**فین تک چیست؟**

فین تک در تعریف ساده به فناوری جدیدی گفته می‌شود که با هدف بهبود و خودکارسازی ارائه و استفاده از خدمات مالی توسعه می‌یابد. این فناوری در لایه‌های هسته‌ای تلاش می‌کند تا به شرکت‌ها، مالکان کسب‌وکار و مشتریان نهایی، خدماتی همچون مدیریت بهتر عملیات، فرایندها و به‌طور کلی زندگی مالی بهینه‌تر را ارائه کند. فناوری که با استفاده از نرم‌افزارها و الگوریتم‌های ویژه در کامپیوترهای شخصی و بیش از آن، گوشی‌های هوشمند ارائه می‌شود. عبارت فین تک در ابتدای قرن ۲۱ ظهور کرد و بیشتر به فناوری‌های پشت‌صحنه مدیریت سازمان‌های مالی می‌پرداخت. از آن زمان تغییر جهت قابل‌توجهی در فناوری رخ داد که آن را بیش‌ازپیش مبتنی بر مصرف‌کننده نهایی کرد. درنتیجه تعاریف فین تک نیز به‌مرور مبتنی بر مشتریان شدند. این فناوری امروز بخش‌های متعددی دارد و صنایع گوناگون را تحت تأثیر قرار داده است. به‌عنوان مثال می‌توان به آموزش، بانکداری مخصوص مشتری، جذب سرمایه، فعالیت‌های غیرانتفاعی و مدیریت سرمایه‌گذاری اشاره کرد.

برخی از دسته‌بندی‌های مالی، بیت‌کوین و دیگر رمزارزها را هم در زیرمجموعه فین تک قرار می‌دهند. شاید درحال حاضر بتوان رمزارزها را خرسازترین دسته فین تک دانست، اما هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های اصلی در صنعت بانکداری جهانی سنتی دیده می‌شود که ارزش بازار چندین تریلیون دلاری دارد.

**درک مفهوم فین تک**

از دیدگاه کلی عبارت فین تک را می‌توان به هرگونه نوآوری اعطا کرد که نحوه انجام تراکنش‌های مالی کاربران را متحول می‌کند. نوآوری‌های موردنظر می‌توانند شامل موارد سنتی‌تر همچون حسابداری دوطرفه تا پول دیجیتال باشند. البته می‌توان ادعا کرد که از زمان انقلاب اینترنت و گوشی‌های هوشمند، فناوری‌های مالی رشد انفجاری داشته‌اند. فین تک که زمانی که تنها به آسان‌سازی فرآیندهای مدیریتی سازمان‌های مالی می‌پرداخت، امروز به‌عنوان خدماتی مخصوص مشتری شناخته می‌شود که تأثیرات گسترده‌تر هم دارد. خدمات مالی مبتنی بر فناوری امروزه در نقاط گوناگون جهان در سطوح گسترده‌ای ارائه می‌شوند. به‌عنوان ساده‌ترین مثال می‌توان به تبادل پول با گوشی هوشمند اشاره کرد. نمونه‌های پیشرفته‌تر حتی نقد کردن چک، دریافت اعتبار به‌صورت غیرحضوری، جذب سرمایه و مدیریت سرمایه‌گذاری را بدون دخالت نیروی انسانی انجام می‌دهند. آمارها نشان می‌دهد که یک‌سوم از کاربران امروز دنیای فناوری حداقل از دو سرویس فین تک یا بیشتر استفاده می‌کنند. به‌علاوه آن کاربران، فین تک را به‌عنوان بخش مهمی از زندگی روزمره خود می‌شناسند.

**کاربرد فین تک**

امروزه استارت‌آپ‌های فین تک که بیشترین جذب سرمایه را انجام می‌دهند، خصوصیات مشترکی دارند: آنها به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند تا ارائه‌دهندگان سنتی سرویس‌های مالی را به چالش بکشند و به‌نوعی تهدیدی برای آنها

محسوب شوند. استارت‌آپ‌ها چابکی بیشتری دارند و به دسته بزرگ‌تری از کاربران خدمت‌رسانی می‌کنند. به‌علاوه کاربران همیشگی خدمات مالی هم با استفاده از فناوری‌ها، عملکرد سریع‌تری خواهند داشت.

از میان استارت‌آپ‌های نوآور و ساختارشکن صنعت فین تک در سطح جهانی می‌توان به Affirm اشاره کرد که با هدف حذف کارت‌های اعتباری از فرآیند خرید آنلاین کاربران فعالیت می‌کند. آنها وام‌های کوتاه‌مدت را با روشی جدید به کاربران ارائه می‌کنند تا بدون نیاز به کارت‌های اعتباری، پرداخت‌های آنلاین را انجام دهند. شاید خدمات و بازپرداخت‌های Affirm در ابتدا گران باشند، اما ارائه کارت و اعتبار به مشتریان بدون تاریخچه اعتباری خدمت قابل‌توجهی محسوب می‌شود که شاید ارزش هزینه بیشتر ابتدایی را داشته باشند.

فرآیندهای رهن و اجاره در کشورهای گوناگون با ساختارهای متفاوتی انجام می‌شوند. دراین‌میان استارت‌آپ‌های هر منطقه تلاش می‌کنند تا نقشی در آسان‌سازی فعالیت‌های اعتباری و مالی رهن و اجاره داشته باشند. Better Mortgage یکی از مشهورترین استارت‌آپ‌های این حوزه محسوب می‌شود که انجام فرآیندها به‌صورت کاملاً دیجیتال را به‌عنوان فناوری ساختارشکن ارائه می‌کند. فرآیندهای دریافت و پرداخت وام هم در این مسیر هدف ساختارشدنی‌های متعدد هستند. از میان استارت‌آپ‌های آن حوزه می‌توان به GreenSky اشاره کرد.

ارائه خدمات مالی به شهروندان کشورهای محروم از اهداف مهم استارت‌آپ‌های فین تک محسوب می‌شود. به‌عنوان مثال Tala به افراد بدون سابقه و حساب اعتباری در کشورهای درحال توسعه، وام‌های جزئی پرداخت می‌کند. فرآیندهای اعتبارسنجی با داده‌کاوی از تراکنش‌های مالی گوشی هوشمند کاربر انجام می‌شود. Tala تلاش دارد تا خدمات وام را بهتر و سریع‌تر از بانک‌های محلی، وام‌دهنده‌های غیرقانونی و دیگر مؤسسه‌های مالی و اعتباری ارائه کند.

با توجه به رویکرد استارت‌آپ‌های فین تک می‌توان ادعا کرد که هرگونه خدمات مالی نه‌چندان مناسب و آسان، ظرفیت ساختارشدنی و بهبود توسط آنها را دارند. درواقع اگر تا امروز برخی از خدمات مالی و اعتباری خود را با دشواری‌های غیرالزامی انجام داده‌اید، احتمالاً استارت‌آپی برای رفع آنها وجود خواهد داشت یا به‌زودی متولد خواهد شد. در کشورهایی که خدمات اعتباری را به‌صورت گسترده به شهروندان خود ارائه می‌کنند، فین تک حضور و تأثیر بیشتری دارد. مفاهیم اعتباری پیچیدگی‌های سنتی بالایی دارد و استارت‌آپ‌ها می‌توانند آنها را به مفاهیم ساده‌تری تبدیل کنند.

**افق‌های توسعه فین تک**

مؤسسه‌های خدمات مالی تاکنون خدمات متنوعی از زیر یک چتر و عنوان ارائه می‌کردند. حوزه فعالیت آنها گسترده و وسیعی از خدمات مالی از بانکداری سنتی تا وام و رهن و انواع فرآیندهای تجاری را پوشش می‌داد. فین تک در پایه‌ای‌ترین سطوح خود این سرویس‌ها را از هم مجزا می‌کند. سپس ترکیب خدمات ساده‌شده با فناوری، به استارت‌آپ‌های فین تک امکان می‌دهد تا با بازدهی بالاتری فعالیت کنند و هزینه‌های مرتبط با هر فرآیند را کاهش دهند. برای توصیف تأثیر فین تک بر بانکداری، تجارت، سرمایه‌گذاری و انواع مفاهیم مالی و اعتباری، هیچ کلمه‌ای بهتر از ساختارشکن وجود ندارد. درحال حاضر خدماتی که زمانی تحت سلطه بانک‌ها، نماینده‌های مالی آنها و مؤسسه‌های عریض و طویل مالی و اعتباری بود، به‌راحتی در گوشی‌های هوشمند در دسترس کاربران قرار دارند. به‌بیان دیگر شاهد دموکراتی‌تر شدن خدمات مالی هستیم.

به‌عنوان نمونه‌ای از استارت‌آپ‌های ساختارشکن می‌توان اپلیکیشن تجارت سهام Robinhood را مثال زد. در دسته‌بندی خدمات وام و رهن و اجاره هم نمونه‌های متعددی وجود دارند که از میان مهم‌ترین آنها می‌توان Prosper Marketplace، Lending Club و OnDeck را نام برد که فرآیندهای وام‌دهی شخص به شخص را تسهیل می‌کنند. در بخش خدمات وام به کسب‌وکارها نیز Funding Circle، Lendio، Kabbage و Prosper از مشهورترین‌ها هستند که به استارت‌آپ‌ها و دیگر انواع کسب‌وکار، پلتفرم‌های آسان و سریعی را برای مدیریت سرمایه‌های کاری ارائه می‌کنند.

استارت‌آپ‌های فین تک علاوه بر خدمات مالی، خدمات بیمه‌ای را هم ارائه می‌کنند که البته جزئی از مجموعه مالی و اقتصادی محسوب می‌شود. از میان استارت‌آپ‌های بیمه‌ای می‌توان به Oscar اشاره کرد که در ماه مارس سال ۲۰۱۸ موفق به جذب سرمایه ۱۶۵ میلیون دلاری شد. چنین سرمایه‌گذاری نشان‌دهنده ظرفیت بالای رشد برای استارت‌آپ‌های بیمه‌ای خواهد بود. بانک‌های سنتی با مشاهده پیشرفت استارت‌آپ‌های فین تک همه تلاش خود را به کار گرفتند تا بیش‌ازپیش به آنها شبیه شوند. درواقع آنها به‌مرور خدمات فین تک مخصوص مصرف‌کننده را به خدمات خود اضافه کردند تا هرچه سریع‌تر با ساختارکنی استارت‌آپ‌ها مقابله کنند. از پیشگامان چنین حرکتی می‌توان به بانک سرمایه‌گذاری گلدمن ساکس اشاره کرد که در سال ۲۰۱۶ پلتفرم وام‌دهی به مشتری را راه‌اندازی کرده بود.

بسیاری از کارشناسان صنعت اعتقاد دارند بانک‌های سنتی برای تطبیق هر چه بهتر با شرایط درحال تغییر دنیای اقتصاد، باید فعالیت‌هایی بیش از

سرمایه‌گذاری عظیم انجام دهند. آنها برای رقابت با استارت‌آپ‌های چابک باید تغییرات مهمی در فرآیندهای تفکر، تصمیم‌گیری و حتی ساختار کلی سازمان‌های خود ایجاد کنند.

**فناوری‌های جدید در فین تک**

فناوری پدیده‌ای پویا و درحال رشد است که پدیده‌های جدید آن با سرعت بسیار بالایی متولد می‌شوند و رشد می‌کنند. فناوری‌های جدید همچون یادگیری ماشین، هوش مصنوعی، تحلیل رفتاری مبتنی بر پیش‌بینی و بازاریابی مبتنی بر داده توانایی ایجاد تغییرات عظیم در تصمیم‌گیری‌های مالی را دارند. اپلیکیشن‌های امروزی مبتنی بر یادگیری، نه‌تنها رفتار و عادت‌های پنهان کاربر را می‌آموزند، بلکه فعالیت‌هایی را هم متمرکز بر یادگیری آنها انجام می‌دهند. کاربران با یادگیری مفاهیم از طریق این اپلیکیشن‌ها، فرآیندهای هزینه و پس‌انداز خودکار و ناخودآگاه را بهتر انجام می‌دهند.

فناوری خدمات خودکار به مشتری، یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در فین تک استفاده می‌شود. استفاده از هوش مصنوعی و چت‌بات برای برقراری ارتباط با مشتری و رفع اشکال‌ها، امروز اهمیت بالایی در شرکت‌های فین تک دارد. به‌علاوه ثبت تاریخچه فعالیت‌ها و تراکنش‌ها هم در اقدام‌های ضد کلاهبرداری و موارد مشابه، کاربرد بالایی خواهد داشت.

**چشم‌انداز فین تک**

استارت‌آپ‌های جهانی فین تک در سال ۲۰۱۶ به‌صورت مجموع ۴/۱۷ میلیارد دلار سرمایه جذب کردند و تا پایان سال ۲۰۱۷ به سمت شکستن آن رکورد پیش رفتند. CB Insights در گزارش خود پیرامون این استارت‌آپ‌ها، تعداد انواع یونیکورن را ۲۶ عدد بیان کرد که در مجموع ۸/۸۳ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شدند. در سال ۲۰۱۸ همین شرکت تعداد استارت‌آپ‌های یونیکورن را در سال گذشته ۳۹ عدد بیان کرد که ۳۷/۱۴۷ میلیارد دلار ارزش دارند.

آمریکای شمالی بیشترین تعداد استارت‌آپ‌های فین تک را دارد و آسیا با فاصله‌ای نزدیک رتبه دوم را به خود اختصاص می‌دهد. رکورد سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های فین تک در فصل اول سال ۲۰۱۸ شکسته شد که سهم عمده‌ای از آن به‌خاطر افزایش سرمایه‌گذاری در آمریکای شمالی بود. آسیایی‌ها نیز رشد مناسبی را در آن دوره طی کردند و شاید آمریکا را پشت سر بگذارند. دراین‌میان اروپا پس از ثبت رکورد نه‌چندان مناسب در فصل اول ۲۰۱۸، در فصل دوم رویکرد خود را جبران کرد و رشد سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های آن اعلام شد.

در چشم‌انداز آتی فین تک، برخی حوزه‌ها مهم‌تر از سایر به نظر می‌رسند. از میان آنها می‌توان به موضوعاتی اشاره کرد که حول موارد زیر جریان دارند:

- رمزارزها و پول دیجیتال
- فناوری بلاک‌چین که خدمات دفتر کل توزیع‌شده را با سطح بالایی از امنیت به کاربران ارائه می‌کند.
- قراردادهای هوشمند که با استفاده از یک برنامه کامپیوتری (عموماً تحت بلاک‌چین) اجرای خودکار قراردادهای بین فروشنده و خریدار ممکن می‌کنند.
- بانکداری باز، مفهومی است که با استفاده از بلاک‌چین تلاش می‌کند تا خدمات و داده‌های بانکی را در اختیار شرکت‌های متفرقه قرار دهد. آنها با استفاده از این داده‌ها توانایی توسعه اپلیکیشن و شبکه‌های گسترده خواهند داشت که بانک‌ها را هرچه بیشتر به شرکت‌های متفرقه و مشتریان نهایی نزدیک می‌کند. از میان استارت‌آپ‌های این حوزه می‌توان به خدمات یکپارچه مدیریت پول Mint اشاره کرد.
- فناوری موسوم به Insurtech که تلاش می‌کند با استفاده از مفاهیم فناوریانه، صنعت بیمه را ساده و سریع کند.
- فناوری موسوم به Regtech که هماهنگی شرکت‌های خدمات مالی را با قوانین مرسوم و استانداردها تسهیل می‌کند. از مهم‌ترین قوانین و تنظیم‌گری‌ها هم می‌توان به فعالیت‌های ضد پولشویی و قوانین شناخت مشتری (KYC) اشاره کرد.
- روبات‌های تحلیلگر که پیشنهادهای هوشمندانه سرمایه‌گذاری و خرید و فروش ارائه می‌کنند. از میان آنها می‌توان Betterment را نام برد که پیشنهادهای سرمایه‌گذاری را خودکار می‌کند تا با کاهش هزینه‌ها، آنها را در دسترس افراد بیشتری قرار دهد.
- خدمات بانکی به افراد با توانایی‌های مالی و اعتباری پایین که توسط بانک‌های سنتی قادر به دریافت خدمات نبوده‌اند. درواقع سازمان‌های بدنه مالی و اقتصادی کسب‌وکارها به برخی از شهروندان خود خدمات ارائه نمی‌کنند که فین تک می‌تواند در این زمینه ساختارشدنی کند.
- امنیت سایبری امروز به بخشی کاملاً الزامی به فین تک تبدیل شده است. سودآوری بالای جرایم سایبری مالی و ذخیره‌سازی غیرمتمرکز داده‌ها، فین تک و امنیتی سایبری را به مفاهیمی درهم تنیده تبدیل می‌کند.
- کاربران فین تک

چهار دسته‌بندی بزرگ برای کاربران فین تک تعریف می‌شود: بانک‌ها

(به‌صورت B2B)، مشتریان شرکتی آنها، کسب‌وکارهای کوچک (B2C) و

مصرف‌کننده‌های نهایی. روندهای کنونی به سمت بانکداری موبایلی، افزایش

اطلاعات در گردش، کلان‌داده، تحلیل‌های عمیق‌تر و از همه مهم‌تر دسترسی

غیرمتمرکز به اطلاعات، فرصت‌هایی را برای هر چهار گروه بالا فراهم می‌کند

تا با روش‌هایی جدید و ساختارشکن، به فعالیت‌های مالی و اعتباری بپردازند.

در دسته‌بندی مصرف‌کننده‌های نهایی، کاربران جوان‌تر درک بهتری از

فناوری فین تک دارند و کاربرد بیشتری را هم از آن استخراج می‌کنند. به‌رحال

نسل نوجوان و جوان امروزی تمایل بیشتری هم به هزینه کردن دارد و همین

فرآیند هزینه کردن را ترجیحاً در فضای آنلاین و مبتنی بر فناوری‌های جدید

انجام می‌دهد. البته برخی از ناظران صنعت اعتقاد دارند تمرکز بیش از حد

روی نسل هزاره و نسل جوان لزوماً به‌خاطر درک بیشتر و تمایل بیشتر آنها به

فناوری نیست، بلکه ابعاد چنین بازاری بیشتر از نسل‌های قبلی است. به‌رحال

فین تک امروز در ارائه خدمات به نسل‌های گذشته موفقیت چندانی ندارد، چون

مشکلات آنها را به‌خوبی درک نمی‌کند.

دسته‌بندی کسب‌وکارها و خصوصاً انواع نوپا، کاربردهای متعددی از فین تک

استخراج می‌کنند. آنها قبلاً برای دریافت سرمایه باید درگیری زیادی با بانک‌ها

متحمل می‌شدند. به‌علاوه آنها برای اضافه کردن خدمات مالی به سرویس‌ها و

محصولات خود موانع متعددی داشتند، اما امروز به لطف فناوری‌های متعدد،

تراکنش‌های مالی از طریق شرکت‌های فین تک واسطه و زیرساخت‌های دیگر

ممکن شده است.

**تنظیم‌گری قوانین فین تک**

خدمات مالی از قانون‌مندترین حوزه‌های کسب‌وکار در سطح

جهانی محسوب می‌شوند. به‌همین دلیل با ظهور و توسعه شرکت‌های

فین تک، دولت‌ها بیش از هر چیز نگران تنظیم‌گری قانونی فعالیت

آنها بوده‌اند. با ورود و ادغام فناوری به فرآیندهای خدمات مالی،

مشکلات تنظیم‌گری قانونی آنها نیز چندبرابر شده است. در برخی

موارد مشکلات به‌خاطر ماهیت فناوری و از توابع آن محسوب می‌شوند،

اما در بسیاری از نمونه‌های دیگر، عجله ذاتی بازیگران صنعت فناوری بر

ساختارشدنی‌های مالی، موجب بروز مشکلات قانونی می‌شود.

خودکارسازی فرآیندها و دیجیتالی کردن داده‌ها، سیستم‌های فین تک را در

برابر حمله مجرمان سایبری آسیب‌پذیر می‌کند. اخبار متعدد از نفوذ مجرمان

سایبری به شبکه‌های بانکی و سرقت اطلاعات و دارایی‌های کاربران، نشان‌دهنده

ظرفیت بالای این صنعت برای درآمد مجرمان است. مصرف‌کننده‌های نهایی

خدمات، در چالش‌های امنیتی بیش از همه به مسئولیت‌پذیری شرکت‌های

فین تک و همچنین عدم استفاده از اطلاعات شخصی و داده‌های مالی در مقاصد

دیگر اهمیت می‌دهند.

در برخی از نمونه‌های ظهور و رشد استارت‌آپ‌های فین تک، شاهد برخورد

فرهنگ استارت‌آپی مبتنی بر حرکت سریع و ساختارشدنی با فرهنگی سنتی

و محافظه‌کار هستیم. چنین برخوردهایی عموماً نتایج نامناسب به‌همراه دارند.

به‌عنوان مثال استارت‌آپ بیمه‌ای Zenefirts مستقر در سان‌فرانسیسکو که در

بازارهای خصوصی بیش از یک میلیارد دلار ارزش‌گذاری شد، در ارائه خدمات

بیمه‌ای مدرن به مشتریان، مرکب قانون‌شدنی شد که برخورد جدی مقام‌های

قانونی را به‌همراه داشت. سازمان SEC جریمه‌ای ۹۸۰ هزار دلاری برای آنها در

نظر گرفت و سازمان بیمه کالیفرنیا نیز ۷ میلیون دلار خسارت از این استارت‌آپ

دریافت کرد.

تنظیم‌گری قانونی در دنیای رمزارزها هم چالش‌های فراوانی ایجاد می‌کند.

عرضه اولیه سکه یا ICO یکی از مدرن‌ترین فرآیندهای جذب سرمایه برای

استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود که امکان جذب سرمایه به‌صورت مستقیم را

از اشخاص فراهم می‌کند. در بسیاری از کشورهای جهان این فرآیند بدون

تنظیم‌گری قانونی انجام می‌شود و زمینه‌ای برای کلاهبرداری شده است.

تنوع بالا در خدمات فین تک و تعدد صنایعی که تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند،

ایجاد راهکاری واحد برای همه مشکلات موجود را دشوار می‌کند. دولت‌ها در

اکثر موارد از قوانین موجود و سنتی خود برای تنظیم‌گری فین تک استفاده

می‌کنند. البته در برخی موارد هم شاهد تصویب قوانین جدید با بهینه‌سازی

قوانین قدیمی برای هماهنگی با دنیای جدید فین تک هستیم.

کشورهای گوناگون در سراسر جهان، مرکزی را برای آزمایش و بررسی

تأثیر فین تک بر صنایع گوناگون تأسیس کرده‌اند. از فعالیت‌های قانونی مفید

هم می‌توان به تصویب و اجرای قانون GDPR در اروپا اشاره کرد که چارچوبی

برای دسترسی سازمان‌ها به داده‌های شخصی افراد ایجاد می‌کند. کشورهایی

همچون ژاپن و کره جنوبی که ICO در آنها متداول‌تر است، قوانین کاربردی

و انعطاف‌پذیری برای استفاده از این سبک از سرمایه‌گذاری تصویب و اجرا

کرده‌اند.

فین تک در میان خیل عظیم فناوری‌هایی قرار دارد که برای ایجاد

تحول در جامعه بشری به‌وجود آمده است. روند آهسته و پیوسته این

فناوری در سال‌های گذشته باعث شد تا تمامی ذی‌نفعان از کاربران

تا کسب‌وکارها و دولت‌ها، به‌مرور با ظرفیت و کاربرد آن آشنا شوند. با

وجود تمام چالش‌های کنونی، روند رو به رشد فین تک در کشورهای

گوناگون خصوصاً مناطق درحال توسعه، امید به ساختارشدنی عمیق‌تر

از سوی فناوری را زنده نگه می‌دارد.

**منبع: GOODCALL–INVESTOPEDIA/zoomit**



# نکاتی که می‌توان از کتاب قورباغه‌ات را قورت بده اثر برایان تریسی آموخت



به قلم: دن سیلوستره نویسنده و سخنران حوزه مدیریت

مترجم: امیر آل علی

مارک تواین گفته است که اگر اولین کاری که باید در هر روز صبح انجام گیرد این باشد که قورباغه زنده‌ای را قورت دهید، در بقیه روز خیالت راحت است که سخت‌ترین و بدترین کاری را که ممکن است در تمام روز برایت پیش بیاید، انجام شده است. شاید طلایی‌ترین نقل قول این کتاب، عبارت جاودانه مارک تواین باشد. کتاب برایان تریسی راهکارهای مختلفی را برای غلبه بر تعلل و امکان پیشرفت بیش‌تر را ارائه می‌دهد که یکی از شناخته شده‌ترین کتاب‌ها در سراسر جهان محسوب می‌شود. برای مثال یکی از قوانین آن، کارآمدی اجباری می‌باشد که به این موضوع اشاره دارد که اگرچه ممکن است زمان کافی برای تمامی اقدامات وجود نداشته باشد، با این حال با اولویت بندی حتما می‌توان مهم‌ترین‌ها را انجام داد. این کتاب فصل دارد که در هر یک روشی جالب را مورد بررسی قرار می‌دهد که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

## ۱- قدرت نوشتن

درست به مانند توصیه تمامی متخصصان مدیریت زمان، توصیه آقای تریسی نیز این است که مواردی را که قصد انجام آن‌ها را دارید در ذهن خود نگه نداشته و مکتوب نمایید. این امر باعث می‌شود تا امکان یادآوری مداوم آن‌ها وجود داشته باشد. درواقع هنگامی که یک مورد نوشته می‌شود، تعهد افراد به انجام آن نیز افزایش چشمگیر را پیدا می‌کند. این فصل با جمله‌ای از ناپلئون هیل شروع می‌شود که می‌گوید: برای موفقیت یک ویژگی وجود دارد که انسان‌ها باید آن را داشته باشند و آن هم مشخص بودن هدف است. یعنی فرد باید بداند که چه چیزی را واقعا می‌خواهد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که تعیین محدوده زمانی برای انجام هر یک از اقدامات و اولویت دادن به آن‌ها در این مرحله الزامی است. این اقدام نه تنها برای اهداف روزانه، بلکه برای هر هدف و برنامه‌ای کاملاً کاربردی خواهد بود. به همین خاطر از همین امروز لازم است تا عادت به نوشتن و مکتوب کردن موارد را در خود ایجاد نمایید.

## ۲- برنامه‌ریزی از قبل

برنامه‌ریزی آوردن آینده به زمان حال است که بتوانید از همین حالا کاری برای آن انجام دهید. این فصل با این عبارت شروع می‌شود و به این موضوع اشاره دارد که شما از قبل باید برنامه ریزی‌های خود را انجام داده باشید. این امر باعث می‌شود تا امکان فعالیت سریع و صرفه جویی در زمان مهیا باشد. نکته‌ای که نباید فراموش کنید این است که در برنامه ریزی باید اتفاقات غیرمترقبه را نیز مدنظر قرار دهید. به همین خاطر حداقل یک ساعت زمان اضافی، الزامی خواهد بود. همچنین لازم است تا به قانون ۱۰/۹۰ توجه داشته باشید. برطبق این قانون، اگر فردی ۱۰درصد اوقات کار روزانه اش را به برنامه ریزی اختصاص دهد، کارایی او نسبت به زمانی که بدون برنامه ریزی فعالیت می‌کند، ۱۰ برابر خواهد بود که این مسئله به معنای صرفه جویی ۹۰درصدی در کار است.

## ۳- قانون ۸۰/۲۰

براساس این قانون که از آن تحت عنوان اصل پارو نیز نام برده می‌شود، ۸۰ درصد دستاوردها حاصل ۲۰ درصد فعالیت‌ها می‌باشد. این مسئله در رابطه با هر چیزی صادق است. برای مثال ۸۰درصد درآمد یک شرکت از ۲۰ درصد مشتریان به دست می‌آید. به همین خاطر سنسجش این ۲۰ درصدها الزامی بوده و باعث می‌شود تا موفقیت برای شما به دست آید. درواقع همه ما وقت کافی را داریم، به شرط آنکه بخواهیم درست از آن استفاده کنیم. در نهایت شما باید تنها بر روی کارهای مهم تمرکز کرده و در برابر وسوسه برای انجام اقدامات

کوچک و کم اهمیت، مقاومت نمایید.

## ۴- توجه به پیامد اقدامات

میزان موفقیت هر فرد بستگی به این موضوع دارد که تا چه حد می‌تواند همه نیروی خود را روی یک کار متمرکز نماید. در این رابطه ضمن تمرکز بالا، ضروری است تا دید آینده نگارانه داشته باشید. این امر باعث می‌شود تا امکان فعالیت در یک حوزه برای طولانی مدت مهیا باشد. این باور را در خود شکل دهید که هیچ گاه برای انجام تمامی فعالیت ها زمان در اختیار نخواهد بود. به همین خاطر بهتر است تا به جای مواردی که نتایج کوتاه مدت را به همراه خواهد داشت، تنها بر روی بلندمدتها سرمایه گذاری نمایید. در نهایت شما باید قبل از انجام هر فعالیت، به نتیجه آن توجه کرده و در صورتی که ضرورتی را برای کار و زندگی شخصی شما ندارد، کنار بگذارید.

## ۵- روش تنبلی سازنده

پس از برنامه ریزی روزانه، ضروری است تا اقدامات را براساس میزان ارزش و ضرورت، مرتب نمایید. این امر باعث می‌شود تا همواره این اطمینان را داشته باشید که در حال انجام کارها به ترتیب درست هستید. در نهایت شما باید تغییراتی را در عادت‌های گذشته خود اعمال کرده و از ادامه رفتارهای وقت گیر، خودداری نمایید. بدون شک با یک برنامه درست و تعیین اولویت‌ها، امکان سنسجش آن‌ها کاملاً میسر خواهد بود. درواقع شما باید برای انجام اقدامات کم اهمیت، کاملاً تنبیل باشید.

## ۶- روش الف ب پ ت ث

شما باید برطبق اولویت‌ها اقدام نموده و همواره ترتیب انجام فعالیت‌ها را رعایت نمایید. این امر باعث می‌شود تا یک برنامه کاملاً درست را در پیش گیرید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که در هنگام انجام فعالیت الف، ابتدا نباید به فعالیت ب توجه کرده و ذهن خود را مشغول آن نمایید. این امر کمک خواهد کرد تا امکان انجام سریع و با کیفیت اقدامات مهیا باشد.

## ۷- قدرت تمرکز

تمرکز امری کاملاً حیاتی بوده و باعث می‌شود تا امکان کسب بالاترین نتایج از اقدامات به وجود آید و برای این هدف سنسجش دستاوردها می‌تواند شما را نسبت به کافی بدن میزان تمرکز، به اطمینان لازم برساند. خوشبختانه امروزه برای این موضوع، راهکارهای متعددی معرفی شده است که لازم است تا آن‌ها را مورد توجه قرار دهید. در نهایت هنگامی که به عملکرد خود در حوزه‌های مختلف امتیاز دهید، می‌توانید برای بهبود آن‌ها برنامه ریزی درستی را داشته باشید.

## ۸- قانون سه مورد

در لیست هر فردی سه اقدام وجود دارد که دارای اهمیت به مراتب بالاتری در مقایسه با سایرین قرار دارد. شما باید این سه مورد را ضرورت‌های اصلی زندگی خود دانسته و همواره به آنها پایبند باشید. نکته دیگری که نباید فراموش کنید این است که تعادل امری بسیار مهم است. درواقع بدون داشتن یک تعادل درست در رابطه با کار و زندگی شخصی، هیچ برنامه‌ای نمی‌تواند به شما کمک نماید. به همین خاطر ضروری است تا به شکلی حرفه‌ای در این رابطه اقدام نموده و در صورت وجود مشکل، از افراد دارای تجربه استفاده نمایید.

## ۹- تهیه مقدمات

انجام هر اقدامی به یکسری مقدمات و امکانات نیاز دارد که عدم توجه به آن‌ها باعث می‌شود تا سرعت انجام کار به شدت کاهش پیدا کند. به همین خاطر شما باید قبل از شروع هر فعالیتی از آماده بودن شرایط لازم اطمینان داشته باشید. با

این حال این موضوع نباید باعث ترس از شروع کردن شما شود.

## ۱۰- پیشرفت مداوم

پیشرفت مداوم همواره بهتر از لحظه‌ای و کوتاه مدت آن بوده و باعث می‌شود تا در نهایت به بهترین نتایج دست پیدا کنید. برای این موضوع ضروری است تا هر روز بهتر از دیروز خود باشید. منظور از این بخش تغییرات بنیادی نبوده و حتی یک نکته مثبت نیز کاملاً کافی است. این نکته را نیز فراموش نکنید که برای هیچ حوزه‌ای نقطه پایانی وجود نداشته و همواره می‌توان بهتر شد. در این رابطه با جمع اقدامات هرچند کوچک، متوجه تغییرات بسیار بزرگی خواهید شد. به همین خاطر هیچ‌گاه قدم‌های کوچک را بی ارزش تلقی نکنید.

## ۱۱- بهبود مهارت‌های کلیدی

مهارت بیشتر باعث خواهد شد تا فعالیت‌ها در زمان کوتاه‌تر با کیفیتی بهتر و کم‌ترین میزان سختی انجام شود. به همین خاطر نیز هر فردی باید مهارت‌های ضروری کسب‌وکار خود را فرا گرفت و آن‌ها را بهبود بخشد. در این رابطه مطالعه مداوم امری کاملاً ضروری محسوب می‌شود. درواقع به عقیده بسیاری از بزرگان، با مطالعه یک ساعته به صورت مداوم در رابطه با یک موضوع، پس از گذشت تنها سه سال به سطح حرفه‌ای‌ها دست پیدا خواهید کرد. نکته‌ای که در این رابطه باید توجه داشته باشید این است که در این رابطه شما می‌توانید از زمان‌های مرده خود نیز استفاده کرده و با این اقدام دیگر بهانه‌ای برای کمبود وقت را نخواهید داشت.

## ۱۲- توجه به استعدادها

به صورت مداوم این پرسش را از خود بپرسید که در چه کارهایی فراتر از حد تصور هستید. این امر کمک خواهد کرد تا استعدادهای خود را پیدا کرده و با توجه به آنها، پیشرفت سریعی را تجربه نمایید. درواقع اگرچه تقریباً همه چیز اکتسابی است، با این حال نمی‌توان اطمینان از عدم علاقه خود و با توجه به ویژگی‌هایی که نمود. درواقع با توجه به این موارد شما بهترین نتایج را به دست خواهید آورد.

## ۱۳- توجه به محدودیت‌ها

درست به مانند استعداد، هر فردی از محدودیت‌هایی نیز برخوردار است. شما باید به آن‌ها توجه داشته و آن‌ها را قبول نمایید. درواقع بسیاری از افراد به دلیل عدم واقع‌گرایی، بدترین مشکلات را برای خود به وجود می‌آورند با این حال این امر به معنای متوقف شدن نبوده و تنها به این امر اشاره دارد که باید حقیقت را پذیرفته و راهکاری درست را اتخاذ نمایید.

## ۱۴- اعمال فشار

از اینکه به خودتان سختی وارد نمایید، نباید واهمه داشته باشید. درواقع ویژگی بزرگ انسان این است که می‌تواند به شرایط عادت نماید. به همین خاطر با اعمال فشار بر روی خود، این مسئله پس از مدتی به عادت شما تبدیل خواهد شد. در نهایت فراموش نکنید که برای اطمینان از عدم زیر پا گذاشتن برنامه‌ها، لازم است تا حتی تنبیهی را نیز مشخص نمایید.

## ۱۵- شخصی سازی

افراد با یکدیگر تفاوت داشته و این مسئله باعث می‌شود تا تقلید از اقدامات فردی دیگر ابدا نتیجه بخش نباشد. برای مثال ممکن است یکی از همکاران، در یک ساعت سه فعالیت را انجام دهد و استراحت بیشتری را داشته باشد. درواقع وی در حال انجام کارها به شیوه مورد علاقه خود و با توجه به ویژگی‌هایی که دارد، می‌باشد. به همین خاطر شما نیز باید به دنبال یک برنامه شخصی سازی شده باشید و سرعت کار مخصوص به خود را رعایت نمایید. همچنین فراموش نکنید که نیاز به استراحت و خواب افراد با یکدیگر متفاوت بوده و نباید از تفاوت بودن و داشتن سبک زندگی مخصوص به خود، واهمه داشته باشید.

## ۱۶- ترغیب به فعالیت

این امر بسیار طبیعی است که افراد استراحت کردن را به انجام یک کار سخت ترجیح دهند، با این حال این هنر شما است که چگونه خودتان را به انتخاب مورد دوم ترغیب نمایید. نتایج تحقیقات حاکی از آن است که بیش از ۹۰ درصد احساسات افراد، ناشی از نحوه صحبت کردن با خود می‌باشد. این موضوع به خوبی این نکته را به اثبات می‌رساند که هر فرد بالاترین تأثیر را بر روی خود دارد. در این رابطه مثبت‌اندیشی و روحیه دادن به خود امری کاملاً حیاتی خواهد بود. درواقع در بین افراد موفق جهان، حتی یک مورد بدبین و منفی باف را مشاهده نخواهید کرد. در نهایت شما باید خودتان را اولویت اول قرار دهید. درواقع اگر مراقب خودتان نباشید، هیچ فردی این کار را برای شما انجام خواهد داد.

## ۱۷- کنترل گرداب تکنولوژی

زندگی چیزی بیش از افزایش سرعت است. این جمله گاندی را باید بسیار مهم دانست. درواقع پیشرفت تکنولوژی با تمامی مزیت‌هایی که به همراه داشته است، در صورتی که مدیریت نشود، کیفیت زندگی را کاهش خواهد داد. درواقع سرعت بالا در همه چیز یک مزیت نبوده و لازم است تا بدانید که در چه مواردی تنها باید از تکنولوژی استفاده نمایید. برای مثال اگرچه در حال حاضر با یک تماس می‌توان با هر یک از افراد خانواده صحبت کرد، با این حال آیا این اقدام هم رده بازدید مستقیم است؟ درواقع شما باید این نکته را فراموش نکنید که شما ارباب تکنولوژی هستید و نباید اجازه دهید که این مسئله از کنترل شما خارج شود. در آخر فراموش نکنید که هیچ دستاوردی هنگامی که از درون احساس خوشبختی نکنید، موفقیت واقعی محسوب نخواهد شد.

## ۱۸- کوچ‌سازی

شما باید هر چیزی را کوچک نمایید تا انجام آن‌ها دیگر دشوار به نظر نرسد. با این اقدام تمایل و سرعت انجام کارها نیز افزایشی معجزه آسا را پیدا خواهد کرد.

## ۱۹- ایجاد زمان بیشتر

این امر که همواره به زمانی که در حال استفاده از آن هستید، توجه داشته باشید و برطبق یک جدول زمانی پیش بروید، باعث خواهد شد تا عملاً با معضل به تعویق انداختن کارها مواجه نشوید. همچنین این موضوع کمک خواهد کرد تا بتوانید راهکارهایی را برای ذخیره زمان خود ایجاد نمایید. در این رابطه حتی یک دقیقه نیز ارزشمند بوده و با جمع آن‌ها می‌توان یک ساعت و حتی چند ساعت بیش‌تر را برای خود ایجاد نمود.

## ۲۰- ایجاد حس اضطراب

حس اضطراب باعث خواهد شد تا افراد تحت هر شرایطی کار را به اتمام برسانند. این امر در حالی است که اگر امکان انجام آن در زمان دیگری وجود داشته باشد، طبیعی است که تمایل به تعویق انداختن آن به وجود آید. درواقع شما باید این بار را در خود شکل دهید که همین الان باید یک کار را به اتمام برسانید و وقتی دیگر برای آن وجود ندارد.

## ۲۱- تک‌گرایی

اگرچه همواره توصیه می‌شود که برای استفاده بهتر از زمان خود بهتر است تا چند فعالیت را به صورت همزمان انجام دهید، با این حال این مسئله تنها برای اقدامات کم اهمیت کاربردی بوده و ابدا نباید در رابطه با اقدامات مهم که به تمرکز بالا نیاز دارند، از این روش استفاده نمایید.

در نهایت هنگامی که تمامی این ۲۱ مورد به عادت رفتاری شما تبدیل شود، موفقیت مداوم شما تضمین شده خواهد بود.

منبع: dansilvestre.com



# مدیریت بهینه تیم‌های کاری در دوران فاصله‌گذاری اجتماعی



و تأثیر گذاربودن، اهمیت زیادی در سلامت روانی و موفقیت شغلی افراد دارد. وقتی چنین مواردی را در تیم جاری و از آنها محافظت کنید، بیش از همه به انسانیت افراد احترام گذاشته‌اید که نتایجی عالی در طولانی‌مدت خواهد داشت.

منبع: HBR/zoomit

در ارتباط‌های از راه دور، باید به‌دنبال الگوهای مشترک باشید تا منظور و مفهوم مدنظر مخاطب را درک کنید. به‌عنوان مثال در ارتباط‌های متنی، به‌دنبال الگوی مشترک در پیام‌ها باشید. در ارتباط‌های صوتی، سرعت، حجم صدا، گام صدا و تغییر لحن را درک کنید. در ارتباط‌های ویدئویی هم کار راحت‌تری در پیش دارید و می‌توانید به زبان بدن مخاطب دقت کنید. همه این علامت‌ها، نشان‌دهنده احساسات خاصی هستند که باید در ارتباط با اعضای تیم درک شود. اگر شناخت کافی از اعضای تیم داشته باشید، تغییر در هر یک از عوامل نشان‌دهنده نیاز آنها به پشتیبانی بیشتر خواهد بود.

## خوش‌بینی و دور کردن ترس

خوش‌بینی رفتاری مسری به شمار می‌رود. مدیرانی که امیدواری به آینده و اعتماد به رخدادهای پیش رو را بین اعضای تیم خود گسترش دهند، به‌نوعی هدف و معنا را به آنها تزریق می‌کنند. چنین رویکردهایی خصوصا در وضعیت استرس‌زای کنونی الزامی محسوب می‌شود. در کنار همه این موارد، شوخ‌طبعی و انرژی بخوانید در وضعیت کنونی و محدودیت فراموش نکنید.

ترس مانع بزرگی بر سر راه انگیزه و خلاقیت و تعهد است. در ارتباط‌های پیامی و صوتی و ویدئویی، هرگونه ترس و نگرانی از آینده را در رفتار اعضای تیم شناسایی کنید و به‌دنبال برطرف کردن آنها باشید. درنهایت، فراموش نکنید محدودیت یکی از موتورهای محرکه خلاقیت محسوب می‌شود. از اعضای تیم بخواهید در وضعیت کنونی و محدودیت قرنطینه، روش‌هایی برای خلاقیت و نوآوری بیشتر پیدا کنند و ایده‌های جدید را با شما در میان بگذارند.

## به‌روزرسانی منظم اطلاعات

وقتی کارمندان از اخبار و رخدادهای پویا در شرکت باخبر نباشند، احساس توقف و پیشرفت‌نگردن پیدا می‌کنند. در چنین وضعیتی، ارتباط عمیق و اطلاع‌رسانی درباره تغییرهای استراتژیک و رویکردی، نشان‌دهنده زنده‌بودن کسب‌وکار شما است. حتی وقتی خبر خاصی درباره توسعه کسب‌وکار ندارید، با اعضا در ارتباط باشید و به آنها اطلاع‌رسانی کنید تا از هرگونه احساس تنهایی دور شوند.

شفاف‌سازی در دوران بحران، یکی از ابزارهای الزامی ارتباطی محسوب می‌شود. به‌روزرسانی منظم اطلاعات و رخدادهای نشان می‌دهد باوجود دوربودن از اعضای تیم، به تک‌تک آنها اهمیت می‌دهید. درمجموع، ارتباط مداوم نشان می‌دهد ایمان و یکدلی زیادی با تمامی اعضای تیم احساس می‌کنید.

## تنظیم مداوم سطح استرس و تعهد

برای تمامی اعضای تیم به‌روشنی مشخص کنید سلامت آنها در اولویت قرار دارد. در دوره‌های زمانی مشخص، از هر یک از اعضای تیم بخواهید استرس و تعامل و علاقه‌مندی به کار را برای‌تان شرح دهند. علاوه‌برآن، میانگین هر دو عامل را بین همه اعضای تیم اندازه‌گیری کنید تا به جمع‌بندی کاملی برسید. درصورت تغییر شدید یا خارج‌شدن عوامل از محدوده عادی، تمرکز خود را به رفع مشکلات تیم معطوف کنید.

درنهایت، فراموش نکنید انسان‌ها ذاتا موجوداتی اجتماعی هستند و از سال‌ها پیش این خصوصیت را در خود حفظ کرده‌اند. حتی در وضعیت قرنطینه و فاصله‌گذاری اجتماعی، احساس تعلق داشتن به گروه و جامعه

و نحوه اتمام وظایف را کنار بگذارند. اعضای تیم باید خودشان شرایط کاری و اتمام وظایف را مشخص کنند؛ به‌گونه‌ای که با وضعیت قرنطینه خانگی هماهنگی داشته باشند. درمجموع، برای وضعیت کنونی باید بیشتر روی نتیجه کار کارمندان متمرکز باشید و دیگر ساختارها را موقتا کنار بگذارید.

## ارتباط مداوم و منظم

نتایج تحقیقات متعدد نشان می‌دهد ارتباط‌هایی با طول زمانی کوتاه و دوره مداوم و منظم، تأثیر بیشتری روی ساختن و نگهداری تعامل‌های اخلاقی بین اعضای تیم دارد. برای حفظ ارتباط منظم با افراد، پیام‌های کوتاه و منظم را فراموش نکنید. پیامی کوتاه یا حتی احوال‌پرسی می‌تواند نشانه‌ای از ارتباط مداوم شما با اعضای گروه باشد. ارتباط مداوم باعث می‌شود تا کارمندان از ساختار کاری خارج نشوند. جلسه‌های منظم روزانه در زمان مشخص هم از راهکارهای کاربردی در این زمینه محسوب می‌شود. از همه اعضا بخواهید در جلسه‌ها حضور داشته باشند و حواس خود را روی موضوعات روزانه متمرکز کنند. پیش‌ازآن هم تمامی زیرساخت‌ها و ابزارهای لازم را برای ارتباط مناسب برای همه‌ی اعضا آماده کنید.

## یادگیری مداوم و کوتاه

فرآیند یادگیری اعضای تیم نباید در دوران قرنطینه خانگی متوقف شود. البته به‌دلیل وضعیت بحرانی کنونی، می‌توان بیشتر روی یادگیری خُرد (Microlearning) متمرکز شد. به‌عنوان مثال، می‌توانید موضوع‌های آموزشی را در جلسه‌های ۵ تا ۱۰ دقیقه‌ای به اطلاع اعضای هدف برسانید تا علاوه‌بر حفظ چرخه یادگیری، محتوا به‌صورتی جذاب در اختیار اعضا قرار بگیرد.

آموزش‌های کوتاه می‌تواند مواردی همچون ابزارها و رفتارها و مهارت‌های خاص را هدف قرار دهد. فرآیند یادگیری را بین اعضای گروه تقسیم کنید و انتخاب موضوع‌ها را هم بیشتر برعهده خودشان بگذارید. پیشنهاد می‌شود آموزش‌های عمومی را هم در جلسه‌های عمومی با همه اعضا برگزار کنید.

## پشتیبانی و حمایت متقابل بین اعضا

بررسی نیازهای همه اعضای تیم قطعا از عهده و توان مدیر خارج خواهد بود. در چنین وضعیتی، می‌توانید مسئولیت پیگیری و تقسیم وظایف را بین اعضای گوناگون تقسیم کنید. برای اجرای بهتر، گروه را به زیرمجموعه‌های دوفره تقسیم کنید که هر کدام حمایت و مربیگری دیگری را برعهده گیرند.

تقسیم وظایف مدیریتی و حمایت متقابل لایه‌ای ثانویه از پشتیبانی را بین اعضا ایجاد می‌کند که بیش از همه، مشکل احساس ایزوله‌بودن را مهارت‌های رهبری را نیز به‌مرور بیاموزند که در دوران پس از بحران، بسیار کاربردی خواهد بود.

## درک و تفسیر ارتباط غیرحضور

وقتی با اعضای گروه در محیطی مشترک و رودررو قرار نداشته باشید، درک احساسات آنها دشوار می‌شود. در چنین حالتی، دیگر نمی‌توانید از روی داده‌های غیرکلامی و زبان بدن منظور طرف مقابل را به‌خوبی درک کنید. درواقع، اکنون صدا و تصویر و پیام‌های متنی، تنها راه‌های ارتباطی هستند و باید راهی برای درک و تفسیر بهتر آنها پیدا کنید.

ویروس کرونا و سیاست‌های فاصله‌گذاری اجتماعی هنوز ادامه دارد و مدیران باید به‌دنبال راهکارهای کاربردی برای هماهنگی بیشتر بین اعضای تیم‌های خود باشند.

محیط کار در دوران شیوع ویروس کرونا و اجرای سیاست‌هایی همچون قرنطینه خانگی و فاصله‌گذاری اجتماعی، به‌کلی متحول شده است. تغییر و تحولی که در چند ماه گذشته در ساختارهای کسب‌وکاری شاهد بودیم، شاید در تاریخ بی‌سابقه باشد که بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها را به تغییر روش فعالیت مجبور کرد. به‌رحال در ماه‌های گذشته، سازمان‌های فعال در انواع صنایع در جهان، میلیون‌ها کارمند خود را به خانه فرستاده‌اند تا بیشتر از شیوع ویروس کرونا و بیماری کووید ۱۹ جلوگیری کنند. چنین رویکردی باعث شد تا مدیران بدون هیچ‌گونه آمادگی، با سرعت بسیار زیاد وارد سبک جدیدی از مدیریت شوند و کارمندان و اعضای خود را از راه دور سازماندهی کنند.

در دوران قرنطینه و نبود ارتباط رودررو با همکاران، مدیریت شخصی هم مشکلات بسیاری به‌همراه دارد. درواقع، سازوکارهای مرسوم کسب‌وکار از بین رفته‌اند و دیگر نمی‌توان به‌راحتی کارها را مانند گذشته انجام داد. به‌رحال ساختار کنونی، مدیران را مجبور می‌کند تا با روش‌ها و رویکردهای جدیدی فعالیت خود را ادامه دهند. از آنجاکه بسیاری از مدیران، خصوصا در سازمان‌های سنتی، با چنین سبکی از مدیریت آشنا نیستند، اطلاع از برخی روش‌های کاربردی می‌تواند برای آنها مفید واقع شود.

افزایش فشار در شرایط کنونی، نبود قطعیت درباره آینده کسب‌وکار و احساس کلی تعلق‌نداشتن به مکانی خاص، همگی فعالیت را برای مدیران و اعضای تیم‌ها دشوار می‌کند. درواقع در شرایط قرنطینه، هر یک از جنبه‌های وظیفه مدیریتی چندبرابر می‌شود و به دقت و فعالیت بیشتر نیاز دارد. از تغییرات اساسی و الزامی، می‌توان به تغییر نگرش درباره انجام وظایف اشاره کرد. درواقع در وضعیت کنونی، اتمام یک وظیفه یا پروژه شاید با وضعیت اتمام در وضعیت عادی یکسان نباشد. به‌رحال بازم تأکید می‌کنیم باید ساختار مدیریت خود را با وضعیت کنونی وفق دهید.

همان‌طور که گفته شد، بسیاری از مدیران تجربه مدیریت کارمندان را از راه دور ندارند و بقیه نیز با وجود داشتن تجربه دورکاری، وضعیت بحرانی مانند وضعیت کنونی را تجربه نکرده‌اند. در مطلب حاضر، راهکارهایی عملی را پیشنهاد می‌دهیم که علاوه‌بر مدیریت بهینه کارمندان، قرارگرفتن دائمی آنها در چرخه یادگیری و حفظ سلامت روانی را نیز به‌همراه دارد.

## باز تعریف انتظارها

اکثر تیم‌ها ارتباط اجتماعی در داخل خود دارند و فعالیت و استانداردهای وظایف به‌صورت هماهنگ و هم‌زمان، جزو هویت آنها محسوب می‌شود. آنها در کنار یکدیگر کار می‌کنند و در دفتری ثابت و مشترک قرار دارند. درمجموع، وضعیت کاری همه اعضا با یکدیگر برابر است و زمان‌بندی یکسانی برای انجام کارها دارند. در وضعیت قرنطینه خانگی، مدیران باید تیم خود را به نحوی مسیردهی کنند که برای کارکردن در زمان‌های غیربرابر و شخصی‌سازی وضعیت آماده شوند.

برای تغییر سازوکار فعالیت در دوران قرنطینه، بهترین رویکرد تغییر تعریف از انتظارها است. درواقع، مدیران باید ساختارهای قبلی از زمان



افزایش امنیت سایبری کسب و کار با ۷ راهکار ساده

## چگونه امنیت سایبری کسب و کارهای کوچک را ارتقا دهیم؟

به قلم: دوین شوماخر کارشناس امنیت آنلاین  
ترجمه: علی آل علی

فعالیت در حوزه کسب و کار همیشه همراه با محدودیت‌های مالی است. این امر برای کسب و کارهای کوچک دردهای بسیار زیادی به همراه دارد. نخستین تأثیر محدودیت مالی بر روی کسب و کارهای کوچک ناتوانی در زمینه پیگیری بسیاری از امور مانند برندهای بزرگ است. شاید مهم‌ترین بخش سرمایه‌گذاری برندهای بزرگ در عصر کنونی بخش امنیت سایبری باشد. امروزه اغلب برندها فعالیت قابل توجهی در حوزه آنلاین دارند این امر شامل تلاش برای فروش محصولات در شبکه‌های اجتماعی و فروشگاه‌های آنلاین در کنار انتقال فرآیندهای مالی به این حوزه است. با این حساب روز به روز فرآیندهای بیشتری در حوزه کسب و کار به دنیای آنلاین منتقل پیدا می‌کند. نکته مهم در این میان شیوه تأمین امنیت سایبری کسب و کارمان است. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به دلیل ضعف سیستم امنیت سایبری‌شان با تهدیدهای گسترده مواجه شده‌اند. بنابراین مشاهده سرمایه‌گذاری‌های عظیم برندها در این حوزه تعجب‌برانگیز نخواهد بود. کسب و کارهای کوچک در عرصه کنونی تجارت نیازمند امنیت آنلاین هستند. این امر درست به اندازه برندهای بین‌المللی برای کسب و کارهای کوچک دارای اهمیت است. اشتباه برخی از مدیران درز اطلاعات کسب و کارشان است. به این ترتیب پیش از وقوع حادثه‌ای شخص به ارتقای سطح امنیت سایبری‌شان فکر هم نمی‌کنند. مهم‌ترین چالش کسب و کارهای کوچک در زمینه ارتقای امنیت سایبری کسب و کارشان مربوط به هزینه‌های جاری در این زمینه است. بسیاری از برندها به دلیل مشکلات مالی یا بودجه محدود در عمل از ارتقای امنیت سایبری‌شان صرف‌نظر می‌کنند. هدف اصلی در این مقاله بررسی الگوهای ارتقای امنیت سایبری کسب و کار بدون نیاز به صرف هزینه‌های فراوان است بنابراین در ادامه به بررسی هفت راهکار تأثیرگذار برای کسب و کارهای کوچک در این زمینه خواهیم پرداخت.

### ۱. کسب آموزش‌های باکیفیت و رایگان

ارتقای امنیت سایبری کسب و کار در فضای آنلاین نیازمند کسب مدارک بالا و صرف هزینه‌های چند میلیون دلاری نیست. برخی از سرت‌های قابل توجه یا درز اطلاعات مهم با انجام چند کار ساده غیرممکن خواهد شد. مشکل اصلی در این میان عدم آگاهی اغلب صاحبان کسب و کار از ماهیت اقدامات لازم برای پیشگیری از وقوع اتفاقات خاص است. خوشبختانه امروزه برخی از آموزش‌های کاربردی در فضای آنلاین در قالب وبینار بر گزار می‌شود. نکته جالب اینکه اغلب وبینارهای موردنظر نیازمند پرداخت هیچ‌گونه هزینه‌ای نیست. اگر اندکی در سطح اینترنت و در سایت‌های تخصصی امنیت سایبری جست‌وجو کنید، امکان دستیابی به اطلاعات کاربردی وجود خواهد داشت. نکته مهم در این میان توجه به اهداف اصلی برندگان در زمینه ارتقای امنیت سایبری است. اگر ما نسبت به دریافت آموزش‌های دلخواه به طور هدفمند اقدام نکنیم، به زودی با مشکلات زیادی مواجه خواهیم شد. مشکل اصلی دریافت حجم وسیعی از اطلاعات بدون افزایش مهارت‌مان در حوزه‌ای خاص است بنابراین پیش از اقدام برای یادگیری نکات تازه یا شرکت در کلاس‌های آنلاین به زمینه تخصصی و نیازهای کسب و کارتان توجه کنید. برخی از موسسات حرفه‌ای در زمینه امنیت سایبری بخش قابل توجهی از اطلاعات پایه‌ای را به صورت رایگان در اختیار کاربران قرار می‌دهند. مهم‌ترین موسسه‌های فعال در این زمینه به شرح ذیل هستند:

- موسسه امنیت سایبری اسپرینگ بورد • موسسه آموزش و تمرینات رایگان سایبری • موسسه خدمات امنیت سایبری SANA
- کتاب‌های الکترونیکی امنیت سایبری موسسه اوربلی که به صورت رایگان منتشر می‌شود

بسیاری از کارآفرینان نسبت به یادگیری نکات تازه احساس ترس دارند. این امر موجب ناتوانی اغلب برندها در زمینه توسعه پایدار می‌شود. اگر ما نسبت به یادگیری نکات تازه با خوش‌بینی عمل نکنیم، امکان تأمین امنیت سایبری کسب و کارمان با کمترین هزینه را نخواهیم داشت.

### ۲. ارزیابی وضعیت امنیت سایبری کنونی

استفاده از برخی پرسش‌های کلیدی برای ارزیابی وضعیت امنیت فعلی کسب و کارمان در حوزه سایبری دارای اهمیت بسیار زیادی است. ایراد اصلی بسیاری از مدیران ناآگاهی از وضعیت جاری کسب و کارشان است. به این ترتیب فرصت برنامه‌ریزی مناسب از آنها سلب می‌شود. اگر ما آگاهی دقیقی از وضعیت امنیت سایبری کسب و کارمان نداشته باشیم، احتمال درز اطلاعات یا هک شدن بخش‌های مختلف مرتبط با شرکت افزایش پیدا می‌کند. نخستین گام در راستای اقدام عملی برای ارتقای امنیت سایبری برد تلاش برای آگاهی از وضعیت جاری است. به این ترتیب ما فرصت کافی برای برنامه‌ریزی با افق دید وسیع را خواهیم داشت.

### ۳. خرید نرم‌افزار امنیتی حرفه‌ای

گاهی اوقات حجم اطلاعات در دسترس برند ما بسیار زیاد است. همچنین اگر اهمیت اطلاعات موردنظر بیش از حد معمول باشد، باید نسبت به استفاده از نرم‌افزارهای امنیتی حرفه‌ای اقدام کرد. شاید در نگاه نخست استفاده از چنین نرم‌افزارهایی همراه با هزینه‌های بسیار زیادی باشد، با این حال خرید اشتراک نرم‌افزارهای امنیتی مشهور و حرفه‌ای نیازمند بودجه فراوانی نیست. این استراتژی هزینه‌های به مراتب کمتری در مقایسه با استخدام کارشناس‌های امنیت سایبری برای برندها به همراه دارد. وقتی ما از خدمات نرم‌افزارهای حرفه‌ای استفاده می‌کنیم، احتمال بروز مشکلات امنیتی به شدت کاهش خواهد یافت. همچنین صرفه‌جویی قابل توجهی در زمان پدید خواهد آمد. مزیت اصلی نرم‌افزارهای امنیتی کاهش نیاز به مدیریت مستقیم کاربران بر روی وضعیت امنیت سایبری است.

### ۴. ارزیابی وضعیت سیستم پرداخت آنلاین برند

امروزه اغلب برندها از سیستم‌های پرداخت آنلاین برای ثبت سفارش یا انتقال وجه استفاده می‌کنند. اگر سیستم پرداخت آنلاین برند ما دارای نقص فنی باشد، احتمال سرقت اطلاعات از سوی هکرها افزایش خواهد یافت. مهم‌ترین گام در این بخش همکاری با بانک‌های معتبر به منظور راه‌اندازی درگاه پرداخت اختصاصی برندگان است. سپس باید امنیت این درگاه به طور منظم ارزیابی شود. در غیر این صورت دسترسی به حفره‌های امنیتی در گاه موردنظر بسیار ساده خواهد بود.

### ۵. اطمینان از امنیت سایت رسمی برند

اگر شما از خدمات رایگان در زمینه مدیریت سایت استفاده می‌کنید، به احتمال زیاد هیچ‌گونه سپر امنیتی در برابر هکرها نخواهید داشت. نخستین گام در این شرایط تلاش برای استفاده از خدمات معتبر در زمینه مدیریت سایت است. همچنین باید نسبت به استفاده از دامین معتبر و امن برای فعالیت سایت‌مان اطمینان حاصل کنیم. امروزه برخی از آژانس‌های امنیت سایبری خدمات رایگانی در زمینه ارزیابی امنیت سایت ارائه می‌کنند بنابراین بهترین گزینه تلاش برای استفاده از خدمات چنین برندهایی خواهد بود. اگر امنیت سایت شما در ارزیابی ۲ یا ۳ مورد از آژانس‌های مذکور بسیار پایین بود، باید نسبت به تغییر ساز و کارهای امنیتی‌تان اقدام کنید.

### ۶. همکاری با آژانس‌های امنیت سایبری

برخی خدمات حرفه‌ای در زمینه امنیت سایبری نیازمند تخصص بالاست بنابراین مدیران و کارآفرینان ساده امکان راه‌اندازی این امور را نخواهند داشت. نکته مهم در این میان انتخاب آژانس‌های امنیت سایبری مناسب است. ما به این ترتیب از اتلاف بودجه‌مان جلوگیری خواهیم کرد. اشتباه برخی از برندها تلاش برای همکاری با آژانس‌های امنیتی سایبری کمتر شناخته شده با هدف کاهش هزینه‌های جاری است. نتیجه اغلب چنین همکاری‌هایی دریافت خدمات بی‌کیفیت و افزایش ریسک‌های موجود در زمینه سرقت اطلاعات است. توصیه من در این بخش تلاش برای استفاده از خدمات آژانس‌های معتبر است. شاید این امر هزینه بیشتری برای برند ما به ارمغان بیاورد، اما سطح نهای امنیت کسب و کارمان بسیار بیشتر خواهد بود.

### ۷. سرمایه‌گذاری بر روی سرورهای محلی

یکی از نکات مهم در زمینه کاهش حفره‌های امنیتی برندگان در فضای آنلاین استفاده از سرورهای محلی یا خانگی است. برخی از برندها اقدام به استفاده از خدمات سرورهای رایگان می‌کنند. این امر اگرچه توجیه اقتصادی مناسبی دارد، اما از نظر امنیتی ریسک بزرگی محسوب می‌شود. وقتی ما از سرورهای رایگان برای مدیریت خدمات حیاتی برندگان استفاده می‌کنیم، نیازمند یک تیم امنیتی قدرتمند برای مدیریت امور خواهیم بود. در غیر این صورت هکرها به راحتی امکان سرقت اطلاعات ما یا دست‌کم ایجاد اختلال در فعالیت برندگان را خواهند داشت. خوشبختانه امروزه خدمات قابل توجهی در زمینه راه‌اندازی سرورهای خانگی ارائه می‌شود. اگر شما نیز به فکر امنیت اطلاعات برنداتان در فضای آنلاین هستید، باید نسبت به راه‌اندازی سرورهای موردنظر اقدام کنید.

منبع: smallbusinessbonfire.com

# فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۲۳ فروردین ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۱۹ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۰۲۱-۷۳۳۸۱۰۶

روابط عمومی: ۰۲۱-۷۳۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۰۲۱-۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۰۲۱-۷۳۳۱۱۲ امور مشترکین: ۰۲۱-۷۳۳۱۴۳

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



به قلم: دن سیلوستره نویسنده و سخنران حوزه مدیریت  
مترجم: امیر آل علی

مدیران بزرگ افرادی کاریزماتیک هستند، با این حال برخلاف باور عموم این مسئله ذاتی نبوده و مهارتی کاملاً اکتسابی محسوب می‌شود. درواقع تنها کافی است تا در این رابطه تمرین داشته باشید. با این حال تا زمانی که نسبت به اقداماتی که باید انجام شود، آگاهی نداشته باشید بدون شک تلاش‌های شما با بالاترین حد نتایج همراه نخواهد بود. به همین خاطر بسیار مهم است که در این رابطه در ابتدا به آگاهی لازم دست پیدا کنید. فراموش نکنید که این مسئله حتی برای افرادی که در زمینه کارآفرینی و مدیریت فعالیتی را ندارند نیز دارای اهمیت خواهد بود و به محیوبیت بیشتر در محیط کار و خانواده و در نهایت پیشرفت بیشتر منجر خواهد شد. در همین راستا به بررسی هشت تمرین ضروری خواهیم پرداخت.

**۱- دلایل محبوبیت خود و دیگران را یادداشت کنید**  
در ابتدا شما باید بر روی خود تمرکز کرده و نکات مثبت و دلایل جذاب بودن خود را یادداشت کنید. در این رابطه می‌توانید از ویژگی‌های افرادی که از نظر شما دارای کاریزما هستند نیز استفاده کنید. پس از طی کردن این مرحله شما لیستی از مواردی را خواهید داشت که باید آنها را تمرین کرده و به حدی بزرگ کنید که قدرت پوشش ضعف‌های شما را پیدا کنند. برای این موضوع شما باید حداقل ۵۰ مورد را یادداشت کنید. در این رابطه حتی می‌توانید از اطرافیان خود برای کشف بهتر موارد، استفاده کنید. بدون شک پس از پایان یافتن آن، متوجه بسیاری از موارد خواهید شد که تاکنون از نظر شما پنهان مانده و این امر شگفتی شما را به همراه خواهد داشت.

### ۲- بیش از حد فکر نکنید

بدون شک فردی که اعتماد به نفس ندارد را نمی‌توان کاریزماتیک محسوب کرد. به همین خاطر بسیار مهم است که این موضوع را در خود تقویت کنید. از جمله نشانه‌های اعتماد به نفس و باور به خود این است که فرد بتواند تصمیم‌گیری سریعی را داشته باشد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که هرچه تعلل بالاتری را داشته باشید، قوه ترس در ما قدرتمندتر خواهد شد. به همین خاطر تمامی کارآفرینان بزرگ توصیه می‌کنند که منتظر اطمینان ۱۰۰درصدی نبوده و برای مسائل مهم به ۷۰درصد نیز اکتفا کنید. بدون شک میزان این امر در رابطه با مسائل کم اهمیت به مراتب کمتر خواهد بود. در نهایت فراموش نکنید که حتی محتاط‌ترین افراد نیز شکست-

هایی را تجربه خواهند کرد. به همین خاطر به جای تلاش برای فاصله گرفتن از ریسک که باعث می‌شود تا فرصت‌های موجود را از دست بدهید، لازم است تا بر روی دلایل شکست‌ها تمرکز کرده و به تجربیات خود بیفزایید.

### ۳- مراقبه داشته باشید

برای این امر که به فردی کاریزماتیک تبدیل شوید، داشتن آرامش درونی امری الزامی خواهد بود. درواقع شما باید قدرت کنترل احساسات را داشته باشید که تنها افرادی قادر به انجام آن هستند که به آرامش درونی دست پیدا کرده باشند. این امر در حالی است که بسیاری از افراد آرامش خود را به شرایط و افراد مختلف گره زده و این امر باعث می‌شود تا قادر به رد اختیار داشتن همیشگی آن نباشند. برای این موضوع هیچ چیز به اندازه مراقبه نمی‌تواند کارساز باشد. به همین خاطر توصیه می‌شود که از همین امروز مدیتیشن، یوگا و انجام اعمال مذهبی را در دستور کار خود قرار دهید. همچنین مراجعه به یک روانپزشک و استفاده از توصیه‌های آن نیز می‌تواند کاملاً کاربردی باشد. برای مثال ممکن است علت استرس بیش از حد شما، ریشه در اتفاقاتی در گذشته داشته باشد که بدون شک یک روانپزشک، قدرت رهایی دادن شما را از این شرایط خواهد داشت.

### ۴- به وضعیت تناسب اندام خود توجه داشته باشید

تناسب اندام نه تنها برای افزایش اعتماد به نفس امری ضروری محسوب می‌شود، بلکه جذابیت شما را برای دیگران نیز بسیار بالا خواهد برد، با این حال شما باید در کنار این موضوع، به موارد دیگری نظیر زبان بدن و اصول شیک‌پوشی نیز توجه داشته باشید. فراموش نکنید که نخستین چیزی که افراد در رابطه با شما با آن مواجه خواهند شد، مسائل ظاهری است. به همین خاطر باید به آن توجه ویژه‌ای را داشته باشید. با این حال فراموش نکنید که رسیدن به تناسب اندام نیازمند زمانی کافی و تمرین مستمر خواهد بود. به همین خاطر نباید بیش از حد به خود فشار آورید. این امر می‌تواند تهدید جدی‌ای برای سلامت شما باشد. همچنین این نکته را فراموش نکنید که افراد کاریزماتیک، پرن انرژی هستند. به همین خاطر از مناسب بودن تغذیه در کنار کافی بودن تعداد ساعت خواب، اطمینان حاصل کنید. این موضوع بر روی عملکرد مغز شما نیز تأثیر بسزایی را خواهد داشت.

### ۵- داستان‌سرایی داشته باشید

نحوه بیان مطالب مهارت بسیار مهمی محسوب می‌شود. درواقع شما باید شیوه خاصی را برای سخنرانی‌های خود داشته باشید که برای همگان تأثیر لازم را داشته باشد. در این رابطه داستان‌سرایی یکی از بهترین روش‌ها محسوب شده و افراد به آن



## چگونه به فردی کاریزماتیک تبدیل شویم

تمایل بسیار بالایی را دارند. نکته-ای که نباید فراموش کنید این است که داستان شما می‌تواند تجربیات دیگران و یا خودتان نیز باشد. در نهایت یادگیری اصول فن بیان و تمرین برای جذاب‌تر کردن تن صدا از دیگر موارد مهم محسوب می‌شود. خوشبختانه برای این موضوع در حال حاضر دوره‌های آموزشی متنوعی وجود دارد و حتی از طریق آموزش اینترنتی نیز می‌توانید به سطح خوبی دست پیدا کنید.

### ۶- از تجربیات دیگران استفاده کنید

برخی از نکات کاملاً جدید بوده و حال تجربه افراد محسوب می‌شوند که احتمالاً در هیچ مقاله و سخنرانی‌ای نمی‌توانید آنها را پیدا کنید. در این شرایط سوال کردن می‌تواند بهترین سیاست باشد. درواقع تنها کافی است تا از افرادی که به نظر شما کاریزما دارند، راز موفقیت آنها را سوال کنید. این افراد اگر چه ممکن است تمامی راز موفقیت خود را بازگو نکنند، با این حال جمع موارد کوچک که حاصل پرسش از چندین نفر است، بدون شک به مجموعه راهکارهای بسیار خوبی منجر خواهد شد. همچنین این امر که در تلاش برای رفتاری متضاد با کسانی که در نظر شما منفور هستند داشته باشید، یکی دیگر از راهکارهای بسیار خوب محسوب می‌شود.

### ۷- زمانی را برای آماده شدن خود اختصاص دهید

درست به مانند ورزشکاران که چند دقیقه قبل از شروع مسابقه اقدام به گرم کردن خود می‌کنند، شما نیز لازم است تا قبل از اقداماتی نظیر یک سخنرانی، خود را آماده کنید. در این رابطه روش-های افراد متفاوت بوده و نمی‌توان یک راهکار کلی را ارائه کرد. برای مثال برخی از افراد چند دقیقه‌ای را صرف آرام کردن ذهن خود و شل کردن عضلات صورت می‌کنند و برخی دیگر صرفاً متن سخنرانی را مرور می‌کنند. با این حال نکته مهم این است که آماده‌سازی امری کاملاً ضروری است. این امر باعث خواهد شد تا همواره عملکرد بسیار خوبی را داشته باشید.

### ۸- به کیفیت اطرافیان خود توجه داشته باشید

اطرافیان تأثیر بسزایی را در روحیه ما دارند. به همین خاطر بسیار مهم است که افرادی را در کنار خود داشته باشید که به شما روحیه داده و حضور آنها تأثیرات مثبتی را به همراه دارد. با نگاهی به دوستان موفق‌ترین افراد جهان، به اهمیت این موضوع پی خواهید برد. در نهایت توجه داشته باشید که لیخند ردن و صداقت از دیگر مواردی است که باعث خواهد شد تا از نظر دیگران جذابیت‌های بالاتری را داشته باشید.

منبع: dansilvestre.com