

گفت وگوبا
محسن حسینی
**کشاورزان فعلی
آخرین نسل
کشاورزی ایران
هستند؟**



هفته‌نامه
اقتصاد نوآوری
سال اول
شماره سیزدهم
بیست و چهارم
مرداد
۱۴۰۰
صفحه ۳۲
۳۰ هزار تومان

کارنگ



**دومینو: مرا
تحقیر کن
اما فراموش
نکن!**

نگاهی به تلاش
جنسیت زده یک
برند خوش نام
صنایع غذایی
برای دیده شدن
بیشتر که حالا
سوژه عام و
خاص شده
است

**نوآوری رابین هود، چگونه بازی بورس را تغییر داد؟ ولادیمیر
تنف و بایجو بهات چطور وارد باشگاه بزرگان بازار سرمایه
شدند و معادلات آن را برهم زدند؟**

گرگ‌های وال استریت

**مجوز
داروخانه‌های
همکار
پلتفرم‌ها
لغو می‌شود؟!!**

یک بحث داغ
میان علی فاطمی
نایب رئیس
انجمن داروسازان
ومسعود
تاج فردرئیس
هیئت مدیره
اسنپ دکتر

**رشد
بیگتک‌ها
کماکان ادامه
دارد...**

**تحلیل
ANALYSIS**

**اقتصاد دیجیتال
اولویت چهارم
پست، اولویت
آخر زارع پور**

۲

**گزارش
REPORT**

**بازیافت
۷۰۰ هزار
شغل جدید
ایجاد می‌کند**

۲۱

**تحلیل
ANALYSIS**

**تحلیل لیست
وزرای پیشنهادی
از منظر نیازهای
اقتصاد نوآوری**

۳۲

**نمی‌شود
منفک از
جهان اکوسیستم
نوآوری داشت**



نگاهی کسب و کاری به برنامه پیشنهادی وزیر پیشنهادی ارتباطات و غفلت ها و امیدواری های روشن و پنهان در آن

اقتصاد دیجیتال؛ اولویت چهارم، پست اولویت آخر زارع پور

عیسی زارع پور راه سختی برای گرفتن رأی اعتماد از مجلس پیش روندارد. واقعیت این است که رقبا و گزینه های احتمالی برای جانشینی اش هم چندان متنوع نیستند که نمایندگان مجلس بخواهند از سر سخت گیری یا یارگیری، او را از رسیدن به صندلی یکی از مهم ترین وزارتخانه های اقتصاد نوآوری کشور باز دارند. زارع پور به احتمال زیاد با رأی بالا به تقاطع شریعتی - سیدخندان خواهد رفت تا چهار سال وزیر یکی از پیچیده ترین بخش های اقتصاد ایران باشد. بخشی که بیش از هر حوزه دیگری از اقتصاد، زیر سایه سیاست گذاری فرهنگی، تدوین اسناد مختلف بالادستی و مهم تر از آن فعالیت شوراهای و نهادهای متنوع قرار دارد.

زارع پور که از قوه قضائیه و مرکز آمار و اطلاعات آن می آید، حالا با یک برنامه ۲۰ صفحه ای که در هشت محور «حکمرانی دیجیتال و تعاملات بین المللی»، «دولت هوشمند و تحول دیجیتال»، «شبکه ملی اطلاعات»، «اقتصاد دیجیتال»، «تنظیم مقررات حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات»، «حفظ حریم خصوصی و امنیت فضای تبادل اطلاعات»، «حوزه قضایی» و «حوزه پست» خلاصه شده، از چشم انداز خود برای وزارتخانه ارتباطات گفته است. برنامه ای که بخش زیادی از آن متمرکز بر همان دغدغه های فرهنگی و سیاست گذاری فضای مجازی است و البته بخش هایی هم بر اقتصاد آنلاین و کسب و کارهای مرتبط با آن. دو محور اقتصاد دیجیتال و پست که برای اکوسیستم نوآوری کشور بستر و ابزار رشد و بالندگی هستند، یکی در میانه برنامه و دیگری به عنوان آخرین محور مورد توجه قرار گرفته اند. اما وقتی به بخش اقتصاد دیجیتال برنامه های



رضا جمیلی
سردبیر



@rezajamili

صداوسیما ناظر خوبی برای VOD هانیست

نشست خبری اعضای صنف VOD با اصحاب رسانه برگزار شد

سپینما در برخی از کشورها به دلیل وجود سرویس های نمایش آنلاین مربوط به چند سال پیش از ظهور کروناست. حتی به تازگی داشتن این سرویس به شاخص پیشرفت جوامع اضافه شده است. خوشبختانه ما جزو کشورهای هستیم که از این سرویس بهره مندیم و محتوای آن را هم خودمان تولید می کنیم. بنابراین این اتفاق ناگزیر خواهد بود.

وی در ادامه افزود: «متأسفانه سابقه نشان داده است که در سه، چهار دهه گذشته رابطه خوبی بین بخش های نظارتی و سیاست گذاری و پدیده های جدید وجود نداشته است. همیشه در ابتدا ممنوعیت هایی بوده و مخالفت هایی شکل گرفته است. در این حوزه هم کمابیش همین چالش وجود دارد.»

موازی کاری نشود

دبیر انجمن صنفی در رابطه با ممیزی هایی که این حوزه را هدف قرار می دهند، گفت: «در بسیاری از کشورهای دنیا ساختارهایی برای نظارت و ارزیابی تکنولوژی های جدید شکل گرفته است، ولی تجربه جهانی خیلی از مواقع به کار ما نیامده، چون همیشه پیش فرض ما این بوده که با بقیه دنیا فرق داریم و در نتیجه این ساختارها را کنار گذاشته ایم. ما علاوه بر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چند سازمان موازی هم داریم که ممکن است مجوز سازمان فرهنگ را نیز معتبر ندانند و قبل از اینکه ابعاد یک پدیده روشن شود، تصمیم گیری می کنند. ما جزو محدود کشورهای هستیم که تلویزیونمان کاملاً دولتی است. حتی کشورهایی که بخشی از شبکه ها را دولتی نگه داشته اند، سعی دارند در ساختارهایشان تجدیدنظر کنند و به دنبال تلفیق بخش خصوصی و دولتی هستند.»

عسگر پور با تأکید بر اینکه این ساختار مدت هاست به روز نشده است، افزود: «افراد نهادهای مختلف بر اساس وظیفه سازمانی که دارند در صحنه حضور پیدا می کنند و بر پایه مدیریتی که سابقاً اعمال می کردند، بر عملکرد پلتفرمها نظارت می کنند، ولی عملاً دست و پای پلتفرمها را که می خواهند خودشان را نسبت به دنیا به روز نگه دارند، می بندند. در کشور ما علاوه بر مسائل فرهنگی و اقتصادی، مسائل سیاسی، امنیتی و انواع و اقسام موضوعات هم در

نشست خبری صنف VOD با اصحاب رسانه برگزار شد. در ابتدای این نشست محمدعلی یوسفی، رئیس انجمن صنفی VOD، گفت: «هدف انجمن صنفی VOD این است که به پیشبرد رابطه اعضای انجمن با ذی نفعان بیرونی، مراجع ذی صلاح و ارائه دهندگان پروانه و ساختارهای بیرونی یاری برساند و به گسترش کسب و کار مبتنی بر این نوآوری کمک کند.» وی هم چنین افزود: «درصدد هستیم تعرفه ها را به نحوی مدیریت کنیم که مصرف کنندگان با کمترین هزینه و بهترین کیفیت بتوانند از این خدمات استفاده کنند و برای پلتفرمها و سرویس دهندگان هم بسته به تعداد محتوای تأثیرگذاری که در طول هفته و ماه پخش می کنند و اینکه تبلیغات داشته باشند یا نه، با مدلی انعطاف پذیر مصوباتی لحاظ شده است.»

وی درباره اعضای منتخب هیئت مدیره گفت تلاش شده ساختار انجمن به صورتی چیده شود که اعضای تأثیرگذار و دارای سهم بازار جزو هیئت مدیره نباشند.

VOD همان دی وی دی نیست

در ادامه محمد مهدی عسگر پور در تکمیل توضیحات رئیس انجمن و در پاسخ به سؤال خبرنگاران گفت: «در حال حاضر ۳۱ شرکت و مؤسسه دارای مجوز به عضویت صنف درآمده اند. ثبت این صنف نسبتاً قدیمی است با وجود اینکه فعالیت رسمی و جدی خود را به تازگی شروع کرده است و این اولین نشست خبری ماست.»

عسگر پور افزود: «ما با یک تکنولوژی جدید مواجهیم. درست است که سابقه حضور این تکنولوژی در کشور ما حدود ده سال است، ولی چند سالی بیشتر نیست که به شکل یک گفتمان مطرح شده است. بعضی معتقد هستند VOD ادامه همان خرید دی وی دی از سوپرمارکت هاست و برخی دیگر معتقدند پدیده جدیدی است و باید در مورد آن به شکل مستقلاً بحث شود. هنوز ابعاد مختلف این حوزه حتی برای خود پلتفرمها مشخص نشده است. با این وجود دنیا به سمت استفاده از این نوآوری پیش خواهد رفت.»

شاخص پیشرفت جوامع

عسگر پور در ادامه به وضعیت سرویس های آنلاین در سایر کشورها پرداخت و گفت: «ما اجرای ورشکستگی سالن های



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

با کارنگ بیشتر آشنا شوید

کشاورزی و اقتصاد سبز

یکی از صفحات ثابت کارنگ، به کسب و کارهای نوآور حوزه کشاورزی، محیط زیست و اقتصاد سبز اختصاص دارد. کسب و کارهایی که با استارت آپها و آدم های نوآوران در سال های اخیر باعث شده اند تا توجه مردم به این بخش ها بیشتر جلب شود. ما هر هفته در کارنگ با نوآوران حوزه کشاورزی گفت و گوهای مفصل انجام می دهیم، برخی ایده ها و کسب و کارهای محیط زیستی را معرفی می کنیم و از همه مهم تر اقتصاد سبز (Green Economy)

و اقتصاد باز یافتی (Circular Economy) را که یکی از ترندهای کسب و کاری در دنیا است، مورد واکاوی قرار می دهیم. کارنگ اعتقاد دارد تنوع بخشی به اکوسیستم نوآوری یکی از رسالت هایی است که باید به شکل مستمر و هفتگی دنبال کند. از همین رو تعریف صفحاتی از این دست و شناسایی کارآفرینان و فعالان و صاحبان ایده این حوزه های یکی از مأموریت هایی است که برای خود تعریف کرده ایم.



طرح حفاظت از تالاب های

ایران برگزار می کند:

معیشت های پست تالاب

طرح حفاظت از تالاب های ایران، سومین جشنواره ایده ها و محصولات نوآورانه را با تأکید بر جلب مشارکت مردم در حفاظت و احیای تالاب های کشور با اولویت دریاچه ارومیه و تالاب های اقماری آن برگزار می کند. موضوع محوری این جشنواره معیشت های پشتیبان تالاب است. تمرکز بر این موضوع در راستای حفظ منابع طبیعی میان جوامع محلی و تالاب با نگاه توسعه پایدار است تا بتوان با پیشبرد این نگاه، فشار را از محیط طبیعی تالاب کم کرد. محورهای جشنواره شامل ابزارهای نوین در آموزش،



کارزار

پلتفرم مستقل جمع‌آوری امضا



یک میلیون امضای مخالف

تعداد امضاهای ثبت شده پای کارزار اینترنتی مخالفت با طرح صیانت که با شروع سروصدای این طرح آغاز شده بود، به بیش از یک میلیون نفر رسید.



ایران هاست خارج از

دسترس

دیتاسنتر «ایران هاست» که از یک هفته قبل مورد حمله قرار گرفته، هنوز قادر به ارائه سرویس نیست. این شرکت در بیانیه‌اش گفته در اسرع وقت مشکل را حل می‌کند.

قدم دوم ریورس پیچ

ارائه چالش‌های فنی
مختص صنعت
فولاد اسفرا این

ریورس پیچ فولاد اسفرا این

پارک علم و فناوری دانشگاه تهران رویداد ریورس پیچ فولاد اسفرا این را برگزار می‌کند و علاقه‌مندان تا ۱۵ شهریور، فرصت ارسال پروپوزال خود را برای حضور دارند.



حمیدرضا باکروان
معاون اجرایی
دیجی کالا جت



علیرضا کامرانیان
مدیر کل توسعه
گروه دیجی کالا



امیر یاشا
معاون بازاریابی
گروه دیجی کالا



امیر یاشا
معاون بازاریابی
گروه دیجی کالا



امیر یاشا
معاون بازاریابی
گروه دیجی کالا

پشت‌صحنه دیجی کالا جت

یکشنبه ۲۴ مرداد ۱۴۰۰ ساعت ۲۰ در اتاق راه پرداخت در پلتفرم کلاب‌هاوس با مدیران دیجی کالا در خصوص محصول جدید این شرکت، دیجی کالا جت، گفت‌وگو خواهد شد.



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



حتی از طرف مردم این فشار وارد می‌شود. آن‌ها هم در مقابل حلقه‌های نظارتی شان را قوی تر می‌کنند. در مملکت ما هر کسی در مورد هر موضوعی که تخصص ندارد نظر می‌دهد. در زمینه VOD هم مؤسسان ذی نفع هستند و هم مردمی که می‌خواهند از آثار استفاده نکنند. اگر قرار است سرانجام این ممیزی‌ها سرنوشتی مثل تلویزیون را در نمایش آنلاین رقم بزنند، انگیزه‌ای برای مردم باقی نمی‌ماند که پولی برای دیدن این آثار بپردازند.

او در پایان گفت: «ما برای تعدیل همین دیدگاه‌ها آمده‌ایم. در حال حاضر یکی از کارهای ما ایجاد مفاهمه با نهادهای است که می‌خواهد جلوتر از بقیه ممیزی این حوزه را به دست بگیرد. حرف ما این است که اول ببینید چه چیزی را می‌خواهید ممیزی نکنید. راجع به سریال‌های تلویزیونی صحبت نمی‌کنیم که مردم لاجرم باید آن‌ها ببینند، بلکه در مورد فیلم و برنامه‌هایی صحبت می‌کنیم که مردم در مقابل آن پول می‌پردازند و اگر تمایل داشته باشند آن را می‌بینند. بخش قابل توجهی از انرژی ما باید معطوف به ایجاد این مفاهمه باشد.» محمد مهدی عسگری در باره مقایسه گردش مالی سینمای ایران و گردش مالی شرکت‌های نمایش آنلاین این نکته اشاره کرد که خانه سینما با داشتن ۵ هزار عضو فعال بدون شک از یک سرمایه برخوردار است. وی افزود پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۴۰۰ در حوزه تولید چیزی نزدیک به ده برابر سرمایه‌گذاری در حوزه سینما در نمایش آنلاین اتفاق بیفتد. با توجه به افزایش تعداد مخاطبین بی‌شک این عدد در سال‌های آتی بیشتر هم خواهد بود.

از برنامه‌هایی که در صنف مطرح شده، این است که پلتفرم‌ها به سمتی بروند که بتوانند اطلاعات دقیق کاربران خود را به نمایش بگذارند. در ادامه خبرنگاران به لزوم شفافیت در هزینه‌های مالی ساخت هر سریال اشاره کردند و این سؤال پرسیده شد که شفافیت در مورد شایعاتی مثل کمک وزارت ارتباطات به بعضی از پلتفرم‌ها کی اتفاق می‌افتد؟

محمد مهدی عسگری پاسخ داد که این شفافیت در نتیجه مجموعه‌ای از رفتارها حاصل می‌شود. او افزود: «مثلاً شما اعلام می‌کنید به دبیر جشنواره جهانی فجر فلان قدر حقوق داده‌ایم. ولی وقتی سازمان‌های دیگری که از بیت‌المال استفاده می‌کنند در این زمینه شفافیت لازم را ندارند، شفاف‌سازی و ارائه یک سری از اعداد سوءتفاهم برانگیز خواهد بود. همچنین بدون ارائه توضیحاتی در رابطه با هزینه‌هایی که انجام شده است و ارزش افزوده‌ای که ایجاد شده، ارائه یک سری اعداد، فهرستی سؤال برانگیز پیش روی مخاطب می‌گذارد.»

وی در پاسخ به این سؤال که نقش نظام صنفی در مقابل سنگ‌اندازی‌هایی که از سوی نهادهای نظارت‌کننده اتفاق می‌افتد، چیست، گفت: «در مورد بحث ممیزی، اتفاقاً صنف الان فعال تر شده است و سعی دارد با دوستانی که در طول این سال‌ها ممیزی را اعمال کرده‌اند، مقابله کند. متأسفانه در کشور ممیزی در حوزه فرهنگ انتها ندارد. در ابتدا این نهادها می‌گویند ما برای توسعه شما آمده‌ایم. در مرحله بعد از طرف یک سری از نهادهای دولتی مثل مجلس یا نهادهای امنیتی به ممیزی فشار وارد آورده می‌شود یا

تصمیمات نظارت‌کننده‌ها دخیل هستند و این‌ها همگی به پیچیدگی موضوع دامن زده است. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بندهایی از قوانین خود استناد می‌کنند که قابل توجه است و جزو قوانین موضوعه کشور است و بخشی در مجلس و شورای انقلاب فرهنگی تصویب شده است. صداوسیما هم می‌تواند به دستورات شورای نگهبان و اظهار نظر رهبری در مورد «صوت و تصویر فراگیر» استناد کنند و به این حوزه وارد شوند. اما در هر صورت فعالان حوزه VOD و اعضای صنف باید کاملاً در تصمیماتی که برای این حوزه گرفته می‌شود، حضور داشته باشند.»

یک موضوع و چند نهاد

وی درباره مسئولیت نظارت بر پلتفرم‌های نمایش آنلاین گفت: «وقتی دونهاد در مورد یک موضوع مدعی هستند و هر دو می‌خواهند یک نقش داشته باشند، قطعاً با مشکل روبرو خواهیم شد. در حال حاضر فیلم‌های سینمایی که می‌خواهند به صورت آنلاین نمایش داده شوند، باید همان مسیری را طی کنند که همیشه می‌رفتند. یعنی باید از طریق وزارت ارشاد پروانه نمایش بگیرند. ولی ساترا روی سریال‌ها نظارت می‌کند. از طرفی وزارت ارشاد با وجود معترض بودن به این موضوع، به دلیل «زیاد بودن تعداد سریال‌ها» از صدور مجوز به آن‌ها سر باز زده است.

وی در پاسخ به سؤال خبرنگاران در این رابطه که آیا راهی برای دسترسی شفاف به تعداد کاربران پلتفرم‌های بخش آنلاین و میزان فروششان تدارک دیده شده است یا خیر، گفت: «یکی

بخش ایده‌های مستقل و استارت‌آپ از تاریخ ۲۲ الی ۲۵ شهریور ماه برگزار خواهد شد و در پایان از ایده‌های برتر حمایت می‌شود.

علاقه‌مندان تا یکم شهریور ماه فرصت دارند در جشنواره به آدرس <http://www.ficwi.ir> ثبت‌نام کنند.

طرح حفاظت از تالاب‌های ایران با همکاری سازمان حفاظت از محیط زیست، برنامه توسعه ملل متحد از سال ۱۳۸۴ فعالیت خود را آغاز کرد و در چند سال اخیر نیز مورد حمایت مالی دولت ژاپن برای احیای دریاچه ارومیه قرار گرفته است.

سومین جشنواره ایده‌ها و محصولات نوآورانه
بانگ‌گرد بر جنب مشارکت مردم بر حفاظت و احیای تالاب‌های کشور با اولویت دریاچه ارومیه و تالاب‌های هم‌مرزبان

موضوع تخصصی جشنواره
پشتیبان تالاب

مهلت ثبت نام:
۱ شهریور ۱۴۰۰

اطلاع‌رسانی و فرهنگسازی در حوزه معیشت پشتیبان تالاب، راهبردها، راهکارها و شیوه‌های نوآورانه در شناسایی معیشت‌های پشتیبان تالاب، طرح‌های مبتکرانه معیشت‌های پشتیبان تالاب، بهره‌برداری از خدمات اکوسیستمی در معیشت‌های پشتیبان و سازگار تالاب، راهکارهای تسریع و تسهیل توسعه معیشت‌های پشتیبان تالاب‌ها در جوامع محلی و راهکار مبتکرانه بازاربایی و برندسازی محصولات و تولیدات معیشت‌های پشتیبان تالاب است.

سومین جشنواره ایده‌ها و محصولات نوآورانه در دو



تولیدکنندگان بزرگ فولاد با بحران قطع برق و آب چه می‌کنند؟

سازش تولید با زمین خشک

تولید فولاد کشور را در دست دارند و همه آن‌ها نیز در این روزها به واسطه یکی از دو مشکل آب و برق زمینگیر شده‌اند. این صنایع که از عمده‌ترین بازیگران عرصه صادرات غیرنفتی به شمار می‌روند، نقشی کلیدی در تأمین مایحتاج صناعی چون خودروسازی، لوازم خانگی، ماشین‌آلات، ساختمان‌سازی و کشتی‌سازی دارند و خلأ آن‌ها تأثیری عمیق روی کل صنعت ایران خواهد گذاشت.

بنابراین خوب است بفهمیم راه را اشتباه آمده‌ایم و مصرف ارزان آب و برق و گاز و نفت در صنایع، نه تنها ایران را ثروتمند نمی‌کند که محیط زندگی و آینده را نیز نابود می‌سازد. فولادی‌ها که بخش عمده آب انتقالی از خوزستان را مصرف می‌کنند، چه بهتر که با قضیه خشکیدگی کشور کنار بیایند و از همین حالا به فکر نوآوری در شیوه تولیدشان بیفتند. خوب است که در کنار سرمایه‌گذاری برای تولید برق بیشتر، طرح‌هایی را برای بهره‌وری بالاتر کارخانجات خود که سال‌ها با مصرف سرمایه‌های ملی سرپا مانده، به اجرا درآورند. چه بهتر که به جای سوزاندن بی‌واهمه گاز و استفاده از برق در طرح‌های پرهزینه القایی، سراغ روش‌های بهتر و پایدارتر بروند و حتی اگر می‌توانند، به نواحی دیگر کشور مثل حاشیه خلیج فارس کوچ کنند.

شرط عبور از این وضعیت به غیر از اراده تغییر، وجود بستر نوآوری و دسترسی باز و آزاد به اطلاعات و منابع و سرمایه و تجهیزات است. سازش تولید با زمین خشک تنها به این شرط ممکن است.

می‌گویند نیاز مادر اختراع است و کمیابی عامل تفکر اقتصادی. عمده پیروزی‌های بزرگ ما آدم‌ها در مقابل قهر طبیعت به فکری برمی‌گردد که در مواجهه با کمیابی و احساس نیاز داریم. این روزها که کمبود آب و بحران قطع برق فشار را روی جامعه به نهایت خود رسانده، احتمالاً از چند جنبه برای ایرانی‌ها روزهای خوشایندی نیست. اما از یک نظر می‌تواند مفید باشد. اینکه زندگی ما انسان‌های رانت‌خوار را دگرگون کند و حتی به‌زور هم که شده به ما بقبولاند که کمتر مصرف کنیم و بیشتر از قبل آینده‌نگر شویم. با اینکه بخش‌های مختلف ایران سهم متفاوتی از مصرف آب و برق دارند، اما آنچه در این دوره بر ما حادث شده، حاصل کار دسته‌جمعی ما، سکوت عده‌ای کثیر از ما و همراهی بخش‌هایی از جامعه با سیاست‌های اقتصادی - صنعتی است. این روزها که نوک پیکان انتقادات جامعه از سیاست‌گذاران به سمت صنایع آب بر مثل فولاد رفته و خشکی خوزستان به واسطه تصمیمات غلط گذشته معلوم شده، خوب است با اثر واقعی تصمیمات خود آشنا شویم.

اخیراً یکی از مدیران شرکت ذوب آهن که از غول‌های فولادساز کشور است، گفته «نمی‌دانیم با داستان بی‌پایان بی‌برقی و کمبود آب چه کنیم». ذوب آهن که تنها از سال گذشته موفق شده از شرایط ضرردهی بیرون آید، تولیدکننده نیمی از تیرآهن کشور به عنوان نهاده مهم صنعت ساختمان است. این شرکت در کنار سه غول دیگر از جمله مبارکه، فولاد خوزستان و گروه ارفع قریب به ۷۰ درصد کل



زیان سازان علیه نوآوری

حسن کریمی سنجری از مصائب تولید و نوآوری در ایران می‌گوید

هم روی تولید خودروهای سنگین و تجاری کار کرده و هم اقتصاد را خوب می‌فهمد و هم مدیر عالی رتبه در صنعت خودرو ایران بوده است. معاون پیشین ایران خودروییل که ترندهای روز دنیای خودرو را می‌شناسد، معتقد است در اکوسیستم اقتصاد دولتی ایران چیزی به اسم نوآوری یک شوخی است. او از همین زاویه به نقد دو خودروساز

بحث از صنعت خودرو ایران کسالت بار است، مگر اینکه کسی که پیش روی شماست، تحلیلگر خوبی باشد و جز به زیر و بم اقتصاد ایران، به اقلیم نوآوری جهان هم مسلط باشد. حسن کریمی سنجری یکی از مدیران باسابقه صنعت خودروست و کسی که مقالات متعددی در مطبوعات ایران در حوزه خودروسازی نوشته شده،



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

سپ، کیفیت در امنیت!



پرداخت الکترونیک
سامان کیش
(سهامی عام)



سرعت، امنیت، نوآوری

www.sep.ir





صنعتی ترین ایالت آمریکا به پیشوا صنعت دیجیتال رفت چطور نسل چهارمی شویم؟

اینترنت اشیا صنعتی یا IIoT موضوعی است که به زودی با فراگیری موج انقلاب صنعتی چهارم کل بنگاه‌های تولیدکننده، به ویژه صنایع کوچک و متوسط را تحت تأثیر قرار خواهد داد. گزارشی از پایگاه مشهور industry week نشان می‌دهد این موضوع در گام اول خود روی حدود صدها هزار بنگاه صنعتی در ایالات متحده آمریکا اثر می‌گذارد و ایالت میشیگان در مرکز این تغییر قرار دارد. میشیگان با داشتن شش هزار بنگاه که در شرف پیوستن به نسل چهارم صنایع هستند، در تاریخ ۱۲۰ ساله خود تا به حال وضعیتی این چنینی را تجربه نکرده است. در راستای چنین وضعیتی، دولت محلی میشیگان برنامه‌ای را با کمک نهادهای بخش خصوصی نظیر ناحیه فناوری میشیگان (MMTC) تدارک دیده تا اثر این انتقال را کم‌رنگ کنند. ضمن اینکه اتخاذ این فناوری‌ها منجر به تنش کمتر، کیفیت بهتر و هزینه تولید کمتر شود. پیش‌بینی بهتر از آینده، درآمد بیشتر و حاشیه سود بیشتر فوایدی است که در نتیجه این انتقال بزرگ عاید بنگاه‌های این ایالت صنعتی می‌شود. از نکات جالب درباره این برنامه، تهیه پرینترهای صنعتی بزرگ و سه‌بعدی برای کاهش هزینه طراحی محصول در کنار مشاوره جهت پیاده‌سازی تولید دیجیتال در خط تولید است.

اراده این برنامه بر افزایش رقابت‌پذیری بنگاه برای بهبود سطح نوآوری در تولید محصولات جهانی است. ارزیابی شرکت از منظر توان فنی برای ورود به تولید دیجیتال هم یکی دیگر از مواردی است که مدنظر قرار گرفته و بدون استثنا در عمده شرکت‌های تحت نظر در این برنامه اجرا شده است. دولت محلی میشیگان در نظر دارد تا سال ۲۰۲۵ همه این شش هزار بنگاه را به پایگاه‌هایی برجسته و پیش‌ران در نسل چهارم صنعت تبدیل کند تا به این ترتیب آمریکا همچنان رهبری خود را در زمینه تولید انبوه در کلاس جهانی حفظ کند.

از آن سو، برای شرکت خودروساز دولتی سودآوری اهمیتی ندارد، پس چرا باید به نوآوری در چنین شرکتی اندیشید؟ حتی دولت تکلیفی برای مدیر دولتی خود که در این شرکت‌ها منصوب می‌شود در حوزه سودآوری قائل نیست. برای همین حاضر است بخشی از زیان این شرکت‌ها را از طریق منابع مالی تزریق شده به آن‌ها جبران کند و این یعنی نوعی رسمیت بخشیدن به تولید زیان در شرکت‌های خودروساز. بنابراین در تفسیر خودروسازی ایران اگر بگوییم صنعت زیان‌سازی، حرف اشتباهی نزده‌ایم.»

یک تجربه شخصی از نوآوری سازمانی

سنجری که سابقه مدیریت در برخی از شرکت‌های بزرگ خودروسازی کشور را دارد، در رابطه با نسبت میان نوآوری و خودروسازی در کشور می‌گوید: «من سال گذشته در یکی از شرکت‌های بزرگ کشور، پروژه‌ای برای ساخت داخل نوعی گیربکس ۱۶ سرعته مدرن با پوسته آلومینیومی که تنها در برخی شرکت‌های صاحب تکنولوژی تولید می‌شود، تدوین کردم. کل پروسه با بهره‌گیری از نیروی انسانی و توانمندی‌های داخلی شرکت بود. این جزو اولین اقداماتی

بود که در دستورکار بخش طراحی و مهندسی این شرکت قرار دادم. این گیربکس در داخل کشور مصرف بسیاری دارد. اغلب کامیون‌ها و کشتندهای سنگین از این نوع گیربکس به عنوان بخشی از قوای محرکه خود بهره‌مند هستند. رقمی در حدود ۲۵ میلیون یورو در سال هزینه واردات این گیربکس است که یا به صورت منفصل یا روی خودروهای وارداتی به کشور وارد می‌شود. طبیعتاً ساخت داخل کردن چنین مجموعه عظیمی انگیزه بالایی در سودآوری برای یک شرکت می‌طلبد ولی تصور کنید رفتار هیئت‌مدیره این شرکت و خودروساز بزرگ دولتی که مالک آن است، در مقابل این طرح چه بود؟ صددرصد مخالفت کردند. چرا؟ چون ظاهراً مسئله داخلی‌سازی مهم است، اما در اصل واردات و منافع بی‌شمار حاصل از آن است که عامل تعیین‌کننده در روند نوآوری سازمانی است. این فقط یکی از هزار داستان نگفته صنعت خودرو ایران است.»

آنچه واضح است، مقاومت جدی و حتی ممانعت صنایع دولتی از شکل‌گیری و توسعه یافتن چرخه‌های نوآوری است. چرخه‌هایی که با هر بار انهدام، سال‌ها کشور را در حوزه‌های مختلف اقتصاد دیجیتال عقب می‌اندازند. تداوم این وضعیت، همان چیزی است که حسن کریمی سنجری از آن بیمناک است و دولت سیزدهم را به توقف آن فرا می‌خواند.

صنعت خودروسازی که حوزه تخصصی اوست می‌رسد، بحث جالب‌تر می‌شود. او می‌گوید: «یکی از ویژگی‌های نوآوری در خودروسازی دنیا سرعت نوآوری است. سرعت عامل رجحان نوآوری در نفوذ به بازارهای مختلف دنیاست. امروزه ذائقه مشتری در کشورهای مختلف نه تنها متفاوت است که هر روزه در حال دگرگونی و تغییر شکل است، بنابراین شرکت‌های خودروساز موفق دنیا آن‌هایی هستند که زودتر ذائقه گروه‌های مختلف مشتری‌ها را تشخیص می‌دهند و به سرعت بر اساس ویژگی هر ذائقه، محصول متناسبی را طراحی و تولید می‌کنند. در واقع راز سودآوری این شرکت‌ها در سازماندهی درست ویژگی‌های نوآوری است. سه ویژگی مهم نوآوری عبارتند از: تشخیص نوآوری، تکنیک نوآوری و سرعت نوآوری. تشخیص نوآوری بر عهده فیوچرمن‌ها گذاشته شده؛ افراد باتجربه‌ای که علاوه بر تسلط روی مهندسی، جامعه‌شناسی هم بلدند و می‌توانند جهت‌گیری ذائقه مشتری‌های ده‌ها سال بعد را هم تخمین بزنند. تکنیک نوآوری ویژگی مهندسان طراح است که بایستی با دقت و البته سرعت لازم شاخصه‌های مدنظر فیوچرمن‌ها را در قالب یک مدل طراحی کنند. مدلی که قابلیت تبدیل

سریع به یک مَس پروداکت یا همان تولید انبوه را داشته باشد. این‌ها بخشی از روش‌های توسعه نوآوری برای کسب درآمدهای بیشتر در شرکت‌های بزرگ خودروسازی دنیاست. تصاحب بازار بیشتر در گرو تشخیص درست طرح و انجام صحیح و سریع آن است. شکل‌گیری توسعه در دنیا بر همین اساس صورت می‌پذیرد.»

سنجری با این مقدمه، به بحث نوآوری در صنعت خودرو ایران وارد می‌شود و می‌گوید: «تا سودآوری عالی‌ترین هدف یک سازمان نباشد، زمینه حصول نوآوری ممکن نخواهد بود.»

آیا برای شرکت‌های خودروساز داخلی به‌ویژه آن‌هایی که از طریق دولت اداره می‌شوند، سودآوری اهمیتی دارد؟

صنعت؛ از خودروسازی تا زیان‌سازی

سنجری که با توجه به تجربیاتش، روایت مخصوصی را از صنعت خودرو ارائه می‌کند، به کارنگ می‌گوید: «اصولاً در خودروسازی‌های دولتی کشور به دلیل آنکه برای هدف سودآوری ایجاد نشده‌اند، نوآوری واژه بی‌معنایی است. به همین دلیل به محض آنکه ارتباط با دنیا برای خودروسازی قطع می‌شود، چون توان طراحی خودروهای جدید در ساختار شرکت ایجاد نشده، بلافاصله دچار فروپاشی می‌شود که نتیجه آن تولید خودروهایی است که از عمر واقعی آن‌ها سال‌ها گذشته.»



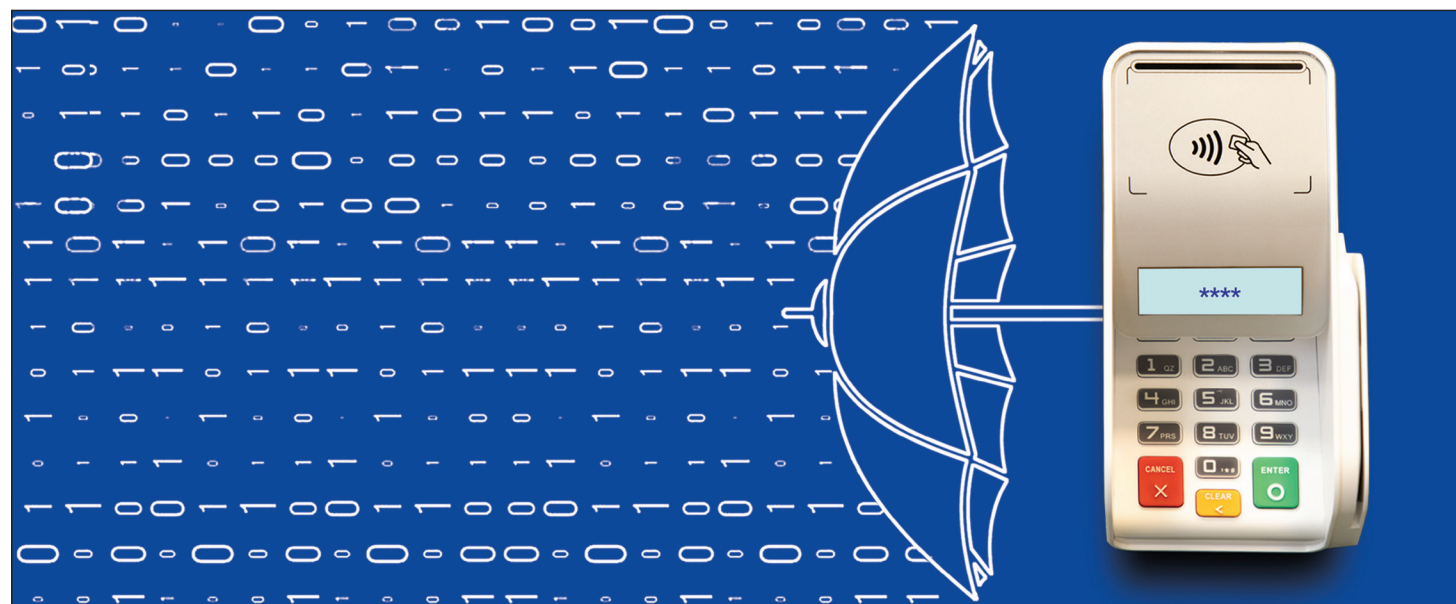
داخلی پرداخته و زیان چند ده هزار میلیارد تومانی آن‌ها را نماد شکست سیاست دولت در این بخش می‌داند. این صنعتگر با سابقه معتقد است در دنیایی که فیوچرمن‌ها با تلفیق جامعه‌شناسی، هنر، صنعت و اقتصاد مرزهای نوآوری را هر روز جابه‌جا می‌کنند، انتظار کشیدن برای خلق همه‌چیز از صفر کاری بی‌بهره است. چیزی درست شبیه به وعده‌های سر خرم خودروسازان که هیچ‌گاه رنگ واقعیت به خود نمی‌گیرد.

فیوچرمن‌ها چطور جهان را می‌سازند

سنجری ابتدا که بحث را شروع می‌کند، حدود ۱۰ دقیقه توضیح می‌دهد که نظام اقتصادی امروز دنیا چگونه کار می‌کند و نوآوری کجای این نظام اقتصادی است. وقتی به



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول





سرمایه گذاری فینووا
روی اتاقک

اتاقک به دنبال جایگاه و شب...

فینووا به عنوان بازوی سرمایه گذاری شرکت تجارت الکترونیکی ارتباط فردا و بانک آینده از سرمایه گذاری در استارتاپ گردشگری اتاقک خبر داد. این سرمایه گذاری برای توسعه خدمات و زیرساخت های اتاقک و افزایش نفوذ این سرویس در بازار گردشگری استفاده خواهد شد.

آرین افشار، مدیرعامل فینووا، درباره اهداف این سرمایه گذاری گفته است: «با توجه به شرایط موجود به دنبال سرمایه گذاری در حوزه گردشگری بودیم و اتاقک نیز یکی از بازیگران اصلی این حوزه است. ضمن اینکه خدمات اتاقک در آینده می تواند برای مواردی مانند باشگاه مشتریان یا ارزش افزوده در محصولات پورتنوی شرکت تجارت الکترونیک ارتباط فردا و بانک آینده مورد استفاده قرار گیرد.»

فرشاد شریفی، رئیس هیئت مدیره اتاقک، نیز درباره این جذب سرمایه افزود: «این جذب سرمایه بیشتر از آنکه از نظر تأمین منابع مالی برای ما اهمیت داشته باشد، به دلیل توانایی ها و دانشی که در شرکت ها و استارتاپ های زیرمجموعه فینووا و شرکت ارتباط فردا وجود دارد، برایمان حائز اهمیت است. همچنین جامعه بزرگ مشتریان بانک آینده، درهای زیادی را برای نفوذ بیشتر اتاقک در بازار به روی ما باز می کند.»

اتاقک و فینووا توافق کرده اند که فعلا درباره مبلغ این سرمایه گذاری و درصد واگذار شده از سهام اتاقک حرفی نزنند و تنها به گفتن اینکه این درصد اندک بوده است، اکتفا کرده اند. به گفته اعضای تیم اتاقک، بخشی از این جذب سرمایه صرف توسعه زیرساخت ها و محصول می شود. همچنین آن ها برنامه هایی برای توسعه بازار خود در دستور کار دارند و بخشی از سرمایه را برای بهبودهای کیفی صرف خواهند کرد. به گفته این تیم، اتاقک در وضعیت مساعدی به سر می برد. در دوران پاندمی، از سال ۹۸ تا ۹۹، رشد بیش از چهار برابری را در تعداد کاربر و فروش و تعداد میزبان ها تجربه کرده اند.



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

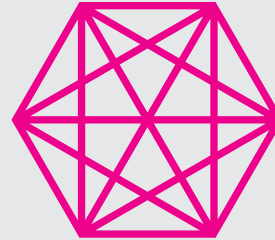
کشاورزی سنتی

و آسیب هایش



گفت و گو با حسن فیروزی، مدیر باغ نوآوری ورامین که تمرکز خود را بیش از همه روی حوزه کشاورزی به عنوان مزیت منطقه ای این ناحیه گذاشته است

گفتگو
INTERVIEW



یکی از نکاتی به کرات بر آن تأکید شده، تمرکز کسب و کارهای نوآور روی مشکلات و مزیت های منطقه ای است. خانه نوآوری ورامین نیز با توجه به همین اصل، تیم هایی را می پذیرد که روی کشاورزی و تدابیر نوآورانه برای اصلاح روند سنتی آن کار می کنند. البته این مرکز برای اینکه تک بعدی پیش نرود، نیم نگاهی نیز به صنایع خلاق دارد که فارغ از مزیت های منطقه ای می تواند در هر نقطه از کشور ثروت آفرین و مشکل گشا باشد. در گفت و گو پیش رو حسن فیروزی، مدیر باغ نوآوری ورامین، درباره

وضعیت این مرکز و اتفاقاتی که تاکنون برایشان رخ داده، توضیح می دهد.

باغ نوآوری ورامین چه زمانی راه اندازی شده و بر چه حوزه هایی تمرکز دارد؟

باغ نوآوری در مردادماه سال ۱۳۹۹ تأسیس شده است و روی دو حوزه کشاورزی و صنایع خلاق تمرکز دارد. از این جهت که منطقه ای که در آن مستقر هستیم ظرفیت کشاورزی بالایی دارد، به این حوزه وارد شدیم و محل

استقرار ما مرکز «تحقیقات کشاورزی» استان تهران است. برای اینکه بتوانیم دامنه فعالیتمان را وسیع تر کنیم، به حوزه صنایع خلاق هم ورود کردیم. هدفمان از ایجاد این مرکز نوآوری این بوده است که جوان هایی را که صاحب ایده هستند سازماندهی کنیم تا از رفت و آمدشان به تهران جلوگیری شود و به شکل مادی و اجتماعی از این افراد حمایت کنیم.

در حال حاضر چند تیم در مرکز شما

سرمایه گذاری ۲/۵ میلیارد
تومانی اسمارت آپ در حوزه
لندتک

پرنیان مهر با والتا به کجا می رود؟

استارتاپ «التا» پلتفرم مدیریت ثروت و تسهیلات است که ابزارهای پرداخت آنلاین و خرید اعتباری را در کنار امکان سرمایه گذاری در یک سرویس فراهم کرده است و به کاربر امکان می دهد به واسطه تأمین مالی لیزینگ ها، در فضای مجازی به صورت اقساطی خرید کند.

شکل گیری تیم والتا با ورود روح الله پرنیان مهر به صنعت لندتک آغاز می شود. پرنیان مهر در اواسط سال ۹۴ با ایده «خرید اقساطی از طریق شبکه اجتماعی» در رویداد «این بانک ۲» که بانک مرکزی برگزار کرده بود، شرکت می کند، ولی آن زمان به دلیل

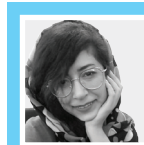
نیبود زیرساخت مناسب ایده اش راه به جایی نمی برد. او مجدداً اوایل سال ۹۹ با توجه به شرایط اقتصادی و افزایش تقاضا برای خرید اقساطی تصمیم می گیرد ایده اش را با روشی متفاوت از قبل اجرایی کند.

این بار پرنیان مهر، «التا» را با همراهی سپیده پرنوش و شکلیلا اکبری راه اندازی می کند و با تجربه ای که اعضای تیم در بخش های مختلف از جمله صنعت بانکی، مالی، سرمایه گذاری، خرده فروشی، فین تک و حقوقی دارند، پیشرفت های قابل توجهی را کسب می کند. این کسب و کار فین تکی با همراهی یک سرمایه گذار فرشته مراحل اولیه خود را پشت سر می گذارد و برای توسعه

مستقر هستند؟

در حال حاضر پنج تیم در مجموعه مشغول به فعالیتند و چند ایده هم در دست بررسی است.

چه میزان سرمایه گذاری صورت گرفته است؟ سقف سرمایه گذاری شما روی تیم‌ها تا چه میزان است؟



شیرین هیاریان

hayariyanshirin@gmail.com

باغ نوآوری به میزان ۳۰ تا ۵۰ میلیون تومان سرمایه‌گذاری اولیه بر تیم‌ها انجام می‌دهد و در راندهای بعدی میزان این سرمایه‌گذاری بیشتر می‌شود که رقمش بستگی به تیم‌ها دارد. در این راند ما تیم‌ها را به سرمایه‌گذار وصل می‌کنیم و این سرمایه‌گذاری از طریق آن‌ها انجام خواهد شد. برای مثال الان تیمی داریم که در حوزه دام فعالیت می‌کند و به واسطه همین تیم در فکر ایجاد «مرکز اصلاح نژاد دام سبک» هستیم. ایجاد چنین مرکزی چیزی در حدود سه تا چهار میلیارد تومان سرمایه می‌خواهد که از طریق یک مجموعه سرمایه‌گذاری تأمین خواهد شد. تمام این سرمایه‌گذاری‌ها از طریق بخش خصوصی انجام شده و با کمک این بخش به دنبال راند دوم سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی این مرکز هستیم. در حوزه صنایع خلاق نیز در حدود ۵۰۰ میلیون تومان روی یک بازی سرمایه‌گذاری صورت گرفته که هنوز منتشر نشده است.

آیا بازگشت سرمایه هم اتفاق افتاده است؟

خیر، از آنجا که مرکز نوپایی هستیم، هنوز به این مرحله نرسیده‌ایم.

تا امروز باغ نوآوری ورامین خروجی موفق داشته است؟

یک نمونه از خروجی‌های اثرگذار مرکز ما تیمی در زمینه کشاورزی هوشمند است که نمونه اولیه محصول آن‌ها ساخته شده و هم‌اکنون در حال بهره‌برداری و توسعه است. کارایی این محصول هوشمند در گلخانه است. از نظر آبیاری و دما و رطوبت گلخانه را تحت کنترل قرار می‌دهد و به کشاورز کمک می‌کند که بتواند هم ارزش افزوده داشته باشد و هم محصول سالم‌تری به مشتری بدهد و سود بیشتری به دست بیاورد.

در زمینه صنایع خلاق هم اپلیکیشن مخصوص به منطقه خودمان راه انداخته‌ایم که اصناف و خیریه‌ها و ادارات را تحت پوشش قرار می‌دهد و همین روزها از آن رونمایی خواهیم کرد. از طریق این اپلیکیشن مردم ارتباط مستقیمی را با مسئولان ادارات برقرار و اخبار این ادارات را در زمینه‌های مختلف دنبال می‌کنند. همچنین ادارات و صاحبان اصناف هم می‌توانند از طریق این اپ،

نیازمندی‌هایشان را مستقیماً با مردم در میان بگذارند و با افرادی که تحت پوشش هستند، در ارتباط باشند.

از برنامه‌های باغ نوآوری ورامین در حمایت از ایده‌هایی که به حوزه کشاورزی مربوط هستند، بگویید. در این زمینه چقدر ظرفیت وجود دارد؟

متأسفانه بر اساس مشاهدات و اندازه‌گیری‌های ما کشاورزی سنتی دارد آسیبی جدی به کشور می‌زند و نیازی اساسی وجود دارد که فناوری‌های نوین به این حوزه ورود کند. خود کشاورزی در زمینه موضوعات نوآوری تقریباً بکر است و یکی از موضوعاتی که خیلی جای کار دارد، گلخانه است. کارهای نوآورانه در این حیطه می‌تواند روی مشکلات مربوط به آب یا سلامت محصول اثرگذار باشد و بدیهی است کشور ما به شدت به تدابیر نوآورانه در این زمینه‌ها نیاز دارد.

در حال حاضر عوامل بیولوژیک که یکی از موضوعات جدی‌ای است که سلامت هموطنان را به خطر انداخته و می‌توان گفت برای پرداختن به این مسائل دیر هم شده است. با این تفاسیر، در زمینه استخرهای گلخانه‌ای روی فناوری‌هایی کار می‌کنیم. در موضوع عوامل بیولوژیک هم سعی داریم اثرات ناشی از سموم شیمیایی را کم کنیم. از آنجا که این موضوع با سلامت افراد سروکار دارد، موضوع حساسی است و نیاز به بررسی‌های بیشتری دارد.

در این زمینه در حال بررسی راهکارهای سایر کشورها هستیم تا ببینیم آن‌ها چکار کرده‌اند. برای مثال با دانشگاه مسکو ارتباط گرفته‌ایم و قرار است در این زمینه سمینار مشترکی داشته باشیم. کار کمی سخت است. این کار، کار نهادهای دولتی و سازمان‌هایی است که ارتباطات خاص دارند و دسترسی‌شان به حل و فصل مسائل زیاد است، با این حال من خیلی امیدوارم که بتوانیم نتیجه‌های خوبی در این زمینه‌ها بگیریم.

معیارزتان برای پذیرش تیم‌ها چیست؟

یک سری معیارها که عمومی است. برای مثال محصولاتی که این تیم‌ها ارائه می‌دهند باید بازار داشته باشند و افراد تیم بتوانند ایده‌شان را به ثمر برسانند. ضمن اینکه در مجموعه تیمی داریم که در زمینه‌هایی

مختلف کشاورزی صاحب‌نظر است، ایده‌ها را بررسی می‌کند و اگر موضوعات قابل پیگیری نباشند آن‌ها را رد می‌کند. اهلیت داشتن اعضای تیم هم مهم است. یعنی موضوعی که تیم‌ها ارائه می‌دهند تجربه شخصی خودشان باشد و به واسطه شغل پدرانشان یا تجربه خودشان با موضوع درگیر بوده باشند.

نقاط ضعف و محدودیت‌های اکوسیستم نوآوری و استارت‌آپی کشور از نظر شما چیست؟

بوروکراسی‌های اداری چالش جدی بچه‌هایی است که در این زمینه کار می‌کنند. وقتی کار به سرانجامی می‌رسد و قرار است اجرایی بشود، عواملی مثل مجوزها و موضوعات قانونی مطرح می‌شوند. در حالی که در بعضی جاها اصلاً قانونی وجود ندارد. بوروکراسی‌های اداری از موضوعات جدی است که در اکوسیستم مطرح است. ارزیابی اولیه تیم‌ها و پیدا کردن تیم‌ها و ایده‌های خوب چالش دیگر اکوسیستم است. پیدا کردن تیم‌هایی که اهلیت داشته باشند خیلی مهم است. ناآگاهی از نیاز بازار و نداشتن توانایی در پیش‌بینی آینده بازار، از نتایج نداشتن این اهلیت است که ضریب شکست تیم‌ها را در نتیجه شناخت ناکافی نسبت به این موضوعات بالا می‌برد.

چشم‌اندازتان برای آینده این مجموعه چیست؟

در وهله اول به فکر توسعه مجموعه هستیم تا بتوانیم فعالیت‌های نوآورانه را در بخش جنوب شرقی استان تهران انجام بدهیم و آشنایی بیشتری را در افراد منطقه ایجاد کنیم. یکی از اهدافمان آشنایی نوجوان‌ها و دانش‌آموزان با موضوعات این چنینی است. همچنین تلاش می‌کنیم ارتباط دانش‌آموزان را با مرکز بیشتر کنیم و دوره‌های مختلف آشنایی با موضوعات تبادل مالی و کارآفرینی برایشان پیش‌بینی کرده‌ایم. اردوهای یک روزه کارآفرینی، خلاقیت و کسب‌وکار را برای دانش‌آموزان برگزار می‌کنیم و طی این آموزش‌ها مجموعه‌هایی را که مستقیماً مشغول به کار هستند به دانش‌آموزان نشان می‌دهیم که فکر نکنند حتماً باید به دانشگاه بروند. هدفمان این است که به بچه‌ها بگوییم با رفتن به سراغ مهارت‌ها، شاید نتیجه بهتری بگیرید تا اینکه فقط موضوعات آکادمیک و دانشگاهی را بیاموزید.

معیارزتان برای پذیرش تیم‌ها چیست؟

همچنین وحیدرضا سلیمانی، مدیرعامل اسمارت‌آپ، دلایل سرمایه‌گذاری روی کسب‌وکار والتا را این چنین بیان کرده است: «بازار وام‌دهی خرد در دنیا یکی از بازارهایی است که محل تولد تعداد زیادی استارت‌آپ یونیکورن بوده، زیرا استارت‌آپ‌های این حوزه مستقیماً در بالاتر رفتن تقاضا در بازارهای مختلف و رونق اقتصادی تأثیرگذار هستند و از طرف دیگر با توجه به نرخ بالای تورم و کاهش قدرت خرید، این نیاز در ایران به شدت احساس

می‌شود. اسمارت‌آپ در کنار تجربه سرمایه‌گذاری قبلی در این حوزه و شناخت جذابیت‌های این بازار و با توجه به دانش، تجربه و کارهای انجام‌شده و دیدگاه بلندپروازانه تیم والتا، علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در این کسب‌وکار شد.»

در نهایت نیز اسمارت‌آپ که در روند سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر و برنامه توسعه کسب‌وکار خود، تمرکز ویژه‌ای بر حوزه خدمات مالی و تأمین سرمایه و سرویس‌های مرتبط با آن دارد و با دقت این بازارها را رصد می‌کند، ۲/۵ میلیارد تومان روی والتا سرمایه‌گذاری کرده است.

معرفی INTRODUCTION



رویداد مرکز نوآوری تعاون برگزار شد

استارت‌آپ محیط زیستی، فاتح کوپ‌استار

مرکز نوآوری توسعه تعاون ایران (منتا) رویداد کوپ‌استار را برگزار کرد. به گفته مسئولان برگزاری این رویداد، کوپ‌استار سراغ استارت‌آپ‌هایی رفته که موضوع یا مدل کاری‌شان با مفهوم تعاون در ارتباط باشد یا خدمتی به بخش تعاونی‌ها و اقتصاد جمعی ارائه دهند. بر این اساس و در اولین سال برگزاری این رویداد، با فراخوان مرکز نوآوری توسعه تعاون حدود ۸۰ استارت‌آپ ثبت‌نام کردند که در مرحله اول ۱۵ استارت‌آپ انتخاب شدند. سپس راهنمایی‌هایی در جهت بهبود کار این تیم‌ها به آن‌ها ارائه شده است تا دوباره برنامه خود را ارسال کنند و در مرحله نهایی هشت تیم برای حضور در این رویداد پذیرفته شدند. این تیم‌ها در حوزه‌هایی چون کشاورزی، گردشگری کشاورزی، صادرات، محیط زیست، هوش مصنوعی و بلاکچین فعال بوده‌اند.

در رویداد کوپ‌استار با توجه به حضور سرمایه‌گذاران متفاوت، امکان شبکه‌سازی و رایزنی برای جذب سرمایه این کسب‌وکارها در اختیارشان قرار گرفت. سرمایه‌گذاران از صندوق سرمایه بانک خاورمیانه، اتحادیه‌ها، تعاونی‌های بزرگ مثل چکاد صنعت، بانک توسعه تعاون، کارشناسان صندوق سرمایه‌گذاری تعاون و... به این رویداد دعوت شده بودند. تیم‌های حاضر در مرحله نهایی این رویداد و اجارو، به‌اینه، اگرینیتو، ایزی‌پلازا، پاکلین، همگان بیمه، صباتک و تعاونی مالی مسکن به دتوکنایز کردن این حوزه بودند که در نهایت به‌اینه، پاکلین و تعاونی مالی مسکن توانستند به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را به دست آورند.



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول





دانش بنیان ها کجای جغرافیای نوآوری ایستاده اند؟ درآمد ۹۰ هزار میلیارد تومانی؟

هر چند منتقدان اشکال هایی را به نحوه ثبت شرکت های دانش بنیان و ارائه تسهیلات و خدمات به آن ها وارد می دانند، اما نهایتاً عبور آمار شرکت های دانش بنیان از مرز شش هزار شرکت نشان می دهد، معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری تلاش خود را در رگولاتوری این شرکت ها انجام داده و به قول خودشان با ۱۴۰ عنوان حمایت، در پایان دولت دوازدهم کارنامه نسبتاً قابل قبولی ارائه کرده است.

شرکت های دانش بنیان بر اساس ماهیت و فعالیتشان، به دو گروه شرکت های دانش بنیان تولیدی و نوپا دسته بندی می شوند و این شرکت ها نیز بر اساس نوع فعالیت، پیچیدگی و اهمیت فناورانه در سه گروه نوع یک، نوع دو یا نوع سه جای می گیرند. با حمایت معاونت علمی، صنایع خلاق و فرهنگی به عنوان دانش بنیان نوع سه طبقه بندی می شوند. از میان ۶۰۳۵ شرکت دانش بنیان، بیشترین حجم این کسب و کارها به دانش بنیان های تولیدی نوع دو با ۳۲۸۹ شرکت اختصاص دارد که ۵۴ درصد از فعالیت های فناورانه شرکت های دانش بنیان را شامل می شود. طبق آخرین آمار، شرکت های دانش بنیان در زمینه تولید تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته به رقم ۱۳۵۶ شرکت رسیده اند و در دسته بندی موضوع فعالیت در رده اول قرار دارند. در رتبه دوم، ۱۳۳۷ شرکت دانش بنیانی ایستاده اند که در حوزه برق و الکترونیک، فوتونیک، مخابرات و سیستم های خودکار فعالیت می کنند.

در حالی که سهم شرکت های دانش بنیان از اقتصاد کشور در سال ۱۳۸۹ تنها دو هزار میلیارد ریال بوده، در سال ۹۹ این میزان از ۹۰۰ هزار میلیارد ریال فراتر رفته که رشدی بیش از ۴۵۰ درصد را نشان می دهد. شرکت های دانش بنیان فعال در حوزه نرم افزارهای رایانه ای، فناوری اطلاعات و ارتباطات، فرآورده های شیمیایی و مواد پیشرفته بیشترین سهم از درآمدهای حاصل از فروش محصولات و ارائه خدمات دانش بنیان را به خود اختصاص داده اند. تهران با قرار دادن ۳۱۹۹ شرکت دانش بنیان در دل خود، در رده اول استان ها قرار دارد.



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



نمی شود منفک از جهان اکوسیستم نوآوری داشت

گفت و گو با رحیم سرهنگی، مدیرکل دفتر توسعه امور کارآفرینان و بهره‌وری نیروی کار وزارت رفاه درباره سیاست گذاری نوآوری و بایدها و چالش های پیوستن به اکوسیستم نوآوری جهانی

آن چیزی که همزمان با شروع کار دولت جدید نیاز داریم سیاست های نوآورانه است.

در کنار این مفهوم، سیاست گذاری نوآوری را هم داریم که به معنای تبلور نوآوری در کل صنعت است. یعنی در یک کشور، در یک صنعت، در یک شرکت یا هر سطح دیگری کارهایی انجام دهیم که ایده ها به محصول و خدمت تبدیل شود و در نهایت ارزش افزوده ایجاد کند. برای مثال شورای عالی انقلاب فرهنگی بررسی می کند که دانشگاه ها به عنوان یک عضو از نظام نوآوری چه کارهایی می توانند در تقویت و افزایش نیروی نوآور انجام دهند یا کارهایی که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام می دهد، مثل اینکه مشوق هایی را فراهم می کند که شرکت های دانش بنیان یا شرکت های های تک که به واسطه نو بودن زمینه بروز نوآوری را دارند، بتوانند رشد کنند.

وقتی مسئله رگولاتوری کسب و کارهای نوآورانه مطرح می شود، سیاست گذار باید روی چه نقاطی تمرکز کند؟

متأسفانه در دولت های یازدهم و دوازدهم اتفاق هایی در حوزه سیاست گذاری افتاد که در دولت های نهم و دهم شاهد بودیم. مهم ترین علت این امر این است که دولت های یازدهم و دوازدهم به اهمیت حوزه نوآوری و کسب و کارهای نوآورانه پی نبرده بود و با تفکر اقتصادی قبلی سیاست گذاری می کرد. یعنی تولید و کسب و کار را جدی نگرفت و زیرساخت های آن را فراهم نکرد. پس اصل اول این است که نگاه خود را به حوزه نوآورانه تغییر

آشنا شویم و وضعیت ایران و جهان را بررسی کنیم، رحیم سرهنگی، مدیرکل دفتر توسعه امور کارآفرینان و بهره‌وری نیروی کار دولت دوازدهم، گفت و گو کرده ایم.

وقتی می گوئیم سیاست گذاری نوآورانه منظورمان دقیقاً چیست؟

سیاست گذاری نوآورانه در واقع نگاه جدید به هر حوزه ای است، یعنی سیاست هایی را وضع کنیم که در هر حوزه از صنعت یک کشور معنی جدیدی به آن صنعت بدهد.

مهم ترین ترمی که در ادبیات سیاست گذاری امروز جهان وجود دارد، سیاست گذاری نوآورانه است و جای خالی آن در حوزه سیاست گذاری کشور ما به شدت حس می شود. ایران راه درازی در پیش دارد که بتواند با معیارهای علمی و فناوری دنیا هم تراز شود و نقطه اوج قصه اینکه هنوز زیرساخت های لازم را هم به درستی و به اندازه کافی فراهم نکرده است. حال این طرح موسوم به سیانت هم دغدغه دیگری در حوزه سیاست گذاری شده و آینده حوزه نوآورانه را به شدت مبهم کرده است. برای اینکه با حوزه سیاست گذاری نوآورانه بیشتر

سوشیانت

هدینگ توسعه فناوری
طراحی از آینده

محصولات



سهام عدالت

سعدی

پرمخاطب‌ترین
سامانه سهام عدالت



فارابیکسو

پلتفرم حرفه‌ای
آنلاین بازار بورس



جیبی‌مو

راه‌کار ۳۶۰ درجه
پرداخت امن و مطمئن



صد تحلیل

اولین پلتفرم سوشال
تری‌دینگ ایران

اسکن نمایید



داستان ما:

soshyant.co/brand-story

soshyantco
www.soshyant.com



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

طول می‌کشد. در دو سال قانون باید تصویب شود نه اینکه مصوبه دولت این مقدار طول بکشد. در حالی که قرار بوده نهایتاً شش ماه طول بکشد. این فرایند با ادبیات سیاست‌گذاری نوآورانه همخوانی ندارد. ادبیات سیاست‌گذاری نوآورانه به این صورت است که شخص صاحب ایده کاری را انجام می‌دهد، یک ماه بعد بازخورد کار خود را می‌بیند و نقاط ضعف را اصلاح می‌کند. حتی تمام آیین‌نامه‌هایی که نوشته می‌شود هم هر سال باید عوض شود. کلیدواژه سیاست‌گذاری نوآورانه این است: «Learning by doing» یعنی یادگیری از عمل. حالا لازمه این کار سرعت عمل است. هرچه سریع‌تر، بهتر و کاراتر.



علی قلی‌زاده

ghzdzali@gmail.com

در دنیا سیاست‌گذاری نوآوری به چه صورت است و دولت چگونه به کسب‌وکارهای نوآور کمک می‌کند؟

در کشورهایی که ایالتی هستند، یعنی هر ایالت به صورت مستقل قدرتی در حد دولت مرکزی دارد، روند بررسی طرح‌های نوآورانه بسیار سریع است، چراکه هر ایالت به صورت جداگانه طرح‌های منطقه خود را بررسی می‌کند و زودتر به نتیجه می‌رسد یا کشورهای کوچکی که جمعیت کمتر از ده میلیون دارند، بسیار چابک‌تر هستند زیرا بازخورد می‌گیرند، اصلاح می‌کنند، انجام می‌دهند و چند باره این کار را تکرار می‌کنند. کشورهای بزرگ هم با بر اساس موضوع تقسیم‌بندی می‌کنند یا بر اساس جغرافیا یا هر دو که بتوانند در ابعاد کوچک‌تر، زودتر به نتیجه برسند.

ما بر اساس هیچ‌کدام نیستیم. سیاست‌گذاری ما مرکزگراست، متمرکز در مرکز است. وقتی این اتفاق می‌افتد که افتاده است، دیگر سیاست‌های چابک و نوآورانه معنی نمی‌دهد. باید هم به صورت بخشی و حوزه تخصصی تقسیم‌بندی کنیم و هم یک‌سری اختیارات به استاندارها بدهیم که آن‌ها هم بتوانند مصوبه‌هایی داشته باشند و اجرا کنند.

طرح‌هایی مانند طرح موسوم به صیانت، چه تأثیری می‌توانند بر این کسب‌وکارها داشته باشند؟

یکی از اصلی‌ترین حوزه‌هایی که باعث رشد اکوسیستم نوآوری در جامعه می‌شود، ارتباط آن با اکوسیستم‌های دیگر است. برای مثال اگر ما یک جزیره داشته باشیم و در آن جزیره یک اکوسیستم نوآوری راه بیندازیم و در یک جزیره دیگر هم این کار را بکنیم، این دو اکوسیستم با یکدیگر متصل می‌شود و در نتیجه این اتصال حوزه‌های جدید هم خلق می‌شود. در غیر این صورت شاهد پیشرفتی نخواهیم بود.

در ساختار ملی نمی‌توانیم یک اکوسیستم نوآوری تعریف کنیم که به بقیه اکوسیستم‌های نوآوری متصل نباشد و اگر این اتفاق بیفتد، نوآوری نابود می‌شود. بنابراین ما نیازمند به اتصال اکوسیستم نوآوری منطقه و دنیا هستیم و این اتفاق در همه کشورها دارد در بستر شبکه آزاد ملی اینترنت می‌افتد و بنابراین سیاست‌گذار باید به این جنبه بسیار دقت کند. ارتباط با دنیا مزایای بسیار بالایی دارد از جمله اینکه شفافیت را در حوزه‌های مختلف افزایش می‌دهد. سیاست‌های نوآورانه به دنبال راه‌حلی می‌گردد که هر دو را داشته باشد. دنبال یک راه‌حل پارادوکسیکال است. صورت مسئله را پاک کردن سیاست‌گذاری نوآورانه نیست. سختی سیاست‌گذاری در همین هاست دیگر! اینترنت درست است که از دید برخی دوستان تهدیدهایی ایجاد کرده است اما نباید چشممان را بر تمام سطوح دیگر بیندیم و اینترنت را حذف کنیم یا به عبارتی صورت مسئله را پاک کنیم.

دهیم. اگر دولت جدید با همان فرمان قبلی جلو برود، باز هم رشد خود را اگر نگویم متوقف، کند خواهیم کرد. همچنین اگر کابینه دولت جدید مانند دولت‌های یازدهم و دوازدهم از وزیرانی استفاده کند که قبلاً هم این سمت را داشتند، امیدی به اصلاح این روند در سیاست‌گذاری نوآورانه نیست، چراکه آن‌ها هرچه به نظرشان درست بود انجام دادند و به قولی امتحانشان را پس داده‌اند. ما امروز به یک پوست‌اندازی نیاز داریم و بهتر است فرصت پیاده‌سازی ایده‌های نو و جدید را به خودمان بدهیم. در دنیا علاوه بر توجه به این موضوع، از وزیرهایی استفاده می‌کنند که جوان‌تر هستند زیرا ریسک‌پذیرند و شرط اول نوآوری را دارند، چراکه در مدل ذهنی قبلی گرفتار نیستند. اگر دولت جدید بخواهد تغییری در این وضع ایجاد کند، باید به جوان‌ترها میدان بدهد. کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته اغلب از افراد جوان‌تر استفاده می‌کنند، چراکه آن‌ها ایده و توان بیشتری برای انجام کار دارند، ریسک می‌کنند و مجری ایده‌های جدیدتر می‌شوند. طبیعتاً منظور از جوان‌ها کسانی است که با سازوکارهای امور اجرایی آشنا هستند و فضای اداری و سازمانی را هم می‌شناسند.

در قدم اجرایی، تجربه دنیا به ما می‌گوید که ایجاد فضایی برای آزمون و خطا مهم‌ترین کاری است که باید در این سیاست‌گذاری‌ها انجام دهیم. در ادبیات نوآوری به آن «Sandbox» یا فضای آزمون می‌گوییم. نقاط قوت و ضعف ایده‌ها در این فضا مشخص می‌شود و آن وقت صاحبان ایده می‌توانند با رفع ضعف‌های خود کم‌کم ریشه خود را در صنعت مورد نظر محکم کنند و در کنار قدیمی‌های آن صنعت قرار بگیرند. ما غیر از آزمون و خطا هیچ راه‌حل دیگری نداریم و این آزمون و خطا را افراد جوان‌تر بهتر انجام می‌دهند.

مشکلات رگولاتوری کسب‌وکارهای نوآور کوچک و متوسط ایرانی کدامند؟ چه نیازهایی دارند؟

وقتی چند اتفاق مشابه در یک موضوع می‌افتد، سیاست‌گذار موظف است آن را به صورت قانون در بیاورد و به آن ضمانت اجرایی بدهد. متأسفانه ما امروز طرح‌هایی برای تصویب دولت و بعد مجلس قانون‌گذاری مجلس داریم که هشت سال از شروع آن گذشته است و هنوز به مصوبه و قانون تبدیل نشده است. ما نباید انرژی صاحبان ایده و کسب‌وکار را با عملکرد ضعیف خود بگیریم. اگر یک موضوع تنها یک یا دو بار اتفاق بیفتد برای راه‌حلی پیدا می‌کنیم، اما اگر ده مسئله شبیه به هم اتفاق بیفتد باید برایش قاعده و قانون تنظیم کنیم.

سیاست‌گذاری نوآورانه باید سریع عمل کند، چراکه مسئله نوآوری پیوند عمیقی با زمان دارد. لازمه فعالیت در این حوزه سرعت و توجه به زمان است. یعنی صاحبان ایده و کسب‌وکار باید با ریتیم تند عمل کنند و گرنه از بازار جا می‌مانند. حالا سیاست‌گذار باید این ریتیم را سریع‌تر کند. امروز چنین مشکلی پیش پای سیاست‌گذاری نوآوری ما وجود دارد که باید روی آن تمرکز کرد.

چرا این مشکل وجود دارد؟ چرا تصویب یک طرح این قدر طول می‌کشد؟

گاهی جلسات دیر به دیر برگزار می‌شود و برخی اوقات هم افرادی که در جلسات متوالی بررسی یک طرح شرکت می‌کنند، متفاوتند. یعنی این هفته یک نفر از آن کمیته تخصصی می‌آید، هفته بعد مسئول دیگری. به این صورت اختلاف نظرها زیاد و در نتیجه روند کار کند می‌شود.

روند طرح‌ها و مصوبات آن‌ها در هیئت دولت دو سال

فعلا باید حفظ روحیه کرد!

گفت و گو با بهروز دیبایی و وحید آبدارباشی نژاد، بنیان گذاران استارتاپ با ما گردی که بازار سفر در دوران پسا کرونا را هدف گذاری کرده است



خلاقیت و نوآوری در صنعت گردشگری تمامی ندارد. کسی فکرش را هم نمی کرد صنعتی که گردش مالی اش هوش از سر می برد، با شیوع ویروس کرونا چنین به اعماق سیاهی فرو برود. در یک سال و نیم گذشته کسب و کارهای زیادی در زنجیره تأمین صنعت گردشگری زمین خوردند یا این حوزه را ترک کردند. شاید ورود به صنعت گردشگری در میانه همه گیری ریسکی بزرگ تلقی شود، اما آنهایی که با ایده های خلاقه و از میانبر نوآوری وارد شده اند، خلاف آن را نشان داده اند. استارتاپ با ما گردی یکی از همین نمونه ها است که مقاصد گردشگری و سفر به مخاطبان معرفی می کند و در آخرین دوره جشنواره وب و موبایل کشور نیز نظرها را به خوب جلب کرده است. تیم شش نفره استارتاپ با ما گردی که بهروز دیبایی و وحید آبدارباشی نژاد آن را تأسیس کرده اند، در قزوین مستقر هستند و کار اصلی شان نیز تولید محتوا در زمینه مقاصد گردشگری است.

جهان همچنان درگیر بحران بی سابقه ناشی از کروناست. موج های جدید شیوع بیماری در مناطق مختلف یکی پس از دیگری از راه می سند و همزمان واکسیناسیون هم ادامه دارد. در صنعت گردشگری نیز که یکی از سخت ترین دوره ها را تجربه کرده، نوآوری هایی مثل گذرنامه واکسن، رونق سفرهای داخلی و... احیای این صنعت شروع شده است. شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC) گزارشی سالانه درباره روندهای اقتصادی گردشگری منتشر کرده که بر اساس آن منطقه آسیا و اقیانوسیه بیشترین آسیب ها را از همه گیری ویروس کرونا دیده اند. این گزارش تأثیر چشمگیر محدودیت های سفر را که برای مهار بیماری کووید بر اقتصاد جهانی، مناطق مختلف و از دست دادن شغل های آن در سراسر جهان طراحی شده، نشان می دهد. این گزارش می گوید تولید ناخالص صنعت گردشگری در منطقه آسیا و اقیانوسیه در سال

خسارت های همه گیری
کرونا به صنعت گردشگری
در آینه آمار

آسیا؛ قربانی بزرگ کرونا



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

وحید آبدارباشی نژاد

REPORT گزارش



نگاهی به چند مقصد محبوب
که به قطب های جدید گردشگری بدل شده اند

فرصت شناسی با تور یسم واکسن

اجرای کرده و تمام مراحل فنی نیز تکمیل شده است. با این حال شرایط ورود به روسیه و فرایند دشوار صدور ویزا تاکنون مانع از حضور پرتعداد گردشگران خارجی به این کشور شده است. گزارش شده که تورهای واکسن سه هفته ای برای خارجی ها بین ۱۵۰۰ تا دو هزار دلار آمریکا هزینه خواهد داشت. هدف برنامه ملی گردشگری واکسن روسیه که ترکیبی از واکسیناسیون با برنامه های فرهنگی و گردشگری است، راه اندازی مجدد صنعت توریسم در این کشور است که از زمان شروع بحران کامل در خاموشی فرورفته بود. دولت روسیه چشم به گردشگرانی از کشورهای آفریقایی و آمریکای لاتین دوخته که واکسن های اسپوتنیک در آن ها تزریق می شود اما کمبودهای جدی را احساس می کنند.

ایالات متحده

ایالات متحده بخش زیادی از جمعیت خود را واکسینه کرده و حالا برخی از ایالات در حال آماده شدن برای استقبال از گردشگران واکسن هستند. ۲۰ ایالت در آمریکا برای تزریق واکسن به گردشگران هیچگونه شرایط اقامتی تعیین نکرده اند. برای نمونه شهر نیویورک در حال حاضر کلینیک هایی بسیار برای گردشگران در ایستگاه های مترو و فرودگاه ها ایجاد کرده است. در آلاسکا نیز که یکی از ثروتمندترین ایالت های آمریکا است، به گردشگران واکسن به صورت رایگان تزریق شود. دولت ایالتی آلاسکا از ماه ژوئن برای کمک به رونق گردشگری تابستانی هر فرد ۱۲ ساله به بالا که از هر نقطه از جهان وارد چهار فرودگاه این ایالت شوند، واکسینه می کند. واکسن هایی که ایالات متحده به گردشگران ارائه می کند، فایزرومدرا است که اثربخشی بالایی در برابر گونه های جدید ویروس دارند و تقاضا نیز برای آن ها زیاد است.

خطوط هوایی آمریکا از افزایش تقاضا برای پروازها از کلمبیا، اکوادور و مکزیک به ایالات متحده خبر داده اند و تنها در یک مورد، آن طور که رویترز گزارش داده، آنچنان توریسم واکسن در مناطق آمریکای شمالی و جنوبی رونق گرفته که نرخ پروازهای با مبدأ مکزیک به آمریکا در مقایسه با اواسط ماه مارس ۳۰ تا ۴۰ درصد افزایش یافته است. روزنامه «لاجورنادا» چاپ مکزیکوستی نیز برآورد کرده که حدود ۴۰۰ هزار شهروند مکزیک در ایالات متحده واکسینه شده اند و حدود ۱/۲ میلیون نفر برای سفر به این کشور طی ماه های آینده برنامه ریزی کرده اند.

با پیشرفت روند واکسیناسیون علیه ویروس کرونا، یک حقیقت دردناک روشن شده است: کوشش های جهانی برای واکسیناسیون کامل نابرابر بوده است. در میانه کارزار جهانی مبارزه برای مهار همه گیری، برخی کشورها سیاستی نوآورانه در پیش گرفته اند و دزهای اضافی واکسن را به گردشگران تزریق می کنند. شورای جهانی سفر و گردشگری در گزارشی با اذعان به خطرات تشدید همه گیری در توریسم واکسن و هشدار به دولت های پذیرنده، این نوع گردشگری را «انقلاب نوآوری در صنعت افول کرده گردشگری» خوانده است.

مالدیو

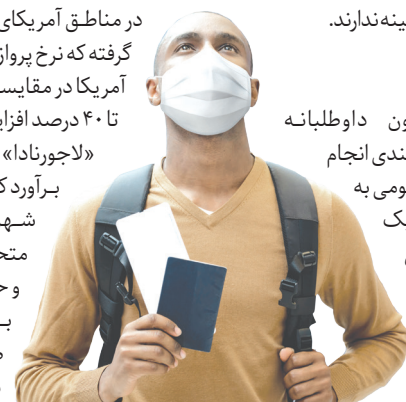
هر چند این روزها نام ارمنستان برای ما با تزریق واکسن کرونا گره خورده، یکی از اولین کشورهایی که اعلام کرد واکسن کرونا به توریست ها تزریق می کند، مالدیو بود. گردشگری تقریباً ۸۰ درصد درآمدهای اقتصادی ۲۸ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور جزیره ای در جنوب شرق آسیا را تشکیل می دهد. دولت مالدیو برنامه توریسم گردشگری خود را ۳۷ لقب داده است: ویزیت، واکسن و تعطیلات. در حال حاضر، افرادی که وارد مالدیو می شوند، باید نتیجه آزمایش PCR منفی را همراه با مدارک رزرو هتل به همراه داشته باشند.

امارات

ابوظبی، پایتخت امارات متحده عربی، یکی از مناطق پرطرفدار است که به گردشگران واکسن رایگان تزریق می کند. بر اساس اطلاعات شرکت خدمات بهداشتی ابوظبی (SEHA)، مسافرانی که ویزای امارت را دارند یا کسانی که با گذرنامه توریستی به این کشور سفر می کنند، می توانند برای تزریق واکسن، نوبت رزرو کنند. در ابوظبی واکسن ها ساخت شرکت های سینوفارم و فایزر - بیونتک است و فاصله میان هر دو دز نیز حدود سه هفته است. در شرایط ورود به ابوظبی اعلام شده مسافران از فهرست کشورهای سبز هنگام ورود نیاز به قرنطینه ندارند.

روسیه

واکسیناسیون داوطلبانه شهروندان روسی به کندی انجام می شود و اعتماد عمومی به واکسن های اسپوتنیک نیز در سطح پایینی است. دولت روسیه از ابتدای ماه جولای برنامه ملی گردشگری واکسن را





← مشاغل هتلداری در خطر

انجمن هتل و اقامت آمریکا گفته از هر پنج شغل در صنعت هتلداری آمریکا، یک شغل در نتیجه همه‌گیری ویروس کرونا از بین رفته است.



← کاهش گردشگران بین‌المللی

در پنج ماه نخست ۲۰۲۱ نسبت به زمان مشابه در ۲۰۲۰، شیوع سوبه دلتای کرونا باعث شده ورود گردشگران به مقاصد بین‌المللی ۱۴۷ میلیون نفر کمتر شود؛ یک کاهش ۶۵ درصدی.



← نوآوران صنعت اجاره تعطیلات

استارت‌آپ‌های رنتد و وینتوری در رویداد وی آرتک، نوآورترین کسب‌وکارهای صنعت اجاره تعطیلات معرفی شدند. این رقابت را اجلاس جهانی اجاره تعطیلات (VRWS) برگزار می‌کند.

FEEL GOOD

Sustainable travel in Germany

← کمپین احساس خوب

هیئت ملی گردشگری آلمان (GNTB) با همکاری کسب‌وکارهای نوآور گردشگری، کمپینی به نام «احساس خوب» برگزار می‌کند که موضوعش گردشگری پایدار برای نجات صنعت توریسم آلمان است.

تا بعد از دوران همه‌گیری به این مقاصد سفر کنند. به عبارت دیگر مردم توقع دارند معرفی مقاصد شامل چند شهر و منطقه نزدیک به هم باشد تا طی سفرهای چند روزه آینده خود بتوانند به تمام این مناطق در مدت کوتاهی سر بزنند.»

← تیم‌های نوآور شهرستان‌ها نیازمند حمایت هستند

کسب‌وکار نوآورانه با ماگردی تاکنون سرمایه‌ای جذب نکرده است. موضوعی که دیبایی می‌گوید با توجه به عمر کوتاه این کسب‌وکار چندان چندان عجیب نیست. او اما چالش جذب سرمایه برای تیم‌های مستقر در دیگر شهرها را مهم می‌داند و می‌گوید اکوسیستم نوآوری کشور نباید به‌سادگی از کنار آن بگذرد: «ما کسب‌وکارمان را به صورت خودگردان و تنها با اتکا به شوق و علاقه سراپا نگه داشته‌ایم و مسیر رشد را طی کرده‌ایم. مسئله این است که به تیم‌های نوآور مستقر در شهرستان آنچنان توجه نمی‌شود. در حالی که اغلب این تیم‌ها با دانش و نیروی انسانی کاربلد، ظرفیت‌های بالایی دارند و اگر به آن‌ها توجه شود، شایستگی خود را نشان خواهند داد و بازدهی اکوسیستم نوآور کشور را در تمام حوزه‌ها، از جمله گردشگری بالاتر می‌برند.»



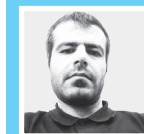
شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



بهروز دیبایی

انجام می‌دهند. هم‌بنیان‌گذار با ماگردی تفاوت اصلی این استارت‌آپ با دیگر کسب‌وکارهای گردشگری مشابه را آشنایی اعضای تیم با مقاصد گردشگری می‌داند. او می‌گوید: «در با ماگردی اغلب مقاصد را معرفی می‌کنیم که خودمان در گذشته به آن مکان‌ها مراجعه کرده‌ایم، به همین دلیل بسیار دقیق‌تر از دیگر سایت‌هایی که تنها مقاصد را معرفی می‌کنند و حتی ممکن است محتوای آن را از جایی کپی کرده باشند، محتوا تولید می‌کنیم. ضمن اینکه مردم نیز می‌توانند در محیط وبسایت از ما مشاوره بگیرند.»

با ماگردی در وبسایت خود بخشی را نیز به خاطرات سفر اختصاص داده است. منتها نه به شکل داستان سیر و سیاحت، بلکه روایتی موجز برای آگاهی بخشی به کسانی که اطلاعی درباره مقاصد و ویژگی‌های آن ندارند. دیبایی سفرنامه‌نگاری کاربران در با ماگردی را چنین توضیح می‌دهد: «ما به جای طراحی پنل کاربری و سیستم عضویت، در یک صفحه خاص محتوای خودمان را به نمایش می‌گذاریم. یعنی منطقه‌ای را معرفی می‌کنیم و در انتها از کسانی که به آن منطقه سفر کرده‌اند، می‌خواهیم در بخش نظرات، توضیحات کوتاه و مفید خود را مطرح کنند. حتی این امکان را فراهم کرده‌ایم که مخاطبان امکان ارسال و درج تصاویر را داشته باشند.»



مسعود شاه حسینی

m.shahhosseini86@gmail.com

← شناخت مخاطبان از طریق شبکه‌های اجتماعی

استارت‌آپ با ماگردی در شبکه‌های اجتماعی نیز صفحه‌ای با تعداد بازدیدکننده بالا دارد. بستری که به گفته دیبایی برای شناخت بهتر نیازهای مردم در حوزه سفر و گردشگری و گرفتن بازخوردهای کاربران از کیفیت کسب‌وکارشان استفاده می‌کنند. او در این خصوص می‌گوید: «بررسی‌های زیادی روی نظرات مردم به خصوص در اینستاگرام درباره سفر و گردشگری صورت داده‌ایم. کاربران بیشتر به دنبال این هستند که مسیرهای مختلف سفر را دنبال کنند. یعنی انتظار دارند مناطق را مرتبط با هم و در ادامه هم معرفی کنیم. برای مثال کاربران انتظار دارند مناطق شمالی را شهر به شهر و به صورت مرتب معرفی کنیم و معرفی‌ها نیز به صورت جامع و از جنبه‌های مختلف باشد»

سفر کردن آگاهانه در آینده دیبایی درباره ایده راه‌اندازی با ماگردی می‌گوید: «استارت‌آپ با ماگردی را بنا به علاقه شخصی و همیشگی مان به گردشگری راه‌اندازی کردیم. چراکه همکارانمان کم و بیش در زمینه گردشگری دارای تجربیات خوبی بودند و از طرفی نیز چون خودمان طراح سایت هستیم و تولید محتوا و سئو می‌کنیم، تصمیم گرفتیم استارت‌آپی در حوزه گردشگری راه‌اندازی کنیم. ایده با ماگردی اما جدید نیست. مدت‌ها پیش از فعالیت بسیاری از سایت‌های گردشگری فعلی، ما وبسایتی به نام «امروز من» را مدیریت می‌کردیم. حدود پنج سال پیش دامنه bamagardi.com را ثبت کردیم اما به علت مشغله‌های کاری عملیاتی سازی پروژه را عقب انداختیم. با شیوع همه‌گیری و اضافه شدن اعضای دیگری به تیم، استارت‌آپ با ماگردی کار خود را آغاز کرد.»

آن‌طور که دیبایی می‌گوید هدف اصلی استارت‌آپ با ماگردی در کوتاه‌مدت که محدودیت‌هایی برای سفر کردن و گردشگری وجود دارد، حفظ روحیه مردم و کمک به آن‌ها در برنامه‌ریزی برای سفرهای آینده است: «گردشگران با استارت‌آپ با ماگردی با مقاصد جدیدی که از آن‌ها مطلع نیستند یا فعلاً امکان سفر وجود ندارد، آشنا می‌شوند تا در آینده به صورت آگاهانه‌تر و مبتنی بر برنامه‌ریزی قبلی سفر کنند.»

هم‌بنیان‌گذار با ماگردی می‌گوید قصد دارند روند فعالیت فعلی‌شان را تا دوران پساکرونا بدون تغییر در شکل و ساختار اولویت‌ها و برنامه‌هایشان ادامه دهند. اما برای بازمانی بلندمدت چندین برنامه ویژه طرحی کرده‌اند. دیبایی در توضیح این برنامه‌ها می‌گوید: «برای دوره پساکرونا در پی توسعه کسب‌وکارمان هستیم. در آینده گردشگری بین‌المللی و مقاصد توریستی و اماکن و تأسیسات گردشگری رستوران‌ها و مراکز اقامتی و... به سایت با ماگردی اضافه خواهند شد. در حوزه رزرواسیون نیز با شرکت‌های فعال در این حوزه وارد همکاری می‌شویم. برنامه دیگر این است که از مجموعه‌های گردشگری آسیب‌دیده از همه‌گیری حمایت کنیم. به این شکل که شرکت‌های حوزه گردشگری می‌توانند خودشان و تورها و مقاصدشان را در با ماگردی معرفی کنند.»

← سفرنامه‌نویسی کاربران درباره مقاصد

استارت‌آپ با ماگردی با معرفی مقاصد گردشگری و تولید محتوای اختصاصی برای آن‌ها، شبیه به تور مجازی عمل می‌کند. کاری که دیگر سایت‌های گردشگری نیز کم‌وبیش

عدد و رقم درآورده است. اقتصاد گردشگری به سئو آمده، میلیون‌ها نفر بدون شغل هستند و بسیاری دیگر از آینده خود ترس دارند. این روند شاید تا سال‌ها ادامه یابد، اما دولت‌های سراسر جهان باید واکنش‌های بیشتری را از سر بگیرند که این امر می‌تواند به طور چشمگیری محدودیت‌های سفر را کاهش دهد و به بهبود اقتصاد گردشگری جهانی کمک کند. این گزارش همچنین نشان می‌دهد که بخش سفر و جهانگردی اروپا با افت ۵۱/۴ درصدی (۹۸۷ میلیارد یورو) دومین سقوط اقتصادی را تجربه کرده است. شورای جهانی سفر و گردشگری در گزارش خود نوشته مجموع ارزش افزوده سفرهای داخلی در اروپا طی سال ۲۰۲۰ حدود ۴۸/۴ درصد سقوط کرده که بخشی از آن با سفرهای درون منطقه‌ای جبران شده است. میزان مشاغل از دست‌رفته بخش گردشگری در منطقه اروپا نیز ۳/۶ میلیون شغل اعلام شده است. درباره منطقه

گذشته ۵۳/۷ درصد افت داشته که در مقایسه با میانگین افت جهانی ۴۹/۱ درصدی، وضعیت بدتری را پشت سر گذاشته‌اند. هزینه‌های مسافران بین‌المللی به‌ویژه در سراسر آسیا و اقیانوس آرام بسیار آسیب دیده و حدود ۷۴/۴ درصد کاهش یافته است، زیرا بسیاری از کشورهای منطقه مرزهای خود را به روی گردشگران ورودی بسته‌اند. اشتغال در بخش توریسم نیز در این منطقه به شکل عجیبی ۱۸/۴ درصد کاهش یافته که از نظر عددی چیزی حدود ۳۴/۱ میلیون نفر است. به رغم این کاهش قابل توجه، آسیا و اقیانوسیه با داشتن ۵۵ درصد (۱۵۱ میلیون) کل مشاغل جهانی مرتبط با سفر، بزرگ‌ترین منطقه برای اشتغال در صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۰ باقی مانده است. ویرجینیا مسینا، معاون ارشد شورای جهانی سفر و گردشگری، گفته است: «داده‌های WTTC تأثیر مخرب همه‌گیری بر سفر و جهانگردی در سراسر جهان را به شکل



دنیایی که رایبین هود ایجاد کرده است

گزارش بلومبرگ بیزنس ویک درباره رایبین هود، کارگزار آنلاینی که خود برای اولین بار وارد بازار بورس شد، بررسی که نسبت به گذشته دستخوش تغییراتی شده است

جذب معامله‌گران جوان و رشد سرسام آور این شرکت، آن را به بخشی از روال دوران قرنطینه تبدیل کرده بود. رایبین هود کمک کرد سرمایه‌گذاری همچون یک بازی به نظر برسد که افراد تازه‌کار را به ریسک کردن وادار می‌کند. این شرکت ادعا دارد امکان سرمایه‌گذاری را در اختیار افراد بیشتری قرار داده و باعث کاهش محدودیت‌ها شده است و این معامله‌گران بیش فعال بخش کوچکی از پایگاه مشتریان این شرکت هستند.

با عرضه اولیه رایبین هود اتفاق جدیدی برای این شرکت رقم خورد. طبق برآوردها در پایان ماه ژوئن، ۲۲/۵ میلیون حساب دارای پول در این اپلیکیشن وجود داشت که نسبت به سال

شده، در ۲۹ جولای برای اولین بار وارد بورس شد. این عرضه اولیه یک پایان هیجان‌انگیز برای بیش از یک سال شکوفایی معاملات خرد بود. این دوران شامل مجموعه‌ای از رویدادهای عجیب و غریب بود؛ سرمایه‌گذاران معمولی برای خرید سهام شرکت‌های ورشکسته‌ای چون هرترز گلوبال هجوم آوردند، آن‌ها به صورت آنلاین با یکدیگر متحد شدند تا قیمت «سهام‌های میم» از جمله سهام شرکت‌های گیم‌استاپ و ای‌ام‌سی اینترتینمنت را افزایش دهند و سپس به صورت دسته‌جمعی وارد حوزه رمزارزها شدند. رایبین هود تنها تالار گفت‌وگو برای هدایت این نوع معاملات نبود، اما اپلیکیشن پررنگ و لعاب و با کاربری آسان، موفقیت در

چندی قبل، پیش از آغاز همه‌گیری ویروس کرونا در ایالات متحده، شرکت‌های کارگزاری خرد مستقل کمتر مورد توجه بودند. ای‌تریید، کارگزاری که طی حباب دات‌کام شهرت یافت، توسط مورگان استنلی خریداری شد. چارلز شواب کورپوریشن و تی‌دی امری‌تریید، دو مورد از بزرگ‌ترین کارگزاری‌ها، برای ادغام با یکدیگر توافق کردند و یک ابربازار منحصر به فرد برای همه‌چیز، از برنامه‌ریزی مالی گرفته تا صندوق‌های قابل معامله را تشکیل دادند.

اما یک رونق جدید در کارگزاری‌ها در شرف آغاز بود. رایبین هود، شرکتی که ارائه‌دهنده خدمات خرید و فروش سهام بدون کارمزد است و توسط بایجو بهت و ولادیمیر تنف تاسیس

رمزارزی حدود سه سال قبل در شورای فقهی سازمان بورس مطرح شد و برای دومین بار نیز، چهار ماه قبل پیشنهاد راه‌اندازی و پیگیری توسعه این صندوق‌ها در دستور کار قرار گرفت. این در حالی است که متأسفانه تا امروز اتفاقی در این حوزه نیفتاده است. این در شرایطی است که مردم می‌خواهند به این حوزه وارد شوند و قطعاً زمانی که برنامه‌ای در این مورد وجود نداشته باشد، از مسیرهای دیگر وارد این نوع از سرمایه‌گذاری می‌شوند.»

محرومیت بورس از رمزارز

قاسمی همچنین در ادامه با تأکید بر اهمیت این کلاس دارایی افزود: «دومین مشکلی که پیش خواهد آمد این است که بورس از امتیاز ورود رمزارزها محروم خواهد شد، در حالی که اکنون در بورس سهام یا ابزار معاملاتی خوب وجود دارد. از همین رو می‌توان روی

صندوق‌های سرمایه‌گذاری رمزارز از جذاب‌ترین گزینه‌هایی هستند که مردم برای سرمایه‌گذاری می‌توانند انتخاب کنند. این صندوق‌ها حالا تیغ دولبه‌ای شده‌اند که به دلیل بی‌توجهی قانون‌گذار، می‌توانند تبدیل به ابزاری برای سوءاستفاده از ناآگاهی جامعه شوند. این در حالی است که فعالان این حوزه مدت‌ها قبل درباره ایده صندوق‌های سرمایه‌گذاری رمزارز با نهادهای بالادستی رایزنی کرده، اما همچنان نتیجه‌ای حاصل نشده است. از طرفی دیگر بسیاری هستند

که سرمایه خود را در اختیار افرادی بدون ضابطه قرار می‌دهند تا برای آن‌ها در این حوزه سرمایه‌گذاری کنند اما هیچ چشم‌اندازی برای بازگشت سرمایه وجود ندارد. محمد قاسمی، مدیرعامل شرکت توسعه فناوری مالی مزدک، با اشاره به تاریخچه پیشنهاد راه‌اندازی صندوق‌های سرمایه‌گذاری رمزارز گفت: «صندوق‌های

تعطل در رگولاتوری صندوق‌های سرمایه‌گذاری رمزارز

چرا قانون‌گذاری برای رمزارزها گریزی نداریم



شماره ۱۳
مرداد ۱۴۰۰
سال اول

NEWS خبر



انتشار کتاب پرداخت الکترونیکی

کتاب «پرداخت الکترونیکی؛ راهنمای فعالیت در صنعت پرداخت ایران» را محمد کاظم کاظمی راد نوشته است و در آن به مفاهیم نظام پرداخت و بانکداری الکترونیکی می‌پردازد.



ایبها سوپر اپلیکیشن می‌شود

مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سداد اعلام کرد این شرکت دنبال آن است که اپلیکیشن ایبها را به یک «سوپر اپلیکیشن» در حوزه پرداخت تبدیل کند.



ارز دیجیتال جامائیکا

بانک مرکزی جامائیکا برای اولین بار ارز دیجیتال بانک مرکزی این جزیره را به ارزش حدود ۱/۵ میلیون دلار برای مؤسسه‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت صادر می‌کند.



سرویس رمیتنس سوئیفت

سوئیفت با راه‌اندازی سوئیفت گو وارد بازار رمیتنس می‌شود. افراد و کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند پرداخت‌هایشان را به‌طور مستقیم به هر نقطه جهان ارسال کنند.



بخشی از کتاب انقلاب پلتفرم

راه اندازی و مسئله مرغ و تخم مرغ!

در فرایند راه اندازی یک سازوکار جدید پرداخت، مسئله مرغ یا تخم مرغ موضوعی کاملا بدیهی و مهم است. بدون وجود فروشنده گانی که مایلند شکل جدید پرداخت را قبول کنند، خریداران از آن استفاده نخواهند کرد و اگر خریداران از این شکل جدید پرداخت استفاده نکنند، فروشنده گان زمان، انرژی و پول خود را صرف پذیرش این سازوکار جدید نخواهند کرد.

با این حساب چگونه می توان یک پلتفرم جدید پرداخت را از صفر، بدون وجود خریدار و فروشنده، راه اندازی کرد، در حالی که هیچ کدام از دو گروه تا وقتی که گروه دیگر به پلتفرم نپیوسته است، دلیلی برای استفاده از پلتفرم ندارند؟

از دیدگاه منطقی، مسئله مرغ و تخم مرغ ممکن است غیرقابل حل به نظر برسد. پی پال با استفاده از یک مجموعه استراتژی هوشمندانه، این مشکل را برطرف کرد.

برای شروع پی پال اصطکاک موجود در پذیرش پرداخت آنلاین را کاهش داد. کل چیزی که کاربر برای استفاده از خدمات پی پال نیاز داشت، یک آدرس ایمیل و یک کارت اعتباری بود. این ساده سازی در مغایرت کامل با سازوکارهای پیشین پرداخت آنلاین بود که در آن ها پیش از اینکه یک حساب بتواند ساخته شود، چندین مرحله تحقیق و تأیید باید صورت می گرفت و در نتیجه اولین کاربران را مأیوس می کرد.

سیستم تقریباً بدون اصطکاک و کاربرپسند پی پال، تعداد قابل توجهی کاربر پایه را جذب کرد که هر چند کافی نبودند، اما پلتفرم را برای دنیای فروشنده گان آنلاین جذاب می کرد.



است، هر چند آن ها مطمئناً بررسی واجد شرایط بودن افراد را آسان کرده اند.» در مواردی رگولاتورها به آسان بودن بیش از حد این موضوع اعتراضاتی داشته اند. به گفته سازمان تنظیم مقررات صنعت مالی، رابین هود موافقت کرده یک جریمه تقریباً ۷۰ میلیون دلاری را برای تعدادی از تخلفات ادعایی شامل نظارت ضعیف بر مجوزهای معامله آپشن ها پرداخت کند. این مجوزها از طریق یک سیستم خودکار فیلتر می شدند. سخنگوی رابین هود اظهار داشت در آن زمان این شرکت روی ایجاد تیم های حمایت از مشتری و تطبیق با قوانین سرمایه گذاری کرده بود. به طور جداگانه، این شرکت همچنان با پیامدهای خودکشی یکی از مشتریان خود که در تشخیص میزان بدهی خود در یک تراکنش آپشن دچار اشتباه شده بود، دست و پنجه نرم می کند. تنف از خانواده این فرد عذرخواهی کرد و رابین هود تغییراتی را در پلتفرم آپشن خود اعمال کرد؛ از جمله ارائه پشتیبانی تلفنی برای این دسته از محصولات.

رابین هود سیلیکون ولی را به وال استریت آورد

رابین هود نشان داد شما می توانید به وسیله یک برنامه با طراحی مناسب، محصولات سرمایه گذاری را به مصرف کنندگان جوان - و نه لزوماً به مصرف کنندگان ثروتمندی که شرکت های فناوری در جذب آن ها تخصص دارند - بفروشید. در حال حاضر، دیگر استارت آپ ها از جمله کارگزاری های ای توروو و بیبول فاینانشال چشم اندازهای خود را در چنین بازارهایی قرار داده اند. میانگین سنی سرمایه گذاران رابین هود ۳۱ سال است و حدود ۷۰ درصد از دارایی های این شرکت تحت کنترل مشتریان ۱۸ تا ۴۰ ساله است. هم اکنون حامیان رابین هود روی توانایی آن در تبدیل این مشتریان به سرمایه گذاران بلندمدت حساب باز می کنند. تنف در نمایشگاهی در رابطه با روند کاری رابین هود گفت که این شرکت از ایده هایی چون ارائه حساب های بازنشستگی استقبال می کند. البته اینکه آیا سرمایه گذاران تمایل دارند اپلیکیشن معامله شان چنین محصولاتی ارائه دهد، سؤال دیگری است. هیو تلنستس، شریک ارشد شرکت مشاوره ای CG42، می گوید: «رابین هود دسترسی آسان جهت انجام معاملات را برای تعداد زیادی از افراد فراهم کرده، اما لحظه ای وجود دارد که شما از مرحله دسترسی گذر کرده و به یک شریک مالی واقعی تبدیل می شوید.» رابین هود صنعت کارگزاری را تغییر داده و ورود به بازار را آسان تر از همیشه کرده، هر چند این اقدامات نوآورانه ریسک هایی را نیز به همراه دارد.

از حوزه ای برای نبرد بین ارائه دهندگان پرهزینه و کم هزینه به نبردی بین دو مدل کم هزینه تبدیل شده است. پیش از دوران کارگزاری بدون کارمزد نیز سرمایه گذاری در حال ارزان تر و آسان تر شدن بود. شرکت سرمایه گذاری ونگارد گروپ اقدام به کاهش هزینه صندوق های رددیابی شاخص خود کرد و این امکان را فراهم ساخت تا همه افراد بتوانند کل سهم های فهرست اس اندپی ۵۰۰ را خریداری کنند، در حالی که فقط بخش کوچکی از کارمزدهایی را که مدیران پول و کارگزاران قدیمی پیش تر پرداخت می کردند، متحمل می شدند. مدل کم هزینه رابین هود متفاوت است. این مدل نیازی به تنوع بخشی ندارد و هرروزه برای سرمایه گذاران کوچک و خودمحور امکان خرید و فروش سهام را فراهم می کند.

انجام معاملات پریسک متداول شد

رابین هود خدماتی چون برنامه ریزی مالی، مدیریت حساب های بازنشستگی یا صندوق های سرمایه گذاری مشترک را ارائه نمی دهد، هر چند دسترسی به صندوق های قابل معامله را از طریق هر کارگزاری فراهم می کند. ولاد تنف، مدیرعامل رابین هود، در مصاحبه اخیر خود با بلومبرگ بیزنس ویک گفته که انتظار دارد تعداد زیادی از مشتریان رابین هود از پاره سهم ها برای انجام سرمایه گذاری های بازگشتی در بازار استفاده کنند. با این وجود، اپلیکیشن رابین هود اساساً برای انجام معاملات سهام، رمزارزها و آپشن ها ایجاد شده است. مورد آخر جالب توجه است. آپشن ها اساساً راهی برای شرط بندی روی سهم های دارای اهرم هستند که سود و زیان بالقوه را تقویت می کنند. از طرف دیگر، تقریباً هر کارگزاری آپشن ها را ارائه می دهد و بهترین پلتفرم ارائه دهنده آپشن، تی دی امری ترید است، اما اپلیکیشن رابین هود نیز دسترسی به آپشن ها را تسهیل کرده است. رشد این کارگزاری با رونق انجمن های آنلاین جنجال برانگیزی چون وال استریت بتس همزمان بود. اعضای این انجمن استراتژی های آپشن خود را برای گیم استاپ و موارد مشابه مطرح می کردند. جاش وایت، استادیار امور مالی در دانشگاه وندربیلت، یاد آوری می کند که قابلیت های آپشن در برخی کارگزاری ها پیش از تأسیس رابین هود چگونه بوده است. قبلاً پس از آنکه شما درخواست خود را برای معامله آپشن ها ثبت می کردید، یک نماینده برای پیگیری با شما تماس می گرفت. امروزه با فشردن تنها چند دکمه می توان تأییدیه معامله آپشن ها را از رابین هود دریافت کرد. وایت می گوید: «این موضوع بزرگ ترین نگرانی من

قبل دوبرابر شده است. طی این عرضه اولیه، رابین هود ۳۵ درصد از سهام خود را به کاربران اختصاص داد تا بتواند مشتریان اپلیکیشن رابین هود را متقاعد کند که می توانند در دارایی های این شرکت نیز سهیم شوند. صرف نظر از اینکه چه آینده ای در انتظار سهام رابین هود است، این شرکت اثرات ماندگاری روی صنعتی که در آن فعالیت دارد و نیز سرمایه گذاران گذشته است.

سرمایه گذاری رایگان شد

بدیهی است رابین هود اولین شرکتی نبود که کارمزدها را کنار گذاشت. کارگزاری قدیمی Zecco.com در آغاز فعالیت خود در سال ۲۰۰۶، ماهانه ۴۰ معامله رایگان برای مشتریان خود در نظر گرفته بود، اما این طرح را سال بعد کنار گذاشت. زمانی که رابین هود پلتفرم معاملاتی خود را در سال ۲۰۱۵ راه اندازی کرد، دیگر کارگزاری ها در ازای هر تراکنش پنج تا ۱۰ دلار دریافت می کردند. سایر ویژگی های رابین هود، از جمله اعطای سهام رایگان به مشتریان و نمایش آنچه هم تانیا آن ها در حال خریداری هستند، باعث جلب توجه سرمایه گذاران تازه کار شد. محبوبیت اپلیکیشن رابین هود باعث شد رقبا از میدان رقابت کنار روند. در حال حاضر سرمایه گذاران خرد برای انجام معاملات سهام خود دیگر به هیچ یک از پلتفرم های مطرح هزینه ای پرداخت نمی کنند.

کارگزاری ها همچنان می توانند از معاملات رایگان درآمد کسب کنند؛ آن ها از طریق هدایت جریان سفارش ها به سمت بازارگردان ها که از اختلاف های کوچک در قیمت های بازار پول درمی آوردند، کارمزد دریافت می کنند. در سال ۲۰۲۰، رابین هود سه چهارم درآمد خود را از طریق همین پرداخت های وابسته به تراکنش به دست آورد.

انجام معاملات کم هزینه تر برای سرمایه گذاران خرد

هرچند رابین هود ایده پاره سهم را ابداع نکرده، اما توانست آن را متداول کند. ایده پاره سهم به سرمایه گذاران امکان می دهد به جای آنکه برای خرید یک سهم متحمل هزینه زیادی شوند (به عنوان مثال خرید یک سهم آمازون به قیمت ۳/۶۲۶ دلار)، تنها بخشی از یک سهم را حتی به میزان ناچیز یک دلار خریداری کنند. کارگزاری های مطرح بیش از پیش ارزش جذب معامله گرانی را که قصد ندارند هزینه زیادی صرف کنند، درک می کنند. به عنوان مثال، فیدلیتی از برنامه ای رونمایی کرد که برای نوجوانان امکان معامله پاره سهم ها را فراهم می کند. در سال های اخیر، این صنعت

می کنند و قطعاً اتفاقات بدی برای افراد نا آشنا خواهد افتاد. مسئله دیگر اینکه این کلاهبرداری ها و تخلفات به اعتبار بازار مالی آسیب می زند.»

مدیرعامل شرکت توسعه فناوری مالی مزدک در خصوص اهمیت صندوق های سرمایه گذاری رمزارز گفت: «قطعاً در دولت جدید، در بانک مرکزی و خود بورس برای این مسئله فکری خواهد شد، چون موضوعی گریزناپذیر است. بازار رمزارز یک بازار غیررسمی است که دارد به فعالیت های خود ادامه می دهد و منافع آن اگر رگوله شود، قطعاً برای کشور سودمند خواهد بود؛ در این بین تنها افرادی ضرر خواهند کرد که با آگاهی کم وارد این بازار می شوند. به نظر من افرادی که در این حوزه به صورت حرفه ای کار می کنند همه با رگوله کردن این بازار توسط دولت و پرداخت مالیات موافق هستند.»

یا IEO. به طور کلی رویکرد مشخصی برای این موضوع به وجود نیامده و هنوز تکلیف قانونی مردم در مقابل رمزارزها مشخص و روشن نیست. به دلیل اولویت هایی که امروز در بورس وجود دارد و همچنین در بیرون از حوزه بازار، هنوز تصمیم گیری مشخصی درباره رمزارزها گرفته نشده است.»

تخلف و کلاهبرداری در کمین ناآگاهان

قاسمی با اشاره به امکان شکل گیری تخلف در شرایطی که صندوق های سرمایه گذاری رمزارز بدون مجوز مشغول به کار هستند، گفت: «قطعاً تخلفات و کلاهبرداری هایی در این جریانات اتفاق خواهد افتاد. این صندوق ها در فضای خاکستری که رگوله نیست فعالیت می کنند، از همین رو خطر آفرین هستند. در چنین شرایطی عده ای سودجو نیز از این مسئله سوء استفاده

این ابزار به خوبی کار کرد. سرمایه گذاران توقع آن را دارند که در همین بازار بتوانند به صورت یکپارچه در این حوزه سرمایه گذاری خود را انجام دهند و این باعث خواهد شد سرمایه از بازار خارج نشود و از یک دارایی به دارایی دیگر تبدیل نشود و مکانیزم های امنیتی و اطمینانی را به مشتریان می دهد که اطلاعات و دارایی هایشان در امنیت کافی قرار دارند. متأسفانه تاکنون این اتفاق در بازار سرمایه ما شکل نگرفته است.»

او همچنین در بخش دیگری از توضیحات خود افزود: «به دلیل شرایط خاصی که در کشور وجود دارد، در حال حاضر اولویت ها مربوط به مسائل دیگری است و فراهم کردن شرایطی که گفته شد برای مسئولان در اولویت نیست. دومین مسئله این است که بازار رمز دارایی در ایران هنوز متولی مشخصی ندارد؛ چه در زمینه صرافی، چه در زمینه نگهداری یا در زمینه ICO



شماره ۱۳
مرداد ۱۴۰۰
سال اول



پنج سایت مطرح فروش آنلاین دارو که برای گرفتن آینده این بازار منتظر چراغ سبز رگولاتور هستند

دارو فروش های آنلاین: اسنپ دکتر و داروباکس

در این مطلب یک لیست از پنج کسب و کار قدرتمند و در حال رشد فروش آنلاین دارو برای شما تدارک دیده ایم. لیستی که می توان آن ها را باز یگران اصلی یک بازار جذاب دانست که فعلا با هر کم و کسری کاربران ایرانی می توانند به آن ها مراجعه کنند.

Snapp! Doctor

← اسنپ دکتر: سرمایه گذاری برای آینده؟

اگر نسخه ای در دست دارید و می خواهید دارو بگیرد بهترین گزینه در حال حاضر اپلیکیشن اسنپ است. اپلیکیشنی که اگر چه هنوز با سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت به خاطر نسخه پیچی و فعالیت در حوزه دارو دست به یقه است اما فعلا نصف تو نیمه، کار متقاضیان خرید دارو به شکل آنلاین را راه می اندازد. اگر به اپ اسنپ سر بزنید، دو گزینه مرتبط با حوزه سلامت را خواهید یافت: یکی «دکتر و مشاوره» و دیگری «داروخانه». هر دو این بخش ها همان «اسنپ دکتر» هستند که این روزها تبلیغ آن را زیاد می بینید. اسنپ دکتر در بخش دارو، این امکان را فراهم کرده که به چند طریق دارو بگیرد. یکی از طریق نسخه هایی که دکترهای فعال در این اپلیکیشن و در بخش مشاوره به شما داده اند، یکی نسخه های آنلاینی که از بستر ملی نسخه الکترونیک گرفته اید (این بستر فعلا به شکل آزمایشی در کشور فعال شده و برای همه در دسترس نیست) و مهم تر از همه نسخه هایی که از مراجعه شخصی خودتان به پزشک در دست دارید. هم می توانید عکس نسخه تان را بفرستید، هم اگر داروخانه های طرف همکاری اسنپ، عکس آن را قبول نکردند، پیک اسنپ بیاید و نسخه فیزیکی را از شما بگیرد و بعد داروهایتان را برایتان بیاورد.



داروخانه آنلاین دکتر لوکس

← دکتر لوکس

دکتر لوکس بیشتر شبیه سایت یک کسب و کار فیزیکی است اما در رقابت با دارو کده و دارو دات کام چیزی کم ندارد. تجهیزات پزشکی مورد نیاز خانواده ها و تجهیزات ارتوپدی و مکمل ها و نیازهای غیر دارویی مرتبط با کرونا را می توانید در سایت دکتر لوکس که طراحی مناسبی دارد بیابید. دکتر لوکس نسخه آنلاین داروخانه و حیدیه است که نیم قرن سابقه دارد.



← داروباکس: رقیب واقعی تر اسنپ

داروباکس شبیه ترین و تاحدی جدی ترین رقیب اسنپ در دنیای فروش داروست. برخلاف ده ها سایت دیگر مانند داروخانه ۲۴، دارو هاپ، هایپردارو، دارودراگ، بتادارو... که همگی مشابه دارو دات کام و دارو کده هستند و امکان نسخه پیچی ندارند، داروباکس پلتفرمی است که می تواند به شما کمک کند نسخه تان را آنلاین به نزدیک ترین داروخانه محل سکونتتان بفرستید و هزینه آن را آنلاین پرداخت کنید و داروهایتان را درب خانه تحویل بگیرید. البته داروباکس فعلا بیشتر روی محتوا کار کرده و هنوز مشخص نیست چقدر توان دریافت نسخه و تحویل دارویش قدرتمند و کاربر پسند است.



← داروکده

داروکده یکی از اولین وبسایت هایی بود که با برند فروش آنلاین دارو وارد فضای وب ایران شد. اما راستش را بخواهید داروکده هم مثل بیشتر رقبایش (منهای اسنپ و داروباکس البته) هر چیزی می فروشد الا دارو! دلیلش هم روشن است. مجوز این کار را ندارد. در داروکده می توانید لوازم آرایشی و بهداشتی، ویتامین ها



مجوز داروخانه های همکار پلتفرم ها لغو می شود؟!

یک بحث داغ میان علی فاطمی نایب رئیس انجمن داروسازان و مسعود تاج فرد رئیس هیئت مدیره اسنپ دکتر

← اسنپ دکتر پلتفرم واسط است، نه فروشنده

در این جلسه فاطمی به اظهارهایی که اخیرا برای داروخانه ها در زمینه همکاری با اسنپ دکتر ارسال شده، اشاره کرد و گفت: «ضابطه ای تحت عنوان فروش اینترنتی اقلام دارویی توسط داروخانه ها وجود دارد که از سوی سازمان غذا و دارو به عنوان متولی اصلی نظام دارویی کشور نوشته شده است. بر اساس این قانون، از پنج گروه کالایی که در داروخانه ها فروخته می شوند، یعنی داروها، فرآورده های بهداشتی و آرایشی، مکمل های غذایی، فرآورده های طبیعی و لوازم پزشکی مصرفی، فقط داروها اجازه فروش اینترنتی ندارند. در ضابطه ای که سال ۹۷ در سازمان غذا و دارو نوشته شده هم فروش واسطه ای دارو غیرمجاز شناخته شده است. فروش داروهای OTC (داروهای بدون نسخه) و مکمل های غذایی در مارکت پلیس ها و پلتفرم ها هم مورد قبول نیست. دلیل وجود این قانون این است که نگهداری و ارسال مکمل های غذایی تابع شرایط دارویی است و مکمل های غذایی به عنوان دارو طبقه بندی شده اند. به همین دلیل ما از داروخانه ها تقاضا کرده ایم که برای فروش دارو یا پلتفرم ها همکاری نکنند، چون ممکن است مشکلات قانونی برای آن ها پیش بیاید.»

این روزها که کرونا دوباره اوج گرفته، یکی از نیازهای شدید ارتقای مردم خرید از داروخانه هاست. خریدهایی که با دست به دست شدن عکس هایی از شلوغی، ازدحام و البته عدم رعایت فاصله گذاری اجتماعی در داروخانه ها همه را نگران کرده است. سؤالی که این روزها پرسیده می شود این است که چرا وبسایت ها و استارت آپ ها برای راحتی مصرف کنندگان در این شرایط کاری نمی کنند؟ این روزها همچنان آنچه در دنیای آنلاین از دارو نصیبتان می شود، بیشتر اقلام غیر دارویی داروخانه هاست. دلیلش هم یک چیز است: داروخانه های آنلاین حق فروش دارو را ندارند! این فعلا قانون وزارت بهداشت و سازمان غذا و داروست، اما احتمال دارد در آینده نزدیک عوض شود. با اینکه عده بسیاری بازار فروش آنلاین دارو را یکی از بازارهای روبه رشد برای راه اندازی استارت آپ می دانند، اما فعلا قوانین وزارت بهداشت اجازه رشد این کسب و کارها را نمی دهد. در همین راستا، در برنامه «روی خط خبر» رادیو سلامت، گفت و گویی با موضوع فروش اینترنتی دارو و محدودیت های قانونی موجود در این زمینه با حضور مسعود تاج فرد هم بنیان گذار و رئیس هیئت مدیره اسنپ دکتر و علی فاطمی نایب رئیس انجمن داروسازان ایران انجام شده که در ادامه خلاصه ای از آن را می خوانید.



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

هم‌پای آن‌ها که پای اجرای ایده‌هایشان می‌ایستند



پلنت
شبکه‌ی نوآفرینی
در صنعت بیمه و مالی

پلنت، گوشه دنجی برای تیم‌های ایده‌های حوزه بیمه و مالی

plannet.ir

درست است در ایران کسی بگوید من فروش این مواد مخدر را شروع می‌کنم و بعد قانون به تبع آن اصلاح می‌شود؟» مدیرعامل اسنپ‌دکتر در پاسخ به دغدغه‌های مطرح‌شده به نقشی که اسنپ‌دکتر در قطع زنجیره کرونا داشته است، اشاره کرد: «اسنپ‌دکتر در این شرایط همه‌گیری کرونا که داروخانه‌ها به عنوان دومین محل پرخطر از نظر انتشار ویروس کرونا مطرح هستند، خدمتی را ارائه می‌دهد که به مردم کمک می‌کند برای تأمین دارو نیاز به خروج از منزل نداشته باشند و به گسترده شدن زنجیره کرونا دامن نزنند و ما به این کار افتخار می‌کنیم. از این جهت مقایسه فعالیت ما با فروش ماریجوانا اصلاً مقایسه درستی نیست.»

تاج‌فرد همچنین درباره شیوه احراز هویت پزشکانی که در اسنپ‌دکتر مشاوره پزشکی ارائه می‌دهند هم توضیح داد و گفت: «همه پزشکانی که با اسنپ‌دکتر همکاری می‌کنند، از سازمان نظام پزشکی مجوز دارند و ما مدارک پزشکان را بررسی می‌کنیم و به کاربرانی که از این خدمات استفاده می‌کنند این اطمینان را می‌دهیم که این پزشکان از فیلترهای مختلف عبور کرده‌اند.»

اگر مسئول فنی داروخانه تشخیص دهد دارویی نباید به صورت عادی حمل شود، اجازه خروج دارو از داروخانه داده نمی‌شود

تجربه‌های مشابه

در دنیا

نایب رئیس انجمن داروسازان ایران درباره تناقض بین ناگزیر بودن استفاده از تکنولوژی در زندگی مدرن امروز و وجود محدودیت‌ها برای پلتفرم‌ها در زمینه تأمین دارو، به وجود تجربه‌های مشابه در دنیا اشاره کرد و گفت: «در حال حاضر در بسیاری از کشورها چنین سیستم‌هایی برای ارائه خدمات پزشکی، کالاهای سلامت و دارو وجود دارد و بسیاری از پزشکان در کشور هم به ارائه خدمات غیرحضوری اقدام می‌کنند. در بحث تله‌مدیسی و تله‌فارمسی در سازمان غذا و دارو ضوابطی نوشته شده و طرح تله‌فارمسی در استان کرمانشاه به صورت پایلوت از طریق سامانه سیب انجام شده است. بخش معاونت درمان وزارت بهداشت هم بحث تله‌مدیسی را انجام داده است. اگر زیرساخت‌های لازم ایجاد شود، این فعالیت‌ها مانعی ندارد و پزشکان و داروخانه‌ها هم می‌توانند خدمات آنلاین ارائه دهند. اما اینکه ما به دارو به عنوان کالایی معمولی نگاه کنیم و دارو را پشت اسنپ‌باکس قرار داده و در سرما و گرما انتقال دهیم، درست نیست؛ دارو پیتزا و کالای سوپرمارکتی نیست. ما تا زمانی که ضابطه و قانونی در این زمینه وضع نشود و زیرساخت‌های لازم برای فعالیت داروخانه‌ها ایجاد نشود، فعالیت پلتفرم‌ها را تأیید نمی‌کنیم.»

هم‌بنیان‌گذار اسنپ‌دکتر در زمینه شرایط حمل دارو از طریق این اپلیکیشن گفت: «ما تشخیص همه این نکات را به عهده مسئول فنی داروخانه قرار داده‌ایم. اگر مسئول فنی داروخانه تشخیص دهد دارویی نباید به صورت عادی حمل شود، اجازه خروج دارو از داروخانه داده نمی‌شود. برای مثال بعضی از داروها نیاز به شرایط حمل و نگهداری خاص یا زنجیره سرد دارند و این داروها ارسال نمی‌شوند. ما از کل درخواست‌هایی که برای اسنپ‌دکتر ارسال می‌شود، حدود ۵۰ درصد را می‌پذیریم و ۵۰ درصد را به دلیل وجود همین خطرات به کاربر تحویل نمی‌دهیم و به‌او اعلام می‌کنیم دارو را باید از داروخانه حضوری تحویل بگیرد. بنابراین به این مسائل فکر شده، اما خواهش من از آقای دکتر فاطمی، سازمان غذا و دارو و بقیه کارشناسان این است که به جای مخالفت با ما بیایند و کمک کنند تا این زیرساخت‌هایی که خود دکترا فاطمی به آن‌ها اشاره کردند به کمک بخش خصوصی سریع‌تر فراهم شود. ما از همکاری با سازمان‌ها استقبال می‌کنیم.»

مسعود تاج‌فرد نیز با اشاره به نقش تسهیلگر اسنپ‌دکتر در زمینه تأمین آنلاین دارو و چگونگی عملکرد پلتفرم اسنپ‌دکتر، نظری متفاوت را ارائه کرد و گفت: «ما در پلتفرم اسنپ‌دکتر کالایی را به صورت مستقیم نمی‌فروشیم. اگر به اپلیکیشن اسنپ‌دکتر سر بزنید، می‌بینید که نه دارویی تبلیغ و معرفی می‌شود و نه دارویی به صورت مستقیم به فروش می‌رسد. ما به عنوان پلتفرم کاربران را به داروخانه‌ها متصل و فرایند تهیه دارو را تسهیل می‌کنیم. بنابراین همه اقدامات توسط خود داروخانه انجام می‌شود. نسخه را اپلیکیشن اسنپ‌دکتر برای داروخانه ارسال می‌کند، مسئول فنی داروخانه بر اساس صلاحدید خودش و ضوابط و آیین‌نامه‌های

داخلی داروخانه‌ها عمل و دارو را برای کاربر تأمین می‌کند. بنابراین ما فروشنده نیستیم. بر اساس قانون نظام صنفی به عنوان پلتفرمی که در فضای مجازی و اینترنتی فعالیت می‌کنیم، باید مجوز خودمان را از اتحادیه کسب و کارهای اینترنتی بگیریم و دارای چنین مجوزی هستیم. مجوز ما در رشته خدمات سلامت است و طبق قانون نظام صنفی در این زمینه مجاز به فعالیتیم.»

شیوه همکاری اسنپ با داروخانه‌ها

تاج‌فرد درباره چگونگی نظارت بر عملکرد پلتفرم اسنپ‌دکتر هم گفت: «درباره پلتفرم‌ها نظارت در دو بُعد انجام می‌شود؛ یکی نظارتی است که اتحادیه کسب و کارهای اینترنتی و وزارت صنعت و معدن بر ما دارد و بُعد دیگر نظارتی است که بر تأمین‌کنندگان ما (که داروخانه‌ها هستند) صورت می‌گیرد. این داروخانه‌ها همه مجوز فعالیت دارند و سازمان غذا و دارو بر آن‌ها نظارت می‌کند.»

او همچنین درباره شیوه همکاری اسنپ با داروخانه‌ها عنوان کرد: «ما با همه داروخانه‌هایی که دارای مجوز فعال هستند و محل کسب آن‌ها باز است، همکاری می‌کنیم. با آن‌ها قرارداد شفاف می‌بندیم که در این قرارداد حدود مسئولیت‌ها و محدودیت‌های داروخانه‌ها مشخص است. در این بین فرایند تأمین دارو را تسهیل می‌کنیم. کاربر علاوه بر هزینه اقلام دارویی، هزینه پیک هم پرداخت می‌کند که از هزینه واقعی پیک کمتر است. در حال حاضر هزینه ارسال دارو در تهران ۱۰ هزار تومان است.»

تبعات سنگین برای داروخانه‌ها

فاطمی همچنین اظهارها و تهدیداتی را که از سوی سازمان غذا و دارو برای قطع همکاری داروخانه‌ها با پلتفرم‌ها ارسال شده، تأیید کرد و در این باره گفت: «آقای تاج‌فرد به درستی گفتند که در حال حاضر با داروخانه‌هایی همکاری می‌کنند که دارای مجوز فروش اینترنتی هستند، اما در فروش اینترنتی داروخانه‌ها، دارو استثنای شده و اگر داروخانه‌ای از این امر تخلف کند، به کمیسیون ماده ۲۰ و کمیسیون ماده ۱۱ برای تخلفات ارجاع داده می‌شود تا مجوزش باطل شود. این تخلف تبعات بسیار سنگینی برای داروخانه‌ها به همراه دارد. الان تماسی که از این پلتفرم‌ها و مشخصاً از سوی اسنپ‌دکتر با داروخانه‌ها گرفته می‌شود، به نوعی تشویق آن‌ها به تخلف است. من کاری ندارم که منطق و ماهیت این تخلف درست یا غلط است. هر چند شخصاً معتقدم دارو کالایی معمولی نیست که از سوی واسطه‌های اینترنتی فروخته شود، اما موضوع این است که این ارتباطات، نادرست است. بعضی از مسئولان اسنپ مصاحبه کرده بودند که ما کار خود را انجام می‌دهیم و قانون بعداً به تبع ما می‌آید. من این موضوع را به این تشبیه می‌کنم که در خیلی از کشورها ماریجوانا آزاد شده و رسماً به فروش می‌رسد. آیا



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



عادل طالبی در نشست
نصر تهران

آیا دیوانگی نکردم؟

زمانی مخالف مهاجرت بودم و می‌گفتم باید بمانیم و کشور را بسازیم. گاهی فکر می‌کنم آیا دیوانگی نکردم که وقتی در سال‌های قبل فرصت مهاجرت برایم پیش آمد، از کشور زرفتم؟ آیا امیدی که در دوره اصلاحات داشتیم و بعد در زمان احمدی‌نژاد گفتیم در مقابل سیاهی می‌ایستیم، درست بود؟ چیزی که ما را به حرکت وامی‌دارد، امید و محدودیت‌هاست و برای انسان‌های با انگیزه و متخصص هم دو چیز ویرانگر است؛ امید و محدودیت‌ها.

همچنان فرصت مهاجرت برایم وجود دارد. آخرین تصمیم جدی من برای رفتن به کانادا بوده و حتی شرایط رفتنم فراهم است، اما ته دلم همچنان نگرانی وجود دارد که آدمی مثل من می‌تواند راحت ریشه‌هایش را بکند؟ آن قدر ناامیدی در جامعه تزریق می‌شود و آن قدر محدودیت‌ها زیاد است که آدمی مثل من می‌خواهد دل بکند و دیگر طاقت ندارد. شاهدیم که همکارانمان به شکل جدی در حال مهاجرت هستند.

مطابق نظرسنجی که از فعالان حوزه توسعه و فناوری شده، ۷۰ درصد میل به مهاجرت داشته‌اند. وقتی مقصد مورد نظر این نیروهای علاقه‌مند به مهاجرت را پرسیده بودند، در پاسخ گفته بودند هر جایی جز اینجا! حتی راضی به رفتن به عمان و ترکیه و امارات بودند. کسانی که ترکیه را می‌شناسند، می‌دانند قانون کار آنجا نزدیک به برده‌داری است. وقتی نیروهای انسانی مهاجرت می‌کنند، من اینجا با چه ابزاری کار کنم؟ ما برای مجموعه تیزلند مدیر محتوا می‌خواهیم و از اردیبهشت نتوانسته‌ایم پیدا کنیم! تازه این در حالی است که مدیر محتوا نیرویی است که به خارج نمی‌رود و کارش با زبان فارسی است، ولی می‌بینیم که حتی نیروی تولید محتوا هم مهاجرت کرده است! در قسمت توسعه نیز دو نیرو احتیاج داریم و واقعا نیروی کار متخصص نیست. افراد با ۱۸ میلیون تومان حقوق هم کار نمی‌کنند. به نظرم بعد از جنگ آب که می‌تواند ایران را به زمین بزند، بحران منابع انسانی کسب‌وکارها را به زمین خواهد زد.

در مسیر تندباد



آنچه در نشست کلاب‌هاوسی سازمان نصر تهران با موضوع «دبی به دنبال استعدادهای ایرانی؛ چه باید کرد؟» گذشت

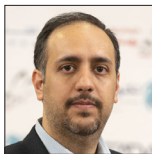
گزارش
REPORT



مصنوعی با کمبود شدید نیروی کار متخصص روبه‌رو شده‌ایم، زیرا متخصصان این حوزه اکثر مهاجرت می‌کنند.» او ادامه داد: «من در مورد طرح صیانت سعی داشتم زهر طرح را بگیرم و شاید موضع من با دیگر دوستان فرق داشت و اصلاحاتی روی طرح داشتیم، اما ایده امتیاز ویژه دادن هم شاید ایده درستی نباشد. ایزوله کردن بچه‌های فنی با هر نوع امکاناتی که به آن‌ها بدهیم، ایده‌ای از جنس سیاست‌های چینی است. در مورد طرح صیانت هم ما با همین طبقاتی کردن جامعه به واسطه این طرح مشکل داریم و مخالفت هستیم. حتی اگر بحث تخصیص اینترنت به متخصصان را کنار بگذاریم و فقط به بحث اجتماعی این اقدام هم توجه کنیم، می‌بینیم حالا در شرایطی که به اندازه کافی طبقات اجتماعی مختلف در کشور ایجاد شده، دادن امتیاز ویژه برای جلوگیری از مهاجرت ما را با مشکلات بیشتری مواجه خواهد کرد.»

حقوق نیروی کار را به مرور افزایش دهیم

حسین اسلامی، رئیس سازمان نصر تهران، با تأکید بر اینکه اگر مجبور به پذیرش طرح صیانت شده‌ایم به معنای این نیست که دلمان با این طرح صاف شده،



عنوان کرد: «ما باید تقسیم‌بندی بین طرح‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت انجام بدهیم. آموزش به افراد با سن کم خیلی خوب است، اما نباید کاری کنیم که به ما اتهام بهره‌گیری از کودک کار بزنند! چیزی که در کوتاه‌مدت باید اتفاق بیفتد قطعا تغییر در میزان حقوق نیروهای کار است. در نظام صنفی موضوعاتی را مصوب می‌کنیم که شرکت‌های عضو هم آن را رعایت نمی‌کنند. ما متوجه درآمد شرکت‌ها هستیم و به نظر برخی از آن‌ها باید آرام‌آرام به سمتی بروند که در یافتن هایشان از مجموعه‌های خصوصی یا دولتی، مطابق با پرداخت‌های مالی‌شان به متخصصان باشد. پرداخت‌ها باید با شرایط روز بالا برود و صنف باید پشت شرکت‌ها بایستد.» او ادامه داد: «مجموعه‌هایی که خارج از حوزه آی‌سی‌تی فعال هستند، خودشان را با هزینه‌ها تطبیق داده‌اند و اگر مثلا زمینی می‌خرند، می‌دانند که با قیمت روز باید این خرید انجام شود. اما وقتی به حوزه نرم‌افزار و سخت‌افزار می‌رسند، حاضر نیستند خودشان را تطبیق بدهند. نباید به خاطر موضوع مهاجرپذیری امارات

شهرک متخصص‌ها

ولی اله فاطمی، بنیان‌گذار توسن، با اشاره به اینکه باید خودمان برای فعالیت در فناوری فکر کنیم و منتظر نباشیم که دولت یا مجلس بخواهد مشکلات را جبران کند، توضیح داد: «رفتن نیروی انسانی که حدود ۲۰ سال درس خوانده و در مجموعه‌های مختلف کار کرده و تجربه اندوخته، لطمه‌زننده است.»



او معتقد است توسعه‌دهنده‌های ما بیشتر از توسعه‌دهندگان خارجی کار می‌کنند و اگر نظام صنفی به برداشتن برخی از محدودیت‌ها کمک کند، اتفاق‌های خوبی می‌افتد. فاطمی با تأکید بر اینکه با برداشتن معافیت‌های مالیاتی و برنامه‌ریزی برای پول افراد فعال در حوزه نوآوری می‌توان آن‌ها را برای کار در کشور امیدوار کرد، توضیح داد: «شرکت‌ها باید به فکر مسکن و رفاه متخصصان خود باشند.»

می‌توانیم برای چنین بچه‌هایی شهرک‌های ویژه با امکانات رفاهی و تفریحی فراهم کنیم. اگر به بچه‌های برنامه‌نویس و فعالان حوزه فاوا بیشتر توجه کنیم، به کمک نظام صنفی می‌توانیم از طریق این تمرکزها از حاکمیت مزیت‌هایی بگیریم. اگر چه باید در گام نخست این مزیت‌ها برای همه افراد جامعه فراهم باشد اما شاید آن‌ها که در معرض مهاجرت هستند را باید در اولویت قرار داد چون برخی فرصت‌ها و آدم‌ها که از دست بروند دیگر دیر شده و کاری نمی‌توان کرد.»

تأسیس شعبه‌های برون‌مرزی

مهران ضیابری، هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ ترجمیار، در مورد مهاجرت نیروها گفت: «ما نمی‌توانیم جلوی کسی را که امکان زندگی برای او در خارج از کشور



فراهم شده بگیریم و او را ترغیب به ماندن در کشور کنیم. راهکاری که ما پیدا کردیم رفتن سراغ نیروهای جوان بود. خوشبختانه نیروهای دهه هشتاد خیلی مستعد هستند و ما هم کارآموزهایی از بین آن‌ها داریم، اما رهکار بهتری که به ذهن ما رسید این بود که شعبه خارجی در همین کشورهای همسایه برای کار کردن آن‌ها فراهم کنیم. به هر صورت ما با بحران شدید نیرو مواجه هستیم. امروز در زمینه هوش

یکی از مسائل مبتلا به شرکت‌های نوآور که نیاز بیشتری به نیروی کار متخصص دارند، مسئله مهاجرت نیروهای زبده است. کسانی که سال‌ها از بودجه عمومی صرف تحصیل و توانمندی‌شان شده است، این بار نه به مقصد کشورهای اروپایی یا آمریکای شمالی که به سوی کشورهای همسایه و حاشیه خلیج فارس عزم مهاجرت کرده‌اند. ایران که تلاش‌های بسیاری کرده تا در درجه اول در منطقه حرفی برای گفتن در زمینه اقتصاد نوآوری داشته باشد، با این روند دیر و دور نیست که نوعی از عقب‌ماندگی را تجربه کند؛ عقب‌ماندگی‌ای که حاصل مهاجرت نیروی انسانی متخصص است و علت اصلی اش فشارهای اقتصادی و قوانین و مقرراتی است که روز به روز دایره عمل افراد را تنگ و تنگ‌تر می‌کنند و امید را تبدیل به ناامیدی. بر همین اساس سازمان نصر تهران، برنامه‌ای را در فضای کلاب‌هاوس برگزار کرد با عنوان: «دبی به دنبال استعدادهای ایرانی؛ چه باید کرد؟»

این نشست با حضور جمعی از نمایندگان بخش خصوصی، دولتی و اعضای سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران برگزار شد که خلاصه‌ای از آن را می‌خوانید.

سرمایه انسانی؛ منبع کلیدی

شهاب جوانمردی مدیر هلدینگ فناپ با بیان اینکه باید تمرکز بیشتری روی کار گذاشت و از گله‌مندی فاصله گرفت، در این نشست مجازی گفت: «بعد از



کرونا بیشتر حس کردیم که باید نگاهمان به سرمایه‌های انسانی عوض شود و به عنوان منبعی کلیدی به آن‌ها فکر کنیم. سرمایه انسانی که سال‌ها آموزش و ارتقا دیده، به واسطه شیوع کرونا و بعد ویرانه‌هایی که داده می‌شود، مهاجرت می‌کند. اگر قبلا با اکوسیستم بسته‌تری مواجه بودیم، امروز فضا بازتر شده، اما این تبادل یک‌طرفه است و شاهد خروج نیروهای انسانی از کشور هستیم.» به گفته جوانمردی در این سال‌ها بیش از گذشته با مسائل مربوط به کمبود نیروی انسانی مواجه هستیم: «ما سعی کردیم در سطح مجموعه هلدینگ و شرکت‌ها بحث جذب نیرو از سننن پایین و آموزش تخصصی به آن‌ها و در نهایت تغییر شکل کسب‌وکار را جدی‌تر دنبال کنیم.»



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



و... با بالا رفتن پرداختی شرکت‌های بزرگ به نیروهایشان، شرکت‌های کوچک آسیب ببینند، بلکه باید با نسبت و آهنگ ویژه چنین کاری کرد. او گفت: «موضوع بعدی سهام کارکنان است؛ شاید دیگر نتوان به راحتی با افزایش حقوق نیروی کار را نگه داشت. منظورم فقط افراد خیلی نخبه نیست، بلکه لایه‌های مختلف کاری است. هنوز خیلی شرکت‌ها نسبت به این مسئله مقاومت می‌کنند.» اسلامی معتقد است در کوتاه‌مدت باید سعی کنیم درآمد نیروهای انسانی را بالا ببریم. او گفت: «امروز دبی ما را تهدید می‌کند و افراد به راحتی می‌توانند از آنجا به کشور رفت و آمد کنند و فاصله بسیار نزدیک است. باید درآمد افراد توسعه‌دهنده و سایر کارکنان بالا برود؛ اینکه به چه نسبتی این اتفاق بیفتد، جای فکر دارد. متقابلاً درآمد شرکت‌ها نیز لازم است افزایش پیدا کند.»

سیاست‌گذاران را آگاه کنیم

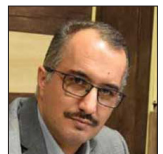
مجید اورعی، مدیرعامل شرکت عصر فناوری دانش و عضو هیئت‌مدیره نصر تهران، گفت: «ما فکر می‌کنیم دبی بزرگ‌ترین تهدید ماست، اما شرکت‌های



کانادایی هم بسیاری از متخصصان ما را استخدام می‌کنند. ارمنستان نیز نیروهای زیادی از ما می‌گیرد. نزدیک به ۱۵ سال از عمر سازمان نصر می‌گذرد، اما همچنان در تعرفه‌ها از نرخ پایه کارگری شروع می‌کنیم. وظیفه صنف این است که نرخ‌هایی را که در کشور مطرح می‌شود، به نرخ‌های جهانی نزدیک کند.» او با اشاره به اینکه زمانی قرار بود فرودگاه امام خمینی هاب منطقه شود و هواپیماها از ایران به نقاط دیگر بروند، گفت که این نقش را امروز فرودگاه دبی در منطقه بازی می‌کند. اورعی بیان کرد: «در ایران ظرفیتی وجود دارد که بتواند هاب حوزه نرم‌افزار در منطقه شود، اما امروز با بحران مهاجرت نیروی فاوا در کشور روبه‌رو هستیم که می‌توانست منبع کسب درآمد کشور باشد. همان‌طور که در زمان جنگ به دفاع نیاز داشتیم و بودجه‌ها و سیاست‌ها را به سمتی بردیم که بیشتر آن در زمینه دفاعی تقویت شد، امروز در وضعیتی هستیم که در حوزه فاوا دستاوردهای خوبی داریم، اما باید سیاستمداران را توجیه کنیم، در غیر این صورت ما هم به مرور به فکر مهاجرت می‌افتیم. اگر به فکر آباد کردن هستیم، باید سیاست‌گذاران را نسبت به این موضوع آگاه کنیم که امروز با بحران نیروی انسانی در کشور روبه‌رویم.»

راهکار کوتاه‌مدت جواب نمی‌دهد

علی عبداللهی، رئیس مرکز فناوری اطلاعات و اقتصاد هوشمند وزارت اقتصاد، در مورد عوامل مهاجرت فعالان حوزه فناوری معتقد است: «بحث اعتماد به تصمیمات



حاکمیت‌ها، بحران‌های موجود از کرونا تا سایر موارد، همه عواملی هستند که انگیزه مهاجرت ایجاد می‌کنند. در مباحث اقتصادی وقتی برابری نرخ ارز به هم می‌خورد، دوره اوج مهاجرت به وجود می‌آید. این دوره از زمانی که دلار از هزار تومان رشد صعودی پیدا کرد آغاز شد. امروز علاوه بر موارد قبلی، افول سرمایه‌های اجتماعی پررنگ‌تر است و نه تنها با مهاجرت متخصصان بلکه با مهاجرت خانواده‌ها هم روبه‌رو هستیم. ذات صنعت فناوری، پویایی و سیالیت آن در سطح بین‌المللی از همه صنایع دیگر بالاتر است. بنابراین به مرور با شرکت‌هایی مواجه می‌شویم که ادبیات بین‌المللی شدن شرکت‌ها را به هم می‌ریزند و جهانی‌زاد هستند؛ چیزی که قبلاً تجربه‌اش را نداشتیم. وقتی چنین شرایطی پیش می‌آید باید انتظار داشته باشیم منابع این شرایط که اکثر آن‌ها انسانی است، به همین ترتیب متناسب با این تغییرات عوض شود.»

remis®

برفرز دنیای داده‌ها

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان مطهری
خیابان سرداران، شماره ۲۸
تلفن مرکز تماس و مشاوره: ۴۲۰۸ ۴۰۰۰
فکس: ۴۲۰۸ ۴۲۰۸

www.remisco.com
contact@remisco.com



مشاوره، طراحی، پیاده‌سازی، تامین و پشتیبانی در زمینه‌های:

- راه‌اندازی، توسعه، بهبود و مهاجرت مراکز داده
- رایانش ابری (Cloud Computing) و مجازی‌سازی (Virtualization)
- Disaster Recovery و سایت‌های پشتیبان
- ذخیره‌سازهای مرکزی (Block, File, Object) شامل انواع Bybrid و All Flash و پشتیبان‌گیری اطلاعات
- شبکه داده (Carrier Class Networking)
- امنیت فضای سایبری (Security)
- مراکز عملیات شبکه و امنیت (NOC & SOC)





آب بسته بندی شده
خطرناک تر از آب
لوله کشی

اثرات مخرب یک باور فراگیر

دانشمندان می گویند اثر مخرب آب بسته بندی شده ۳۵۰۰ برابر بیشتر از آب لوله کشی است. پژوهشی که مؤسسه سلامت جهانی بارسلون انجام داده است، اثر آب بسته بندی شده را در بارسلون اسپانیا آزمایش کرده است؛ جایی که در آن، به رغم بهبود کیفیت آب لوله کشی در سال های اخیر، آب بسته بندی شده به شکلی فزاینده متداول شده است.

این پژوهش به این نتیجه رسیده است که اگر همه اهالی این شهر آب بسته بندی بنوشند، هزینه استخراج منابع ۳۵۰۰ برابر بیشتر از زمانی خواهد بود که همه آن ها آب لوله کشی مصرف کنند.

از دیگر نتایج این تحقیق این است که تأثیر آب بسته بندی شده بر اکوسیستم ۱۴۰۰ برابر بیشتر از آب بسته بندی شده است. محققان نتیجه می گیرند که در مقابل خطر اندک ابتلا به سرطان مثانه در اثر نوشیدن آب لوله کشی، مصرف این نوع آب منجر به کاهش چشمگیر اثرات مخرب زیست محیطی آب بسته بندی شده می شود.

کریستینا ویلانوا، محقق ارشد این پروژه، می گوید: «مدام گفته می شود که نوشیدن آب لوله کشی برای سلامتی بد است اما وقتی این دورا با هم بسنجید، می بینید فایده نوشیدن آب بسته بندی شده بسیار ناچیز است.» ویلانوا می افزاید: «فکر می کنم این تحقیق بتواند به کاهش مصرف آب بسته بندی شده کمک کند اما برای تغییر آن، نیاز به سیاست های فعالانه بیشتری داریم.» او می گوید: «برای مثال در بارسلون می توانیم کمپین های آموزشی بیشتر راه بیندازیم و مردم را آگاه کنیم که فایده ای که نوشیدن آب بسته بندی شده برای سلامتی مان دارد، در برابر اثرات زیست محیطی اش بسیار ناچیز است. باید دسترسی به مخزن های آب عمومی را در خیابان ها تسهیل کنیم تا هر کس بطری خودش را آب کند و نیازی به خرید آب بسته بندی شده نداشته باشد.»



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



عکس: پریا امیرحاجلو

کشاورزان فعلی آخرین نسل کشاورزی ایران هستند؟

گفت و گو با محسن حسینی
که با اختراع کودی شیمیایی
با اثرات چندگانه توانسته
نشان طلای فدراسیون
مخترعان سوئیس را کسب
کند

سید محسن حسینی، هم بنیان گذار کسب و کار نوآور کشتیار، با ثبت اختراع فرمولاسیون کودی سیلیکات فسفیت پتاسیم نشان طلای فدراسیون مخترعان سوئیس (IFIA) را کسب کرد. نخستین رقابت بین المللی ابداع و نوآوری این فدراسیون هجدهم تا بیستم ژوئیه ۲۰۲۱ با حضور ۶۵۰ شرکت کننده از ۳۵ کشور برگزار شده بود.

حسینی که اصالتا یزدی است، لیسانس کشاورزی گرایش خاک شناسی از دانشگاه صنعتی اصفهان و فوق لیسانس شیمی حاصلخیزی خاک و تغذیه گیاهان از دانشگاه تهران دارد و از دوره لیسانس تمرکز خود را معطوف به مباحث مربوط به فرمولاسیون کودهای شیمیایی و فرمولاسیون تغذیه گیاهان روی بسترهای هیدروپونیک کرده است. او درباره محصولی که اختراع کرده، به «کارنگ» می گوید: «این محصول کودی شیمیایی است که اثرات چندگانه ای بر گیاه دارد و علاوه بر ارزش غذایی و غنی سازی ای که در گیاه ایجاد می کند، می تواند باعث کنترل آفت ها، بیماری ها و قارچ ها و افزایش عمر پس از برداشت محصولات بشود؛ مخصوصا محصولات مثل توت فرنگی و صیفی جات که مصرف تازه خوری دارند. این کود می تواند به شکلی باعث افزایش مقاومت گیاه شود که ما اصلا نخواهیم سمی را به منظور خراب نشدن محصول در انبار یا در مسیر رسیدن به مغازه ها استفاده کنیم.»

حسینی اشاره می کند که چنین کودهایی به شکل تک عنصری یا دو عنصری در بازار وجود دارد اما این کم بودن عناصر، باعث محدودیت هایی در اثرگذاری کودها می شود. وی می افزاید: «ابتکار ما در این محصول این بود که تعداد زیادی از عناصری را که به شکل عادی نمی توانستند در حالت مایع کنار هم باشند، با این

بخش فناوری تراشید. با چنین اشتیاقی برای دستگاه های جدید، پیش بینی می شود حجم زباله های الکترونیکی جهان تا سال ۲۰۳۰ به ۷۴ میلیون تن برسد.

به شکلی نگران کننده بررسی ها نشان می دهد که یک سوم کسب و کارها اصلا نمی دانند سرنوشت پسماندهای الکترونیکی شان به کجا ختم شده است و از هر ده کسب و کار یکی اعلام کرده که دستگاه های قدیمی اش در محل دفن زباله تخلیه شده اند. این آمارها نشان می دهد دستگاه هایی که در دوره کرونا کنار گذاشته شده اند، به احتمال زیاد سطح زباله های الکترونیکی تجاری را افزایش می دهند.

فشارهای زیادی به کسب و کارها وارد می شود که در مورد زباله های الکترونیکی شان مسئولانه عمل کنند. گزارشی نشان می دهد که ۶۲ درصد از مشتریان می خواهند شرکت هایی که از آن ها خرید می کنند، موضعی در قبال

زباله های الکترونیکی سریع ترین رشد را در بین زباله ها دارند و آثارشان بر محیط زیست ویرانگر است. ابزارهای مدرن الکترونیکی تا روی زمین هستند، استفاده و نگهداری شان امن است اما همین ابزارها موادی سمی در خود دارند که هنگام دفن به عنوان زباله، خطرات زیست محیطی شان خاک، آب، هوا و حیات وحش را تهدید می کند. کوه جهانی زباله های الکترونیکی به شکل تصاعدی در حال افزایش است و هر کسب و کاری بر اساس اندازه و مقیاس خود، نقشی در این مسئله دارد. با این حال، این کسب و کارها همچنان می خواهند برای حفظ و افزایش بهره وری محل کار مطمئن شوند که تجهیزاتشان به اندازه کافی مدرن هستند. با شیوع کرونا، کسب و کارهای زیادی مجبور شدند تجهیزات فناوری اطلاعات را نوسازی کنند تا کارکنان بتوانند از راه دور کارشان را به خوبی انجام دهند. این کار در اولین موج کرونا، ۱۵ میلیارد دلار هزینه جدید در

راهکار معضل جهانی زباله های
الکترونیکی چیست؟

مالکیت اشتراکی





کپسول جنگل؛ ترکیبی نوآورانه برای کمک به کشاورزان

کود طبیعی؛ غذای سالم

کپسول جنگل را نسبت به رقبایش قیمت تمام شده پایین این محصول و در نتیجه کاهش هزینه تمام شده برای کشاورز می‌داند. اختصاص یارانه به کودهای شیمیایی از سوی دولت به شیوه کنونی انتقادهای زیادی را برانگیخته است. کپسول جنگل هم یکی از همین منتقدان است و معتقد است با اصلاح روش های کشت و استفاده از کودهای ارگانیک می‌توان محصولات سالمی را برای مردم تولید کرد. کپسول جنگل تمام بخش های کشاورزی و فضای سبز، باغداران و شهرداری ها را بازار هدف خود معرفی کرده است و البته محصولات خود را برای مصارف خانگی هم ارائه می‌کند.

کودهای شیمیایی با آلودگی آب و خاک، علاوه بر آلودگی محیط زیست، امنیت غذایی را نیز به خطر می‌اندازند و مدت هاست که توجه جهان به آسیب های این کودها بر محیط زیست و سلامت انسان ها معطوف شده است. کسب و کار نوآور کپسول جنگل برای مقابله با این آسیب ها و با هدف تولید محصولات سالم، کودهای ارگانیک را در اختیار مشتریانیش می‌گذارد.

کپسول جنگل به گفته مهدی رحیمی ابوخیلی، بنیان گذار این کسب و کار، ترکیبی جدید و نوآورانه است که با اصلاح ساختاری خاک می‌تواند به مناطقی که خاکشان فرسوده شده و از بین رفته است، قابلیت کشت مجدد بدهد. او مزیت



ربات هایی که در سواحل می گردند و ته سیگار جمع می کنند

تعامل ربات و انسان علیه زباله

تشخیص خود استفاده می‌کند. ادوین باس، از سازندگان این ربات، می‌گوید: «این جذاب ترین بخش کار است. ما تعامل میان انسان و ربات را برقرار کرده ایم و این گونه مردم می‌توانند به هوشمندتر شدن ربات ها کمک کنند.» این ربات ها را شرکت تک تیکس با همکاری دانشجویان دانشگاه فناوری دلفت هلند ساخته است. سازندگان این ربات از اپلیکیشن Trove مایکروسافت برای دریافت میلیون ها عکس از فیلتر سیگار و زباله های دیگر در جهت تشخیص آن ها استفاده کرده اند. فیلتر سیگار که فعلا اصلی ترین سوژه این ربات هاست، به تنهایی آسیبی جدی برای آب ها به شمار می‌رود. فیلتر سیگار یکی از پر شمارترین انواع زباله هاست و تنها یکی از آن ها می‌تواند صدها لیتر آب را آلوده کند.

«بیچ بات» و ربات های همکارش که نامشان «مپ» است، در پارک ها و سواحل گشت می‌زنند و ته سیگار ها و زباله های دیگر را جمع می‌کنند. این ربات ها از هوش مصنوعی برای یافتن و جمع آوری زباله ها استفاده می‌کنند. سازندگان بیچ بات (یا به اختصار بی بی) یک بازی موبایلی هم ساخته اند که با آن هرکسی می‌تواند با تلفن هوشمندش به این ربات ها کمک کند با دقت بیشتری پی زباله ها بگردند. ربات های کوچک تر به نام مپ دستیاران بی بی هستند و در پیدا کردن زباله ها کمکش می‌کنند. اگر این ربات ها از زباله بودن چیزی مطمئن نباشند، تصویری از آن می‌گیرند و در اپلیکیشن موبایلی این پروژه منتشر می‌کنند تا مردم بگویند این زباله است یا نه. بیچ بات از داده هایی که کاربران در اختیارش می‌گذارند، برای قوی تر کردن سیستم

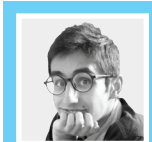


نوآوری و خلق ایده های جدید در راستای کشاورزی پایدار و مقاومتی است.»

حسینی هم بنیان گذار کسب و کار فضا پایه کشتیاری هم هست؛ سامانه ای برای مدیریت هوشمند کشاورزی بر اساس اطلاعات ماهواره ای. او درباره فعالیتش در این بخش می‌گوید: «به این دلیل که خرده مالکی در سیستم کشاورزی ایران غالب است، وضعیت اقتصادی کشاورزان خوب نیست و از آنجا که کشاورزی دقیق، کشاورزی پر هزینه ای است، برای کشاورزان صرفه اقتصادی ندارد که در این کار سرمایه گذاری بلند مدت کنند. از این رو استفاده از تصاویر ماهواره ای می‌تواند راهکاری بسیار مقرون به صرفه و کارا برای کشاورز باشد و با مدیریت دقیق مزارع می‌توانیم هم هزینه های کشاورز را کاهش بدهیم و هم جلوگیری از تخریب های محیط زیستی را بگیریم و کشاورزی پایدار را به معنای دقیق کلمه محقق کنیم.»

فرمولاسیون کنار هم گذاشتیم. این عناصر در کنار هم ارزش افزوده ای را در گیاه ایجاد می‌کنند و مصرف سم را به شدت کاهش می‌دهند و از طرفی هم محصول تولید شده بسیار غنی می‌شود و ارزش غذایی آن افزایش می‌یابد. همچنین این محصول باعث شده که حتی میوه دهی نیز افزایش پیدا کند.»

رفع چالش ها اولویت نظام آموزشی نیست



الیاس براهویی نژاد
@elyasbn

حسینی می‌گوید در این مسیر دشواری هایی هم داشته است و یکی از این دشواری ها را ممانعت های برخی اساتید از انجام چنین کاری برمی‌شمارد و می‌گوید: «این اساتید می‌گفتند این کار بزرگی است و تا به حال در دانشگاه انجام نشده و دانشجوی کارشناسی ارشد نمی‌تواند از پس آن بر بیاید.»

در دسترس نبودن منابع و امکانات لازم برای چنین کاری، از دشواری های دیگر وی

در مسیر این نوآوری بوده است. او اشاره می‌کند که «این نبود امکانات به حدی بود که من شاید دو ماه فقط دنبال یک ماده شیمیایی به اندازه نیم گرم بودم و هیچ جا پیدا می‌شد. نهایتا سفارش دادیم از خارج از کشور برایمان آوردند.» حسینی علاوه بر تحریم، سیاست های آموزشی را هم از دلایل دسترس نداشتن به منابع و امکانات عنوان می‌کند و توضیح می‌دهد: «حمایت مالی چندانی در رابطه با پژوهش های دانشگاهی، مخصوصا در مقطع کارشناسی ارشد، انجام نمی‌شود و دانشجو مجبور است کارش را ترک کند، چون این اعتقاد وجود ندارد که ما می‌توانیم کاری را انجام بدهیم که بتواند گرهی از مشکلات باز کند. به همین دلیل احساس می‌کنم رفع چالش ها کمتر در اولویت سیستم است.»

پارادایم کشاورزی باید تغییر کند

حسینی به این اشاره می‌کند که در مجموع شاید ۱۰۰ تا ۱۵۰ هکتار از ۱۲ میلیون هکتار زیر کشت در ایران از ابزارها و شیوه های دقیق استفاده می‌کنند و هشداری می‌دهد که اگر پای نوآوری در کشاورزی به میان نیاید، نسلی که در حال حاضر روی زمین های کشاورزی فعالند، آخرین نسل کشاورز خواهند بود. او معتقد است: «ما باید این پارادایم را عوض کنیم تا فرزندان کشاورزان هم بتوانند روی این زمین ها با همین بهره‌وری کار کنند و تنها راه آن هم

در انتظار جذب سرمایه

او تصریح می‌کند که تجاری سازی اختراع جدیدش به دلیل ماهیت متفاوتی که با کار در کشتیاری دارد، خارج از این مجموعه اتفاق می‌افتد. حسینی که هنوز برای این محصول سرمایه گذار مناسبی نیافته و به دنبال جذب سرمایه برای تولید انبوه است، درباره اهمیت تجاری سازی محصولش می‌گوید: «این فرمولاسیون بایی برای ورود به این عرصه است و ما می‌توانیم فرمولاسیون های زیاد دیگری را متناسب با شرایط کشور درست کنیم که ارزش افزوده بسیار بیشتری نسبت به موارد خارجی برایمان دارند. اگر بتوانیم تولید اقتصادی این کود را شروع کنیم، صد درصد فرمولاسیون های دیگری را در رابطه با افزایش مقاومت گیاهان به خشکسالی و کاهش مصرف سموم پیش خواهیم برد.»

حسینی هدف شخصی خود را در زندگی حرفه ای، خلق بیشترین ارزش افزوده ممکن در زمینه تخصصی اش، تغذیه گیاهان، عنوان می‌کند و می‌گوید: «من این موضوع را در کشتیاری هم مطرح کرده ام و تیم تحقیق و توسعه کشتیاری به سمتی رفته که ما بتوانیم مدیریت تلفیقی مزارع را پیاده سازی کنیم که طی آن هم مصرف سموم کاهش می‌یابد و هم عملکرد مزارع با برنامه های درست مدیریت افزایش پیدا می‌کند. این یکی از اهداف اصلی من در زندگی حرفه ای بوده و کودی هم که ثبت اختراع کرده ام در همین راستاست.»



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

انتقال به شیوه های نوین و انعطاف پذیر کار استفاده کنند اما هنوز بسیاری از کسب و کارها این فرصت را در نیافته اند و این تجهیزات مازاد در خطر دفن شدن هستند. راهکار این مسائل را باید در تغییر نگرش به مالکیت جست. برای کاهش هزینه ها، افزایش عملکرد و مدیریت زباله های الکترونیکی باید استراتژی استفاده از این دستگاه ها بر مبنای مدل اشتراک مبتنی بر خدمات باشد. سازمان ها باید به جای رویکرد «بخر، استفاده کن، دور بینداز»، به رویکرد «بردار، بساز، دوباره استفاده کن، باز یافت کن» بپردازند.

پایداری داشته باشند. خود کسب و کارها هم به این اهمیت واقفند. در واقع ۹۲ درصد از رهبران کسب و کارها می‌گویند کاهش انتشار کربن برایشان اهمیت زیادی دارد، اما اینجا تعارضی هم وجود دارد؛ به رغم تلاش کسب و کارها در راستای پایداری، فشار رقابت آن ها را وامی‌دارد که از آخرین فناوری ها برای سازگاری با شرایط جدید استفاده کنند. پس چگونه باید تعادلی میان این دو برقرار کرد؟

شیوع کرونا بسیاری از کامپیوترهای شخصی را در ادارات بیکار نگه داشته است و تقریبا یک سوم این کامپیوترها در فضای اداری «اضافه» هستند. در عوض، لپ تاپ ها و تلفن های همراه با اقبال بیشتری مواجه شده اند. در نتیجه با بازگشت به زندگی اداری، بسیاری از کسب و کارها با چالش چگونگی دفع دستگاه های غیر ضروری مواجهند. اگر این دستگاه های اضافی به اشخاص ثالث فروخته شوند یا باز یافت شوند، سازمان ها می‌توانند از درآمد آن برای



خیلی دور، خیلی نزدیک

انقلاب صنعتی چهارم و مشاغلی که در دوده آینده از بین خواهد برد

عمل کند. یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی دو فناوری اصلی انقلاب صنعتی چهارم هستند که خیلی زود به نقش انسان‌ها در این مشاغل پایان خواهند داد.

نمونه خوانی

قبلا در کارنگ به چالش‌های صنعت نشر در برابر ابرشرکت‌ها و پیشرفت فناوری پرداخته‌ایم. نمونه‌خوانی شاید اولین شغلی باشد که با رشد فناوری در این صنعت از بین می‌رود. حتما در هنگام تایپ در گوشی هوشمند خود متوجه هوش مصنوعی قوی گوشی خود در اصلاح اشکالات املائی و دستوری خود شده‌اید. یکی از معروف‌ترین برنامه‌های مخصوص نمونه‌خوان و ویراستاری در زبان انگلیسی که از محبوبیت روزافزونی برخوردار است، Grammarly است.

ساخت و ساز و خط تولید

بافاصله زیاد، آینده مشاغل این بخش بیشترین نگرانی‌ها و توجه‌ها را در رسانه‌ها به خود جلب کرده است. دلایل خوبی هم برای این نگرانی وجود دارد. این صنعت هم حیاتی و هم جهانی است و این بدان معنی است که تعداد زیادی در سطح جهان در این دسته از مشاغل فعالیت می‌کنند. از همین حالا زنجیره تولید بسیاری از شرکت‌های بزرگ دنیا در بخش‌های مختلف اتوماتیزه شده و خیلی زود ممکن است کار در ساخت و ساز و خط تولید ابرشرکت‌ها نیز مانند نمونه‌خوانی قابل جایگزینی باشد.

پزشکان

حذف کامل پزشکان و جایگزینی آن‌ها توسط ربات‌ها شاید بسیار دور از ذهن باشد، اما همانطور تلم‌مدیسین یا پزشکی از راه دور به سرعت در حال پیشرفت و کسب اقبال است. جراحی‌های رباتیک که از دقت بالاتری برخوردارند و از راه دور نیز قابل انجامند، در حال تحقیق و توسعه با سرعت بالا هستند و شاید در آینده نه‌چندان دور، نقش پزشک‌های انسان بیشتر در قالب یک سرپرست و ناظر باشد.

وقتی از فناوری و روندهای مختلف و غالب بر آن حرف می‌زنیم، لازم است آگاه باشیم بیشتر روندهایی که درباره آن‌ها می‌شنویم و می‌خوانیم، عموماً زیرمجموعه روند بسیار بزرگ‌تر و دربرگیرنده‌ای به نام «انقلاب صنعتی چهارم» اتفاق می‌افتند. با وجود اینکه بسیاری از این فناوری‌ها مانند چاپ سه‌بعدی، کامپیوترهای کوانتوم، هوش مصنوعی، اینترنت 5G و... در بسیاری از موارد زندگی بشری را سهولت می‌بخشند اما در طبقات پایین‌تر هرم طبقات اجتماعی، باعث می‌شوند بسیاری از کارگران و حتی کارمندان طبقات بالاتر شغل‌های خود را در خطر نابودی ببینند. برخی مانند مجله فورچون حتی پیش‌بینی‌هایی افراطی مانند از بین رفتن ۴۰ درصد از مشاغل آمریکایی تا دهه آینده را انجام داده‌اند. در این مطلب به مشاغلی می‌پردازیم که در طول دو دهه آینده بقای خود را در خطر می‌بینند.

مدیران خدمات مشتری

یکی از واقعیاتی که در شرکت‌های بزرگ درک شده، این است که خدمات مشتری در نهایت شامل یک سری سناریوهای محدود و نه‌چندان پیچیده است و از این رو شروع به تحقیق و توسعه کرده‌اند تا کارمندان خود در بخش خدمات مشتری را با ربات‌های دارای هوش مصنوعی جایگزین کنند. در کشور خودمان نیز بسیاری از فروشگاه‌ها، از شکل‌های اولیه چت‌بات‌ها برای بخش اول پاسخگویی خود به مشتریان استفاده می‌کنند. جایگزینی کلی این کارکنان در آینده با هوش مصنوعی دور از ذهن نیست.

مدیریت داده‌ها و حسابداری

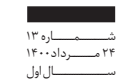
یکی از رشته‌های دانشگاهی و مشاغلی که به سرعت محبوبیت آن در حال کاهش و در آستانه انقراض است، مدیریت داده‌ها و حسابداری است. به ندرت کسی را پیدا می‌کنید که به این حوزه به عنوان حرفه خود در آینده بنگرد و دلیل آن نیز واضح است. هیچ وظیفه‌ای در این حوزه وجود ندارد که انسان در آن بتواند به سرعت و دقت یک کامپیوتر



پارسا خاک‌نژاد



Parsa.khaknezhad@gmail.com



خدمات خریده‌فروشی، بازاریابی و محققان بازار

ربات‌ها در خدمت انسان‌ها یا به جای آن‌ها؟

شرکت‌های هر صنعتی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار بوده و اکنون نیز یکی از موقعیت‌های کلیدی در عموم شرکت‌های عرضه‌کننده به شمار می‌روند. اما مانند هر شغل دیگری که با تحلیل داده و ترویج اطلاعات سروکار دارد، محققان بازار نیز بدون شک عملکردی ضعیف‌تر نسبت به رقبا ربات خود خواهند داشت. برای مثال گوگل در سرویس تبلیغاتی خود به طور غالب از ربات‌ها و کامپیوترهای دارای هوش مصنوعی برای تحلیل استفاده می‌کند. روندی که در حال سرایت و غلبه بر این شغل تا حد جایگزینی کامل آن است.

سناریوها و نیازهای رسیدگی برای خدمات خریده‌فروشی محدود و قابل پیش‌بینی هستند. بنابراین جای تعجب نیست که در این حوزه نیز شاهد ورود قدرتمند ماشین‌ها و ربات‌های هوشمند باشیم. یکی از خدمات بسیار جالب که توسط ربات‌ها قابل انجام است، ذخیره کردن الگوهای خرید هر مشتری و پیشنهاد محصولات مشابه بر اساس این الگوست. از همین حالا هم در بسیاری از فروشگاه‌های اروپایی بخش‌هایی مانند پرداخت و ثبت رسید توسط ربات‌ها و بدون دخالت انسان انجام می‌شود. این دو شغل در دهه‌های متوالی برای



راننده‌ها، بخش حمل و نقل عمومی و پیک‌ها پهپادهای شگفت‌انگیز

تأمین کالا که یکی از ستون‌های زندگی مدرنند نیز وابسته به پیک‌ها هستند. در سال‌های اخیر شاهد خیزش پهپادها به عنوان نسل جدید پیک‌ها برای کالاهای کوچک‌تر بوده‌ایم. حتی آمازون نیز این ربات‌های پرنده را برای ارسال محصولات خود به کار گرفته است. شاید تا جایگزینی کامل پیک‌ها خصوصاً برای کالاهای سنگین راهی طولانی در پیش باشد، اما می‌توان گفت که جایگزینی پیک‌ها با اتوماسیون و پهپادها دیر و زود دارد، ولی سوخت‌وسوز ندارد.

از پهپادها تا ماشین‌های خودکار و اتوبوس‌های هوشمند، همه نشانه‌ها بیانگر اتوماسیون سریع و بهینه بخش حمل و نقل عمومی هستند. روزنامه لس‌آنجلس تایمز پیش‌بینی می‌کند که بیش از ۱/۷ میلیون راننده کامیون و تریلی آمریکایی در دهه آینده مشاغل خود را با وسایل نقلیه هوشمند از دست خواهند داد. شاید با وجود حضور فعلی و در دسترس ماشین‌های هوشمند، این مورد سریع‌تر از بقیه موارد در حال وقوع باشد. پیک‌های بخشی حیاتی خرید و فروش آنلاین هستند. در اصل خدمات پستی و زنجیره‌های



چگونه تنش‌های محیط
کاری را حل کنیم؟

میان‌داری کسب‌وکاری

بارها گفته شده محیط‌های کاری شاد و بدون تنش، خلاق‌تر و پویاتر هستند. اما معمولاً کارفرمایان و کارمندان در برقراری ارتباط با یکدیگر مشکل دارند. ولی اگر چنین محیط‌های کاری ایجاد نشوند، هماهنگی بین نیروهای کاری مختلف به حداقل می‌رسد؛ اتفاقی که احتمالاً به کاهش کیفیت محصولات، نقص در ارائه خدمات و نارضایتی مشتریان منجر خواهد شد.

در شرایط اقتصادی فعلی، احتمال افزایش تنش میان کارفرمایان و کارگران و کارمندان وجود دارد. عدم حمایت قانونی از کارگران، حل تنش‌های کاری از طرق قانونی مرسوم و رایج را مشکل می‌کند.

بنابراین استفاده از راه‌حل‌های جایگزین برای کاهش تنش‌ها و مشکلات هم به نفع نیروی انسانی است و هم احتمالاً به رشد و سوددهی شرکت‌ها کمک خواهد کرد. یکی از این راهکارها، استفاده از میانجی‌گری است. حضور یک نیروی بی‌طرف به عنوان میانجی حرفه‌ای حل اختلافات دو طرف می‌تواند جایگزین راهکارهای سنتی شود. از این راهکار می‌توان برای حل مناقشات داخلی و بیرونی استفاده کرد. در بسیاری از مواقع مشکلات از آنجائش می‌شود که طرفین احساس می‌کنند مسائلشان برای دیگری مهم نیست و ابزاری برای رساندن صدایشان به دیگری ندارند. بی‌طرف بودن میانجی‌گر این مزیت را دارد که او می‌تواند به عنوان یک مشاهده‌گر مسائل را مورد ارزیابی قرار دهد و ریشه آن‌ها را شناسایی کند. مهم است که شرکت در این فرایند، برای هر دو طرف دعوا داوطلبانه باشد تا احساس فشار و اضطراب را مضعف نکند.

در یک منازعه قانونی، برنده و بازنده مشخص می‌شوند، اما در فرایند واسطه‌گری هیچ برنده و بازنده قطعی وجود ندارد و مهم این است که افراد با مشارکت یکدیگر، مسئله و راه‌حل را تعریف کنند. چنین چیزی احساس تعلق افراد به شرکت را افزایش می‌دهد، اخلاق کاری با مشارکت اعضا نوشته و اجرا خواهد شد و در نتیجه محیط کاری به جایی امن و بستری مناسب برای ارتباط سازنده مبدل خواهد شد. اتفاقی که احتمالاً به افزایش بهره‌وری و کیفیت محصولات خواهد انجامید.



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



این طرح هستیم و عدم توجه به این مسئله، به معنای به مخاطره افتادن اهداف زیست‌محیطی کره زمین در آینده نزدیک است. دولت‌ها باید چارچوب‌های سیاسی، اقتصادی و قانونی لازم را برای گذار به سمت اقتصاد چرخشی فراهم کنند؛ اتفاقی که احتمالاً در ۳۰ سال آینده همان قدر برای رشد اقتصادی و توسعه پایدار اهمیت خواهد داشت که گسترش اینترنت در ۳۰ سال گذشته اهمیت پیدا کرده است.

◀ لزوم ایجاد زیرساخت‌های لازم

در ایران نیز چنین قوانینی در گذشته به تصویب رسیده‌اند؛ بر اساس ماده ۴ قانون مدیریت پسماندها در ایران، دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط موظف شدند جهت باز یافت و دفع پسماندها تدابیر لازم را به ترتیبی اتخاذ کنند که مقررات تنظیم‌شده موجب شود تولید و مصرف پسماند کمتری ایجاد کند و استفاده از مواد اولیه باز یافتی در تولید گسترش یابد و مسئولیت بخشی از هزینه‌های باز یافت بر عهده تولیدکنندگان محصولات قرار گیرد. در ماده ۶ این قانون هم اعلام شده است تولیدکنندگان و واردکنندگان مواد اولیه، قطعات و کالاهایی که تمام یا قسمتی از آن‌ها قابل باز یافت است، موظف به باز یافت پسماند حاصل از مواد و کالاهای خود هستند، در غیر این صورت باید یک در هزار ارزش کالای خود را در ابتدای زنجیره از طریق وزارت امور اقتصادی و دارایی به حساب متمرکز وجوه وزارت کشور نزد خزانه‌داری کل کشور واریز کنند. منابع وصولی برای باز یافت پسماندهای حاصل از کالاهای مزبور (ایجاد تأسیسات منطقه‌ای تبدیل پسماند به مواد و انرژی) با اولویت مشارکت بخش خصوصی و با نظارت سازمان حفاظت محیط‌زیست مصرف شود.

اما نیل به چنین هدفی، بدون فراهم آوردن زیرساخت‌های دیجیتال و فناوری‌های لازم، بسیار آهسته‌تر تجربه خواهد شد، برای سرمایه‌گذاران جذابیت کمتری خواهد داشت و این به معنای رشد اقتصادی کمتر و کاهش فقر کمتر است.

بازیافت، ۷۰۰ هزار شغل جدید ایجاد می‌کند

اقتصاد چرخشی جهانی یا همان Circular Economy نیازمند فناوری دیجیتال است

دارد، هم این امکان را برای اقتصاد جهانی مهیا می‌کند که به رشد خود ادامه دهد. امروزه تنها ۱۲ درصد از مواد اولیه برای تولید محصولات، باز یافتی هستند. بسیاری از محصولات عمر کوتاهی دارند و بیکار مصرف هستند و به‌زودی خراب و غیرقابل استفاده می‌شوند. به این ترتیب سرمایه‌های زیادی اتلاف می‌شود، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ضرر می‌بینند و منابع کره زمین نیز رو به نابودی می‌رود. پیش‌بینی می‌شود با اتخاذ و به‌کارگیری اصول اقتصاد چرخشی، تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپا تا پایان سال ۲۰۳۰، ۰/۵ درصد رشد داشته باشد و ۷۰۰ هزار شغل جدید به وجود آید؛ اتفاقی که قاعدتاً در سایر قسمت‌های جهان نیز قابل پیاده شدن است.



زهرا طاهری

Parishad.thr@gmail.com

در اقتصاد خطی امروز، مواد خام و منابع اولیه از کشورهای دارای این منابع استخراج می‌شوند و به سوی کارخانه‌ها برای تولید محصول نهایی می‌روند. محصول نهایی بار دیگر مسیری طولانی یا کوتاه را برای رسیدن به دست

مصرف‌کننده طی خواهد کرد، تا زمانی که بخواهد با محصولات جدیدتری جایگزین شود. در این حالت منابع اولیه به شکل انبوه و در سطح بین‌المللی استفاده می‌شوند و تنها قسمت کمی از آن‌ها باز یافت می‌شوند. روندهای پیش‌بینی شده برای اقتصاد چرخشی اما متفاوت از شرایط فعلی است؛ روندی که یکی از راه‌های رسیدن به اهداف مطلوب زیست‌محیطی کشورها تا پایان سال ۲۰۵۰ است. در اقتصاد چرخشی، با اتخاذ استراتژی‌های کارآمد، مواد اولیه و خام طی

مراحل تولید و استفاده از یک محصول استفاده می‌شوند، اما دور انداخته نمی‌شوند و کارخانه‌ها و شرکت‌ها می‌توانند آن‌ها را باز یافت و دوباره استفاده کنند.

◀ رشد تولید ناخالص داخلی

اقتصاد چرخشی هم از جهت حفظ مواد اولیه اهمیت

◀ مهم به اندازه اینترنت

در حال حاضر اکثر اقداماتی که برای نیل به اهداف اقتصاد چرخشی صورت می‌گیرد، پروژه‌هایی فردی و متمرکز بر منابع مادی هستند. اما برای رسیدن به اجماعی جهانی در میان کشورهای و صنایع مختلف، نیازمند ساختن زیرساخت‌های دیجیتالی منسجمی به عنوان پشتوانه



گلزار این بار روی بیلورد
هایپرکار

هر دم به لباس دگر

وقتی اتوبان حکیم را از مسیر شرق به غرب طی می کنید، باز یگر خوش پوشی را که بیشتر از بازی های درخشان با لباس های گران قیمتش در ذهن می ماند، روی تابلوی تبلیغاتی هایپرکار می بینید؛ با آمدن از مسیر غرب به شرق همان اتوبان هم می توانید او را در تبلیغات دی جی سرویس ببینید. محمدرضا گلزار که یک روز نوشیدنی در دست می گیرد و یک روز مسواک، این بار چهره ای متفاوت از خود را به خیابان های شهر کشانده است. در حالی که هنوز تبلیغات دیجی سرویس و تصویر گلزار کت و شلوار پوش گوشی به دست را حتی در همان بزرگراه هم می توان دید، گلزار لباس کار پوشیده و با چهره ای خسته، گوشه ای از تصویر تبلیغاتی هایپرکار را اشغال کرده است.

استفاده از چهره های مشهور در صنعت تبلیغات سابقه ای طولانی دارد. این چهره ها که گاهی به عنوان سفیر برند معرفی می شوند و گاه تنها با حضورشان برندها را تأیید می کنند، گرچه هزینه بالایی روی دست شرکت های می گذارند، اما اغلب به دیده شدن تبلیغاتشان کمک بزرگی می کنند.

در شرایطی که حضور سلبریتی ها در صنعت تبلیغات هزینه زیادی را به سازمان ها و کسب و کارها تحمیل می کند، استفاده درست از یک چهره را می توان مهم ترین اصل دانست. چهره ای که از نظر بینندگان آن تبلیغات، با محصول یا پیام مورد نظر تناسب داشته باشد، می تواند اثرگذاری کمپین های تبلیغاتی را بالا ببرد.

حضور گلزار برندپوش در هیئت یک تعمیرکار خودرو، بدون تردید برای هیچ یک از بینندگان باور پذیر نیست. از سوی دیگر، وقتی این چهره همزمان با اکران تبلیغات هایپرکار، بار تبلیغات دی جی سرویس را هم به دوش می کشد، بعید است که از پس انتظار مجریان کمپین بر بیاید.

در روزهای خاموشی سینما و تئاتر و کنسرت ها، بعید نیست که بسیاری از هنرمندان به حضور در کمپین های تبلیغاتی تمایل داشته باشند، اما حتی در



کارنگ



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

مرا تحقیر کن اما فراموش نکن!

نگاهی به تلاش جنسیت زده دومینو برای دیده شدن بیشتر

در حالی که امروز زنان بسیاری از نقش های مدیریتی و واکنش های بسیاری را به خود جلب می کنند و حتی بعد از ممنوعیت پخشش، در شبکه های اجتماعی دست به دست می شود، این روزها در هر گروه و محفلی، صحبت از تبلیغات اخیر دومینو است. تبلیغاتی که این بار به جای نمایش مادر بی نقص، همسر هنرمند یا دختر محجوب خانه، زن را با چهره جدیدی در مقابل دوربین نشانده است؛ چهره ای که گروهی از بینندگان با خنده و تمسخر از کنار آن گذشتند و گروهی دیگر آن را توهین آمیز تلقی کردند.

◀ من تورانمی بینم، ولی تو من را ببین

جین کانینگهام و فیلیپا ابرترت که سال هاست به نگارش و پژوهش در حوزه تبلیغات مشغولند، در یکی از بررسی های اخیرشان به موضوع جنسیت زدگی در صنعت تبلیغات پرداختند. آن ها در پژوهشی ۱۲ ساله دریافتند که تبلیغات جنسیت زده موضوعی نیست که به دهه ۵۰ میلادی محدود مانده باشد. گزارش های آن ها حاکی از این بود که از هر دهه آگهی تبلیغاتی، تنها یک آگهی با حضور زنان ساخته می شود و همان یک آگهی هم به ندرت تصویری قابل قبول از زنان را به نمایش می گذارد.

گرچه صنعت پویای تبلیغات جهانی در سال های اخیر از کلیشه های جنسیت زده فاصله بیشتری گرفته است، اما حتی در نمایش زنان قدرتمند، شجاع و توانمندی که ایفاگر نقش های تبلیغاتی هستند، یک باور کلی را می توان مشاهده کرد؛ باوری که می گوید «شما هنوز به اندازه کافی خوب نیستید و برای رسیدن به تصویری که در تبلیغات ما می بینید،

◀ دیروز در آشپزخانه، امروز...

عمر جنسیت زدگی در تبلیغات به درازای عمر صنعت تبلیغات است، شاید تصویر کلیشه ای مرد نان آور خانواده در کنار زنی که خندان لباس ها را می شوید، خانه را برق می اندازد و غذاهای رنگارنگ روی پیشخان آشپزخانه می گذارد، در تبلیغات دهه ۵۰ میلادی تصویری پرتکرار بود، اما صنعت تبلیغات ما تا همین امروز هم بر آن تکیه کرده و این نقش ها را باز تولید می کند.

در سال های گذشته به دلیل محدودیت های ممیزی و پخش، نگاه جنسیت زدگی در تبلیغات را تنها در آگهی هایی که برای تکرار نقش «مدیران آشپزخانه» تلاش می کردند مشاهده می کردیم، اما دومینو نشان داد که در صورت کم رنگ شدن ممیزی ها، باز هم میانه ای با تغییر مسیر ندارد و ترجیح می دهد به جای ارائه تصویری حقیقی از زنان، روایت تازه ای از جنسیت زدگی را به بازار تبلیغات ارائه کند.

یک انتخاب سنتی برای دنیا صنعتی

آیا بیلوردهای تبلیغاتی
به افزایش نرخ نگهداشت
مشتری کمک می کنند؟

◀ صنعت تبلیغات به بیلوردها نیاز دارد

برخلاف تصور رایج، بیلوردها بیشتر از بسیاری از روش های تبلیغاتی به افزایش نرخ نگهداشت کمک می کنند. با افزایش دسته بندی مخاطبان، سازندگان آگهی های تبلیغاتی و شرکت های سفارش دهنده، با



بعضیا عاشق بلو هستن بعضیا عاشق سالینو

باید بیشتر تلاش کنید!

◀ مادیده شدیم! این کافی نیست؟

اینجا ایران است! جایی که هنوز رد پای تبلیغات جنسیت زده را به هر شکلی می توان دید. تردیدی نیست که سازندگان این آگهی هم درست مانند سفارش دهندگان آن، از محدودیت های موجود آگاه بوده اند و باز هم نمی توان تردیدی داشت که آن ها انتظار روبه رو شدن با واکنش های بسیار و جلوگیری از پخش تبلیغاتشان را داشته اند. اما از نظر گروهی از فعالان این حوزه، دومینو با تکرار کلیشه هایی که نه تنها از نظر میزان قابل پذیرش نیست، بلکه از نگاه گروهی از مخاطبان هم جنسیت زده و غیر قابل قبول است، برای بیشتر دیده شدن تلاش کرده است.

چالش های بیشتری روبه رو می شوند. انتخاب رسانه درست و ارائه پیام متناسب با مخاطبان آن رسانه، چالشی است که با به میدان آمدن ابزارهای ارتباطی جدید، پیچیدگی بیشتری پیدا کرده است. روی دیگر سکه هم دسترسی مخاطبان به انتخاب های بیشتر و البته پیدا شدن راه های فرار از محتواهای ناخوشایند است. مخاطبانی که با در اختیار داشتن یک موس یا دستگاه ساده کنترل از راه دور، می توانند صفحه ای را ببندند، شبکه ای را عوض کنند و به پیامی که وقت و هزینه زیادی برای تولیدش شده، مجال پخش ندهند. در شرایطی که مقابله با پیام های تلویزیونی، رادیویی، اینترنتی و چاپی برای مخاطبان ساده تر از قبل شده، بیلوردها ابزار مناسبی برای تبلیغات به نظر می رسند. ابزاری که مخاطب به راحتی از پس فرار از آن بر نمی آید و در طول مسیر هر روزه خود بارها و بارها در معرض آن قرار می گیرد.



اجرای طرح تبلیغاتی در ۳۰ دقیقه بک گراند عکس آماده را عوض کن

هم قرار داده بودند.

← برای در خاطر ماندن راهی پیدا کنید

در حالی که کاربران شبکه‌های اجتماعی، واکنش‌های چندان مثبتی را به این طرح‌ها نشان نمی‌دادند، «کافه بازاریابی» در اینستاگرام، در نظر سنجی خود اثربخشی این تبلیغ را به چالش کشید. در این نظر سنجی به یاد ماندن نام محصول پس از گذشت یک ماه از اکران آگهی مورد پرسش قرار گرفته بود.

گرچه نمی‌توان نظرسنجی یک اکانت اینستاگرامی را به همه کسانی که در سطح شهر با این تابلوها روبه‌رو شده‌اند تعمیم داد، اما به‌سادگی هم نمی‌توان از کنار نتایج آن عبور کرد. در میان شرکت‌کنندگان این نظرسنجی اینستاگرامی که به حوزه تبلیغات علاقه‌مند هستند و جزئیات طرح‌ها و کپی‌ها را مورد توجه قرار می‌دهند، تنها ۱۳/۵ درصد افراد نام محصول را به درستی تشخیص داده بودند. جالب اینجا بود که ۶۴/۵ درصد شرکت‌کنندگان حتی نام مشابهی را انتخاب نکرده بودند و گزینه «نمی‌دانم» را برگزیده بودند.

به لطف فروش بی‌وقفه فضاهای شهری، این روزها شهر تهران برای هر گونه‌ای از تابلوهای تبلیغاتی جا دارد و به لطف ترافیک‌های بی‌پایان، بعید است که این تابلوها از چشم بینندگان پنهان بمانند. اما حتی در چنین شرایطی هم نمی‌توان اثربخش بودن تبلیغات را مطلق دانست. بدون وجود خلاقیت و تلاش برای ارائه روایتی متفاوت، بدون تردید همه این تابلوهای تکراری در ذهن بینندگان خسته‌شان جایی پیدا نمی‌کنند.

تابلوهایی که با متن‌های طولانی پر شده‌اند یا رویشان یک نقش تکراری نشسته، این روزها شهر را پر کرده‌اند. به لطف سایت‌هایی مثل فری‌پیک یا شاتراستاک که عکس را رایگان یا با هزینه اندک در اختیار داندکنندگان قرار می‌دهند، اجرای یک طرح تبلیغاتی دیگر زمان بر نیست. حالا آژانس‌ها می‌توانند تنها در یک روز چند پروژه را به سرانجام برسانند و شرکت‌ها هم بدون پرداخت هزینه مدلینگ و عکاسی، از پس دریافت یک طرح خوش آب و رنگ برمی‌آیند. تنها حلقه مفقوده در این میان، خلاقیت و تلاش برای ارائه یک پیام متفاوت به مخاطب است. یعنی دقیقا همان چیزی که می‌تواند اثربخشی یک تابلو تبلیغاتی را تضمین کند.

← قشنگ باشه، ارزون باشه

شاید یادتان باشد؛ همین چند ماه پیش بود که فرخنده شهر را با تبلیغاتی که غلط‌های نگارشی‌اش بیشتر از طرح اصلی‌اش در چشم مخاطب می‌نشست، پر کرده بود. کمی بعد، فرمول اجرای تبلیغات شهری فرخنده تغییر کرد. این بار تلاش شده بود تا با تصاویری که از ماجراجویی مصرف‌کنندگان حکایت می‌کرد، محصول جدید این شرکت تبلیغ شود. محصولی که طعم میوه‌های جنگی داشت، نامش به‌سختی از روی بسته‌بندی خوانده می‌شد و در دست ماجراجویان قرار گرفته بود. اما مشکل اینجا بود که ماجراجویان روی تصویر، مصرف‌کنندگان واقعی بیسکوئیت فرخنده نبودند. این بار ایده‌پردازان یک تصویر تکراری را در جست‌وجوهای اینترنتی پیدا کرده بودند، بک‌گراند آن را تغییر داده بودند و در دست ماجراجویان داندلودی، یک بیسکوئیت



پژوهش‌ها هم می‌گویند که از میان بینندگان این آگهی‌ها، زنان به احتمال بیشتری نام برند را به خاطر آورند. شاید سازندگان ویدئو تبلیغاتی دومینو، با استناد به این دسته از پژوهش‌ها یا با تکیه بر تجربه‌های پیشین تصمیم به ساخت این آگهی گرفته باشند. اما واقعیت این است که به یاد آوردن نام برند، به معنای تقویت آن نیست. نمی‌توان انکار کرد که هر فعالیت تبلیغاتی، در ایجاد تصویر برند در ذهن مخاطبان و مشتریان تأثیرگذار است. باز نشر مکرر تبلیغات جنسیت‌زده، در دوره‌ای که آلویز برای به تصویر کشیدن قدرت زنان تلاش می‌کند و داو چهره‌ای متفاوت را از زن به تصویر می‌کشد، شاید به یادآوری بهتر برند کمک کند، اما بدون تردید به ایجاد «تصویر برند» بهتر خدمتی نمی‌کند.

تبلیغات اخیر دومینو که به دور از محدودیت‌های صداوسیما در فضای مجازی دست به دست شده، شاید بیشتر از هر آگهی تلویزیونی دیده شده باشد. اما واقعیت این است که دنیای تبلیغات، از عصر دیده شدن به هر قیمتی عبور کرده است. حالا مخاطب سواد رسانه‌ای و دانش اجتماعی بالاتری دارد و تنها با «به یاد ماندن» یک آگهی، به قفسه‌های فروشگاه‌ها هجوم نمی‌برد؛ و اگر هم ببرد، حضور او به معنای افزایش اعتبار برند نیست.

مطالعات مختلفی ثابت کرده‌اند که به نمایش گذاشتن تصویر شی‌وآره از زنان، احتمال به یاد ماندن آگهی را بالاتر می‌برد. برخی از این مطالعات نشان می‌دهند که بینندگان این دسته از آگهی‌ها احتمالاً نام برند یا محصول را در بازمانی طولانی‌تری به خاطر می‌سپارند. برخی دیگر از



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

- ← تابلوهای تبلیغاتی توانایی یادآوری دوباره توسط مخاطبان را دارند.
- ← مکان‌یابی درست، مهم‌ترین نقش را در موفقیت یا شکست بیلبوردها بازی می‌کند.
- ← خلاقیت در همه ابعاد اجرای یک بیلبورد، از کپی‌ها گرفته تا سازه‌ها، اهمیت زیادی دارد.
- ← بیلبوردها بر افزایش فروش هم تأثیر می‌گذارند.
- ← این تابلوهای تبلیغاتی، گاهی الگوهای مصرف نامطلوبی را تقویت می‌کنند.

← همه از این شهرهای شلوغ خسته‌اند

آلودگی‌های زیست‌محیطی، خطر حواس‌پرتی رانندگان و عابران، آشفستگی‌های بصری و ترویج مصرف‌گرایی، دغدغه‌هایی است که بسیاری را به مخالفان بیلبوردهای شهری تبدیل کرده است. گرچه این دغدغه‌ها بجا با افزایش تعداد تابلوهای تبلیغاتی افزایش پیدا می‌کنند، اما این واقعیت‌های نامطلوب چیزی از اثربخشی تبلیغات محیطی در افزایش نرخ نگهداشت مشتری کم نمی‌کند. نمایشگرهای تبلیغاتی بزرگ که از فواصل دور قابل مشاهده هستند، معمولاً هزینه‌گزارانی را به کسب‌وکارها تحمیل می‌کنند، اما بیلبوردها اغلب با هزینه پایین‌تر قابل دسترسی هستند. بررسی‌های انجام‌شده در مورد اثربخشی بیلبوردهای تبلیغاتی، نتایج واضحی را به همراه داشته است:





ما در اکوسیستم نوآوری به دنبال چه اهدافی بوده ایم؟

شتر گاوپلنگ زیست بوم نوآوری

نبودن سیاست کلان زیست بوم انکارناپذیر است. اگر آرزوهای بلند و زیبایی مدیران و برخی کارگزاران را که به جای برنامه عرضه می شود کنار بگذاریم، اقدامات انجام شده و نشده با یک برنامه کلان و قابل ارزیابی سازگار نیست. در سال هایی که گذشت آن هایی که دست اندرکار بر ساختن برنامه و سیاست های کلان این حوزه بوده اند، لحاف چهل تکه ای را ساخته اند که روشن نیست باید از چه چیزش خرسند باشیم و بر چه چیزش ایراد بگیریم.

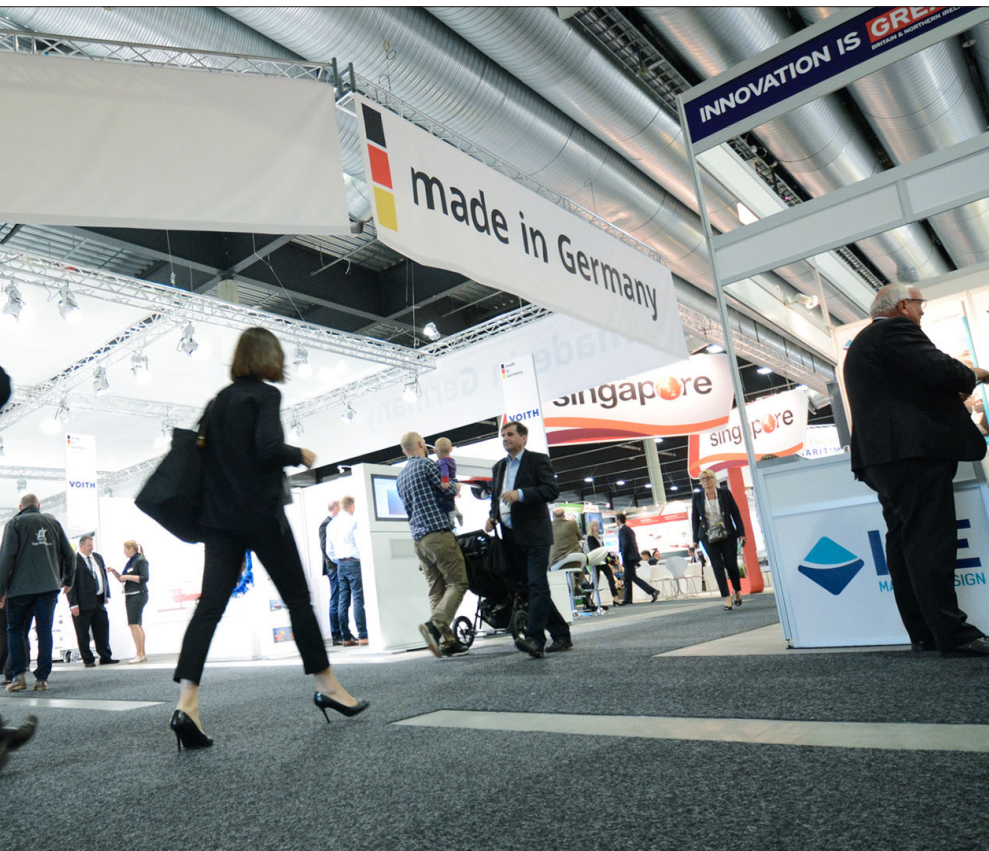
بی آنکه ارزش تلاش های دلسوزانه را نادیده بگیریم، باید بپذیریم برآیند همه کارها به ساختن تصویری روشن از آینده کمک نمی کند. هنوز نمی دانیم جایگاه دولت و حاکمیت در زیست بوم را باید از میان سخنان زیبای سیاستمداران استخراج کنیم یا قوانین ناهمگونی که تصویب می شود یا رفتارهایی فراتر از همان قوانین چندپهلوی و ناروشن؟ روشن نیست انتظار می رفته فعالان زیست بوم ضربه گیر تحریم و محدودیت های بین المللی باشند یا پیشران بهسازی کشور یا اشتغال زا و مالیات بده؟ بالاخره باید روی گسترش صنعتی و فنی کار کنیم یا خدمات و کشاورزی؟ راه بهسازی کشور را باید در همکاری با دنیا دنبال کنیم یا در اندازه سقف پرواز داخلی؟ آیا می توانیم چگالی علمی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، امنیتی بودن هر کسب و کار را پیش از شروع و صرف هزینه و امید و انرژی کشف کنیم؟ چگونه می توانیم از آسیب های ناسازگاری های درونی اجزای حاکمیتی و درک نادرست آن ها از زیست بوم در امان بمانیم؟

اما اگر خوش بین باشیم، برنامه های خوب و پیرومندان اجرا شده برای شتر گاوپلنگ زیست بوم نوآوری را چگونه، با کدام اطلاعات شفاف و بر پایه کدام سند سیاست کلان می توان ارزیابی کرد؟

آمارهای دلگرم کننده بسیاری از زیست بوم نوآوری و کارآفرینی کشور منتشر می شود که مانند بسیاری نمونه های دیگر شرایطی خوب و امیدبخش را نمایش می دهد؛ اما آنچه که در واقعیت دیده می شود چهره ای دیگر دارد. بی آنکه انگشت اتهام را به سمت کسی بگیریم، لازم است از خودمان بپرسیم تلاش های بیش از ده سال گذشته به نام زیست بوم نوآوری برای پایه گذاری پدیده ای با چه ویژگی هایی بوده است؟

آنچه که در این سال ها انجام شده به دنبال تقویت پژوهش بوده یا زمینه های کاربردی و تولید را هم در نظر داشته؟ دگرگونی در بازار کار و افزایش اشتغال را هدف گذاری کرده بودیم یا نوسازی و بهسازی ساختارها؟ تأمین نیاز داخلی مورد نظر بوده یا خود را برای بازارهای منطقه ای و جهانی آماده می کرده ایم؟ انگیزه بنیادین خودکفایی بوده یا رفع نیازها؟ قرار بوده در یک یا چند حوزه رقابت کنیم یا به دنبال همراهی با روند فناوری روز بوده ایم؟ امیدوار بودیم پیشران اصلی دولت باشد یا بخش خصوصی؟ زیرساخت های حاکمیتی چقدر با این حرکت همراه بوده اند؟ اسناد بالادستی و برنامه های اجرایی چقدر با اهداف سازگار شده است؟ چه نهاد یا نهادهایی کار ارزیابی و بهینه سازی روند را بر عهده داشته؟ قدرت این نهادها چقدر و برگرفته از چه بخش حاکمیت بوده؟ تجربه بیش از ده سال گذشته را چگونه در برنامه فردای کشور وارد خواهیم کرد؟

هر چقدر که خوش بین باشیم، پاسخ های بسیاری از این پرسش ها ناامیدکننده است. گرچه هر روز خبرهای رنگارنگی از کار و تلاش افراد بی شماری در زیست بوم نوآوری و کارآفرینی کشور منتشر می شود، اما حتی اگر همه آن ها را هم کارهایی بدانیم که با پیروزی همراه می شوند، سردرگمی و روشن



شماره ۱۳
مرداد ۱۴۰۰
سال اول

آلمان در نوآوری سرتر از آمریکا است؟

آموزه های مقایسه دوزیر ساخت برتر نوآوری دنیا برای زیست بوم نوآوری ایران

کار می کنند. آمریکا دارای تخصصی ترین سامانه سرمایه گذاری روی طرح های انقلابی است و نتایج خیره کننده ای از گوگل تا فیس بوک و توییتر را به بار آورده. اما پژوهش های مکرر نشان داده که داستان سرایی درباره آنکه آمریکا در نوآوری انقلابی بهتر از سایر کشورهاست، گزاره ای نادرست است. همان گونه که آلمان در زمینه بیشتر فناوری های انقلابی به خوبی آمریکا است.

رشد پایدار اشتغال و تولید

آنچه که اهمیت بیشتری دارد این است که آلمان در زمینه سازگار کردن نوآوری با صنعت و عرضه گسترده آن در بخش های گوناگون تجاری بهتر عمل می کند. تعداد بسیاری از نوآوری های آلمان روی تزریق محصولات و فرایندها با طرح ها و قابلیت های جدید یا بازسازی بخش های قدیمی و راکد به بخش هایی نو و چالاک متمرکز است. سبک نوآوری در آلمان بیانگر قدرت تولید آن هاست. به عنوان نمونه بسیاری - و اگر نگوئیم بیشتر - محصولات چینی که خریداری می کنیم، توسط ماشین آلات شرکت های فعال آلمانی ساخته شده اند. این نشان می دهد زیرساخت صنعتی آلمان همانند آمریکا تخریب نشده است. آلمان در حفظ رشد پایدار اشتغال و تولید بهتر عمل کرده و در همین حال درآمد واقعی شهروندانش افزایش یافته و حتی در میزان دستمزدها و

شتاب برنامه های نوآوری و دگرگون هایی که در این زمینه رخ می دهد، در کنار دشواری هایی که گریبانگیر کسب و کارهای کشور است، زمان و زمینه بررسی مناسب روندها و نتایج آن ها را از بین برده است. اما نگاهی به آنچه که در کمتر از یک دهه پیش در زیست بوم نوآوری آلمان و آمریکا مطرح بوده، دیدگاه روشن تری را برای مدیران و فعالان این حوزه ایجاد می کند. بررسی موارد مطرح شده در مقاله ای که با شرایط فعلی حاکم بر زیست بوم نوآوری این دو کشور و وضعیت داخلی ما آموزه های خوبی به همراه دارد.

فعلا آلمان برنده است

با خواندن سرخط خبرها ممکن است این دیدگاه را به دست بیاورید که بیشترین پرس و جو درباره میزان پیروزی در نوآوری و رشد در آمریکا رخ می دهد یا چین بایستی مدال طلا بگیرد. حقیقت آن است که آلمان به سادگی برنده این مسابقه است. آلمان در زمینه نوآوری در حوزه های متنوعی مانند سامانه های انرژی پایدار، فناوری زیست مولکولی، لیزر و مهندسی نرم افزارهای کاربردی بهتر کار کرده است. در واقع ایالات متحده آمریکا برای آموختن از آلمان در زمینه نوآوری سودمند انجمن فرانسهوفر، یک اتاق فکر درباره علوم کاربردی را تشویق کرد تا (پس از سال ۲۰۱۰) دست کم هفت مؤسسه را در آمریکا ایجاد کند. حقیقت آن است که آمریکایی ها در اختراعات خوب





درباره انتشارات راه پرداخت و کتاب‌هایش

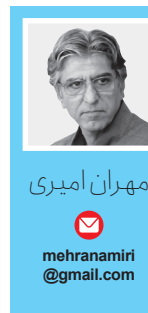
ما در انتشارات راه پرداخت تلاش می‌کنیم آخرین تلاش‌های فکری در زمینه فناوری و نوآوری را منتشر و در اختیار مخاطبان فارسی‌زبان قرار دهیم. تا امروز توانسته‌ایم بیش از ۷۰ کتاب را به مخاطبان خوب‌مان تقدیم کنیم. کتاب‌هایی که در راه پرداخت ترجمه یا تألیف می‌کنیم، در زمره اقتصاد نوآوری قرار می‌گیرند. تاکنون تمرکز ما بیشتر بر اقتصاد دیجیتال، فناوری‌های مالی، بلاکچین، بانکداری دیجیتال و مواردی مانند آن بوده است. به مرور تلاش می‌کنیم حوزه‌های بیشتری را پوشش دهیم و در این راه متن‌های کمتر دیده‌شده و موضوعات کمتر پرداخته‌شده برای ما اولویت بالاتری دارند.

خرید آنلاین محصولات راه پرداخت way2pay.ir



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

از برخی حمایت‌های دولتی بهره‌مند است، طرح‌های نو را با روش‌های جدید وارد بازار می‌کند. آن‌ها شکاف بین پژوهش و برنامه‌های روزمره شرکت‌های کوچک و متوسط را پر می‌کنند. در آمریکا آزمایشگاه‌های بل همین کار را در حوزه ارتباطات راه دور انجام می‌داد، اما هم‌اکنون مؤسسه فرانکوفر همین کار را در مقیاس بزرگ‌تر در همه بخش‌های صنعت آلمان انجام می‌دهد. سومین مسئله این است که نیروی کار آلمان پیوسته آموزش می‌بیند که آن‌ها را قادر می‌کند جدیدترین نوآوری‌ها را به متنوع‌ترین شکل برای تولید و بهبود تولید و خدماتی به کار گیرند که مشتریان حاضر به پرداخت بالاترین قیمت برای آن هستند. اگر قرار به خرید بهترین محصولات برای آشپزخانه یا گاراژ خود باشید و بودجه کافی در اختیارتان باشد، چه مقدار از فضا را با محصولات آلمانی پر می‌کنید که تولید شرکت‌هایی چون میله، بوش، بی.ام. دپلیو و آتودی است؟



مهران امیری
mehranamiri@gmail.com

مزایا در موقعیتی بهتر از آمریکا قرار دارد. بخش تولید در آلمان در سال ۲۰۱۰ معادل ۶۶ درصد را به خود اختصاص داده که ۲۲ درصد از نیروی کار را در خود داشته و ۲۱ درصد تولید ناخالص داخلی را از آن خود کرده است. در انتها باید اشاره کرد که تولیدکنندگان آلمانی به میزان قابل توجهی به رشد اشتغال و افزایش واقعی سطح درآمد‌ها کمک کرده‌اند.

در نقطه مقابل در آمریکا تعداد کمتر و کمتری از افراد در مشاغل وابسته به صنایع میانی مشغول به کار شده‌اند. این مقدار در سال ۲۰۱۰ زیر ۱۱ درصد از اشتغال نیروی کار را در بر گرفته و تولیدکنندگان ۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی را بر عهده داشته‌اند. در این کشور نابرابری در حال گسترش است و نابرابری کشوری دست‌مزد‌ها رو به بدتر شدن گذاشته است.

چند نکته مهم

در این زمینه سه عامل اثرگذار هستند:

اول اینکه آلمان‌ها در یافته‌اند در شرایط حاضر (آغاز دهه دوم قرن) نوآوری به جای تمرکز روی بخش فناوری‌های سطح بالا باید منجر به تولیدی گسترده شود. در نتیجه آلمان نه تنها به دنبال ساختن صنایع نو بلکه به دنبال تزیق طرح‌ها و فناوری‌های نو به صنایع موجود است. به عنوان نمونه می‌توان به چگونگی بروز فناوری و نوآوری در محصولات شرکت BMW در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات توجه کرد یا اینکه چگونه بهترین برنامه‌نویسان نرم‌افزار برای کار وارد شرکت بنز می‌شوند. در نقطه مقابل آمریکا اجازه می‌دهد صنایع قدیمی به جای بازسازی شدن با فناوری‌های جدید و نوآورانه از بین بروند. در نتیجه صنایع منسجم و سالم جای خود را به سلوهای مجزا می‌دهند. یک دانشجوی دکتری علوم رایانه در این کشور هرگز به فکر یافتن شغل در صنعت خودروسازی و صنایع وابسته به آن نیست. نکته دوم آن است که آلمان شبکه‌ای از مؤسسات عمومی دارد که به شرکت‌ها برای بازترکیب و بهسازی طرح‌ها کمک می‌کند. به بیان دیگر در این کشور نوآوری با اختراع خاتمه نمی‌یابد. مؤسسه فرانکوفر که

رفاه برای همه
آلمان به‌گونه‌ای فعال این موارد را با ایجاد چرخه ارزش بین آن‌ها مدیریت می‌کند. در آلمان نوآوری با هدف تقویت نیروی کار و بهبود تولید انجام می‌شود. در آمریکا تمرکز روی فناوری‌هایی است که کارکنان مزاحم و نیازمند به دریافت دستمزد را کاهش دهد یا حذف کند. نوآوری در آلمان منجر به خلق و پایدار کردن مشاغل خوب در گستره دستاوردهای تحصیلی کارکنان می‌شود. نوآوری در آمریکا در بهترین حالت خود منجر به ایجاد فرصت شغلی در آمازون یا فروشگاه اپل خواهد شد. هدف از نوآوری تولید خدمات اینترنتی بسیار محبوب نیست، بلکه برای حفظ بهره‌وری و رشد اشتغال به منظور اطمینان از افزایش درآمد واقعی انجام می‌شود. سیاست‌ها باید به گونه‌ای تنظیم شود که با حضور مؤسسات غیردولتی مانند فرانکوفر، راه ورود اختراعات نوآورانه از آزمایشگاه‌ها به بازار هموار شود. لازم است آموزش مهارت‌ها به یک فعالیت مادام‌العمر تبدیل شود تا کارکنانی با آموزش‌های گوناگون بتوانند استفاده از فناوری‌های جدید برای افزایش بهره‌وری را بیاموزند.



صنعت، تحریم و چند داستان دیگر سمت و سوی وضعیت تازه

سیاهه نیازهای اقتصاد ایران در بخش صنعت را می‌توان تا حد زیادی از مجرای گزارش شامخ دید. شاخص مدیران خرید صنعت و اقتصاد که با معیارهایی جهانی از تعداد قابل توجهی از مدیران خرید بنگاه‌های بزرگ و متوسط کشور دریافت شده و نشان می‌دهد وضعیت‌های مهم یک بنگاه از منظرهایی مثل فروش، تحویل سفارش، موجودی انبار، مواد اولیه و صادرات به چه شکلی است.

گزارش تیرماه شامخ از وضعیت خرداد صنعت و اقتصاد نشان می‌دهد تحریم همچنان وزن سنگینی در ترازوی بنگاه‌ها دارد و صنایع از نقطه نظر موجودی مواد اولیه یا قیمت این مواد، میزان صادرات کالا و انتظار برای تولید در ماه‌های آتی تحت سنگین‌ترین فشارهاست. بخش کانی‌های فلزی هم که شرکت‌هایی چون تافکورا با هدف دور زدن تحریم و... خلق کرده وضعیت ناخوشایندی دارد و اعداد گویای ذهنیت مدیران خرید این صنعت از آینده است.

موجودی مواد اولیه در آخرین گزارش شامخ ۴۷/۱۷ بوده که نشان می‌دهد اطمینان از این متغیر برای مدیران بنگاه‌ها حتی از متوسط هم کمتر است. در بخش صادرات نیز که قاعدتا برای صنعت کانی‌های فلزی یک مسیر نسبتاً در دسترس است، اوضاع خوب نبوده و عدد به دست آمده در محدوده ۴۹/۰۶ قرار دارد. ترکیب این دو در کنار چشم‌انداز تولید در ماه‌های آینده که به‌زحمت از مرز ۵۰ گذشته خبر از شرایطی می‌دهد که در صنایع فولادی، بازیگران مختلف با آن درگیرند. به غیر از تحریم، بی‌برقی و بحران آب مسئله جدی این صنعت است و ضعف در بهره‌وری، بی‌توجه به اهمیت کربن‌زدایی از تولیدات در کنار ظهور بازیگران جدید در بازارهای خارجی عرصه را بر بازیگران فولادی ایران تنگ کرده است.

چالش جدی این صنعت که احتمالاً در دولت سیزدهم تشدید خواهد شد، مدخلات دولتی در قیمت‌گذاری و تأمین نهاده‌هاست که در قالب بخشنامه و مقرره، راه را بر بهبود شرایط تولید در این بخش می‌بندد.



شماره ۱۳
مرداد ۱۴۰۰
سال اول



دوپینگ با فرصت تحریم

تافکوبارساندن ماشین‌آلات و مواد اولیه به فولادسازان، درآمد خودرانه برابر کرد

بخش فولادسازی دارد، شامل معایب بسیاری نظیر کاهش حجم اقتصاد رسمی و پیشی گرفتن بخش غیررسمی بر بخش واقعی اقتصاد است. دیگر اینکه واردات ماشین‌آلات و مواد اولیه تنها به مدد شرکت‌های خارجی ای ممکن خواهد شد که در جایی غیر از ایران به ثبت رسیده‌اند که همین عامل باعث خواهد شد سهم ایران از اقتصاد جهانی کمتر از آنچه هست، به نظر برسد و همین موضوع بر قدرت ملی و نیز اثرگذاری اقتصاد ایران در نظام جهانی اقتصاد تأثیر منفی خواهد گذاشت.

راست می‌گویند که هر کاری لم دارد. لم تحریم هم دست برخی شرکت‌هاست. شرکت تافکو یکی از گروه‌هایی است که با آغاز زمزمه‌های تحریم در سال ۱۳۹۶ تأسیس شد و ظرف زمان کوتاهی توانست خود را به بازیگری مطمئن برای فولادسازان جنوب کشور تبدیل کند.

تأمین ماشین‌آلات، مواد اولیه و مایحتاج تولید کاری است که تافکو به‌خوبی از عهده آن برآمده، به طوری که در زمانی کمتر از سه سال درآمد خود را به‌ورای ۱۸۵ میلیارد تومان رسانده است. این شرکت که یکی از رکوردداران پرش جایگاه در فهرست ۵۰۰ شرکت برتر ایران است، تنها در فاصله سال مالی ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۸ موفق شده ۱۸۳ پله جایگاه خود را ارتقا دهد. این موفقیت تنها به مدد برخورداری از مزیتی حاصل شده که تافکو در حوزه بازرگانی خارجی دارد و بخشی از آن در قالب موضوع پرباهم دور زدن تحریم قابل طرح است. این کار که بخشی از واقعیت این روزهای اقتصاد ایران است، با وجود فواید و مزایایی که برای تداوم تولید در کشور به‌ویژه در



محمدحسین شاوردی
@hoseynshaverdi

پیدا و پنهان بازرگانی خارجی

شرکت‌هایی که از محل بازرگانی خارجی به نان و نوایی می‌رسند، عموماً برنامه خود را روی توانایی صادرات و یا واردات محصولات و خدمات بنا می‌کنند. موضوعی که نه‌تنها برای اقتصاد ایران مفید است که ارزش افزوده بالایی را عاید شرکت‌های فعال خواهد کرد. با این حال مسئله تحریم مسئله‌ای جداست و

باید با عینک دیگری به آن نگاه کرد.

از آنجا که هیچ‌یک از مکانیسم‌های قانونی پذیرفته‌شده در جهان در قضیه دور زدن تحریم رعایت نمی‌شود، بنابراین فایده پروسه تنها به تهیه مایحتاج تولید محدود می‌شود و مسائلی نظیر ارزش افزوده یا تنوع مسیرهای صادراتی و وارداتی از دستور کار خارج می‌شود.

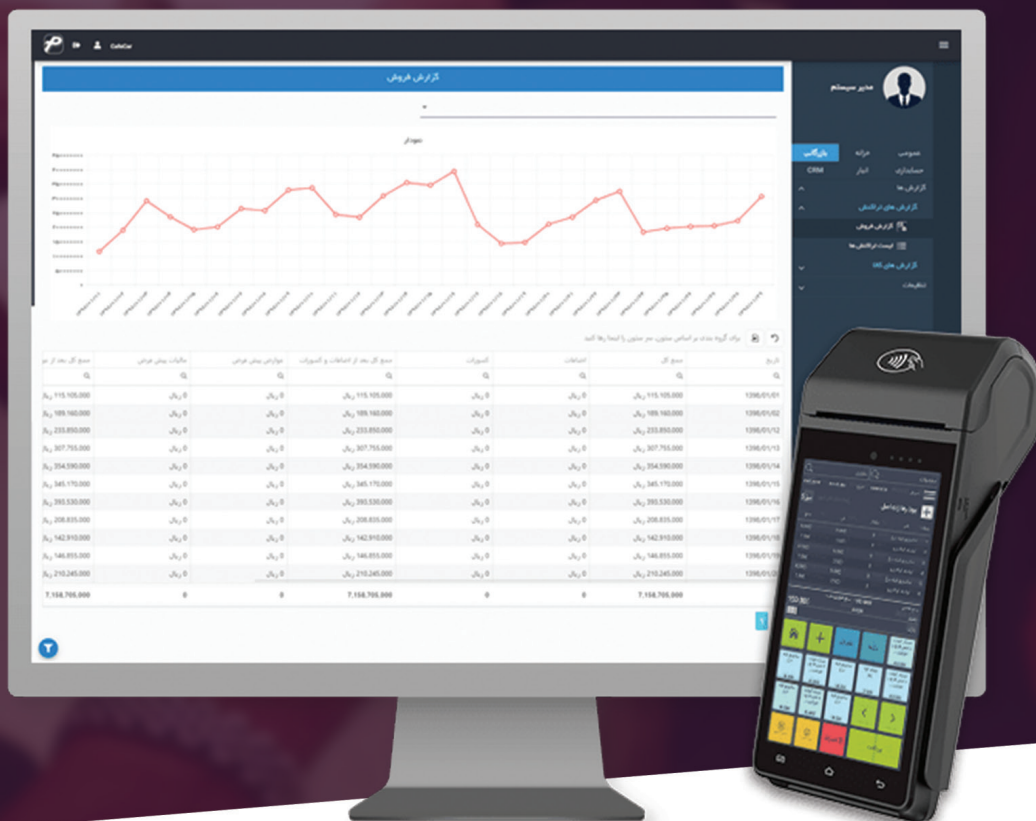
در واقع در وضعیتی که ما در آن گرفتار شده‌ایم، بایستی بابت دور زدن تحریم به طیف وسیعی از واسطه‌ها هزینه پرداخت کنیم تا شاید کالایی که در حالت عادی با تخفیف قابل خریداری است، با هزینه بالاتری در دسترس شرکت‌های ایرانی قرار گیرد.

گپ و گفتی با فعالان حوزه‌های صنعت و معدن نشان می‌دهد این موضوع به حدی جدی است که گاهی برای خرید یک دستگاه حفاری بایستی به جای نرخ‌های معمول دلار در بازار، به ازای هر دلار تا ۴۰ و حتی ۴۵ هزار تومان نیز پرداخت کرد. در واقع دستگاه‌های موردنیاز صنعتگران و معدن‌کاران در دوره تحریم نه‌تنها با قیمتی کمتر از ۲۵ هزار تومان به ازای هر دلار به دست نمی‌آید که باید تا بیش از ۱/۵ برابر بهای واقعی آن را در مسیرهایی نظیر انتقال دستگاه از مبدأ به کشورهای ثالث یا پرداخت به واسطه‌ها هزینه کرد. در چنین شرایطی تولید در ایران نه‌تنها در نقطه بهینه خود قرار نخواهد داشت که از حالت اقتصادی نیز خارجی می‌شود. موضوعی که مستقیماً تأثیر خود را بر رقابت‌پذیری اقتصاد ایران در مقایسه با اقتصاد کشورهای منطقه خواهد گذاشت. حالا این بین هر چند بازیگرانی مثل تافکو سعی می‌کنند با تسهیل شرایط دسترس‌ی به مواد و ماشین‌آلات تولید را زنده نگه دارند که بسیار هم مفید است اما در واقع آنچه غیرقابل انکار است، بی‌اهمیت شدن تولید ایرانی برای جهان به دلیل بالا بودن هزینه تمام‌شده و پریسک بودن خرید و انتقال آن است.

تافکو و چشم‌انداز پیش رو

با اعلام اسامی کابینه پیشنهادی دولت به مجلس، تکلیف تیم اقتصادی و چشم‌انداز پیش روی اقتصاد ایران در چهار سال آینده تا حد زیادی مشخص شده است. تأکید روی داخلی‌سازی و تداوم انزوای اقتصادی احتمالاً یکی

در هر زمان و مکان کسب و کار خود را مدیریت کنید



راهکار ابری پارمیس ۳۶۰

 ParmisIT.com

 ۵۸ ۸۷۷ (۰۲۱)

۲۴/۷

درصد رشد در آمد

۱۲۵

میلیارد تومان در آمد

از جدی ترین مایه های سیاست گذاری در دولت سیزدهم باشد. موضوعی که یقیناً روی تداوم فعالیت شرکت هایی نظیر تافکو و زنجیره فولادسازان کشور تأثیرگذار خواهد بود. از آنجا که بحران آب و خشکیدگی صنعت فولاد در کنار مسئله ناپایداری تولید برق سایه سنگینی دارد که کماکان بر فراز اقتصاد ایران است، فعالیت شرکت هایی نظیر تافکو که کارشان در حوزه تأمین مواد اولیه و ماشین آلات برای صنایع فولادی است، تحت الشعاع بی برقی و بی آبی خواهد بود. در عین حال رشد ۴ تا ۶ درصدی تقاضای جهانی برای فولاد در کنار احتمال وقوع یک توافق جدید حول برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) می تواند مسیر را برای گسترش سهام بازار تافکو و افزایش فعالیت آن با انجماد فعالیت ها به دلیل گشایش در فضای تجارت خارجی مهیا کند.

تصور کارنگ این است که تافکو احتمالاً در ده بندی ۵۰۰ شرکت برتر ایران در سال ۱۴۰۰ نیز وضعیتی رویه رشد را تجربه کند اما تصور جایگاه بهتر این بازیگر در افق پنج سال آینده چیزی است درست مثل وضعیت اقتصاد ایران که در هاله ای از ابهام قرار دارد.



کارنگ

هفته نامه اقتصاد نوآوری

برای دریافت اشتراک به وبسایت کارنگ مراجعه کنید

karangweekly.ir



@KARANGWEEKLY

کارنگ را بخوانید، به ما بازخورد دهید و اگر تیم یا شرکتی هستید که روی محصول یا خدمتی نوآورانه کار می کنید با ما تماس بگیرید. راه های تماس ما از دایرکت اینستاگرام شروع می شود تا پیام واتس اپ و تلفن و ...

۰۹۳۹۹۶۰۷۹۹۰ | ۰۲۱۶۶۵۵۳۸۴۸ | info@karangweekly.ir



آخرین آمار درآمدی پنج شرکت بزرگ فناوری رشد بیگ تک‌ها متوقف می‌شود؟

از اواخر ماه ژوئن بدتر شده است. کوالکام نیز هشدار داد که کمبود تراشه ممکن است تا سال ۲۰۲۲ به طول انجامد.

در همین حال تیم کوک، مدیرعامل اپل، در مورد درآمد شرکت گفت هزینه حمل و نقل نیز بیشتر شده است. فصل خرید و تعطیلات به سرعت در حال نزدیک شدن است و این امر تقاضا را برای افزایش ظرفیت حمل و نقل بالایی برد.

بازار تبلیغات آنلاین داغ است. از نظر سرمایه‌گذاران تجارت تبلیغاتی آلفابت در سه ماهه اخیر ۶۸ درصد رشد کرده است که شامل ۸۴ درصد جهش در تبلیغات یوتیوب است.

کسب و کار تبلیغاتی فیس‌بوک نیز ۵۶ درصد رشد کرده که ناشی از افزایش ۴۷ درصدی قیمت تبلیغات در سال است. درآمد آمازون، بیشتر در بخش تبلیغات، ۸۷ درصد افزایش یافته و به ۷/۹ میلیارد دلار رسیده که تقریباً یک میلیارد دلار بالاتر از برآورد وال استریت است. اپل تبلیغات نمی‌کند اما قدرت تبلیغات باعث رشد ۳۳ درصدی در خدمات شرکت می‌شود.

مایکروسافت ۵۳ درصد در تبلیغات جست‌وجو (بینگ را به خاطر دارد؟) و ۹۷ درصد در تبلیغات لینک‌دین جهش داشته است. همه این‌ها ناشی از بازگشایی اقتصاد است. آلفابت به تحلیلگران گفته که بزرگ‌ترین محرک رشد تبلیغات، خرده‌فروشی بوده است و سهم مهمی را سفر، خدمات مالی، رسانه و سرگرمی داشته است. مردم در حال خرید، غذا خوردن و رفتن به تعطیلات هستند.

برای آمازون کند شدن رشد تجارت الکترونیکی عملکرد درخشان واحد ابری خدمات وب را که ۳۷ درصد رشد کرد و به ۱۴/۸ میلیارد دلار رسید، تحت الشعاع قرار داد. این مبلغ ۵۰۰ میلیون دلار بهتر از پیش‌بینی‌ها بود. درآمد مایکروسافت آژور ۵۱ درصد افزایش یافت. آلفابت ۵۴ درصد رشد در تجارت گوگل کلود خود ثبت کرده است. گوگل کلود به سرعت به نرخ سالانه ۲۰ میلیارد دلار نزدیک می‌شود. نهادهای نظارتی و قانون‌گذاران که بیگ‌تک را زیر نظر دارند، مطمئناً در حال بررسی آخرین نتایج و یافتن یک هدف جدید هستند.

در هفته گذشته پنج شرکت بزرگ فناوری جهان شامل اپل، مایکروسافت، آمازون، آلفابت و فیس‌بوک گزارش سه ماهه خود را اعلام کردند. عملکرد جمعی آن‌ها حیرت‌انگیز بود. به شکل گروهی درآمد آن‌ها ۳۶ درصد افزایش یافته و به ۳۳۲ میلیارد دلار رسیده است اما سرمایه‌گذاران تحت تأثیر قرار نگرفتند. با توجه به اینکه همه پنج کمپانی در بالاترین سطح خود قرار دارند، سرمایه‌گذاران نگران این هستند که نرخ رشد از اینجا کند شود.

نکات کلیدی درآمدهای کلان بیگ‌تک‌ها از این قرار است:

رونقی که در اثر همه‌گیری کووید ۱۹ ایجاد شده بود، به پایان رسیده است. این بدان معنا نیست که همه‌گیری پایان یافته - نوع دلتا ویران‌کننده است - اما آمریکایی‌ها قبلاً تغییراتی در رفتار خود ایجاد کرده‌اند و این اتفاقات تأثیر عمده‌ای بر غول‌های فناوری دارد.

این امر با تجارت الکترونیکی آغاز می‌شود. برایان اولسواوسکی، مدیر مالی ارشد آمازون، در مورد درآمد

این شرکت گفت که از اواسط ماه می، رشد فروش تجارت الکترونیکی کاهش یافته است. مردم واکسن می‌زنند و از خانه خارج می‌شوند تا چیزهایی را خریداری کنند که چند ماه پیش می‌توانستند به صورت آنلاین تهیه کنند. آن‌ها همچنین برخی از درآمد خود را که پیش از این صرف خرید آنلاین می‌کردند، حالا خرج مسافرت، رستوران و... می‌کنند.

اپل در همه بخش‌ها از سطح انتظار خود فراتر رفت، اما رشد در آنجا نیز کند است. فروش مکینتاش در سه ماهه تا پیش از ژوئن ۱۶ درصد افزایش یافت، در حالی که سه ماه قبل از آن ۷۰ درصد رشد داشت. کاهش رشد فروش آی‌پد نیز نشان می‌دهد خرید و فروش محصولات برای کار در خانه و تحصیل مجازی در حال پایان است.

بزرگ‌ترین مشکل بازار که کمبود قطعات بود، همچنان ادامه دارد. اپل اعلام کرده بود کمبود تراشه



ترانه احمد دوست



taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

آینده فیس‌بوک

فیس بوک نه تنها از بین رفتنی نیست بلکه تازه در مسیر یک امپراتوری واقعی قرار گرفته است



شماره ۱۳
مرداد ۱۴۰۰
سال اول

ممکن است به‌تنهایی ۱۰ میلیارد دلار باشد که این رقم دو برابر سال قبل است. بنابراین جای تعجب نیست که در اوایل سال جاری، فیس‌بوک به یک عضو بلندمدت در باشگاه انحصاری شرکت‌های با ارزش بازار یک تریلیون دلار ملحق شود.

فیس بوک؛ دستگاه تبلیغاتی غول پیکر
سؤال اینجاست که چطور یک شرکت با چنین توشه سیاسی می‌تواند این قدر موفق باشد؟ پاسخ دوری یک سکه است. فیس‌بوک با بیش از ۲/۷ میلیارد کاربر در جهان، با ارائه خدماتی چون شبکه اجتماعی محبوبش که در آمریکا به آبی (blue) معروف است، اینستاگرام و پیام‌رسان واتس‌آپ، یک ذره‌بین دیجیتالی از طبیعت بشر است که خوب (حمایت از همسایه در پاندمی کووید ۱۹) و بد (نظریه‌های توطئه و مبارزه با پزشکی علمی) را تبلیغ می‌کند. به علاوه به عنوان یک لنز قوی، مصرف‌کنندگان را بر تبلیغات متمرکز می‌کند و در صورت

فیس بوک همیشه دو چهره دارد؛ یکی چهره‌ای است که سیاستمداران از آن متنفرند، مثلاً همین امسال رئیس‌جمهور بایدن با این اتهام که شبکه‌های اجتماعی با نشر اکاذیب در مورد واکسن، مردم را به واکسن نزدن ترغیب می‌کنند، به فیس‌بوک و هم‌قطاران‌ش تاخت. البته بعد از حمایت فیس‌بوک از مؤثر بودن واکسن ضد کووید، از موضع خود اندکی عقب‌نشینی کرد.

چهره دوم یک شرکت شاد است که کاربران و سرمایه‌گذاران نمی‌توانند بدون آن زندگی کنند! تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند که فیس‌بوک عملکرد خوبی را در سه ماهه دوم سال نشان دهد. با وجود آپدیت جدید سیستم عامل آیفون در آوریل سال جاری که به کاربران اجازه می‌دهد تا از ردیابی وب اپلیکیشن‌هایی چون فیس‌بوک جلوگیری کنند، درآمد سالانه این پلتفرم ۶۰ درصد افزایش یافته و به ۲۸ میلیارد دلار می‌رسد که این سبب می‌شود فروش فیس‌بوک در سال مالی جاری به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار برسد. سود خالص سه ماهه

شکاف جنسیتی تجارت الکترونیک آفریقا میلیاردها دلار هزینه دارد سود در برابری

بر اساس یک گزارش تازه، اگر تجارت الکترونیکی زنان آفریقا با مردان برابر شود، بازار تجارت الکترونیکی این قاره می‌تواند حدود ۱۴/۵ میلیارد دلار سود کند. شرکت مالی بین‌المللی (IFC) با همکاری کمیسیون اروپا می‌گوید آموزش‌های اضافی و حمایت مالی از زنان فروشنده، گسترش عظیم بازار را در پی خواهد داشت.

محققان با فروشنده‌گان و کارشناسان تجارت الکترونیک مصاحبه کردند، از مردان و زنان فروشنده اینترنتی در کنیا، نیجریه و ساحل عاج نظرسنجی کردند و داده‌های جومیبا، یکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های تجارت الکترونیک در قاره را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. آن‌ها دریافتند که بسترهای تجارت الکترونیکی می‌توانند با جمع‌آوری داده‌های





ترس رانندگان اوبر ولیفتم از راننده شدن به حاشیه روبو تاکسی وارد می شود

مدت هاست رانندگی برای اوبر و لیفت به عنوان راهی عالی برای کسب درآمد اضافی تبلیغ می شود. گروه فناوری خودران آرگو آی همراه با فورد و لیفت، ماه گذشته اعلام کردند آزمایش زمستانی این خودرو را امسال در میامی و آستین با هزار وسیله نقلیه خودران با نام مستعار «روبو تاکسی» آغاز خواهند کرد. این مرحله ادامه آزمایش کروزهای خودران فورد در میامی است که از سال ۲۰۱۸ شروع شده است. نتایج این آزمایش ها در فلوریدا که دارای بیشترین تراکم رانندگان در کشور است، فوریت بیشتری خواهد داشت. اوبر اعلام کرده بود که پیش از همه گیری کووید ۱۹ تقریباً ۱۰۰ هزار راننده در فلوریدا کار می کرده اند؛ معادل تقریباً یک کارگر از هر ۱۰۰ کارگر در این ایالت. لیفت از بیان تعداد رانندگان خود در فلوریدا خودداری کرده است. در حالی که کارشناسان بر این باورند بعید است صد درصد ناوگان خودرو رانی خودمختار شود، شروع آزمایش ها نشان می دهد رو بو تاکسی سریع تر از آنچه تصور می شد رشد خواهد کرد. اسد حسین، تحلیلگر ارشد گروه داده های سرمایه گذاری پیچبوک که در صنعت اتومبیل های خودران فعال است، گفته تا سال ۲۰۳۰ اوبر و لیفت خودران رایج می شود. حسین گفته است: «ارزش افزوده بزرگ در اینجا بی نیازی پرداخت هزینه کار یک راننده است. شما هزینه حمل و نقل را کاهش می دهید، اما از طرف دیگر آنچه برای رانندگان اتفاق می افتد یک سؤال مهم است.»

این صنعت در جواب ترس از تصاحب مشاغل توسط ربات ها گفته است مشاغلی که حذف می شوند، احتمالاً با مشاغل جدیدی که اتومبیل های خودران ایجاد می کنند، جبران می شود، مانند مدیریت ناوگان برای سرویس، نگهداری وسایل نقلیه، نیاز مستمر به سنجش ایمنی و ترسیم نقشه شهرهای جدید.

Evercore ISI) تأثیر راه اندازی سیستم جدید ردیابی اپل که از هر پنج کاربر، چهار نفر از آن استفاده می کنند تا دور بعدی نتایج فصلی در اکتبر مشخص نخواهد شد، اما او پیش بینی می کند که حتی اگر هدف گذاری فیس بوک کمی کمتر مؤثر باشد، باز هم به اندازه رقبایش خوب خواهد بود. به علاوه اگرچه برخی از مخالفان فیس بوک تلاش می کنند این شرکت را یک شبکه اجتماعی انحصاری معرفی کنند، اما بعید است که با دو قطبی بودن کنگره آمریکا، این تلاش ها علیه فیس بوک به نتیجه برسد.

کوچ مردم به اپلیکیشن های دیگر

تهدید بزرگ تر برای ادامه موفقیت فیس بوک که مدت هاست مارک زاکربرگ، بنیان گذار و مدیر اجرایی آن را به خود مشغول کرده است، این است که مردم در فضای مجازی در نهایت از برنامه های خود خسته شده و به اپلیکیشن های دیگری کوچ می کنند و تبلیغ کنندگان را با خود می کشانند. در دو سال گذشته نسل جدیدی از رسانه های اجتماعی ظهور کرده اند که می توانند این کار را انجام دهند. اگرچه سهم فیس بوک از تبلیغات دیجیتال آمریکا در سال های اخیر همچنان رو به افزایش بوده است، اما تبلیغات جهانی رسانه های اجتماعی آن از سال ۲۰۱۶ کاهش یافته است. از سرویس چت هایی مثل کلاب هاوس (Clubhouse) و دیس کورد (Discord) گرفته تا اسنپ چت (Snapchat) و تیک تاک (TikTok)، مستقیماً با فیس بوک و اینستاگرام رقابت می کنند. به گفته اپ آنیه (App Annie)، یک شرکت تحقیقات بازار، طرفداران تیک تاک در آمریکا اکنون بیش از ۲۱ ساعت در ماه صرف برنامه ویدیویی می کنند، در حالی که کاربران کمتر از ۱۸ ساعت برای فیس بوک وقت صرف می کنند.

در گذشته فیس بوک رقبای کوچک تری مثل اینستاگرام داشت، اما با نگاه انحصار طلبانه مخالفان خود، مجبور است دست به شرط بندی های بزرگ تری بزند. اولین مورد «اقتصاد خلاق» است یعنی ایده کسب درآمد از تولید محتوای ویدیویی یا خبرنگار. تیک تاک و یوتیوب در جذب کاربران در این خصوص موفق تر عمل کرده اند. در ماه آوریل فیس بوک از توسعه ویژگی صوتی جدید خود که امکاناتی چون کلاب هاوس را برای مخاطبان فراهم می آورد، رونمایی کرد و در ماه ژوئن سرویس بولتن (Bulletin) را که مشابه سرویس میزبانی خبرنگار ساب استک (Substack) است، راه انداخت. بعد از آن هم زاکربرگ بدون بردن نامی از محل درآمد، پیشنهاد داد که یک میلیارد دلار به تولیدکنندگان محتوا در اینستاگرام و فیس بوک پرداخت کند.

ستایش می کند. آگهی دهندگان به این امر بسیار اهمیت می دهند: فیس بوک برای هر یک از کاربران خود بیش از ۹ دلار در سال درآمد دارد، تقریباً دوبرابر توپتر. این شرکت فعالیت های کاربرانش را در زمان استفاده از خدمات فیس بوک و به علاوه در هر زمان که آنلاین باشند، زیر نظر دارد. بنابراین این امکان را دارد تا محصولاتی را که یک کاربر مشخص علاقه مند

است کشف کند، دیگرانی با علایق مشابه را بشناسد و همچنین مطمئن شود که آیا مشاهده گر تبلیغ، خریدش را انجام داده است یا خیر!

حتی تا پیش از همه گیری کووید ۱۹، برای شرکت های کوچک، استفاده از فضای تبلیغاتی فیس بوک به صرفه تر از فرایندهای پیچیده بازاریابی بود. در آن سوی جهان، با اینکه استفاده از خدمات فیس بوک در چین ممنوع است، اما تجار چینی به لطف شرکت هایی چون ویش (Wish)، می توانند محصولات خود را در یک بازار آنلاین آمریکایی به دست مصرف کننده غربی برسانند و به همین خاطر حاضرند میلیاردها دلار برای فیس بوک هزینه کنند.

هزینه به سبک اجاره جدید

کرونا ماشین فیس بوک را توریو شارژ کرده است! بازاریابان اینترنتی معتقدند که در سال گذشته هر آمریکایی به طور متوسط دست کم ۳۵ دقیقه از وقت خود را در روز در فیس بوک و اینستاگرام گذرانده است، یعنی معادل دو دقیقه بیشتر از میانگین سال گذشته. در حالی که برخی از شرکت ها در بحبوحه رکود سال گذشته هزینه های تبلیغاتی خود را کاهش دادند، فقط ۶/۶ میلیون دلار در آمریکا، صرف تبلیغات از طریق فیس بوک شده است. مارک شمولیک از کارگزاران برنشتاین (Bernstein)، می گوید این روزها نمی توان تصور کرد که می توان یک تجارت آنلاین را بدون تبلیغات هدفمند اداره کرد، همان طور که قبلاً تصور نمی شد بدون آجر و ملات برای ساخت یک فروشگاه، بتوان یک کسب و کار را اداره کرد. شمولیک می گوید سهم بیشتری از بودجه شرکت هایی چون برنشتاین صرف فیس بوک و غول فناوری تبلیغاتی آن گوگل خواهد شد. حالا دیگر برخی مدیران آن را «اجاره جدید» می نامند.

با شروع پاندمی، فیس بوک تاکنون حدود سه میلیون مستأجر را تحت پوشش خدمات خود قرار داده است و مشخص است که با بهتر شدن اوضاع کرونا، حدود ۶۰ درصد از تبلیغات آمریکا در فیس بوک انجام شود که این به معنی آن است که تبلیغات تلویزیونی و دیگر رسانه های سنتی رو به اتمام است! بنا به گزارش مارک ماهانی از شرکت سرمایه گذاری اورکور آی اس آی



موفقیت بزرگ ترین پروژه خود متاورس «Metaverse» دنیای دیجیتالی سه بعدی را با دنیای واقعی ترکیب می کند.

در هسته اصلی فیس بوک، یک دستگاه تبلیغاتی غول پیکر قرار دارد. تبلیغات ۹۸ درصد درآمد فیس بوک را ایجاد می کند. طبق برآوردهای کی بنک کپیتال مارکتس (KeyBanc Capital Markets)، آبی همچنان یک پلتفرم تبلیغاتی غالب در سطح بین المللی است. و سال گذشته ۵۵ میلیارد دلار درآمد داشته است. اینستاگرام که فیس بوک در سال ۲۰۱۲ آن را با مبلغ یک میلیارد دلار خریداری کرد، اکنون ۲۰ میلیارد دلار یا بیشتر درآمد دارد و سهم خود را از کل درآمد تبلیغات به ۳۰ درصد افزایش داده است، در حالی که این سهم در سال ۲۰۱۷ بیش از ۱۰ درصد بود. دبرا آهو ویلیامسون (Debra Aho Williamson) یکی از فروشندگان الکترونیکی، توانایی فیس بوک را در هدف قرار دادن تبلیغات به عنوان «فعالیتی فوق العاده دقیق»



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



میلیون خریدار آنلاین، بزرگ ترین بازار تجارت الکترونیک آفریقا است. اما این موفقیت دارای تفاوت جنسیتی آشکار است. در حالی که مشاغل تحت مالکیت زنان ۳۱ درصد در ساحل عاج و ۵۱ درصد در کنیا و نیجریه را تشکیل می دهند، زنان بیشتر مالک شرکت های کوچک هستند، کارکنان کمتر و فروش فردی کمتری دارند.

جولیت آناماه، رئیس امور نهادهای جومیا، می گوید: «آفریقا در ابتدای مسیر رشد تجارت الکترونیک قرار دارد. اکنون زمان آن است که اطمینان حاصل شود زنان کارآفرین در خط مقدم سفرهای دیجیتالی آفریقا قرار دارند.»

تفکیک شده جنسیتی، استفاده از منابع مالی پلتفرم، آموزش زنان در زمینه ارتقای حقوق، افزایش پیشنهادهای آموزشی و تشویق ورود به بخش های باارزش، از زنان برای رشد و پیشرفت در این بخش حمایت کنند. تجارت الکترونیک در آفریقا با ایجاد پلتفرم هایی مانند جومیا، کیلیمال، کنگا و تیک الات در حال پیشرفت است. بر اساس کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل، از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸، تعداد خریداران آنلاین در قاره به طور متوسط سالانه ۱۸ درصد افزایش یافته است، در حالی که میانگین جهانی ۱۲ درصد است. این رشد ناشی از جمعیت جوان، شهری و دیجیتالی قاره است. بر اساس مطالعه پایو، ارائه دهنده خدمات مالی، نیجریه با ۷۶





شعر صائب درباره نگهداری دولت در چراگاه آرزو مگذار...

میرزا محمدعلی صائب تبریزی را برخی زاده تبریز می‌دانند؛ صائب از شاعران دوران صفویه است که حدود سال ۱۰۰۰ هجری قمری به دنیا آمده و در سال ۱۰۸۰ در باغ تکیه اصفهان از دنیا رفته و همان جا دفن شده است. وقتی در جوانی به هندوستان رفت، در دربار شاه جهان با احترام پذیرفته شد و در سال ۱۰۴۲ در بازگشت به اصفهان نیز تا هنگام مرگ ملک الشعراء شاه عباس دوم بود. صائب درباره نگهداری دولت (بخت، ثروت، سعادت، حکومت و...) در یکی از

غزلیات خود می‌گوید:

به ادب نوش جام دولت را
مده از کف زمام دولت را
در چراگاه آرزو مگذار
توسن بی‌لجام دولت را
به نفس‌های آتشین چون شمع
زنده‌دل در شام دولت را
هنزل در دیده‌ها سبک سازد
پله احتشام دولت را
به قوام آورد گران حلمی
باده کم‌قوام دولت را
دست جودست شمس زربین
قصر عالی مقام دولت را
نتوان جز به دست حزم گرفت
آستین دوام دولت را
جوی شیربست چرب‌نرمی خلق
صحن دارالسلام دولت را
مدانعام تار شیرازه است
دقتر انتظام دولت را
می‌کند تارومار باد غرور
سر زلف نظام دولت را
به دودست دعا نگه دارند
شهبواران زمام دولت را
در فلاخن نهد سبکساری
لنگر احتشام دولت را
از بلندی پایه همت
نردبان ساز بام دولت را
صبح محشر نمی‌کند بیدار
باده‌نوشان جام دولت را
اهل معنی به فکر صائب
زنده دارند نام دولت را



شماره ۱۳
مرداد ۱۴۰۰
سال اول

کارنگ

قابل توجه استارت‌آپ‌های بزرگ و سازمان‌ها و شرکت‌های نوآور:
با خرید اشتراک سازمانی می‌توانید هم 20 درصد تخفیف دریافت کنید و هم از سرویس خبری کارنگ برای انتشار خبرهای خود طی یک سال در سایت هفته‌نامه بهره‌مند شوید.

اگر استارت‌آپ یا شرکت نوآور هستید برای ارتباط با تحریریه کارنگ می‌توانید با شماره ۰۹۱۹۳۶۴۴۹۷۰ تماس بگیرید.

این تابستان

به دهکات پدیری ما رویم

علیرغم ریشی که بزرگ‌ترها گزاشتند، طرح صیانت در یک عملیات رفت و برگشتی، در دستور کار قرار گرفت؛ مثل ما جرای سفرهای تابستانی کودکانی ماست...

۱ جواب ما معمولاً از دو گزینه فراتر نمی‌رفت: یا شمال یا ولایت!

سیر آفاق و انفس کنیم. این طور شده بود که هر سال تابستان یک سؤال در گوشه ذهن همه ما خانه می‌کرد: «کجا برویم؟»

۲ خب جواب ما بچه‌ها معلوم بود. اگر به دهکات می‌رفتیم باید خب جواب ما بچه‌ها معلوم بود. اگر به دهکات می‌رفتیم باید

خب البته این سؤال جواب‌های زیادی دارد؛ از سواحل بالی و هاوایی تا بستنی‌فروشی‌ها و کبابی‌های شابدالعظیم. اما راستش ما جواب‌های زیادی نداشتیم. اصولاً ما بچه‌های آن وقت نمی‌دانستیم که آدم می‌تواند به خارج هم برود!

یادش بخیر، آن وقت‌ها که بچه‌تر بودیم مسافرت را خیلی دوست داشتیم. خب چپ‌چپ نگاه نکنید. بالاخره آن موقع‌ها هنوز کرونا اختراع نشده بود و ما بچه‌ها دوست داشتیم در فضای آزاد برای خودمان چیزغلت... ببخشید،

باید از هر فرصتی برای پیش‌برد کار گروه استفاده کنیم، کامیار هم که جمله تکراری خودش را با لحن و صداهای گوناگون بازخوانی می‌کرد: «من در راه اهداف گروه با شیطان هم‌دست نمی‌شوم.»
آن قدر گفت که صدای سامان درآمد: ولی ما برای گروه با تو هم‌دست شدیم! در پایان به این نتیجه رسیدیم که چند نفر شرکت کنیم و آنچه را از قبل داشتیم، ارائه کنیم.

هیس‌هیس می‌کردند، شاید خنده‌دار به نظر برسد اما من در آن موقعیت فقط عصبانی بودم. نه از دست کامیار نه فریبا و نه سمیرا، بلکه از برگزارکننده برنامه و اینکه چرا حاضر شدم وقت و اعصاب نازنین خودم و بچه‌ها را هدر بدهم.
دوباره به یک جلسه ارائه و بررسی طرح دعوت شده بودیم، سامان موافق نبود، محمد هم برخلاف خیلی مواقع دیگر با سامان هم‌عقیده بود. فریبا می‌گفت

درست است که با خیلی از شوخی‌های کامیار می‌خندیم و بسیاری از نکاتی را که می‌گوید خیلی زود فراموش می‌کنیم، اما در این مورد آخر هم به میزان زیادی با حرف‌های کامیار موافقم و هم توی چند روز گذشته نتوانستم گفته‌هایش را از ذهنم بیرون کنم؛ استارت‌آپ‌کمدی، استارت‌آپ‌کمدی!
بازگویی آن دقایقی که توی سالن نشسته بودیم و کامیار تکه‌پران می‌کرد و فریبا و سمیرا پشت سر هم

شب‌نوشته‌های یک بچه
نوآور! (۱۱)

استارت‌آپ‌کمدی





گرفتار خودنمایی‌ها نشویم با چه مجوزی کار کنیم؟

شاید ماجرای فرد جویای جایگاه آموزشی ادبیات را شنیده‌اید که وقتی عبارت «با چه مجوزی» را به کار برد، روشن شد به اندازه‌ای با ادبیات آشناست که به جای مجوز می‌گوید مجوز و با همین مجوز برای آن جایگاه مناسب نبود. مانند آن فرد در چند سال گذشته نیز نمونه‌های نه‌چندان کم شماری از افراد و سازمان‌هایی دیده شده و می‌شوند که بدون داشتن صلاحیت‌های لازم دست به کار اجرای برخی برنامه‌ها در زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپای کشور هستند.

در کنار همه افراد کارآمد، آگاه و دلسوزی که در سال‌های گذشته گام‌های بزرگی برای ساختن و پیش بردن زیست‌بوم نوآوری برداشته‌اند، گروه‌هایی هم هستند که بی‌بهره از دانش و تجربه به خودنمایی در این میدان مشغول شده‌اند. زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپا به شکلی طبیعی خود را پالایش خواهد کرد و نیاز به ایجاد سازمان و دیدبان و نگاهبان بیرونی ندارد و بازگویی مشکلات و روشن‌گری، ابزار کارآمدی برای مقابله با این کج‌روی است. بیهوده است انتظار داشته باشیم وسوسه بهره‌برداری از زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپا افراد و سازمان‌های سودجو و خودنما را آسوده بگذارد. اما تجربه بسیاری از فعالان و علاقه‌مندان این فضا نشان داده که همراه شدن با برنامه‌های بی‌محتوا و خودنمایی‌های فردی و گروهی آن‌ها زبان‌های زیادی وارد می‌آورد.

با نمونه‌های پرشماری آشنا هستیم که در نتیجه مشورت‌های ناپخته و نسنجیده این افراد و سازمان‌ها بخت و زمان اجرای مناسب کارهای خود را از دست داده‌اند و ناامیدی و سرگردانی، زندگی شخصی و کاریشان را دگرگون کرده است. به نظر می‌رسد زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپا و نوآور کشور از چنان پختگی برخوردار است که این‌گونه بی‌قوارگی را سامان دهد. همراه نشدن با این نوع برنامه‌ها نخستین گام و راهکاری ساده و کارآمد است. باید به خودمان یادآوری کنیم نیاز نداریم درگیر هر برنامه، فراخوان و رویداد افراد و گروه‌هایی شویم که با هر مجوزی کار می‌کنند.



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول



برای دریافت اشتراک اسکن کنید



karangweekly.ir

داشتند. شتره هم که درکی از مسائل و مدرک مرتبط که نداشت، سرش را عینهو چی می‌انداخت پایین و می‌رفت توی خانه پیرزن. حالا شتر در خانه که خوب بود. بعضی وقت‌ها، بعضی کارشناس‌ها همان شتر را می‌بردند پشت بام و دیگر نمی‌توانستند بیاورندش پایین.

بله دوستان؛ خیال‌تان را از بیخ راحت کنم: نمایندگان محترم مجلس کماکان پرگاز در حال خدمت به کشور و صیانت از حقوق ما هستند و قدمی از این عهد خودشان بیرون نخواهند آمد. طرح با قدرت ادامه دارد، شما هم با قدرت ادامه بدهید.

بسیار در اندیشه آینده‌مایید
هنگام خطر حافظ و پاینده‌مایید
صد حیف که ما قدر شما را نشناسیم
صد شکر عزیزان! که نماینده‌مایید

زمان پرسش داوران آغاز شد، اما کامیار حرفش را تکمیل کرد که: «نه بیشتر از هر چیز نمایش کمدمی بود. من خودم این‌کاره هستم. باور کنید به اندازه استندآپ کمدمی نیست، ولی فول استارت‌آپ کمدمی!»
هنوز هم آن جملاتی که کامیار پیش از بیرون آمدن از ساختمان با لحن شوخی و جدی به مدیر روابط عمومی گفت، از ذهنم بیرون نمی‌رود: «آخر چرا با ما این کارها را می‌کنید؟ خوب است بیایم

شد که داوران به قول کامیار کلهم اجمعین داغان هستند. همه فقط به عنوان مدیر فلان و بهمان معرفی شدند، سن و سال نشان نمی‌داد آن قدر تجربه داشته باشند که برای داوری مناسب باشند، درباره تخصصشان هم اطلاعاتی نداشتیم. جست‌وجوی شتابان فریبا در شبکه‌های اجتماعی و اینترنت و وبسایت آن مرکز هم نتیجه‌ای نداشت.
به قول سمیرا سوگواری با فرارسیدن

توی آن فضای شیک نشسته بودیم و بی‌نظمی و بی‌برنامگی موج می‌زد، اما کامیار معتقد بود مارک نسکافه‌شان خوب است! فریبا همچنان می‌پرسید بالاخره چه کسانی قرار است طرح‌ها را ارزیابی کنند و من نگران بودم که من و سمیرا بتوانیم به خوبی کارمان و گروه را معرفی کنیم. از وقتی که قرار شده بود در جلسه حاضر شویم، به چیزی غیر از این فکر نمی‌کردم.
پیش از آغاز ارائه نخستین گروه، روشن

۴

صبح تا شب از این خانه به آن خانه مهمانی می‌رفتیم و به بزرگ‌ترهای روستا می‌گفتم مامانمان را بیشتر دوست داریم یا بابایمان را. قبول کنید این کار خیلی هیجان نداشت؛ لاقل برای ما بچه‌ها. ما شمال را دوست داشتیم.



عبدالله
مقدمی
@moghaddamy0007

رأی هر پنج بچه خانواده شمال بود. بابا خیلی هنر می‌کرد رأی مامان را به دست می‌آورد. ما در هر صورت در اکثریت بودیم. برای همین هر دفعه کجا می‌رفتیم؟ احسنت! «دهات پدری».

۳

حالا ما بچه‌های مملکت کلی توی دلمان قند آب می‌کنیم که بزرگ‌ترها حتما به ما هم توجه

می‌کنند و طرح‌هایی را که از نشان راضی نیستیم تصویب نمی‌کنند. اما در نهایت چه می‌شود؟ «طرح لغو طرح صیانت!» به مجلس می‌رود و آخر سر بزرگ‌ترها تصمیم می‌گیرند که «نخیر! ما مردم خودمان داغیم و حالی مان نیست. آن‌ها احساس وظیفه می‌کنند که باید ما را به آن مکان ترویستی مفرح که هر ساله ایرانیان زیادی می‌روند، ببرند: دهات پدری».

۵

قدیمی‌ها می‌گفتند: «با نفرین پیرزن، شتر از خانه بیرون نمی‌آید.» قدیمی بودند دیگر، پراید که نداشتند؛ شتر

بانکینو
پرداخت و بانکداری دیجیتال

بانکینو
نئوبانک با حس امنیت
حساب بانکی شما هیچگاه به این
اندازه امن نبوده است.



دانلود از سایت بانکینو و کافه بازار
www.bankino.digital



شماره ۱۳
۲۴ مرداد ۱۴۰۰
سال اول

END UP سرانجام



وزرای پیشنهادی کابینه دولت رئیسی اقتصاد نوآوری ایران را توسعه
می دهند یا به مانع تبدیل می شوند؟

همه مردان نوآوری یک رئیس جمهور

است که وزیر با مسائل حوزه وزارتی دقیق آشنا باشد و راه حل های روشنی در چنته داشته باشد و حمایت کارشناسان و فعالان حوزه های گوناگون و عموم مردم را نیز با خود همراه کند.

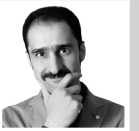
در میان ۱۹ وزارتخانه، چند وزارتخانه از منظر اقتصاد نوآوری اهمیت استراتژیک دارند، از جمله وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت صنعت، معادن و تجارت، وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت نیرو و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. در هیئت دولت افراد دیگری نیز حضور دارند که نقش مهمی در این اقتصاد دارند، از جمله معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

در این بین وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای فعالان حوزه های فناوری و اقتصاد دیجیتال اهمیت ویژه ای پیدا می کند. خصوصا این روزها که دیدگاه های وزیر این وزارتخانه می تواند مسیر طرحی چون صیانت را دگرگون کند. وزیر درباره طرح صیانت، له یا علیه آن، حرفی نزده است. قاعدتا این روزها افراد تلاش می کنند به صورت سیاستمدارانهای از کنار موضوعات مهم و شکاف ساز بگذرند، ولی اگر وزیری فقط به حفظ جایگاه خودش فکر کند و درباره مسائل مهم به شکل صریح موضع گیری نکند، در نهایت نمی توان به اثر بخشی او امیدوار بود. امیدواریم تمام گزینه های پیشنهادی از جمله چند وزارتخانه مهمی که گفتیم، دیدگاه های خود را درباره مسائل چالش برانگیز، صریح و بدون پرده پوشی بیان کنند. در صورتی که وزرای پیشنهادی رودرپایستی را کنار بگذارند، قطعا می توان درباره آن ها دقیق تر نظر داد.

هر رئیس جمهوری برای پیش بردن کارهایش نیاز به وزیرانی دارد که بهتر از او بتوانند در زمینه های تخصصی فعالیت کنند. این وزرا هم نیاز به مدیرانی قوی تر از خود دارند و این مدیران نیز احتیاج به کارشناسانی قوی تر در حوزه های تخصصی. در صورتی که این ساختار ایده آل شکل بگیرد، از بالاتر تا پایین دولت پر از مردان و زنانی می شود که می توانند گره های کور موجود در ساختارهای اقتصاد سیاسی ایران را باز کنند؛ ولی در صورتی که افراد ضعیف در موقعیت های حساس قرار بگیرند و این افراد نیز مدیران ضعیف تر از خود انتخاب کنند، در نهایت با بدنه ضعیف کارشناسی دولت، بر گره های موجود اضافه می شود و امیدها ناامید.

این روزها قرار است وزرای پیشنهادی دولت آقای رئیسی از مجلس رأی اعتماد بگیرند و قطعا آن ها در تکاپو هستند که نظر نماینده های مجلس و افکار عمومی را با خود همراه کنند. از منظر کارنگ

و در راستای توسعه اقتصاد نوآوری همه این وزارتخانه ها مهم هستند، ولی چند وزارتخانه اهمیت بیشتری دارند. فارغ از دیدگاه های سیاسی افراد، آنچه اهمیت دارد انتخاب افرادی است که بتوانند مهم ترین مسائل پیش روی وزارتخانه های مرتبط با حوزه مسئولیت خود و راه حل های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت حل این مسائل را دنبال کنند. همان طور که تاکید شد، یک وزیر به تنهایی نمی تواند کاری را پیش برد و برای حل مسائل تخصصی لازم است تیمی تشکیل دهد که از خودش قوی تر باشند. این مهم مستلزم این



رضاقربانی
عضو هیئت مدیره نصر تهران



@mediamanager_ir



شماره ۱۳ | ۲۴ مرداد ۱۴۰۰ | سال اول | کارنگ: رسانه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح اله گیتی نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه آرا: بهناز سعیدی
عکس: حامد کریم زاده، پریا امیرحاجلو
شبکه های اجتماعی: عباس عین علی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: ستارخان، خیابان برادران توکلی
پلاک ۱۹، واحد ۲
تلفن تحریریه: ۶۶۵۵۳۸۴۸
وبسایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی
مدیر محصول: رضا قربانی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مسعود شاه حسینی، زهرا طاهری
محمدحسین شاوردی، مهران امیری
محسن ایزدی، عبدالله مقدمی، لیلی اسلامی
الیاس براهویی نژاد، پارسا خاک نژاد، مریم تجلی
ترانه احمد دوست، حسنا رضایی، شیرین هیاریان