



گفت و گویا سپیده
عظیمی که به جای
تحصیل در رشته پزشکی
به سمت شیرینی پزی
حرفه‌ای حرکت کرده
**برای یادگیری
هزینه کنید**

**پایه اقتصاد دیجیتال
اینترنت است.
اقتصاد دیجیتال در
اکوسیستم تعریف
می‌شود و وقتی
اینترنت نباشد،
اکوسیستم هم
بی‌معنای می‌شود**

گفت و گویا امیرمسعود اسکویی **ر** مدیرعامل ایران رایانه که اعتقاد دارد باروند
فعلی، بازار نرم افزار کوچک شده و در نهایت از دست خواهد رفت

**وقتی شمائی توانید
قرارداد ببندید و
پول بگیرید، عملاً
دست و پال تان بسته
شده و امکان درآمدزایی
بین المللی تا حد زیادی
از بین رفته است**

اگر این اکوسیستم خراب شود...

تکس: حامد کریم زاده

۱۲

اوضاع اصلاً خوب نیست!

سلامت آنلاین و کسب و کارهای نوآور
آن به شدت تحت تاثیر وضعیت
اینترنت و محدودیت شبکه‌های
اجتماعی قرار گرفته‌اند

۲

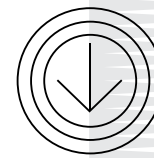
گاز خالی دادن ته کوچه بن بست!

ماجرای بلد نشان می‌دهد بحران جذب
سرمایه و مهم‌تر از آن بحران «چشم انداز»
دومینووار می‌تواند اکوسیستم استارت‌آپی را
زمین گیر کند

۸

آزادکارهای دریغند

چالش‌هایی همچون
محدودیت‌های اینترنت
دسترسی به وی‌پی‌ان و ابزارهای
ارتباط بین‌المللی، بازار کار
فریلنسرهای ایرانی را تهدید
می‌کند



ماجراهای بلد نشان می دهد بحران جذب سرمایه و مهم تر از آن بحران «چشم انداز» دومینووار می تواند اکوسیستم استارت‌آپی را زمین گیر کند

گاز خالی دادن ته کوچه بن بست!

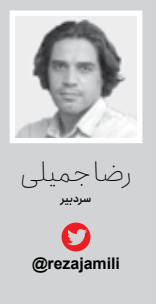
و می گفتند دیدید ما با بستن ویز چطور به رشد نمونه‌های داخلی کمک کردیم، احتمالاً این روزها با خود بگویند مثل اینکه واقعا ته هر بیراهه‌ای، تنها چیزی که انتظار آدمی را می کشد، گمراهی و گم‌گشتگی است. این مسیری که سیاست‌گذار داخلی باز کرده با هر استدلال و با هر منفعت کوتاه مدتی نتیجه‌ای جز زمین خوردن کسب‌وکارهای واقعی ندارد. چه دیجی کالا باشد، چه کافه بازار و چه باسلام؛ آنها که فکر می کنند با بستن درهای اینترنت کشور به روی فضای ارتباطی و نوآوری دنیا در حال خدمت به این کسب‌وکارها هستند، باید بدانند که این سیاست‌ها، دومینووار این اکوسیستم را خراب خواهد کرد. البته اگر این سیاست‌گذاری‌ها برای کسب‌وکارهای غیرواقعی و رانته و بودجه‌بگیر باشد که دیگر حرفی باقی نمی ماند و نیازی به استدلال من و شما هم نیست!

کشیدن فرش از زیر پای کسب‌وکارهایی که در این اکوسیستم بالیده‌اند، زدن زیر میز اقتصاد نوآوری است. اگر اینها که از گشایش‌های چندساله اما محدود دهه ۹۰ بهره بردند و با امیدواری و نیروی کار ماهر «هنوز مهاجرت نکرده» شروع کردند، این گونه خشک شوند و بر خاک بیفتند، شک نکنید مدعیان ساخت پلتفرم‌های تمام‌ایرانی این روزها؛ جز حیف و میل مشتی وام و بر جای گذاشتن چند پروپوزال و وب‌سایت مرده، میراثی از خود بر جای نخواهند گذاشت. از این روست که باید ترسید از نبودن بلد و بلدها و دیگرانی که از ترس یک همه‌گیری مرگبار در حال خودکشی هستند.

بسیاری می اندیشند که ساخت پلتفرم‌های داخلی یک «دکمه» دارد. یا بدتر اینکه عده‌ای به اشتباه فکر می کنند اکوسیستم بسته داخلی داشتن و رسیدن به مفهوم خودکفایی چیزی است که تنها به ذهن آنها خطور کرده و قبلی‌ها در این اندیشه ورزی هوشمندانه حسابی کم کاری کرده‌اند! این خطای محاسباتی است که ما را به مفاهیم می‌رساند و البته صنایع ورشکسته‌ای چون خودروسازی که سال‌هاست با دست‌فرمان خودکفایی و بستن درها به روی جهان خارج به وضعی دچار شده که همه از آن آگاهیم.

حالا همین موقعیت گروتسک و فضایی در حال تکرار در اکوسیستم آنلاین کشور است. از درودیوار تزهایی نازل می‌شود مبنی بر اینکه بنی‌بنیم و فیلتر کنیم و همه را تهدید بینگاریم و بچسبیم به تولید و نمونه داخلی. درست در همین تز پراکنی‌های

مشعشعانه است که خبر می‌رسد مسیر یاب «داخلی» بلد بیانیه داده که همین شرایط گل‌وبلبلی که برای داخلی‌ها ساخته‌اید، کارش را به جایی رسانده که هم نیرو تعدیل کرده و هم در مسیر تعطیلی قرار گرفته است؛ شاهدهی دم‌دستی بر یک تز خام‌دستانه! کسب‌وکارهایی که ته کوچه‌های بن بست سیاست‌گذاری برای اینترنت گیر افتاده‌اند و هرچه بیشتر گاز هم بدهند، فایده‌ای جز درجا زدن برایشان ندارد. آنها که بلد و نشان را به عنوان Best Practice سیاست‌گذاری خود با انگشت نشان می‌دادند



رضا جمیلی
سردبیر



خطای سیاست‌گذار در تشخیص اینترنت بدون اتصال به جهان به عنوان فرصت

یک کسب‌وکار در ۴۰ کیلومتری رشت

اپلیکیشن‌های مفید می‌توانند کار کنند.

برخی تصور می‌کنند اینترنت مجموعه‌ای از خوبی‌ها و بدی‌ها را دارد. از نظر این گروه که قدرت تصمیم‌سازی بالایی هم دارند، ما می‌توانیم خوبی‌های اینترنت را برداریم و بدی‌هایش را حذف کنیم. این گروه با ایده‌هایی مانند طرح صیانت، اینترنت پاک، اینترنت ملی و ده‌ها ایده دیگر در سال‌های گذشته تلاش کرده‌اند

خوبی‌های اینترنت را به مردم هدیه بدهند و این کشور و مردم را از شر بدی‌های اینترنت مصون نگه دارند! از نظر این گروه اینترنت به دو بخش ملی و بین‌المللی تقسیم می‌شود. از نظر آنها اینترنت ملی می‌تواند همه آن چیزهایی را که مردم از اینترنت می‌خواهند، به آنها بدهد و صرفاً کافی است زیرساخت‌های اینترنت ملی توسعه یابد، از طریق وام و دستور اپلیکیشن‌های ملی ساخته شود و در نهایت مردم به خوبی و خوشی از اینترنت بهره‌مند شوند؛ در این

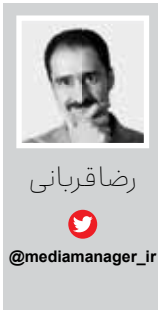
صورت آسیب‌های اینترنت بین‌المللی هم دیگر متوجه کسی نخواهد شد. این گروه در سال‌های گذشته به جای اینکه تلاش کنند زیرساخت‌های رگولاتوری و تنظیم‌گری اثر بخش اینترنت، فضای مجازی و فضای سایبری را بسازند، تلاش کرده‌اند با راه‌حل‌های زودبازده تصویر ایده‌آل خود از اینترنت را خلق کنند، غافل از اینکه این ایده اساساً پتانسیل واقعی شدن ندارد.

بگذارید مثالی بزنم. این روزها در روستاهای گیلان و بسیاری از استان‌های دیگر پدیده‌ای رواج یافته به نام بوم‌گردی. این پدیده تماماً وابسته به رشد اینترنت در سال‌های گذشته در ایران بوده است. به‌عنوان نمونه بوم‌گردی‌ای را می‌شناسم که در فاصله ۴۰ کیلومتری رشت در استان گیلان است و مؤسس آن هم پیرمردی است که معتمد آن محل بوده است. این بوم‌گردی در جایی قرار دارد که هر کسی که به آنجا می‌رود به احتمال بسیار زیاد از طریق یکی از اپلیکیشن‌ها مانند شب، جاجیگا و مشابه آن این محل را پیدا کرده است. احتمال اینکه فردی به ۴۰ کیلومتری رشت برود و بدون استفاده از این اپلیکیشن‌ها بخواهد چنین جایی را انتخاب کند، تقریباً صفر است. انتخاب جایی برای شب‌ماندن تابع پارامترهای زیادی است که این اپلیکیشن‌ها به همه آنها پاسخ می‌دهند.

نکته جالب برای من این است که پیرمرد قصه ما که از مواهب اقتصاد دیجیتال بهره‌مند شده، ممکن است در زندگی‌اش حتی چیزی از این مفهوم نشنیده باشد و اینترنت را عامل اغتشاشات بداند و حتی موافق قطع اینترنت هم باشد. این فرد نمی‌داند چگونه از مواهب اقتصاد دیجیتال بهره‌مند شده و اگر قطع و اختلال در اینترنت باعث زمین‌گیر شدن اقتصاد دیجیتال شود و در آینده نزدیک این بوم‌گردی رونق خودش را از دست بدهد، شاید درک کند که چیزی تغییر کرده است.

کسانی که اینترنت منهای ارتباط با جهان، کعبه آمال آنهاست، ممکن است بگویند در اینترنت ملی دسترسی به اپلیکیشن‌ها ممکن است و بنابراین چیزی تغییر نکرده و اتفاقاً این فرصتی برای کسب‌وکارهای ایرانی است. در دنیای خیالی آنها این

چیزی که آنها در نظر نمی‌گیرند این است که کسانی که چنین اپلیکیشن‌هایی را ساخته‌اند، این ایده را از ارتباط با جهان آزاد گرفته‌اند؛ اگر سال‌ها پیش برای اینکه بدانیم در جهان چه تغییری در حال وقوع است، لازم بود به مسافرت‌های سنگین برویم و سیرانفس کنیم؛ امروز اما این اینترنت است که به ما کمک می‌کند به سرعت همه جای جهان را بگردیم و ایده‌های گوناگون را رصد کنیم، به‌راستی تا قبل از اینکه موفقیت اپلیکیشن‌هایی مانند ایربی‌ان‌بی را ببینیم، چند نفر به این ایده فکر کرده بودند یا حتی موفق شدن آن را باور داشتند؟ در سال‌های گذشته کسب‌وکارهای زیادی در جهان خلق شدند و از بین رفتند؛ ما شاهد رشد برخی دیگر بودیم و اینترنت آن جهانی بوده که در آن



رضا قربانی



گشت‌وگذار کرده و ایده‌های خوب را شکار کرده‌ایم.

با توجه به اینکه ایده ارزش چندانی ندارد و برای پیاده‌سازی ایده‌ها به ابزارهای به‌روزی نیاز داریم که آن را هم مدیون اینترنت هستیم، امروزه توسعه‌دهنده‌های رانی‌توانیم پیدا کنیم که بدون استفاده از ابزارهای متصل، کار توسعه و برنامه‌نویسی، ساخت اپلیکیشن و وب‌سرویس را انجام دهد. امروزه تمام مراحل توسعه نرم‌افزاری از طریق ابزارهای گوناگونی انجام می‌شود که مدام به‌روز می‌شوند و هر چند سال یک بار هم ممکن است شاهد تغییرات گسترده در آنها باشیم. این تازه بخش کوچکی از این اکوسیستم است و در ادامه بخش‌هایی مانند بازاریابی داریم. حتی امروز یک وب‌سایت خبری وابسته به انواع نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های جهانی است که ساده‌ترین آنها هسته وردپرس است. هسته وردپرس و توسعه پیوسته آن و پلاگین‌های ناتمامش به خیلی‌ها اجازه داده که با کمترین امکانات بتوانند قوی‌ترین کارها را انجام دهند. این فهرست همین‌طور ادامه دارد.

حالا وقتی از اینترنت ملی و اینترنتی صحبت می‌کنیم که به جهان متصل نیست، در واقعیت نه تنها در حال نابودی اقتصاد دیجیتال هستیم، بلکه در واقعیت در حال نابودی جامعه‌ای هستیم که در سال‌های گذشته به واسطه رشد این بخش رشد کرده و لزوماً بخشی از اقتصاد دیجیتال نیستند.

این مسیری که برخی در پیش گرفته‌اند، در آینده نزدیک باعث بر باد دادن سرمایه‌گذاری‌های آن پیرمردی می‌شود که به واسطه رشد اقتصاد دیجیتال این روزها نوع دیگری از زندگی و کسب‌وکار را تجربه می‌کند.

در پایان تأکید کنم که هیچ‌گاه از اینترنت رها دفاع نکرده‌ام؛ معتقدم مانند همان‌هایی که اینترنت را خلق کرده و سعی کردند با تنظیم‌گری اثر بخش آثار زیان‌بار آن را مدیریت کنند، ما هم چاره‌ای نداریم جز تنظیم‌گری صحیح. بستن و اختلال نه تنها راه‌حل نیست؛ بلکه به‌زودی خودش به بخشی از مسئله تبدیل می‌شود.



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



شماره ۷۱ | آبان ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی بسابی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
سایت: راضیه مینایی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
تلفن تحریریه: ۴۶۰۱۲۲۰۴
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
دبیر ویژه‌نامه بیمه دیجیتال: لیدا هادی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
لی‌لی اسلامی، سپیده اشرفی، پارسا خاک‌نژاد
ترانه احمد دوست، پریسا امام‌وردیلو
زهره دودانگه، منیره شاه‌حسینی



← **شناسایی روبیکا به عنوان بدافزار**
گوگل پلی پس از اینکه روبیکا را به عنوان اپلیکیشن نامنم که با داده‌های شخصی افراد جاسوسی می‌کند، معرفی کرد، در ایران مسدود شد.



← **صدور ۱۱۴ هزار مجوز**
وزیر اقتصاد با اشاره به صدور ۱۱۴ هزار مجوز کسب‌وکار از طریق درگاه ملی مجوزها گفت دستگاه متخلف هم اختیار صدور مجوز را از دست می‌دهد و هم مجازات می‌شود.



← **ابلاغ قانون مدیریت داده‌ها**
بر اساس قانون مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی، داده‌ها در زمره مالکیت معنوی بوده و در اختیار نظام جمهوری اسلامی قرار داده می‌شود.



← **اول کرونا، حالا اینترنت**
رئیس کمیسیون گردشگری اتاق تهران گفته اول کرونا به این صنعت آسیب زده و حالا هم اختلالات اینترنت، او گفته است: «ارتباط امری دو سویه است و ما نمی‌توانیم دور خودمان دیوار بکشیم.»



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



پشوتن پورپزشک، مدیرعامل پادرواز وضعیت کسب‌وکارهای اینستاگرامی گفت

ایجاد انحصار و اجبار جواب نمی‌دهد

پشوتن پورپزشک، بنیان‌گذار و مدیرعامل پادرواز در گفت‌وگو با برنامه «تک‌شاخ پلاس» گفت: «بر اساس آمارهای اینستاگرام در سال ۲۰۲۲ بالغ بر دو میلیارد کاربر از اینستاگرام استفاده می‌کنند که ۱۰ درصد آنها کاربران دارای کسب‌وکار هستند.»
به گفته بنیان‌گذار پادرواز، در ایران حدود ۴۵ میلیون کاربر و ۶۰۰ هزار فروشگاه فعال روی اینستاگرام داریم. اگر هر کدام از این فروشگاه‌ها روزانه به طور متوسط ۱/۱ سفارش داشته باشند باشند (بیرآورد ارزش هر سفارش بین ۱۶۰ تا ۱۸۰ هزار تومان است)، ماهانه ۳۵۰۰

میلیارد تومان فروش بر این بستر اتفاق می‌افتد. به گفته پورپزشک، تعیین بسته حمایتی دو هزار میلیارد تومانی می‌تواند عدد قابل توجهی به نظر بیاید، اما اگر آن را بین ۶۰۰ هزار فروشگاه فعال تقسیم کنیم، می‌بینیم رقمی به هر کسب‌وکار برای جبران خسارت نمی‌رسد. پورپزشک معتقد است حمایت دولت احتمالاً برای فروشگاه‌های اینستاگرامی غیر قابل استفاده خواهد بود، چون این حمایت به صورت تبلیغ در صداوسیماست، در حالی که اساساً اسم‌بردن از اینستاگرام در برنامه‌های صداوسیما ممنوع است.

سازمان نصر کشور می‌گوید شرکت‌ها از حضور در این رویداد انصراف داده‌اند

الکامپ باز هم به تعویق افتاد

سازمان نصر کشور در اطلاعیه‌ای اعلام کرد بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) که قرار بود پس از دو سال وقفه ناشی از شرایط کرونایی کشور، در بازه زمانی ۱۹ تا ۲۲ آبان ۱۴۰۱ در تهران برگزار شود، به دلیل انصراف تعدادی از شرکت‌ها طی هفته‌های اخیر و طبق اعلام پیمانکار برگزارکننده نمایشگاه به تعویق افتاد.

در اطلاعیه نصر کشور تأکید شده این مصوبه تیرماه سازمان نصر کشور، با پیگیری و برنامه‌ریزی نصر استان تهران برای برگزاری هرچه باشکوه‌تر الکامپ، به استقبال چشم‌گیر اعضای سازمان در تهران و دیگر استان‌های کشور منجر شد و تعداد قابل توجهی از آنها آمادگی خود را برای حضور در بزرگ‌ترین جشنواره فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور اعلام و ثبت‌نام را نهایی کردند. با این حال

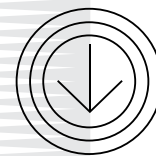
امیرحسین اسدی، مدیرکل دفتر خدمات کسب‌وکار وزارت صنعت، معدن و تجارت خبر داد:

۹۰ درصد از کسب‌وکارهای اینستاگرام دچار مشکل شده‌اند

امیرحسین اسدی، مدیرکل دفتر خدمات کسب‌وکار وزارت صنعت، معدن و تجارت از تخصیص بسته حمایتی دو هزار میلیارد تومانی برای تبلیغات کسب‌وکارهای متضرر از قطعی اینترنت در صداوسیما و شبکه‌های اجتماعی خبر داد.

جبران صدمات آنها استفاده خواهیم کرد. بحث ما در این مرحله شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی نیست، بلکه ما می‌خواهیم این بودجه را اختصاص دهیم تا طبق قوانین کشور برای جبران صدمات این کسب‌وکارها اقدام شود.»
وی افزود: «ما قبول داریم قطعی اینترنت به کسب‌وکارها صدمه می‌زند. اینترنت شاهراه اتصال و ارتباطات و زیرساخت کسب‌وکار است. قبول داریم بسیاری از کسب‌وکارها در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و اینستاگرام به دلیل فیلترینگ و محدودیت اینترنت دچار مشکلات زیادی از جنس تبلیغات، برندینگ یا از جنس فروش شده‌اند.»
او با اشاره به تشکیل کارگروهی در وزارت صنعت برای

بررسی این مشکلات ادامه داد: «هدف از این بررسی‌ها این است که اولاً در دفعات بعدی این اتفاقات برای کسب‌وکارها رخ ندهد و دوم اینکه تصمیم بگیریم با کسب‌وکارهای متضرر فعلی چه کنیم. همچنین باید بررسی کنیم چه کسب‌وکارهایی صدمه دیده‌اند و به راه‌های جایگزین فکر کنیم.» اسدی افزود: «حدود ۹۰ درصد از کسب‌وکارهای حوزه تبلیغات در فضای اینستاگرام دچار مشکل شده‌اند. کسب‌وکارهایی از جنس بلاگرها و تبلیغات در این شرایط تعدیل نیرو داشته‌اند. کسب‌وکارهای خرد در اینستاگرام نیز قطعاً دچار مشکل شده‌اند. متأسفانه مرجع آماري نداریم و از آنجا که بسیاری از این کسب‌وکارها مجوز محور نبوده‌اند، آمار دقیقی هم از آنها نداریم.»



آنچه بخش خصوصی از وعده‌های دولتی نصیبش می‌شود
نه شعارها که عملکرد مدیران است

روزهای تیره اقتصاد دیجیتال

راستش در این روزها نوشتن در خصوص کسب و کارهای حوزه دیجیتال و مفاهیمی مثل اقتصاد دیجیتال خیلی سخت است؛ روزهایی که متولی دلسوزی که درک درستی از فضای کسب و کار و شاخص‌های پیشبرد و توسعه اقتصاد دیجیتال داشته باشد، مشاهده نمی‌شود. اما با وجود این صعوبت، یک بار دیگر در قالب توضیح، مفاهیم استاندارد این حوزه را تبیین می‌کنم، شاید گوشه‌ای برای شنیدن این امر در میان دغدغه‌های متولیان امر پیدا شود.

شاخص‌های اصلی در اقتصاد دیجیتال مشتمل بر محورهای کلیدی زیر است:

۱. میزان سرمایه‌گذاری در اتصال پهنای باند پرسرعت؛
۲. میزان افزایش پهنای باند ابزارهای موبایل؛
۳. افزایش و سهولت دسترسی به بستر اینترنت؛
۴. توسعه زیرساخت فرکانس و دسترسی برای ابزارهای اینترنت اشیا؛
۵. زیرساخت مراکز داده؛
۶. زیرساخت بسترهای مراکز داده ابری و مهاجرت محصولات به این بسترها؛
۷. ایجاد بسترهای به اصطلاح Fiber2Desk و ایجاد دسترسی پرسرعت تا نقاط دسترسی؛
۸. اقتصادی کردن دسترسی به اینترنت؛
۹. توسعه استفاده از IT و ICT در مشاغل؛
۱۰. بستر رایانش ابری؛
۱۱. توسعه ارائه خدمات دیجیتال به شهروندان؛
۱۲. استقرار و توسعه استفاده از بستر کیف پول الکترونیکی به جای تراکنش‌های آنلاین؛
۱۳. گنجاندن و به‌روزرسانی آموزش‌های مورد نیاز عصر دیجیتال در برنامه درسی (فارغ از آموزش مهارت‌هایی نظیر ICDL)؛
۱۴. میزان سرویس‌های ارزش افزوده در صنایع مبتنی بر اطلاعات؛
۱۵. میزان سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش دولتی و خصوصی؛
۱۶. افزایش نقش محصولات دیجیتال، به خصوص عرضه صادرات و GDP.

البته شاخص‌های دیگری هم در این خصوص بار بار یادآوری وجود دارد، ولی منشأ مؤثر تمامی موارد دیگر را در همین شاخص‌های ۱۶ گانه می‌توان جست‌وجو کرد. آنچه در این شاخص‌ها در اقتصاد دیجیتال

قابل مشاهده است اینکه ثبات در وضعیت کسب و کارها، امید در نیروی کار آن و بسترهای دسترسی به شبکه جهانی اینترنت از مهم‌ترین علل علاقه‌مندی به سرمایه‌گذاری در این حوزه برای بخش خصوصی است و نگاه ایجاد یک جزیره و پلتفرم‌های صرفاً با مخاطب ملی به افزایش سهم این صنعت پایه‌ای و محوری در GDP منجر نمی‌شود. به‌عنوان مثال در حوزه صادرات فناوری اطلاعات و ارتباطات، کسب و کارها نمی‌توانند به کارفرمایان بین‌المللی خود بگویند که از پیام‌رسان بومی بخش خصوصی کشور ما استفاده کنند. در صنایع دستی و گردشگری نیز استفاده از پلتفرم‌های بین‌المللی مانند اینستاگرام نقش بی‌بدیلی دارد. افزایش دامنه فیلترینگ بی‌ضابطه و مبتنی بر محدودسازی حداکثری حتی در دسترسی به سایت‌های جست‌وجو در غیاب وجود موتور جست‌وجوی قابل اعتماد و به‌روز در مقایسه با گوگل که همه مردم دنیا منهای چین و کره شمالی بدان دسترسی دارند، جز سرخوردگی کسب و کارها، کاهش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در اقتصاد دیجیتال، مهاجرت کسب و کارها به کشورهای همسایه و مهاجرت نیروی کار ارزشمند این کشور که بسان سونامی نیرومندی در ماه‌های اخیر شیوع پیدا کرده، نتیجه دیگری ندارد.

آنچه وزیر محترم فناوری اطلاعات در بدو تصدی خود در خصوص افزایش سهم اقتصاد دیجیتال بیان کرده‌اند، در مواجهه با رفتار و عملکرد ایشان، جز شعار و وعده‌ای محقق‌نشده‌ای به نظر نمی‌رسد، زیرا مسیر اقتصاد دیجیتال و نقش ایشان به‌عنوان وعده‌دهنده و متولی این حوزه یک مسیر است و مسیری که توسط ایشان و سایرین با سرعتی باورنکردنی طی می‌شود، مسیری دیگر.

وعده‌های محقق نشده آقای وزیر

گزارش رگولاتوری از کاهش توسعه زیرساخت و کیفیت اینترنت در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۱ خبر می‌دهد

گزارش فصلی رگولاتوری که به‌تازگی منتشر شده به شکلی شفاف نشان می‌دهد با وجود همه وعده‌های وزیر ارتباطات دولت سیزدهم، وضعیت توسعه زیرساخت‌های مربوط به

پهنای باند و کیفیت اینترنت در شرایط قابل قبولی قرار ندارد و شاخص‌ها در این زمینه حتی نسبت به ابتدای سال به شکل محسوس افت داشته است. در حالی که وزیر ارتباطات از سال

پیش و با شروع کارش تمرکز خود را روی توسعه اینترنت؛ مخصوصاً اینترنت ثابت گذاشته و در این زمینه وعده‌های مختلفی برای گسترش گزارش فصلی رگولاتوری تا شهر بزرگ ۱۴۰۱ نشان می‌دهد تا این لحظه وزارت ارتباطات نه تنها در

بخش توسعه دسترسی پهنای باند اینترنت ثابت توفیقی نداشته که در بخش کیفیت اینترنت (چه ثابت و چه سیار) در سه ماهه دوم سال نسبت به سه ماهه اول سال با یک

سیر نزولی روبه‌رو بوده است. برای نمونه طبق این گزارش مشترکان پهنای باند ثابت از ۱۱ میلیون و ۳۳ هزار و ۶۴۲ اشتراک در سه ماهه اول سال به ۱۰ میلیون و ۹۷۹ و ۱۱۹ اشتراک در سه ماهه دوم سال رسیده که این مقایسه کاهش ۰٫۴۹ درصدی را نشان می‌دهد. از سوی دیگر ضریب نفوذ پهنای باند ثابت نیز از

این وضعیت نزولی در بخش کیفیت اینترنت شبکه هم دیده می‌شود. به‌طور مثال در شاخص تأخیر یا RTT هم، چه در بخش بین‌الملل و چه در بخش داخلی، کیفیت در این زمینه با کاهش قابل توجهی همراه بوده است. در حالی که شاخص RTT بین‌الملل در سه ماهه اول سال ۹۹٫۷۹۲ میلی‌ثانیه بوده، این میزان به جای بهبود در سه ماهه دوم سال به ۱۱۰٫۲۲ میلی‌ثانیه رسیده است. وضعیت کیفیت پهنای باند در زمینه شاخص نوسان تأخیر Jitter هم به شکل محسوس، چه در بخش داخلی و چه در بخش بین‌الملل، کاهش داشته است. در ادامه به شکل خلاصه‌نگاهی به وضعیت ارتباطات کشور در سه ماهه دوم سال طبق گزارش فصلی رگولاتوری خواهیم داشت.

آهنگ کند رشد توسعه ارتباطات تلفنی

این گزارش که به شکل مفصل وضعیت توسعه شبکه ارتباطات ثابت و سیار در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۱ را مورد



سونیتا سراب‌پور



@Sonitasarabpour



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم

اوضاع اینترنت خوب نیست... کاهش شاخص‌های کیفیت پهنای باند

گزارش فصلی رگولاتوری نشان می‌دهد کاهش در میزان استفاده از پهنای باند ثابت در مقایسه با سیار، تنها در شاخص‌های زیرساختی و دسترسی پهنای باند دیده نمی‌شود. این کاهش در شاخص کیفیت پهنای باند مانند شاخص‌های نوسان تأخیر (Jitter) و تأخیر (RTT) هم به شکل قابل توجهی نشان داده شده است. شاخص PLR یا میزان اتلاف بسته‌ها در بخش داخلی از ۰٫۳۹ به ۰٫۳۴ درصد در سه ماهه دوم سال رسیده که با رشد ۱۳٫۰۴ درصدی روبه‌رو بوده است. شاخص PLR در بخش بین‌الملل هم از ۰٫۵۸۳ به ۰٫۴۴ درصد در سه ماهه دوم سال رسیده و رشد ۲۴٫۵۲ درصدی داشته است. وضعیت کیفیت پهنای باند در زمینه شاخص نوسان تأخیر هم به





پیش از شروع زمان

ساخت سرور ابری در کمتر از ۳۰ ثانیه
با منابع و سیستم عامل دلخواه

arvancloud.com

ضریب نفوذ پهن باند ثابت نیز از ۱۳/۰۳ درصد در سه ماهه اول سال به ۱۲/۹۶ درصد در سه ماهه دوم رسیده؛ یعنی ۰/۵۴ درصد کاهش در زمینه ضریب نفوذ پهن باند ثابت تنها در سه ماه افتاده است. در همین زمینه سهم اشتراک خانگی از پهن باند ثابت با کاهش اندک نسبت به سه ماهه اول سال مواجه بوده است. در حالی که سهم اشتراک خانگی از پهن باند ثابت در سه ماهه اول سال ۸۹/۸۱ درصد بوده، این میزان با کاهش ۰/۰۷ درصدی

به ۸۹/۸۷ درصد در سه ماهه دوم سال رسیده است. جالب اینکه سهم اشتراک تجاری از پهن باند ثابت در سه ماهه دوم سال نسبت به سه ماهه اول سال کاهش ۰/۵۹ درصدی داشته؛ یعنی سهم اشتراک تجاری از پهن باند ثابت که در سه ماهه اول سال ۱۰/۱۹ درصد گزارش شده بود، در سه ماهه دوم به ۱۰/۱۳ درصد رسیده است. در

مقابل این کاهش در شاخص زیرساخت و دسترسی پهن باند ثابت، وضعیت ضریب نفوذ در بخش پهنای باند ثابت با رشد همراه بوده است.

تعداد مشترکان پهن باند سیار از ۹۷ میلیون و ۸۳۹ هزار و ۶۵۱ نفر در سه ماهه اول سال به ۱۰۱ میلیون و ۶۵۱ هزار و ۵۲۶ نفر در سه ماهه دوم سال رسیده که رشد ۳/۹۰ درصدی در این زمینه گزارش شده است. همچنین ضریب نفوذ پهنای باند سیار هم رشد ۳/۹۰ درصدی در مقایسه با سه ماهه اول سال داشته است. ضریب نفوذ پهن باند سیار در سه ماهه دوم سال ۱۲۰/۰۱ درصد گزارش شده که این میزان در سه ماهه اول سال ۱۱۵/۵۱ درصد اعلام شده بود. مقایسه دیتای مصرفی اینترنت ثابت و سیار هم نشان می دهد در سه ماهه دوم سال میزان مصرف دیتا در اینترنت ثابت با کاهش روبه رو بوده است.

در حالی که دیتای مصرفی اینترنت ثابت در سه ماهه اول سال ۱۰۹۹/۷۹۹/۵۸۰/۰۹۹ گیگابایت بوده، در سه ماهه دوم سال به ۱۰۶۲۸/۷۰۱/۸۴/۰ گیگابایت رسیده؛ یعنی ۱/۳۵ درصد کاهش میزان مصرف در این سه ماه افتاده است. در مقابل مقایسه میزان دیتای مصرفی اینترنت ثابت در سه ماهه دوم سال با سه ماهه اول، نشان از رشد ۲/۳۲ درصدی دارد. میزان دیتای مصرفی اینترنت سیار در سه ماهه دوم سال به ۳/۴۲۲/۱۷۹/۶۰۰ گیگابایت رسیده است. این میزان در سه ماهه اول سال ۳/۳۶۳/۱۳۳/۵۰۵ گیگابایت گزارش شده بود.

تحلیل قرار داده، در بخش های مختلف تلفن ثابت، تلفن همراه و اینترنت ثابت به ارائه گزارشی از شرایط کلی ارتباطات در کشور پرداخته است.

تعداد اشتراک های تلفن ثابت در سه ماهه اول سال ۱۴۰۱ برابر با ۲۹ میلیون و ۳۴۳ هزار و ۷۱۱ خط بوده که این میزان در سه ماهه دوم سال به ۲۹ میلیون و ۳۶۴ هزار و ۶۷۶ خط رسیده و ۰/۰۷ درصد رشد نشان می دهد. در همین زمینه ضریب نفوذ تلفن ثابت از ۳۴/۶۴ درصد در سه ماهه اول سال ۱۴۰۱ به ۳۴/۶۷ درصد در



ضریب نفوذ پهن باند سیار در سه ماهه دوم سال ۱۲۰/۰۱ درصد گزارش شده که این میزان در سه ماهه اول سال ۱۱۵/۵۱ درصد اعلام شده بود

سه ماهه دوم رسیده است. در بخش تلفن همراه، تعداد خطوط واگذار شده تلفن همراه در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۱ نسبت به سه ماهه اول سال کاهش ۰/۱۲ درصدی را نشان می دهد. در حالی که تعداد خطوط واگذار شده تلفن همراه در سه ماهه اول سال ۱۴۰۰ برابر با ۲/۷ میلیون و ۹۸۷ هزار و ۲۰۹ خط بوده و این میزان در سه ماهه دوم به ۲۰۷ میلیون و ۷۲۶ هزار و ۱۸۹ خط رسیده است.

اما تعداد خطوط فعال تلفن همراه از ۱۴۱ میلیون و ۴۴۴ هزار و ۹۸۸ میلیون خط سه ماهه اول به ۱۴۳ میلیون و ۵۷۴ هزار و ۹۰۵ خط رسیده؛ یعنی ۱/۵ درصد رشد.

همچنین ضریب نفوذ تلفن همراه در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۱ به ۱۶۹/۵۱ درصد رسیده و نسبت به سه ماهه اول ۱۴۰۱ که ۱۶۷ درصد بوده با رشد ۱/۵۰ درصدی روبه رو بوده است.

کاهش در بخش شاخص های پهنای باند ثابت

از نکات بارز این گزارش، ترسیم وضعیت نه چندان مطلوب توسعه شبکه اینترنت در کشور است. این گزارش نشان می دهد در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۱ میزان رشد زیرساخت های توسعه و دسترسی به پهن باند در کشور و همچنین کیفیت پهن باند به شکل قابل توجهی کاهش داشته است.

این کاهش به شکل چشم گیری در بخش مشترکان پهن باند ثابت، ضریب نفوذ پهن باند ثابت، سهم اشتراک خانگی از پهن باند ثابت و سهم اشتراک تجاری از پهن باند ثابت دیده می شود.

طبق این گزارش، مشترکان پهن باند ثابت از ۱۱ میلیون و ۳۳ هزار و ۶۴۲ اشتراک در سه ماهه اول سال به ۱۰ میلیون و ۹۷۹ اشتراک در سه ماهه دوم سال رسیده که این مقایسه کاهش رشد ۴۹ درصدی را نشان می دهد.



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم

مشترکان تلفن همراه بر اساس فناوری 3G و 4G را مقایسه کرده که در این بین تنها سرعت انتقال داده مشترکان 3G همراه اول کاهش داشته است. کاهش وضعیت توسعه شبکه در بخش زیرساخت و دسترسی و کیفیت اینترنت از طریق گزارش اخیر رگولاتوری به شکل شفاف مشخص می کند با وجود همه شعارها و وعده های وزیر ارتباطات برای توسعه پهنای باند، به ویژه در بخش ثابت، همچنان این بخش نه تنها رشدی نداشته که با کاهش در زمینه توسعه و کیفیت هم مواجه شده است. این آمارها از وضعیت افول بخش توسعه و کیفیت اینترنت در حالی منتشر شده که دربرگیرنده اطلاعات شبکه بعد از شروع فیلترینگ و محدودیت های اینترنتی از انتهای شهریور تاکنون نیست.

شکل محسوسی کاهش داشته است. شاخص Jitter داخلی که در سه ماهه اول سال ۵/۹۱۲ میلی ثانیه گزارش شده بود، در سه ماهه دوم با ۲۴/۴۹ درصد کاهش به ۷/۳۶ میلی ثانیه رسیده است. وضعیت کیفیت اینترنت بر اساس شاخص Jitter در بخش بین الملل هم بسیار بدتر از سه ماهه اول سال گزارش شده است. طبق گزارش اخیر رگولاتوری در حالی که شاخص Jitter بین الملل در سه ماهه اول سال ۶/۴۱۳ میلی ثانیه بوده، این میزان با ۳۲/۰۸ درصد کاهش به ۸/۴۷ میلی ثانیه رسیده است. آستانه قطع شدن خدمت در بخش شاخص کیفیت Jitter طبق مصوبه های رگولاتوری ۱۰ میلی ثانیه گزارش شده است. همچنین این گزارش میزان سرعت انتقال داده



مدیر ارشد فناوری و المارت
نقش صنعت نوپای کریپتو
رابرسی می کند

چشم و المارت به بازارهای نوظهور

«سورش کومار»، مدیر ارشد فناوری بزرگ‌ترین خرده‌فروش جهان فکر می‌کند کریپتو سه حوزه از تحولات فناوری را پوشش می‌دهد؛ کشف محصول، پرداخت و تحویل. او در اجلاس یاهو فایننس در اکتبر ۲۰۲۱ می‌گوید: «المارت کاملاً از روندهای فناوری در صنعت خرده‌فروشی و راه‌های بالقوه‌ای که وب ۳ ممکن است از طریق آن بر نحوه خرید مشتریان در آینده تأثیر بگذارد، آگاه است.»

او ادامه می‌دهد: «می‌خواهیم از متاورس به‌عنوان یک روش جدید بهره‌بریم تا مشتریان با استفاده از آن بتوانند راحت‌تر محصولات را ببینند و خرید کنند. به‌علاوه ما در حال برنامه‌ریزی برای ایجاد راه‌های پرداخت جدید هستیم. من فکر می‌کنم بسیاری از تحولات با افزودن گزینه‌های مختلف پرداخت رقم خواهند خورد که رمزارزها نقش مهمی را در این مسیر ایفا می‌کنند. واقعیت این است که رمزارزها به بخش مهمی از تراکنش‌های روزانه مشتریان تبدیل خواهند شد. ما مطمئن می‌شویم که مشتریان و المارت هم بتوانند از این گزینه استفاده کنند.»

البته و المارت از قبل فعالیت‌های خود را در زمینه رمزارزها آغاز کرده است. این غول خرده‌فروشی مدت‌هاست افرادی را به هیئت‌مدیره خود اضافه می‌کند که در دنیای رمزارزها فعال هستند. «تام هورتون»، مدیر مستقل هیئت‌مدیره و المارت، عضو هیئت‌مدیره بلاکچین دات‌کام نیز هست. او می‌گوید: «من فناوری بلاکچین را یکی دیگر از فناوری‌های بزرگ همچون اینترنت می‌دانم.»



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم



سپر سیلیکونی تایوان در برابر تهاجم چین

چگونه حمله چین به تایوان باعث توقف تولید طیف گسترده‌ای از وسایل خانگی می‌شود؟

داشته باشید، از تراشه‌های این شرکت استفاده شده باشد. این شرکت بیش از نیمی از بازار جهانی صنایع نیمه‌رسانا را در اختیار دارد و وقتی صحبت از پردازنده‌های پیشرفته به میان می‌آید، این تعداد طبق برخی برآوردها به ۹۰ درصد می‌رسد. در واقع، حتی بهترین تراشه‌های تولید شده در برترین شرکت‌های نیمه‌رسانای چین مثل شرکت SMIC، حدود پنج سال از TSMC عقب‌تر هستند.

TSMC اپل را بزرگ‌ترین مشتری خود می‌داند و تراشه‌های آیفون‌ها را تأمین می‌کند. بر اساس گزارش وال استریت ژورنال، تقریباً ۱/۴ میلیارد پردازنده گوشی‌های هوشمند در جهان یعنی تقریباً ۶۰ درصد آنها، توسط TSMC تولید می‌شوند. محصولات نیمه‌رسانای TSMC کارایی و سرعت پردازش بالایی دارند که این شرکت را از نظر نهادهای دولتی بسیار

تشدید اختلاف بین ایالات متحده و چین بر سر تایوان می‌تواند اقتصاد جهانی را به رکود بکشاند. حتی برخی معتقدند اگر TSMC از کار بایستد، احتمالاً تولید هر چیزی در دنیا؛ از خودرو گرفته تا گوشی‌های همراه آیفون متوقف می‌شود. «گلن اوداتل»، معاون رئیس و مدیر تحقیقات فورستر در این رابطه گفته است: «حمله چین به تایوان (در صورت وقوع) اقتصاد جهانی را به شکل بی‌سابقه‌ای تحت تأثیر قرار خواهد داد. این واقعه حتی از اتفاقات سال ۱۹۲۹ بدتر می‌شود.»

چرا این شرکت تایوانی اهمیت جهانی دارد؟

شاید شما تا به حال نامی از TSMC نشنیده باشید، اما بدون شک از محصولات آن استفاده می‌کنید. ممکن است حتی در موبایلی که اکنون در دست

در یک جزیره کوچک در سواحل چین، شرکتی وجود دارد که محصول مورد نیاز بسیاری از شرکت‌های فناوری و البته در یک کلام بیشتر مردم دنیا را تولید می‌کند. این محصول در طیف وسیعی از وسایل خانگی از کامپیوترهای شخصی گرفته تا ماشین‌های لباس‌شویی کاربرد دارد، اما کاری که در این جزیره انجام می‌شود، متأثر از وقایعی است که در سطح بین‌المللی اتفاق می‌افتند. اخیراً هم این جزیره تحت تأثیر روابط اقتصادی چین و آمریکا قرار گرفته است. شرکت صنایع نیمه‌رسانای تایوان (TSMC)، بزرگ‌ترین تولیدکننده مستقل محصولات نیمه‌رسانا در جهان محسوب می‌شود که مرکز فعالیت آن در تایوان و پارک علوم و صنعت شهر سینچو قرار دارد.

با توجه به این واقعیت که هیچ شرکت دیگری چنین تراشه‌های پیشرفته‌ای را با این حجم بالاتر تولید نمی‌کند،





کتاب OAuth 2.0 منتشر شد

کتابی جذاب و قابل توجه که به افراد برای درک نیروهای عظیمی که در حال تغییر جهانی هستند که ما در آن زندگی می‌کنیم، کمک می‌کند.

جیم کالینز نویسنده کتاب از خوب به عالی

و آماده شدن برای عواقب این موضوع است. در این راستا، ایالات متحده قصد دارد در صورت تهاجم چین به تایوان، مهندسان ماهر TSMC را از تایوان خارج کند. به علاوه، قوانین صادراتی که اخیراً دولت ایالات متحده به چین تحمیل کرده، به شدت بر تایوان و صنعت نیمه‌رسانا متمرکز هستند. این مقررات فروش محصولات نیمه‌رسانای ساخته شده با استفاده از فناوری ایالات متحده را محدود می‌کند. هدف ایالات متحده محدود کردن توانایی چین برای توسعه فناوری پیشرفته است.

اگر چین به تایوان حمله کند، چه اتفاقی می‌افتد؟

تایوان امیدوار است تجارت صنایع نیمه‌رسانا از آن در برابر تهاجم چین محافظت کند. رهبران دولت تایوان این صنعت را یک «سپر سیلیکونی» در برابر تهاجم چین نامیده‌اند. اوادانل از شرکت فورستر می‌گوید: «اگر چین به تایوان حمله کرد و دسترسی جهان به تراشه‌ها را مختل کرد، کل اقتصاد جهانی متوقف می‌شود. صنایع نیمه‌رسانا تقریباً شبیه اکسیژن برای اقتصاد جهانی شده‌اند.»

«مارتین راسر»، افسر ارشد سابق اطلاعاتی در سیا نیز معتقد است اثرات چنین توقفی از نظر اقتصادی ویرانگر خواهد بود و اقتصاد جهانی تریلیون‌ها دلار ضرر خواهد کرد. وزیر بازرگانی ایالات متحده هم باور دارد که اگر کسب و کارهای آمریکایی به این تراشه‌ها دسترسی نداشته باشند، ایالات متحده با «رکود عمیق و فوری» مواجه خواهد شد.

برخی کارشناسان هم حدس می‌زنند که در صورت تهاجم، تأسیسات تولید تراشه عمده‌اً نابود می‌شوند تا چین نتواند به آنها دسترسی داشته باشد. در مقاله‌ای در ژورنال ارتش ایالات متحده که در ماه دسامبر منتشر شد، «جارد مک‌کینی»، این استراتژی را شبیه یک «لانه شکسته» توصیف کرد. او می‌گوید: «منظور از لانه شکسته این است که نابودی تأسیسات به تخریب دوجانبه منجر می‌شود و هر دو طرف از این اتفاق متضرر خواهند شد.» او می‌افزاید: «تخریب این امکانات، یا ناتوانی در دسترسی به تراشه‌های آنها، می‌تواند پیامدهای مهمی برای امنیت ملی در پی داشته باشد.»

راه حل چیست؟

در راستای پیشگیری از مشکلات، ایالات متحده اقداماتی را برای کاهش وابستگی خود به تایوان انجام داده است. برای مثال، در ماه ژوئیه، کنگره آمریکا قانون تراشه‌ها (CHIPS) را تصویب کرد. ذیل این قانون برای شرکت‌های تولید تراشه در آمریکا حدوداً شامل ۵۳ میلیارد دلار یارانه و معافیت‌های مالیاتی در نظر گرفته شده و هدف از این امر تلاش برای تقویت تولید تراشه در ایالات متحده است.

TSMC نیز در حال ساخت یک مرکز جدید در ژاپن است. این مرکز قرار است تراشه‌های کمتر پیشرفته مورد نیاز در صنعت خودرو را تولید کند. مقامات ژاپنی اعلام کرده‌اند که به گسترش حضور TSMC علاقه‌مند هستند و از این شرکت می‌خواهند ظرفیت تولید تراشه‌های پیشرفته در ژاپن را افزایش دهد. اقدامات ژاپن نشانه دیگری از نگرانی‌های قدرت‌های جهانی نسبت به خطر ژئوپلیتیکی برای تایوان است.

ارزشمند می‌کند. به گفته «ویلیام آلن رابینش»، مشاور ارشد مرکز مطالعات استراتژیک و بین‌المللی یک اندیشکده امنیت ملی؛ TSMC با هدف سلطه بر این صنعت و در انحصار گرفتن آن رشد کرده است. او می‌افزاید: «ورود به یک تجارت بسیار پیچیده و دشوار که موافقی بسیاری در مسیرش قرار دارد، آسان نیست. کسی با تصمیم عجولانه و بدون فکر وارد این تجارت نمی‌شود. مگر دم کردن چایی است که یکبار برای انجام آن تصمیم گرفت.»

چگونه ما تا این حد به تراشه‌های TSMC وابسته شدیم؟

صنعت نیمه‌رسانا در ایالات متحده ریشه دارد، زیرا بسیاری از تحقیقات و توسعه‌ها در این خاک انجام می‌شود. سایر شرکت‌ها و کشورها فقط صادرکننده مجوز برای این فناوری ساخته شده در ایالات متحده هستند. «دیلان پاتل»، تحلیلگر ارشد در شرکت مشاوره و تحقیقات صنایع نیمه‌رسانای سمی آنالیز، با اشاره به شرکت هلندی ای‌اس‌ام‌ال هلدینگ می‌گوید: «ASML تجهیزات برای ساخت تراشه‌های پیشرفته تولید می‌کند، اما جالب است بدانید که یکی از فناوری‌های مشهور همین شرکت در آزمایشگاه‌های ملی ایالات متحده اختراع شده است.»

طبق گفته رابینش در حدود ۳۰ سال گذشته، سازندگان در کشورهای توسعه یافته به این نتیجه رسیدند که به نفع آنهاست که تولید تراشه‌ها را برون‌سپاری کنند. او می‌افزاید: «آنها یک کارخانه بزرگ در یک کشور غیراتحادیه‌ای می‌سازند و در آنجا هزاران نیرو با دستمزد پایین استخدام می‌کنند. الزامات محیط زیستی را هم رعایت نمی‌کنند. اما دانش و فناوری را برای خود نگه می‌دارند و فروش و بازاریابی و خدمات را هم در کشور خود انجام می‌دهند. به همین رویداد باعث رشد شرکتی مثل TSMC و کاهش تولید در خاک آمریکا شده است. چنانچه طبق گزارش سال ۲۰۲۱ انجمن صنعت نیمه‌رسانا، در سال ۱۹۹۰ ایالات متحده ۳۷ درصد از تراشه‌های جهان را تولید می‌کرد، اما این روزها، تنها مسئول ۱۲ درصد از تولید تراشه‌های جهانی است.»

مشکل فعلی چیپست چیست؟

همه‌گیری ویروس کرونا و جنگ در اوکراین نشان دادند که اتکای بیش از حد به برخی کشورها می‌تواند زنجیره‌های تأمین را در صورت بروز یک مشکل به کلی مختل کند. به همین دلیل بسیاری از شرکت‌های آمریکایی در حال کاوش در «انشورینگ» و انتقال بخشی از تولیدات خود به ایالات متحده هستند تا زنجیره‌های تأمین خود را انعطاف پذیرتر کنند. با این حال، دسترسی ایالات متحده به تراشه‌های TSMC هر لحظه ممکن است با مشکل روبه‌رو شود؛ زیرا چین خودمختاری تایوان را نمی‌پذیرد و مدام تایوان را تهدید به حمله می‌کند.

«آنتونی بلینکن»، وزیر امور خارجه ایالات متحده پیش‌بینی می‌کند که چین به‌زودی اقداماتی را برای الحاق تایوان انجام خواهد داد و حتی ممکن است این امر زودتر از تصور ما اتفاق بیفتد. به همین دلیل دولت ایالات متحده در حال اجرای سناریوهای جنگی



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



اوضاع این روزهای اینترنت، فریلنسرهای داخلی را هم به شدت نگران کرده است

تحریم داخلی همدست با تحریم خارجی

شاید بسیاری توجه‌شان به فریلنسرهایی باشد که با شرکت‌های خارجی کار می‌کنند و درآمدهای دلاری دارند. درست است که آنها بخش مهمی از اقتصاد و اشتغال دیجیتال کشورند و معمولاً با درآمدهایی که دارند، یک تیم بزرگ را اداره و برای تعداد زیادی اشتغال‌زایی می‌کنند، اما فریلنسرهای داخلی که به شکل فردی و روی پروژه‌های کوچکی همانند اداره یک صفحه اینستاگرامی یا تولید محتوا برای یک وبلاگ تمرکز دارند هم بخش مهمی از اشتغال آنلاین کشور هستند که این روزها اوضاع مناسبی ندارند.

مهم‌ترین آسیبی که از اوضاع اخیر متوجه فریلنسرها شده، کاهش شدید درآمد هاست. پروژه‌هایی که شرکت‌های استارت‌آپی به ما می‌سپردند، متوقف شده، به همین نسبت سفارش کار هم کمتر شده است. اگر هم کاری ادامه دارد با اصلاح قرارداد و کاهش دستمزد همراه بوده است.

خود من در ۱۵ روز اول مهرماه ۵۰ درصد از درآمد را از دست داده‌ام؛ محتوا در اینستاگرام یا از مشاوره برای مدیریت صفحات اینستاگرامی حاصل می‌شد. این اتفاق برای کسی که شش سال است در فضای اینستاگرامی توانسته به یک درآمد نسبی برسد، اصلاً اتفاق مبارکی نیست.

آسیب مهم بعدی لطمه به پرسونال برندینگ است. یک فریلنسر از ابتدا باید روی پای خودش بایستد. باید زحمت بکشد و با شبکه‌سازی و ارائه کار باکیفیت و خوب بتواند پروژه‌های متعدد بگیرد. وقتی چنین اتفاقاتی می‌افتد، تمام آن زحمات به باد می‌رود؛ اکوسیستم یک موجود زنده است. هر نقصی در هر جای اکوسیستم به سایر جاها آسیب وارد می‌کند. وقتی ارتباط و اتصال فریلنسر به فضای اکوسیستم از بین برود، تقریباً می‌شود گفت تمام آن سوابق هم از بین می‌رود. چالش مهم بعدی مسئله آموزش است. یک فریلنسر نمی‌تواند به‌روز نباشد. الگوریتم‌ها مدام در حال تغییرند. آنالیتیکس‌ها امکانات جدید اضافه می‌کنند. رقابت در همین موضوع هم بسیار بالاست.

هیچ خلاقیت و امکان جدید و مزیت رقابتی در پلتفرم‌های داخلی وجود ندارد که حتی بتواند به‌عنوان گزینه دوم به آن فکر کرد. پلتفرم‌های داخلی نسخه‌های کپی شده و ناقص از پلتفرم‌های جهانی هستند. ساده‌ترین گزارش‌ها را هم نمی‌شود از آنها گرفت. با تمام ابهاماتی که برای آینده شغل وجود دارد، من هنوز هم امیدوارم؛ چرا که اکوسیستم در سال‌های اخیر توانسته به بلوغ نسبی برسد و آدم‌های تأثیرگذار زیادی در خود دارد و به محض بهبود این شرایط دوباره بتوان تمام نقص‌های این مدت جبران خواهد شد. امیدوارم!

بازکردن یک پنل ادمین سایت این روزها بسیار کند شده است؛ حتی همان سایت‌هایی که روی سرورهای داخلی میزبانی می‌شود. از آنجا که هم از بیرون و هم از داخل تحریم شده‌ایم به ابزارهای مهمی مانند گوگل آنالیتیکس هم دسترسی نداریم. تا پیش از این لاقبل با یک پروکسی می‌شد تحریم خارجی را دور زد، اما اکنون تحریم‌های داخلی هم داستان با تحریم‌های خارجی نفس کسب‌وکارهای آنلاین را گرفته است. این در حالی است که هیچ جایگزین داخلی هم وجود ندارد که کارآمد باشد.

ما فریلنسر تولید محتوا هستیم و عملاً فرقی نمی‌کند که خروجی کارم روی چه پلتفرمی منتشر شود؛ اما در مورد استفاده از پلتفرم‌های داخلی حداقل می‌توانم بگویم شرکت‌ها و استارت‌آپ‌هایی که با آنها همکاری دارم، اصلاً چنین قصدی ندارند، چون نتوانسته‌اند ساده‌ترین و پایه‌ای‌ترین مواردی را که باید برای حضور کاربر در پلتفرم‌شان ایجاد کنند، بسازند. مهم‌ترین آن اعتمادسازی است.

خود من در ۱۵ روز اول مهرماه ۵۰ درصد از درآمد را از دست داده‌ام؛ محتوا در اینستاگرام یا از مشاوره برای مدیریت صفحات اینستاگرامی حاصل می‌شد. این اتفاق برای کسی که شش سال است در فضای اینستاگرامی توانسته به یک درآمد نسبی برسد، اصلاً اتفاق مبارکی نیست.

هیچ خلاقیت و امکان جدید و مزیت رقابتی در پلتفرم‌های داخلی وجود ندارد که حتی بتواند به‌عنوان گزینه دوم به آن فکر کرد. پلتفرم‌های داخلی نسخه‌های کپی شده و ناقص از پلتفرم‌های جهانی هستند. ساده‌ترین گزارش‌ها را هم نمی‌شود از آنها گرفت. با تمام ابهاماتی که برای آینده شغل وجود دارد، من هنوز هم امیدوارم؛ چرا که اکوسیستم در سال‌های اخیر توانسته به بلوغ نسبی برسد و آدم‌های تأثیرگذار زیادی در خود دارد و به محض بهبود این شرایط دوباره بتوان تمام نقص‌های این مدت جبران خواهد شد. امیدوارم!



شماره ۷۱
آبان‌ماه ۱۴۰۱
سال دوم



ساینا
نجم‌الدین
متخصص تولید محتوا

info@karangweekly.ir



هر روز بیشتر از دیروز: ریسک فریلنسرهای ایرانی برای خارجی‌ها

جزیره تنهایی

دسترسی به ابزارها و راه‌های ارتباطی بین‌المللی، مشکل در استفاده از وی‌پی‌ان‌ها و فضای ناامیدکننده داخلی اشتغال فریلنسری در کشور را تهدید می‌کند

امروز تولیدکنندگان، فروشندگان، تجار، خرده‌فروشان و... متخصص در فضای بین‌المللی اقتصاد فناوری کار پیچیده‌ای نیست.

پس از بروز همه‌گیری کرونا و ایجاد شرایط قرنطینه، این شکل از کار رونق بیشتری گرفت و عرصه‌های جدیدی را فتح کرد. در ایران کسب‌وکارهایی که محصولات‌شان را در فضای آنلاین عرضه می‌کردند، کمترین آسیب را دیدند و کاربران هم در یک چرخش تاریخی موج جدیدی از تقاضا را در فضای آنلاین ایجاد کردند.

فریلنسرها هم گروهی بودند که به واسطه رشد کسب‌وکارهای آنلاین پیشرفت خوبی را در این دوره تجربه کردند؛ ابزارهای جدیدی هم برای تعامل بیشتر فریلنسرها با کارفرمایان طراحی شد؛ از ابزارهای



عباس عینعلی

abbas.einali@gmail.com

برنامه‌نویسان، تولیدکنندگان محتوا، عکاسان، فیلم‌سازان، طراحان گرافیک، وب‌مسترها و... به جای کارمندی، عنوانی با نام فریلنسر یا آزادکاری را برگزیده‌اند تا بهره‌وری از تخصص خود را با حفظ استقلال در همکاری با مشتریان مختلف در سراسر دنیا افزایش دهند. حالا دیگر پیدا کردن نیروی



کتاب «بزونومیکس» با حمایت هلدینگ فناوری اطلاعات راهبرد هوشمند شهر و فروشگاه شهروند منتشر شد

بزونومیکس و آینده خرده‌فروشی

فلک بخشیده و در مقایسه با رقبا نوعی مزیت رقابتی دست‌نیافتنی به شرکت داده است. او شرکتی ساخته که متعلق به نسل بعد است. بزوس در حال حاضر با استفاده زیرکانه از هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و بیگ‌دیتا سرعت چرخ فلک خودش را افزایش داده است. تابه‌حال هیچ شرکتی به اندازه آمازون، این اقدامات را با موفقیت به انجام نرسانده؛ البته بسیاری از مدیران عامل با هوش مصنوعی موافقت کرده و تعداد زیادی دانشمند داده استخدام کرده‌اند تا این فناوری را وارد مدل کسب‌وکارشان کنند.

داود قربانیان، مدیرعامل شرکت شهروند در یادداشت خود برای این کتاب نوشته است: «افزایش پیچیدگی‌ها و سرعت تغییرات در جهان، فرصت‌هایی کسب‌وکاری پیش روی کارآفرینان قرار می‌دهد که باید در زمان مناسب سراغ آن بروند. ویژگی کسب‌وکارهای پیشرو جهان جدید این است که به اندازه کافی پیچیده هستند که بتوانند مسائل پیچیده را با روش‌های ساده حل کنند. این دستاورد مهم کسب‌وکارهای اقتصاد نوآوری جهان امروز است. در میان تمام کسب‌وکارهای پیشرو اقتصاد دیجیتال، کسب‌وکار آمازون جایگاهی افسانه‌ای دارد.»

او در بخش دیگری از این یادداشت می‌نویسد: «جف بزوس فقط کارآفرین نبود و آمازون هم صرفاً کسب‌وکاری معمولی نیست. این کسب‌وکاری است که توانسته بر فرهنگ کار در جهان تأثیری چشم‌گیر بگذارد. در اینکه این تأثیر چقدر مثبت یا منفی بوده، بحث و نظرهای زیادی وجود دارد، ولی آنچه بدیهی به نظر می‌رسد این است که نمی‌توان تأثیر آمازون را نادیده گرفت. اهمیت این تأثیر به حدی جدی است که نویسندگان این کتاب مفهوم «بزونومیکس» را برای عنوان کتابش ابداع کرده که مخاطب را متوجه ترکیب‌های مشابهی مانند وب‌کمپنومیکس و فربیکونومیکس می‌کند.»

کتاب «بزونومیکس» در ۳۱۲ صفحه منتشر شده و به همت انتشارات راه برداخت با قیمت ۱۵۰ هزار تومان راهی بازار کتاب شده است. این کتاب هم‌اکنون در فروشگاه اینترنتی راه برداخت به آدرس w2pshop.ir در دسترس است.

در دهه اخیر کسب‌وکارها به دو دسته قبالی تقسیم‌بندی هستند؛ دسته اول آنهایی که کارها را به روال سابق پیش می‌برند و دسته دوم کسانی که همگام با عصر نو، با کسب‌مهارت‌های فناوری مبتنی بر هوش مصنوعی مدل کسب‌وکاری خودشان را نو می‌کنند.

«برایان دومین»، روزنامه‌نگار تحسین‌شده، از دبیران مجله فورچون و مؤسس شرکتی رسانه‌ای، بر این باور است که برنده میدان رقابت کسب‌وکاری آتی، دسته دومی‌ها هستند. او این مدل کسب‌وکاری برنده را «بزونومیکس» می‌نامد و بر این باور است که این مدل جدید طرز فکر ما را درباره کسب‌وکار دگرگون می‌کند و انعطاف‌پذیری گسترده آن در سال‌های پیش رو تأثیری عمیق بر جامعه بر جای می‌گذارد.

به هر حال، در مدل بزونومیکس می‌توان با هوش مصنوعی به جزئیات فراوانی درباره خواسته‌های مشتریان، علایق و مشغولیات کاربران دست یافت و آینده‌نگری دقیق‌تری داشت. علی‌بابا، اپل، فیس‌بوک و تنسنت از همین مدل استفاده می‌کنند و کسب‌وکارهایی مانند اوپرو و بانکداری مارکوس به اتخاذ الگوی آمازون برای کسب‌وکارشان اذعان داشته‌اند.

این روزنامه‌نگار برجسته در کتاب «بزونومیکس» از پشت صحنه لبخندی پرده برمی‌دارد که روی جعبه‌های ارسال کالای آمازون نشسته و دلیلی بر اهمیت رضایت مشتری در این شرکت است. او نشان می‌دهد که چگونه «جف بزوس»، یکی از ثروتمندترین مردان جهان یا شاید هنوز ثروتمندترین مرد جهان، با تکیه بر فناوری هوش مصنوعی توانسته کاراترین ماشین خلق ثروت در تاریخ را بسازد و در افر انتظار مشتری، تعاملات اجتماعی ما و اقتصادی جهانی، تغییراتی عظیم پدید آورد. امروز، ترجمه فارسی این کتاب با حمایت هلدینگ فناوری اطلاعات راهبرد هوشمند شهر و فروشگاه شهروند و به همت انتشارات راه برداخت منتشر شده است.

حسام حبیب‌الله، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره هلدینگ فناوری اطلاعات راهبرد هوشمند شهر، در بخشی از یادداشت خود بر این کتاب نوشته است: «بزوس معنای جدیدی به مفهوم چرخ

این نوع برخورد و این شکل از بستر آنلاین، آن هم به این نحو، نه معقول است، نه ناکارآمد. تا پیش از این اختلالات، فریلنسرها، توسعه‌دهندگان و طراحان نرم‌افزار ایران در خارج از کشور اقبال خوبی داشتند و جزء نیروهای بااستعداد متعهد و ارزان‌قیمت به حساب می‌آمدند. چه چیز برای شرکت‌های خارجی از این بهتر؟ این فرصتی بود که هر کس اگر مهارتی برای ارائه داشت، می‌توانست کار کند. شکلی از کار و شغل بود که ارزا‌تر بود، حالا به واسطه این اتفاقات ریسک همکاری با ایرانی‌ها برای تمامی شرکت‌های خارجی بالا رفته است.

علی اقدم

توسعه‌دهنده

حال هیچ‌کس خوب نیست

واقعبیت تلخ این است که ما برای این شرایط آماده بودیم. درس‌هایی که از آبان ۱۳۹۸ گرفتیم، امروز به درد ما خورد. ما این شرایط را پیش‌بینی کرده بودیم و برای آن آماده بودیم. به همین دلیل هم کمترین آسیب را دیدیم. اگر کسب‌وکارها برای چنین روزی برنامه‌ای نداشته‌اند، باید کمی هم خودشان را مقصر بدانند، چون وقتی این شرایط یک بار اتفاق افتاده، ممکن است دوباره هم اتفاق بیفتند. پس باید برای آن روز سخت آماده بود.

ابزارهای مورد نیازمان را فراهم کردیم. هر آنچه باید برای این روزها برمی‌داشتیم، با خود برداشتیم. حتی در بعضی از شاخص‌ها هم می‌توانم بگویم رشد داشتیم. روزهای بدتر از این را هم تصور کردیم و برایش راه‌حل و چاره‌ای اندیشیده‌ایم. بازار هدف و مخاطب‌مان را تغییر دادیم تا در صورت تکرار موقعیت‌هایی شبیه آبان ۱۳۹۸ کانال‌های باثبات‌تری داشته باشیم.

ما بعد از آبان ۱۳۹۸ استراتژی‌های خود را آهسته‌آهسته تغییر دادیم، تا در شرایط این‌چنینی بتوانیم دوام بیاوریم و حداقل تیم‌مان را حفظ کنیم، اما مسئله اصلی جای دیگری است. مشکل اینجاست که حال هیچ‌کس خوب نیست. هیچ‌کس دست و دلش به کار نمی‌رود. صحبت‌هایی هم که از حاکمیت شنیده می‌شود، این حس را القا می‌کند که انگار قرار نیست این شرایط درست شود.

شکل فیلترینگی نیز که این بار اتفاق افتاده متفاوت با سال ۱۳۹۸ است. اینترنت را نمی‌توانند کاملاً مسدود کنند. به همین خاطر هم راه‌هایی برای کسب‌وکارها وجود دارد تا به ابزارهای مورد نیازشان برسند. هرچند سخت و زمان‌بر است، اما شدنی است. این روند معلوم نیست تا چه زمانی بخواهد ادامه پیدا کند. کسانی که حرف از اینترنت طبقاتی می‌زنند، دانسته یا نادانسته کشور را به سمت تباهی می‌برند. محدودسازی اینترنت باعث می‌شود دانش به‌روز در جریان نباشد. الان اگر ما چیزی یاد گرفته‌ایم به خاطر این است که دسترسی به منابع علمی خوب و به‌روز داشتیم. سرعت تغییر در دنیا بسیار زیاد است. اینترنت محدود باعث جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات می‌شود و این موضوع رفته‌رفته عقب‌ماندگی به وجود می‌آورد. یعنی ما نیروی متخصص کمتری خواهیم داشت. جبران این عقب‌ماندگی نیز هم به زمان زیادی نیاز دارد و هم هزینه و انرژی زیادی برای آن صرف می‌شود.

اخبار مختلفی از کسب‌وکارهای بزرگ به گوش می‌رسد که دست به تعدیل نیرو زده‌اند. همچنین حرف از تعدیل‌های دیگر در آینده نزدیک می‌زنند. ما تمام تلاش مان را کردیم تا هم‌تیمی‌هایمان را حفظ کنیم. برای حفظ روحیه بچه‌ها جلسات مختلفی را برگزار می‌کنیم. با توجه به اینکه از قبل آماده این شرایط بودیم، به آنها اطمینان می‌دهیم که شرایط کاری پایداری خواهند داشت، اما وقتی این خبرها را در شبکه‌های اجتماعی می‌بینیم چه حالی پیدا می‌کنیم. ما هم اوضاع این روزها را می‌بینیم، اوضاع جامعه را می‌بینیم. حال هیچ‌کس خوب نیست.

ارتباطی برای برگزاری جلسات تا ابزارهای مانیتورینگ و مدیریت پروژه.

اما این روزها که اینترنت در ایران بدترین روزهای خود را پشت سر می‌گذارد و قلب تپنده اقتصاد آنلاین کند می‌زند، عرصه بر فریلنسرها تنگ شده است. بسیاری از آنها می‌گویند پروژه‌هایی که با کارفرمایان خارجی دارند، تحت تأثیر کندی و قطعی اینترنت یا مشکل در اتصال به وی‌پی‌ان‌ها که از ابزارهای کار آنهاست، قرار گرفته است. با دو فریلنسر که در حوزه‌های مختلف مشغول فعالیت هستند گفت‌وگویی کردیم تا بحران‌ها و چالش‌های این روزها را از زبان خودشان بشنویم.

محمدرضا نیکخواه

مدیرمحمصول نرم‌افزاری

در حسرت یک روز کاری عادی!

مشکلاتی که گریبان‌گیر ما شده، مشکل امروز و هفته گذشته و ماه گذشته نیست. به بسیار قبل‌تر از اینها مربوط می‌شود؛ زمانی که تحریم‌هایی علیه ایران آغاز شد و بسیاری از سرویس‌ها و ابزارهای ما روی آی‌پی‌های ایران بسته شد. اما چرا این روزها این مشکل بیشتر به چشم می‌آید؟ به دلیل تحریم‌های داخلی! تا پیش از این با یک وی‌پی‌ان ساده هم می‌شد به این ابزارها دسترسی داشت، یعنی فقط با یک تغییر آی‌پی می‌توانستیم به سرور یا ابزار یا کتابخانه مورد نظر خودمان متصل شویم. اما امروز دیگر مسئله این است که هیچ‌راهی برای ما باقی نمانده است. از صبح که شروع به کار می‌کنیم، کارمان شده آزمایش کردن، نصب کردن و راه‌اندازی وی‌پی‌ان‌های مختلف برای آغاز یک روز کاری عادی.

من روزانه از طریق دیسکورد جلسه‌هایم را با تیم می‌گذارم، بازن‌هاب مدیریت پروژه می‌کنم، با ورسل و نتلیفای تست می‌کنم، مجبورم برای تست و بی‌زی‌نس به کیف پول‌های وب‌۳ متصل شوم، در حالی که مهم‌ترین نود آنها Infura ما را تحریم کرده است.

تیم توسعه ما هزار جور پکیج آماده در کد استفاده کرده است؛ یکی برای مدیرریت فرم، یکی برای آپلود فایل و... همه اینها یا از ایران بسته‌اند یا آنها ما را تحریم کرده‌اند. برای طراحی به adobe XD و فیگما نیاز داریم که فیلتر است و تحریم.

دوستان دولوپر و دووایس بهتر می‌توانند از رنج‌هایشان برای نگهداری و توسعه صحبت کنند. این محدودیت‌ها نمی‌گذارد به بچه‌ها و بسته‌های امنیتی سیستم‌های عامل دسترسی داشته باشیم. همین امر خطر حمله سایبری را در سراسر کشور افزایش می‌دهد.

با این اوصاف من اگر وی‌پی‌ان نداشته باشم، چطور می‌توانم کار کنم؟ باور کنید بعد از بسته‌شدن وی‌پی‌ان‌ها، سه نفر از اعضای تیم در ترکیه خانه گرفته‌اند، یعنی حاضر شده‌اند خانه زندگی‌شان را رها کنند و با هزینه بالاتر در یک کشور دیگر خانه اجاره کنند تا بتوانند کارشان را حفظ کنند. جالب اینجاست که حتی اگر قرار باشد ما پلتفرم‌های داخلی را توسعه دهیم، باز هم به اینترنت بین‌الملل نیاز داریم، به دسترسی‌هایی نیاز داریم تا بتوانیم پکیج‌ها و ابزارهایمان را دانلود کنیم. اینکه آقایان اصرار دارند همه از پلتفرم‌های داخلی استفاده کنند، آیا به توسعه آن هم فکر کرده‌اند یا به منابعی که ما برای توسعه همین محصولات نیاز داریم؟ اصلاً مگر می‌شود بدون ارتباط با منابع اصلی توسعه نرم‌افزار، چیزی تولید کرد؟

مشکل اینجاست که هنوز درک نکرده‌اند کار تولید نرم‌افزار یعنی صادرات! یعنی ارزآوری. نمی‌دانم شاید اینترنت برای کسانی که پلتفرم‌های معروف داخلی را توسعه می‌دهند، وصل باشد و مایی که کوچک‌تر هستیم، چنین دسترسی‌ای نداریم. البته خودشان هم به چالش خوردند که بحث اینترنت طبقاتی را وسط کشیدند، اما



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم





برای یادگیری هزینه کنید

گفت و گو با سیده عظیمی که به جای تحصیل در رشته پزشکی، به سمت شیرینی پزی حرفه ای حرکت کرده و هنرجویان بسیاری دارد

و ارائه آموزش های غیر حضوری به هنرجویانی که امکان حضور در ورک شاپ ها را ندارند. ورک شاپ های من علاوه بر تهران در اصفهان، شیراز، مشهد و یزد نیز برگزار می شود. پنج سال است که کسب و کارم را آغاز کرده ام و شاگردان زیادی را آموزش داده ام. البته علاوه بر آموزش کیک و دکور کیک، آموخته های تجربی خودم پیرامون راه اندازی کسب و کار مربوط به این رشته را نیز به هنرجویانم ارائه می دهم.



فاطمه طالبی پور

Fatima.pour@gmail.com

ادامه تحصیل دهد، اما مسیر مورد علاقه خود را ادامه داده و در رشته آشپزی حرفه ای مدرک کاردانی و در شاخه آشپزی ملل مدرک کارشناسی اخذ کرده است. او پس از آشنایی حرفه ای با دنیای آشپزی نیز وارد تخصص کیک و دسر شده است. عظیمی در گفت و گو پیش رو از کسب و کارش و مسیری که طی کرده، می گوید.

لطفاً کمی درباره کسب و کارتان توضیح دهید.

من کار کیک و دسر را به صورت تخصصی در سه بخش مختلف انجام می دهم. پخت و تزئین کیک های مجلسی، آموزش های حضوری پخت و دکور کیک

زبان آشپزی یک زبان بین المللی است که بازار این صنعت را به قدر همه دنیا گسترده می کند، فعالان این رشته همواره در حال یادگیری و خلق مزه ها و شکل های جدیدی از خوراکی ها هستند و از آموزه ها و آزمون و خطاهای یکدیگر مطلع می شوند و دنیای آشپزی همواره و هرروزه شاهد خلق محصولات و مزه های جدید است.

در این شماره با یکی از کسب و کارهای فعال حوزه کیک دکوراتیو آشنا می شویم که علاوه بر تولید کیک های متنوع مجلسی، آموزش های گسترده ای نیز در سراسر ایران دارد و همچنین یکجای آموزشی شیرینی پزی را به علاقه مندان عرضه کرده است.

سیده عظیمی متولد فروردین ۱۳۷۱ با وجود اینکه دیپلم تجربی دارد و خانواده اش اصرار داشته اند او در رشته پزشکی



درباره اما و المزلی

اولین مدیرعامل زن یک شرکت دارویی

«اما و المزلی»، مدیرعامل «گلاکسو اسمیت کلاین»، یکی از بزرگترین شرکتهای دارویی جهان است و در طول مسیر حرفه ای خود تحولات عظیمی را در کسب و کارها ایجاد کرده است. و المزلی در ژوئن ۱۹۶۹ در لنکاوای انگلستان به دنیا آمد. پدر او در یاسالار و مادرش نیز از خانواده متمولی بود.

مسیر شغلی اما از شرکت آرایشی و بهداشتی لورئال شروع شد. او ۱۷ سال در لایه های مختلف این شرکت کار کرد و اکثر مسئولیت های او در زمینه بازاریابی محصولات و رهبری تیم های بازاریابی بود. از سال ۲۰۰۷ به شانگهای رفت و مدیر تجارت محصول چند برند جهانی مثل لورئال و میبیلین و گارنیر شد. او در این مسئولیت ها بسیار درخشان ظاهر شد و حجم فروش محصولات و همچنین گسترش تیم بازاریابی را به صورت شگفت انگیزی بالا برد. اما در سال ۲۰۱۰ پیشنهاد کاری بالاتری از شرکت GSK (گلاکسو اسمیت کلاین) برای نقش مدیریت ارشد بین المللی دریافت کرد.

او تصمیمش را گرفت و وارد این شرکت شد. به واسطه تجربه خوبش در بخش محصولات مراقبت های پوست و مو، مدیر ارشد بین المللی بخش پوست و مو شد. حضور او و خلق اهداف روشن در بخش فروش گلاکسو اسمیت کلاین باعث شد تیم تحت مدیریت او بسیار رشد کرده و بتواند برندهای بزرگ دیگری را نیز خلق کند. پس از هفت سال، تیم تحت مدیریت اما به قدری وسیع شد که یک چهارم درآمد شرکت فقط از بخش تحت رهبری او تأمین میشد. قابل ذکر است که این شرکت دارویی جزء ۱۰ شرکت برتر بورس انگلستان است.

در سال ۲۰۱۷ او مدیرعامل گلاکسو اسمیت کلاین شد و اولین زن دنیا بود که مدیرعامل یک شرکت دارویی به این وسعت شده است.



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم

صنعت بیمه، چه در شکل سنتی آن و چه در تلفیق با فناوری های نوین، یکی از صنایع مهم و پول ساز به شمار می رود؛ صنعتی که از یک سو در خدمت کاربر نهایی و رفع نیازهای اوست و از سویی دیگر انتفاع مالی را برای صاحبان کسب و کارها در پی دارد. اما صنعت بیمه دیجیتال و ورود روش ها و راهکارهای نوآورانه در آن، به دلایل مختلف در ایران آن طور که باید و شاید رشد نکرده است. شاید مهم ترین دلیل آن را می توان وزن سنگین رگولاتوری و برخی موانع تنظیم گری دانست که گاه دست و پای کسب و کارها را می بندد و اجازه همگام شدن با فناوری های روز دنیا را نمی دهد. ورود کسب و کارهای متنوع و نوآور به این حوزه از یک سو و مشکلات آنها از سوی دیگر و همچنین اهمیت حوزه ایشورتک، ما را بر آن داشت که دو هفته نامه ای با عنوان «بیمه دیجیتال» را ضمیمه هفته نامه کارنگ کنیم و نگاهی عمیق تر و تخصصی تر به این بخش داشته باشیم.





پروشات کیوان می گوید که محصولات او در اینستاگرام برای بچه ها بوده و این روزها به شدت نگران آنهاست

عواقب تصمیمات نسنجیده

مخصوصاً فعالان حوزه کودک می دانند که این سکوت و تعطیلی که به یکباره رخ داده، برای بچه ها موجب شوک و ضربه شدید می شود.

او معتقد است مخاطب کسب و کارهایی که به بزرگ ترها خدمات ارائه می دهند نیز حال و هوای خرید کردن ندارند، اما بچه ها در این روزها به توجه بیشتری نیاز دارند، چون بسیاری از فعالیت ها و تفریحات کنسل شده و جایگزینی نیز برای آن تعریف نشده است.

از طرفی وضعیت اقتصادی خانواده ها به نحوی است که بسیاری از رستوران گردی ها و شهربازی رفتن ها تعطیل شده و از طرفی تفریحات ارزانی مثل باکس های شیرینی پزی که قیمت زیادی ندارند و فقط قابل ارائه در شبکه های اجتماعی بودند (چون اگر در فروشگاه عرضه شود قیمت آن بالا می رود و دیگر برای همه اقشار قابل پرداخت نیست) نیز دیگر در دسترس عموم نیستند. اجناس و خدمات مربوط به کودکان نباید در این میان ضربه بخورد، چون روزهای کودکی بسیار کوتاه و مهم هستند.

فعالیت و شغل هایی که در شبکه های اجتماعی حضور داشتند، لزوماً به خرید و فروش و تبادل یک کالای مصرفی نمی پرداختند و بسیاری از این خدمات در حوزه کیفیت زندگی بودند که اکنون متأسفانه آنها نیز تعطیل شده اند و این موضوع کیفیت زندگی افراد را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. او آرزو می کند مسئولان امر نگاه جامع تری نسبت به عواقب تصمیمات غیرکارشناسی داشته باشند و جوانب و لایه های پنهان این تصمیمات را بیشتر مورد توجه قرار دهند.

در این روزهایی که حال جامعه مساعد نیست و اینترنت اختلال دارد، حواس مان به بچه ها باشد. بسیاری از کسب و کارها این روزها فعالیت خود را متوقف کرده اند و فروشی ندارند. هر کسب و کار دو بخش مجزای عرضه کننده و مشتری دارد که در صورت اختلال در کسب و کار، هر دو طرف در این فرایند با مشکل مواجه می شوند.

«پروشات کیوان» که پیش تر از کسب و کارش در زمینه تهیه و عرضه جعبه های شیرینی پزی برای کودکان گفته بودیم، رسالتش را ایجاد حال خوب و تقویت مهارت دست و زوری در کودکان می داند و می گوید: «من این روزها، فروشی ندارم، اما خیلی نگران مشتریام هستم. مشتریان من کودکان بی گناهی هستند که این روزها باید برایشان باکیفیت سپری شود. شاید مشتری یک مانتو فروشی اگر تا دو سال بعد مانتو نخرد، دچار مشکل نشود، اما مخاطب من کودکان بودند؛ کودکانی که با باکس های شیرینی پزی، یک ساعت باکیفیت را در کنار خانواده یا همسالان شان می گذرانند، اکنون از این تفریح محروم شده اند و به واسطه حال پرتب و تاب جامعه، ساعت های مهم و ارزشمند کودکی را بدون تفریحات مؤثر از دست می دهند.»

او از دوراهی کسب و کارهای اینترنتی می گوید و معتقد است کسب و کارها و صاحبان آن تلاش دارند که علاوه بر مدیریت هزینه های کار و جلوگیری از هدررفت زحمات چندین و چندساله شان، به همه اعلام کنند که شرایط عادی نیست و در میان اطلاع رسانی های لازم، به فروش محصول نمی پردازند. اما از طرفی برخی کسب و کارها،

خوشمزه تر و زیباتر مؤثر است. نکته بعد اینکه معمولاً آشپزان از خطاهای خود چیزی نمی گویند، اما من عادت دارم آزمون و خطاهای خودم را نیز به هنرجویان انتقال دهم تا نتیجه بهتر شود. پشتیبانی مادام العمر و همچنین امکان حضور رایگان هنرجویان قبلی در دوره ها، به منظور یادآوری از خدمات مجموعه ماست.

چه چشم اندازی برای کسب و کارتان دارید و چه مشکلاتی در این مسیر وجود دارد؟

دوست دارم کسب و کارم جهانی شود. به دلیل که پیش تر گفتم، مطمئن هستم که می توانم کسب و کارم را جهانی کنم و این آموزش ها را به تمام افراد در دنیا ارائه دهم. من برای آموزش دیدن خودم و به روز نگه داشتن سرفصل های آموزشی ام، از طریق شبکه های اجتماعی با استادان مطرح دنیا در ارتباط هستم و می دانم این کسب و کار به راحتی در سطح جهان قابل توسعه است. استقبال مخاطبان و زمینه رشد این کار در جهان بسیار زیاد است و منع بین المللی برای ورود به بازار جهانی وجود ندارد، اما مشکل اصلی رسیدن به این چشم انداز درون خود کشور است. فیلترینگ و محدودیت های شبکه اجتماعی نه تنها فروش محصول و خدمات را تحت الشعاع قرار می دهد، بلکه گردش اطلاعات مفید و آموزش های به روز و طرح سؤالات و ارتباطات کاری با استادان مطرح جهان را نیز از بین می برد و همه برنرسازی که سال ها برای آن زحمت کشیده بودیم نیز بلااستفاده شده است. بماند که از ابتدای طرح فیلتر شبکه های اجتماعی، من حتی هزار تومان درآمد نداشته ام.

آیا تاکنون جذب سرمایه داشته اید یا برنامه ای برای جذب سرمایه دارید؟

من تاکنون جذب سرمایه نداشته ام. گاهی اوقات قرض کرده ام و معمولاً با وام گرفتن کارم را پیش برده ام و برنامه ای برای این کار نداشته ام، ولی اگر سرمایه گذار خوبی در مسیر کارم قرار گیرد، برای همکاری بی تمایل نیستم.

چه توصیه ای برای خانم هایی دارید که می خواهند کسب و کار خود را راه بیندازند؟

اولین توصیه من این است که برای آموزش خودتان هزینه کنید، به ویژه در حرفه ما، آموزش های رایگان همیشه ناقص هستند. بنابراین از آموزش دیدن غافل نشوید. توصیه بعدی اینکه منتظر تشویق و حمایت کسی نباشید، متکی به نفس خودتان باشید، چون در شکست و موفقیت تنها هستید. در نهایت اینکه منتظر نباشید همه چیز آماده و ایده آل باشد تا کارتان را آغاز کنید. شروع کنید. در مسیر نقصان ها و کمبودها را تصحیح و جبران خواهید کرد.

برای دوره کارورزی به آشپزخانه هتل لاله رفتم. روز اول وقتی وارد آشپزخانه شدم، از جدیت کار و حضور پررنگ آشپزان مرد خیلی شوکه شدم. ترسیده بودم و این ترس در چهره ام مشهود بود؛ دختر کم سنی که در میان شلوغی آشپزخانه یک هتل پرکار، قرار است مشغول به کار شود. سرآشپز متوجه نگاه ترسیده من شد و برای اینکه کمک کرده باشد، به من گفت اگر دوست داری برو به بخش قنادی و به قنادها کمک کن. همین اتفاق باعث شد من به کارگاه قنادی بروم و از آن نقطه، مسیرم کاملاً تغییر کرد. روز اول کاری من روز تولد حضرت معصومه بود و علاوه بر یک عقد، ۵۰ کیک دیگر نیز باید آماده می شد. با خودم حس کردم این همان کاری است که من دوست دارم تا آخر عمر ادامه دهم.

پس از آن در چندین دوره آموزشی شرکت کردم و خودم را ارتقا دادم، سپس با تولید نمونه کار و عکاسی از محصولات، کانال اینستاگرامی ام راه اندازی کردم و کم کم آموزش ها و سفارش ها آغاز شد. سرمایه اولیه کارم پنج میلیون تومان بود که از اقوام قرض کردم و هزینه آموزش خودم کردم. همه وسایل کار را با پول سفارش ها یا تدریس می خریدم تا وسایلم تکمیل شد. اوایل کار هنرجویانم را در خانه و به صورت انفرادی آموزش می دادم، ولی بعدها توانستم با آموزشگاه ها همکاری کرده و ورک شاپ برگزار کنم.

اندازه بازار این حوزه چقدر است و چطور می توان سهم بیشتری از این بازار را در اختیار گرفت؟

بازار خوراکی جات یک بازار جهانی است و بالطبع آموزش آشپزی، کیک و دسر نیز در تمام جهان متقاضیانی دارد، مخصوصاً که این آموزش ها تجربه محور هستند و نوع آموزش ربطی به فرهنگ و حتی زبان کشورها ندارد. همین امر باعث می شود استادان حوزه آشپزی بازار بسیار بزرگی پیش رو داشته باشند. من با چندین آموزشگاه آشپزی در دوی نیز مذاکره کرده ام تا آموزش هایم را در سطح بین المللی نیز گسترش دهم. نوع کیک و شیرینی هایی که در ایران تولید می شود برای کشورهای همسایه بسیار جذاب است. البته از سهم بازار خودم اطلاعی ندارم، اما ورک شاپ ها و هنرجویان آنلاین زیاد هستند. به لحاظ درآمدی نیز درآمد شخصی من بالاتر از کسانی است که در رشته من شغل ثابت و استخدامی دارند.

مزیت رقابتی و نوآوری شما در این صنعت چیست؟

من سعی می کنم نسبت به سایر استادان به هنرجویان نزدیک تر باشم. بسیاری از استادان معتقدند که باید فاصله زیادی بین استاد و شاگرد باشد، اما من این فاصله را لازم نمی دانم و فکر می کنم حال خوب هنرجو در خلق محصول



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم





نباید کاری کرد که کارآفرینان چیزی برای از دست دادن نداشته باشند!

قدم زدن در عدم قطعیت محض

شبکه اجتماعی اقبال عمومی پیدا نکند اصلاً عقلانی نیست که بخواهیم وقت و انرژی مان را در آنجا صرف کنیم. نمی شود به این سادگی زحمات چندساله مردم به باد برود. اگر قرار بود اینستاگرام فیلتر شود، همان شش سال پیش باید فیلتر می شد، نه اینکه بعد از کلی هزینه و سرمایه گذاری یک شبه اعلام کنند اینستاگرام فیلتر می شود.

اتفاقات سال های اخیر به ما این درس را داده که در تدوین استراتژی این نکته را در نظر داشته باشیم که عدم قطعیت در این فضا بسیار زیاد است. این عدم قطعیت باعث می شود در «داینامیک استراتژی» نگاه های کوتاه مدت تری داشته باشیم، یعنی نتوانیم افق های بالاتر از سه ماه و شش ماه را ببینیم و مدام در حال تغییر مسیر باشیم که این بسیار آسیب زاست. کسب و کاری که نتواند برای یک سال آینده خود برنامه و استراتژی درستی تدوین کند، چطور می خواهد سرمایه گذار جذب کند؟ چطور می تواند به فازهای توسعه فکر کند؟ چطور می تواند اهداف سازمانی خود را پیش ببرد؟ چالش بزرگ و جهانی کرونا نتوانست این حجم از یأس و ناامیدی و بلا تکلیفی را به کسب و کارهای ما تزریق کند. امیدوارم قوه عاقله حاکمیت در برخورد با این موضوعات به کار بیفتد و با دید بلندتری نسبت به تصمیماتی که می گیرد، نگاه کند.

قطعاً در تمام کشورها موضوع امنیت ملی مهم است. حالا که زحمت می کشند و امنیت ملی ما را تأمین می کنند، خوب است این را هم لحاظ کنند که یکی از بزرگ ترین مؤلفه های امنیت ملی سرمایه اجتماعی است که قدرت بازدارندگی برای هر حکومتی ایجاد می کند.

اتخاذ تصمیم اشتباه، اصرار به انجام عمل اشتباه یا عدم اتخاذ تصمیم به موقع باعث می شود سرمایه اجتماعی فدای امنیت ملی با تعریف خودشان شود. تبدیل کسانی که کارآفرین هستند یا شغلی دارند و از راهی ارتزاق می کنند، به افرادی که هیچ چیز برای از دست دادن ندارند، مصداق بارز به خطر افتادن امنیت ملی است.

آسیب محدودیت های اخیر گریبان همه کسب و کارها را خواهد گرفت؛ چه در کوتاه مدت و چه بلندمدت. همه از این موضوع آسیب خواهند دید، ما هم از این فضا جدا نیستیم. در یک ماه اخیر روزهای پرچالشی را تجربه کردیم. ما هم از این فضا آسیب دیدیم، اما باطمینان می گویم آسیب هایی که کسب و کارهای دیگر مثل آنلاین شاپ ها در این مدت تجربه کردند، بسیار بیشتر از حوزه سلامت است.

حوزه سلامت از آن دست خدماتی است که تقریباً در هر شرایطی می تواند به بقای خود ادامه دهد، چون بحث سلامت انسان در میان است. اگر بعضی از کسب و کارهای شبیه ما، ویژگی هایی را در خود داشته باشند، می توانند در این شرایط دوام بیاورند.

اگر بخواهیم آینده را این طور ببینیم که ما محدودتر می شویم، استفاده از شبکه های اجتماعی محدودتر و سخت تر می شود و اینترنت آزاد در دسترس نیست؛ ریسک بزرگی را به حوزه سلامت، خصوصاً در وضعیتی که در حال آنلاک شدن است، تحمیل می کنیم.

گشایش بازار حوزه سلامت مستلزم ورود کاربران جدید از طریق زیرساخت های آنلاین است

تا بتوانند با این سرویس ها آشنا شوند. ۲۵۰ هزار فالوور صفحه اینستاگرام دکتر ساینما حاصل سه سال تولید محتوای مستمر و باکیفیت توسط یک تیم پنج نفره است. گمان نمی کنم کسی در حوزه سلامت به اندازه دکتر ساینما فالوور داشته باشد. هزینه بسیار زیادی شد و تا همین جا هم بسیار ضرر کرده ایم. ضمن اینکه هیچ جایگزین مناسبی هم پیدا نکردیم. ما باید جایی حضور داشته باشیم که افراد بتوانند با سرویس های ما آشنا شوند.

کسب و کارها جایی می روند که کاربران حضور حداکثری داشته باشند. تا رسانه یا یک



مهدی خدادادی
مدیرعامل دکتر ساینما

Info
@karangweekly.ir



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



کرونا نتوانست اما فیلترینگ چرا

فعالان حوزه سلامت می گویند محدودیت های اینترنت در این روزها، خساراتی به مراتب بیشتر از خسارت ها و آسیب های دوران کرونا بر جای خواهد گذاشت

و چالش های زیادی برای کسب و کارهای حوزه سلامت به وجود آورده است؛ از اختلال در سرویس ها گرفته تا از دست دادن ارتباط با مخاطبان در صفحات اینستاگرام، از تزریق ناامیدی گرفته تا بازار داغ مهاجرت. به همین بهانه به سراغ چند کسب و کار آنلاین حوزه سلامت رفتیم و از وضعیت آنها در این روزها پرسیدیم.

حوزه سلامت از جمله حوزه های پرسرصد در سال های اخیر بوده است. پاندمی کرونا و چالش هایی که برای سلامت افراد به وجود آورد، فرصت های مناسبی را برای اقتصاد سلامت رقم زد. سرمایه گذاری های خوبی هم به واسطه افزایش تقاضا در بازار سلامت آنلاین انجام شد. پس از واکسیناسیون عمومی و فروکش کردن تب و تاب کرونا، نگاه سرمایه گذاران به حوزه سلامت، خصوصاً حوزه های نوآور سلامت مثبت شد.

پیوند سلامت با دیگر حوزه های اقتصادی گفتمان جدیدی از خلق محصول و برآوردن نیازهای چندگانه مرتبط با سلامت ایجاد کرد. همین موضوع باعث شد ایده های نوآورانه ای در فضای اقتصاد سلامت شکل بگیرد و مفهومی به نام سلامت دیجیتال را با اقتصاد پیوند بزند؛ از استارت آپ های ساده که صرفاً می توان با آنها نوبت آنلاین دریافت کرد تا کسب و کارهای بلاکچینی و مبتنی بر وب ۳ که رؤیاهای بزرگی در سر دارند. اما عقب ماندگی رگولاتوری و لختی و سنگینی قانون گذار، پای دوییدن پایاپای با این ایده ها و کسب و کارها را هرگز نداشته و چوب لای چرخ نوآوران حوزه سلامت شده است.

فارغ از تمام آنچه دست انداز و سد راه این کسب و کارها بوده، این روزها به واسطه اتفاقات و حوادث ناگوار هفته های گذشته و محدودیت های گسترده و اختلالات مداوم در بستر اینترنت، باری اضافه بر دوش کسب و کارها افتاده و مشکلات



سعید طاهری
مدیرعامل دکتر نکست

مهم ترین اتفاق تغییر رفتار کاربر است

وقتی شما فضای اینترنت را محدود می کنید، مهم ترین اتفاقی که می افتد «تغییر رفتار کاربر» است. چه از نظر روانی، چه از نظر کاربری و چه از لحاظ زمانی، یعنی مقدار زمانی که کاربر در فضای مجازی مشغول فعالیت است. در کسب و کار

راه کار

کارخانه نوآوری رسانه راه کار

way2work.ir

رمزارز

رسانه دارایی دیجیتال ایران
ramzarz.karangweekly.ir

بیمه

رسانه بیمه و اینشورتک ایران
bimeydigital.ir

کتاب راه کار

رسانه آموزشی نوآوری و فناوری
ketaberahkar.ir

عصرانه راه کار

دوره‌های کسب و کارهای اقتصاد نوآوری

راه پرداخت

رسانه فناوری های مالی ایران
way2pay.ir

کارنگ

رسانه اقتصاد نوآوری ایران
karangweekly.ir

عصر تراکونش

رسانه مدیران فناوری های مالی
asretarakonesh.ir

فروشگاه

راه پرداخت
way2pay.shop

انتشارات

راه پرداخت
way2pay.press

این راه و این کار ادامه دارد...



احمد طاهرزاده
مدیر عامل پلتفرم هومکا

این کرکره را بدهید پایین و بروید سراغ یک شغل آبرومند دیگر!

هومکا به عنوان یک کسب و کار آنلاین از شرایط اخیر مستثنی نبوده و با چالش های زیادی روبه رو شده است. برنامه هایی که از قبل داشتیم که عمدتاً آنلاین بوده، لغو یا متوقف شده اند یا با سرعت بسیار کمتری به آنها پرداخته می شود. همچنین به دلیل طولانی شدن محدودیت ها، استراتژی های بلندمدت ما هم تحت تأثیر قرار گرفته است. مجبور شدیم یک بازنگری کلی در استراتژی ها و برنامه های کسب و کاری مان داشته باشیم که اصلاً قابل پیش بینی نبود. تکرار این اتفاقات که از سال ۱۳۹۶ شروع شد، باعث می شود اوضاع بغرنج شود. هم کارآفرینان از این وضعیت آزرده می شوند و هم سرمایه گذاران عقب نشینی می کنند. کارآفرینان به دلیل صرف انرژی و وقت و استفاده

حداکثری از پتانسیل ها و ظرفیت هایشان استراتژی برنامه های کسب و کار میان مدت و بلندمدت خود را طراحی می کنند، اما تکرار این محدودیت ها تمام نقشه های آنها را نقش بر آب می کند. این تصمیم گیری های یکباره باعث می شود تمام رؤیاهای و اهداف کارآفرینان یک شبه نابود شود. وقتی هم که این مسئله تکرار می شود، دیگر انگیزه ای برای کارآفرینان باقی نمی ماند. سرمایه گذاران هم به عنوان بازیگران مهم فضای

کسب و کاری در این شرایط سرمایه هایشان را به جاهای دیگر کوچ می دهند. برای هیچ کس باورپذیر نبود که اینستاگرامی که میلیون ها نفر از آن ارتزاق می کنند، بسته شود، ولی دیدید که این کار به سادگی اتفاق افتاد؛ تصمیم عجیبی که حاصل آن عدم اطمینان کارآفرینان و سرمایه گذاران به فضای کسب و کاری خصوصاً کسب و کارهای آنلاین است.

رشد فضای آنلاین مهارت های مختلفی را به بازار عرضه می کند، همچنین اشکال مختلف کار را. طی این مدت افراد زیادی در تخصص های مرتبط با حوزه سنو، طراحی گرافیک، طراحی سایت، تولید محتوا، دیجیتال مارکتینگ و تبلیغات مهارت کسب کرده و مشغول کار بودند. حالا با این تصمیمات غیر معقول عملاً این فضا را خاموش می کنیم. این افراد حالا باید چه کار کنند، باید به آنها بگوییم این کرکره را بدهید پایین و بروید سراغ یک شغل آبرومند دیگر؟

مخاطبان ما در اینستاگرام از محتوای ما استفاده می کردند، اخبار ما را رصد می کردند و با ما در تعامل بودند. این ارتباط به طور کلی قطع شد. در کانال های دیگر هم در مجموع دچار ۵۰ درصد ریزش مخاطب شدیم. تصمیمات اخیر ما را شوکه کرده؛ چراکه این مسئله با معیشت بسیاری از مردم به طور مستقیم در ارتباط است، اما ظاهراً برای بسیاری از مسئولان معیشت، رفاه، شغل و آرامش مردم اهمیت ندارد. امیدوارم صدای اعتراض ما کسب و کارها در کنار هم جمع شود تا صدای بلندتری باشد، بلکه بشنوند و دوستان در بندها مان را آزاد کنند.

خودمان ما شاهد این تغییر رفتار هم از سمت بیمار و هم از سمت پزشک هستیم. این تغییر رفتار می تواند به دلیل کندی زیرساخت اینترنت باشد، می تواند به دلیل ترس و ابهام وضع موجود باشد، ممکن است به خاطر ناامیدی و بی انگیزگی یا به دلیل کاهش زمان حضور در فضای مجازی باشد یا می تواند هزاران دلیل دیگر داشته باشد. هرچه هست، مجموع این دلایل تغییر رفتار کاربر را به همراه داشته و نمودارها نزولی شده است.

موضوع محدودیت اینترنت فقط محدودیت اینترنت بین الملل را شامل نمی شود. بسیاری از سرویس ها وجود دارند که روی همین سرورهای داخلی مشغول به کارند، اما با ابزارهای مهمی از جمله آنالیتیکس و ابزارهای رصد مارکتینگ و API های مختلف در ارتباط اند.

با وجود اینکه گفته می شود زیرساخت های داخلی آسیبی نمی بینند، می بینیم که بسیاری از آنها دچار اختلال اند. در موارد بسیاری آی پی های داخلی بلاک و زیرساخت ها دچار اختلالات گسترده می شوند. ما از ابتدا با توجه به حساسیت موضوع فعالیت مان، یعنی پرونده الکترونیک سلامت، فعالیت مان را روی سرورهای داخلی آغاز کردیم، اما اختلالات و ناپایداری ها به ما هم سرایت کرده و باعث نارضایتی شده است.

عدم پایداری و دسترسی با کیفیت به سرویس، آسیب کانال های مارکتینگ و به تبع آن کاهش ورودی کاربران

و کاهش درآمد از جمله آسیب های محدودیت و اختلال اینترنت در هفته های اخیر بوده است. نه تنها ما، بلکه کسب و کارهای آنلاین، قریب به اتفاق، قربانی محدودیت های به وجود آمده شده اند. حالا چه کسی پاسخگوی شرکت های خصوصی است که در این مدت دچار ضررهای سنگین شده اند؟ نه فقط در این مدت، بلکه مسیر رشد آینده آنها نیز دچار آسیب شده است.

تجربه به من ثابت کرده هر جا انحصار به وجود بیاید، جلوی رشد و توسعه گرفته می شود. ما این تجربه را در صنعت خودروسازی مان می بینیم. تجربه فیلترینگ تلگرام را هم داشتیم. برای پیام رسان های داخلی چه اتفاقی افتاد؟ آیا توانستند از نظر دقت، سرعت، کیفیت و اعتمادسازی نیاز مخاطب را برآورده کنند؟

پلتفرمی مانند اینستاگرام برای کسب و کارها موجودیت دیگری دارد. ابزارهای مارکتینگ، متریک ها و گزارش ها، الگوریتم ها و مسیرهای شناخته شده ای که در اینستاگرام وجود دارد، در کنار کامیونیتی و اقبال عمومی، در هیچ پلتفرم داخلی وجود ندارد.

چطور می شود به کسب و کاری که هزاران فالوور دارد، بگوییم بیا در پلتفرم داخلی و از صفر شروع کن؟ این حرف ابلهانه است. مگر مسئله به این سادگی هاست؟

ولی ما یاد گرفته ایم که پوست کلفت باشیم. طی دو سال گذشته به نحای مختلف از ارگان ها و رگولاتور آزاد دیده ایم؛ اما دوام آوردیم و جلورفتیم و خواهیم رفت. اگر بگویند همین آش است و همین کاسه، باز هم ادامه می دهیم. به قول معروف یا راهی خواهیم یافت یا راهی خواهیم ساخت. کسانی که یاد گرفته اند بجنگند و پوست کلفت باشند، در این مسیر دوام می آورند، ولی متأسفانه خیلی ها ترجیح می دهند این انرژی را در جای دیگری صرف کنند و همین امر باعث می شود نخبگان مهاجرت کنند. خروج نخبه یعنی خروج DNA افراد دارای آی کیو بالا که از ایران مهاجرت و در جای دیگری زادوولد می کنند. اکنون اگر در منطقه از لحاظ بهره هوشی رتبه خوبی داریم، به شما قول می دهم در صورت ادامه این روند، ۳۰ سال دیگر در کشور کودن ها زندگی خواهیم کرد.



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



مسئله‌ای به نام پیش پرداخت
در حمل و نقل کامیونی

مسیر KOB0360 طی دو سال گذشته

قبل از اینکه فین تک‌ها به برجسته‌ترین اکوسیستم فناوری آفریقا تبدیل شوند، این استارت‌آپ‌های لجستیکی بودند که در فضای حمل و نقل آنلاین در آفریقا فعالیت می‌کردند تا در خواست‌ها را برای جابه‌جایی افراد و کالاها در سراسر این قاره به سرانجام برسانند. در فضای لجستیک آنلاین، درک اینکه چرا سرمایه‌گذاران به این بازار علاقه‌مندند، چندان دشوار نیست. در آفریقا سالانه بیش از ۱۸۰ میلیارد دلار برای حمل و نقل هزینه می‌شود. اپراتورهای لجستیک ایالات متحده در آفریقا از مشکلات مختلفی رنج می‌برند، از قیمت‌گذاری ناهماهنگ گرفته که از بازار ازهم‌گسیخته عرضه و تقاضا ناشی می‌شود تا اسناد کاغذی و دسترسی کم یا عدم دسترسی به منابع مالی.

بازارهای حمل و نقل و لجستیک بر اساس تقاضا این مشکلات را حل می‌کنند و هزینه‌ها را با اتصال فرستنده‌ها به حمل و نقل، کمک به آنها در جابه‌جایی محموله، گسترش تسهیلات سرمایه در گردش و تهیه اپلیکیشن و نرم‌افزارها برای مدیریت عملیات آنها کاهش می‌دهند. سال ۲۰۱۹ برای چنین صنعتی در آفریقا یک سال خوب بود. برای نمونه شرکت KOB0360 به مرحله انطباق محصول خود با بازار رسیده بود و کسب و کارش با یک سرمایه‌گذاری ۳۰ میلیون دلاری گلدمن ساکس و سایر سرمایه‌گذاران به سرعت در حال رشد بود.

KOB0360 یک مدل کسب و کاری ساده دارد؛ تولیدکنندگان و شرکت‌های تجاری که قصد دارند محموله ارسال کنند، سفارش می‌دهند و از طریق این اپلیکیشن به راننده کامیونی که می‌تواند کالا را تحویل دهد، متصل می‌شوند. اما بازار لجستیک به گونه‌ای است که بازارهای حمل و نقل بر حسب تقاضا باید حین سوار کردن بار، حدود ۵۰ درصد یا بیشتر مبلغ کل را به صورت پیش‌پرداخت به صاحبان کامیون بپردازند و باقی‌کرایه را پس از تحویل پرداخت کنند. از سوی دیگر، تولیدکنندگانی مانند شرکت‌های چندملیتی یونیلور، نستله و لافارژ به پرداخت‌های دیر هنگام علاقه دارند.



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم



گفتگو
INTERVIEW

مکس؛ پریا امیرحاجلو

تقاضای جابه‌جایی مرسولات کاهش

۵۴ درصدی داشته است

مجید موسوی، مدیرعامل الوپیک می‌گوید هنوز ۱۰ درصد بازار تهران در دست آنهاست

تاریخ تأسیس الوپیک به اواخر سال ۱۳۹۵ برمی‌گردد؛ زمانی که مهدی نایی، بنیان‌گذار الوپیک با بررسی‌های زیادی که برای راه‌اندازی یک استارت‌آپ در ایران انجام می‌دهد، کسب و کار لجستیکی را نیاز بازار ایران تشخیص می‌دهد؛ بنابراین زندگی و کار را در خارج از ایران رها می‌کند و الوپیک را با همراهی مرصاد پزشکی، هم‌بنیان‌گذار خود و تیم ۲۰ نفره‌اش و با الگوبرداری از سرویس گوجک در آسیای شرقی (اندونزی) راه‌اندازی می‌کند. مجید موسوی که از همان ابتدای کار در تیم حضور داشت، سال ۱۴۰۰ به‌عنوان مدیرعامل الوپیک در تیم انتخاب و مشغول به کار می‌شود. موسوی از ابتدا در جریان راه‌اندازی سرویس‌های مختلف در الوپیک بود، بنابراین در گفت‌وگو با کارنگ، درباره چگونگی راه‌اندازی هر یک از سرویس‌های فعال یا در دست بررسی الوپیک و وضعیت فعلی این استارت‌آپ لجستیکی و البته آخرین تغییر و تحولات الوپیک که طی یکی، دو سال گذشته فراز و فرود زیادی داشته، صحبت کرده است.

الوپیک با بومی‌سازی و الهام از یک سرویس خارجی راه‌اندازی شد. این کار چگونه پیاده‌سازی شد؟

بنیان‌گذاران الوپیک در ابتدا با بررسی‌هایی که انجام دادند، سرویس‌هایی همچون گوجک را برای الگوبرداری انتخاب کردند، اما بعد از گذشت چند ماه از شروع کار، ترجیح دادیم برای توسعه سرویس‌های الوپیک به نیازهای مشتریان خود بیشتر توجه کرده و سرویس‌هایی را بر اساس نیاز مشتریان راه‌اندازی کنیم. برخی سرویس‌ها در مجموعه تعریف و اجرا شد. به‌عنوان مثال، درخواست نیاز به تاکسی موتور (جابه‌جایی فرد با موتور) سرویسی بود که اوایل سال ۱۳۹۶ بر اساس همین نیاز شکل گرفت. بعد از آن، این نیاز دیده شد که مرسوله‌های بزرگ‌تر جابه‌جا شوند؛ بنابراین سرویس وانت‌بار به تفکیک وانت سبک و وانت سنگین شکل گرفت.

بعد از آن سرویس الوپست شکل گرفت. با امضای تفاهم‌نامه و قرارداد با شرکت پست، این سرویس راه‌اندازی شد. به این صورت که ارسال‌های خارج از تهران، به صورت مشترک با همکاری الوپیک و پست انجام می‌شود. در این سرویس از طریق اپلیکیشن الوپیک، درخواست مشتری از طرف نزدیک‌ترین راننده به مبدأ (سفارش دهنده) پذیرفته می‌شود و بسته را از مشتری تحویل می‌گیرد و به نزدیک‌ترین دفتر پست تحویل می‌دهد و ارسال از طریق پست انجام می‌شود.

بعد از سرویس الوپست، سرویس دیگری به نام الوفروش راه‌اندازی شد. این سرویس پوشش دهنده درخواست‌های COD است. COD مخفف کلمات Cash on Delivery است. سرویس‌هایی که نیاز دارند پرداخت مبلغ (ارزش مرسوله جابه‌جا شده) یا سفارش در مقصد یا از طریق دستگاه کارت‌خوان یا نقدی انجام شود.

در این سرویس، تأیید پایان سفر توسط راننده منوط به این است که مشتری مقصد از طریق درگاه پرداختی که به صورت پیامک دریافت می‌کند، اقدام به پرداخت ارزش مرسوله کرده باشد. سفارش دهنده (مشتری الوپیک) از طریق دسترسی به پنل می‌تواند مبلغ فروش را به صورت آنی دریافت کند.

البته بخش عمده مشتریان الوفروش فروشگاه‌های اینستاگرامی بودند که اکنون با توجه به اینکه استفاده از اینستاگرام سخت و تقریباً ناممکن شده، سرویس الوفروش ما نیز تحت الشعاع قرار گرفته است.

حدود هفت ماه پیش نیز سرویس دیگری به نام «سفارش انبوه» راه‌اندازی کردیم. در این سرویس، مشتریانی که روزانه بیش از ۲۰ ارسال دارند، این ۲۰ مقصد را به صورت فایل اکسل در نرم‌افزار و پنل (سفارش انبوه) الوپیک آپلود می‌کنند. بعد از آپلود، در بهینه‌ترین حالت ممکن برای آنها مسیربندی می‌شود تا قیمت تمام‌شده پایین‌تری



رویگرد زیرکانه یک استارت‌آپ لجستیکی در تجارت الکترونیک پاکستان

سرمایه‌گذاری آرش فردوسی روی رایدِر

به‌عنوان رئیس استراتژی و توسعه تجارت شروع به کار کرد. او چالش‌هایی را که متصدیان تدارکات با آن مواجه هستند، از جمله سفارش‌های از دست‌رفته را رؤیت کرده بود؛ از جمله خریدارانی که تمایلی به سفارش مجدد آنلاین ندارند یا فروشندگان آنلاینی که با درسهایی مانند تحویل نقدی حضوری مواجه بودند. این چالش‌ها برای یک میلیون شرکت کوچک و متوسط پاکستان که برای دسترسی به مشتریان خود به اینستاگرام و فیس‌بوک متکی هستند، مسئله بزرگی بود.

آلانا می‌گوید: «من فهمیدم که ارائه‌دهندگان تحویل سنتی برای خدمات‌رسانی در حوزه خرده‌فروشی آنلاین راه‌اندازی یا مجهز نشده‌اند و از این رو تغییر در این صنعت آن هم از داخل این صنعت آهسته و پرهزینه خواهد بود. همه‌گیری کووید ۱۹ یک تغییر عظیم و غیرقابل برگشت برای خرید آنلاین در سراسر پاکستان بود. من به این نتیجه رسیدم که فقط یک استارت‌آپ دارای هدف روشن، پویا و متمرکز بر رشد می‌تواند به‌موقع از این فرصت استفاده کند.»

لجستیک برای بسیاری از کسب‌وکارهای آنلاین یک بخش بدنام و پول‌سوز شده است. آلانا اعتقاد دارد که شبکه مراکز تحویلی که رایدِر در حال ساخت آنهاست، چیزی نیست که معمولاً تصور می‌شود، بلکه شامل انبارهای سیار (یا ون‌های از پیش سازمان‌دهی شده) هستند که مشکلات فعلی لجستیک کسب‌وکارها را برطرف خواهند کرد.

با این حرکت روبه‌جلو، رایدِر می‌خواهد مراکز دلیوری خود را در فروشگاه‌های زنجیره‌ای راه‌اندازی کند. این بدان معناست که مراکز تحویل به اندازه کافی انعطاف‌پذیر هستند تا با تغییر مناطق تجارت الکترونیکی با حجم بالا موقعیت خود را جابه‌جا کنند.

او می‌گوید: «ما اساساً روی «لجستیک شهری» کار می‌کنیم؛ بنابراین به مراکز و فضاهای بزرگ مرتب‌سازی نیاز نداریم. شبکه ما متشکل از مراکز تحویل کوچک متعددی است که به‌طور عمده برای پوشش مراکز تجارت الکترونیک با حجم بالا طراحی شده‌اند و در نهایت با تغییر این مناطق در برابر جابه‌جایی انعطاف‌پذیر هستند.»

استارت‌آپ رایدِر که مأموریت دارد تا به خریداران آنلاین در پاکستان، خدمات Next Day Delivery یا همان تحویل روز بعد را درست مشابه آمازون ارائه دهد، اخیراً جذب سرمایه کرده است. این شرکت مستقر در کراچی اعلام کرد که ۳/۱ میلیون دلار بودجه جدید از شرکت‌هایی چون «وای کامبینیوتور فلکس پورت» سرمایه دریافت کرده است. در این دور سرمایه‌گذاری آرش فردوسی، بنیان‌گذار دراپ‌باکس هم حضور داشته است. به این ترتیب مجموع سرمایه‌های جذب‌شده استارت‌آپ رایدِر از سپتامبر ۲۰۲۱ تاکنون به ۵/۴ میلیون دلار رسیده است.

رایدِر که در سال ۲۰۱۹ توسط «سلمان آلانا»، مدیر سابق شرکت UPS پاکستان تأسیس شد، در حال ساخت شبکه‌ای از هاب‌های مرتب‌سازی، مراکز تحویل و ناوگان دیجیتالی در صنعت لجستیک است. این پلتفرم فروشندگان را قادر می‌سازد تا خدمات «تحویل روز بعد» را با بهینه‌سازی مسیر، ردیابی زنده و زمان‌بندی دقیق برای خریداران ارائه دهند. این شرکت ادعا می‌کند که بعد از دور سرمایه‌گذاری اولیه خود در سپتامبر ۲۰۲۱، درآمدش ماهانه ۱۱۰ درصد افزایش یافته و تعداد مشتریان خود را دوبرابر کرده و به ۶۵۰ فروشنده آنلاین رسانده است. رایدِر تاکنون سه میلیون بسته را در ۶۰ شهر پاکستان تحویل داده و در حال حاضر شبکه‌ای متشکل از ۱۶ هاب را اداره می‌کند.

آلانا به سایت تک‌کراچ گفته است: «اگر چیزی را آنلاین سفارش دادید، ریسک بزرگی را پذیرفته‌اید، زیرا ممکن است هرگز به دست‌تان نرسد.» او زمانی که برای تحصیل در رشته MBA به لندن نقل مکان کرده بود، با مشاهده سرویس دلیوری آمازون وسوسه شد که وارد این صنعت شود. او می‌گوید: «آن زمان با خودم فکر کردم چگونه می‌توانم سفارشی را که در نیمه‌شب ثبت کردم، صبح روز بعد در مقابل خود داشته باشم. فکر می‌کردم فرصت بزرگی برای ارائه این خدمات به فروشندگان آنلاین در پاکستان و ریشه‌کن کردن «اضطراب بسته‌ها» برای همه خریداران آنلاین در پاکستان - از جمله خودم - وجود دارد.»

آلانا پس از کسب MBA خود در UPS پاکستان

کل نیاز بازار تهران برای ارسال مرسوله با پیک، چه میزان برآورد شده است؟

بر اساس آخرین برآوردهایی که انجام شده، در تهران روزانه ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار سفارش برای ارسال‌های Same Day و Next Day از طریق ارسال پست، زمینی و حتی هوایی از تهران به تهران و از تهران به شهرستان (مبدأ تهران) در حال انجام است.

همچنین برآورد شده در بازار بر اساس تقاضا، حدود ۲۰۰ هزار ارسال در روز در تهران جابه‌جا می‌شود و در این تعداد، هم ارسال‌های تندمصرف و هم ارسال‌های همان روز انجام می‌شود و بر اساس این آمار، الوپیک به‌طور متوسط حدود یک‌دهم بازار تهران را پوشش می‌دهد.

برای تجهیز موتورسواران به فناوری روز چه تمهیداتی اندیشیده‌اید؟

شرکت برای تجهیز موتورسواران به فناوری روز، تسهیلاتی از قبیل اعطای وام برای خرید گوشی تلفن همراه در نظر گرفته تا بتوانند به‌راحتی از نسخه‌های جدید نرم‌افزاری استفاده کنند.

همچنین اگر موتورسواران الوپیک موتورهای فرسوده و پرمصرف داشته باشند، برایشان وام خرید موتور در نظر گرفته‌ایم.

برای مشتریان چه خدماتی مطابق با فناوری روز ارائه داده‌اید؟

به‌منظور رفاه حال مشتریان نیز سرویس‌هایی همچون API را به زبان‌های مختلف در اختیار فروشگاه‌های اینترنتی قرار داده‌ایم، همچنین الوفروش را برای اینستاگرامی‌ها راه‌اندازی کرده‌ایم و... که هر روز در حال ارتقای آنها هستیم.

وضعیت فعلی کسب‌وکارهای لجستیکی را چگونه برآورد می‌کنید؟

در شرایط فعلی حتی نوسان قیمت دلار نیز روی خرید مردم تأثیر دارد و از طرفی قطعی اینترنت و فیلتر شدن فضاهای مجازی مانند اینستاگرام و واتس‌آپ روی خرید مردم از فروشگاه‌های اینترنتی تأثیر گذاشته است. برآوردی که از آینده این کسب‌وکار می‌شود، با توجه به آیت‌های متغیر و تأثیرگذار بر آن، مبهم است، اما با توجه به شرایط بی‌ثباتی که در حال حاضر بر کسب‌وکارهای اینترنتی حاکم شده، وقتی درآمدها به یکباره کاهش می‌یابد، گرداندن کار نیز با سختی‌های زیادی مواجه خواهد بود، چه رسد به اینکه بخواهیم به فکر توسعه کار باشیم.

این شرایط تقریباً برای تمام کسب‌وکارهایی که به‌نوعی نوآور شده‌اند و با اینترنت سروکار دارند، سخت و دشوار شده و فعلاً راه‌گریزی از آن وجود ندارد.

البته ممکن است فعالیت‌های فروشگاه‌هایی که از طریق سایت و فضاهای مجازی و بازارهایی مانند باسلام و... فعالیت می‌کردند، اندکی کاهش یافته باشد، اما کسب‌وکارهای خانگی و کوچک که از طریق اینستاگرام امرار معاش می‌کردند، بیشترین ضربه را خورده‌اند. فعلاً نیز فضایی مشابه اینستاگرام وجود ندارد که این کسب‌وکارها و مردم به جایگزین کردن آن علاقه‌مند باشند.

این روزها خبری از بنیان‌گذاران اولیه الوپیک نیست و حتی مدتی صحبت از این بود که این کسب‌وکارها شده‌اند. در حال حاضر اوضاع مدیریتی الوپیک به چه شکل است؟

این‌گونه نیست. در حال حاضر مهدی نایبی و مرصاد پزشکی هر دو از اعضای هیئت‌مدیره الوپیک هستند و علی فیاض‌بخش هم ریاست هیئت‌مدیره الوپیک را بر عهده دارد.

داشته باشند. این سرویس بیشتر برای کسب‌وکارهای بزرگ با تیراژ سفارش بالا مناسب است، زیرا به اندازه یک‌سوم قیمت سرویس‌های بر اساس تقاضاست و از این حیث برای آنها به‌صرفه‌تر است. البته این سرویس در مرحله آزمایشی است و هنوز درصد رفع ایرادات این سرویس هستیم، به همین دلیل چندان روی آن تبلیغ نشده است.

در پتل سفارش انبوه روزانه بین ۲۰ تا ۲۰۰۰ ارسال می‌توان آپلود کرد و به‌صورت لحظه‌ای فرایند ارسال آن انجام می‌شود.

برنامه‌های آتی الوپیک برای توسعه کار چیست؟

سرویس‌های Next Day و Same Day نیز در همین سرویس سفارش انبوه تعریف شده که جزء برنامه‌های آتی الوپیک محسوب می‌شود و امیدواریم تا پایان سال بتوانیم آن را راه‌اندازی کنیم.

در این سرویس، معموله‌ها جمع‌آوری شده و به مرکز هاب یا توزیع وارد شده و در دو زمان مختلف (همان روز یا روز بعد) مرسولات برای مشتریان توزیع می‌شود. البته این کار جزء برنامه‌های آینده الوپیک و در دست بررسی است و به‌زودی انبارهای مورد نیاز و موتورسواران اجاره‌ای یا ثابت را به کار می‌گیریم.

برای راه‌اندازی سرویس‌های بر اساس تقاضا برنامه‌های دیگری؟

سرویس‌های بر اساس تقاضا شامل سرویس‌های الوفروش، تاکسی موتور و الوپست ما می‌شود که در حال حاضر نیز الوپیک در حال ارائه آن است. سرویس سفارش انبوه نیز می‌تواند مشابه سرویس Same Day باشد، زیرا همان روز جمع‌آوری و ارسال می‌شود. با این تفاوت که در هاب خود مشتری کار جمع‌آوری انجام می‌گیرد. به این صورت که پتل در اختیار مشتری قرار می‌گیرد و مقاصد آپلود می‌شود و راننده

در مکان خودتان حضور می‌یابد و مسیریابی ۱۰ تا ۲۰ تایی صورت می‌گیرد و برای توزیع آماده می‌شود. در این صورت، قیمت تمام‌شده ارسال‌ها برای مشتریان مقرون‌به‌صرفه‌تر خواهد بود.

با چه تعداد نیروی انسانی و ناوگان کار را پیش می‌برید؟

در حال حاضر حدود ۱۵۰ هزار راننده ثبت‌نامی موتور و وانت با ما همکاری دارند و این تعداد روزانه از طریق ثبت‌نام در پتل آن‌بوردینگ (safir.alopeyk.com) یا از طریق آفلاین توسط ۳۰ نفر از بازاربایان میدانی در سطح شهر، کار استفاده می‌آنها در حال انجام و آمارشان رو به افزایش است.

راننده‌ها به‌صورت فریلنسری کار را پیش می‌برند و هر روز که بتوانند، در سیستم آنلاین می‌شوند. البته کار اصلی حدود ۶۰ درصد از راننده‌ها این است، اما ۴۰ درصدشان شغل دیگری دارند و به‌صورت پاره‌وقت همکاری دارند. حدود پنج تا شش میلیون کاربر نیز از مشتریان الوپیک هستند و ثبت سفارش انجام می‌دهند. پرسنل ستادی شرکت نیز حدود ۱۰۰ نفر هستند.

روزانه چه تعداد مرسوله را جابه‌جا می‌کنید؟

در حال حاضر با توجه به فیلتر شدن فضاهای مجازی مانند اینستاگرام و محدودیت استفاده از اینترنت، بین ۲۰ تا ۲۵ هزار مرسوله در روز توسط الوپیک جابه‌جا می‌شود، اما قبیل از فیلتر شدن، این رقم ۴۰ درصد بالاتر بود و به‌راحتی به حدود ۳۰ تا ۳۵ هزار سفارش در روز می‌رسید.



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم





چرا ایران رایانه؟

هرچند تولید نرم افزار در ایران نسبت به سایر حوزه‌های فناوریانه قدمت بیشتری دارد و شرکت‌های کوچک و بزرگ متعددی در این زمینه فعال هستند، اما ایران تا به امروز نتوانسته آن طور که باید و شاید خود را در عرصه جهانی محک بزند و محصولات خود را به سایر نقاط دنیا عرضه کند. اما ایران رایانه به عنوان یکی از قدیمی ترین و بزرگ ترین شرکت‌های تولیدکننده نرم افزار، توانسته با وجود محدودیت‌های بسیار کار صادراتی خود را پیش ببرد. امیرمسعود اسکویی لر، مدیرعامل این شرکت می گوید یکی از علل عدم حضور شرکت‌های ایرانی در عرصه جهانی، کوچک بودن این شرکت‌ها و نداشتن سرمایه لازم برای این کار است. او افزایش تحریم‌ها طی سال‌های اخیر را نیز عامل بسیار مؤثری می داند که باعث شده بسیاری از شرکت‌های ایرانی امکان حضور در اکثر کشورها را نداشته باشند.

اسکویی لر معتقد است نه تنها افزایش تحریم‌های خارجی به این صنعت لطمه زده و شرکت‌های ایرانی را از رقابتی خارجی عقب نگه داشته است، بلکه برخی اقدامات حاکمیت مانند محدودسازی اینترنت نیز لطمه جبران ناپذیری به این بخش خواهد زد. او می گوید حیات اقتصاد دیجیتال و رشد آن در هر کشوری مستلزم قرار گرفتن در اکوسیستم جهانی است و نمی توان با جدا کردن بخشی از این اکوسیستم، برای خود فضایی جداگانه ساخت و انتظار رشد و توسعه پایدار داشت.

وی معتقد است تحریم‌ها از یک سو و محدودیت‌های داخلی از دیگر سو سبب می شوند نیروهای متخصص و بعضاً شرکت‌ها از کار در فضای کشور دل سرد شوند و به کشورهای مهاجرت کنند که ارزش کارشان را می دانند و می توانند درآمدهای بسیار بالاتری نسبت به ایران داشته باشند. اسکویی لر می گوید اینترنت آن قدر به ابزاری حیاتی و پایه‌ای تبدیل شده که تصور زندگی و کسب و کار منهای آن ممکن نیست. چنانچه به این مسئله و حفظ شرکت‌ها و نیروهای متخصص خود بی توجه باشیم، فرصت شکوفایی در دوران انقلاب صنعتی چهارم را از دست می دهیم و این مسئله قابل جبران و برگشت پذیر نخواهد بود.

اگر این اکوسیستم خراب شود

گفت و گو با امیرمسعود اسکویی لر، مدیرعامل ایران رایانه که اعتقاد دارد با روند فعلی، بازار نرم افزار کوچک شده و در نهایت از دست خواهد رفت

تولید نرم افزار در دنیا سال هاست روندی روبه رشد داشته و شرکت‌های کوچک و بزرگ بسیاری روی این بازار در حال گسترش سرمایه گذاری و فعالیت کرده اند. در واقع می توان گفت هر صنعتی فارغ از پیشرو یا سنتی بودن آن به صنعت نرم افزار وابسته است. ایران رایانه یکی از قدیمی ترین شرکت‌های تولیدکننده نرم افزار در ایران است که با وجود مشکلات ریز و درشتی که بر سر راه صادرات نرم افزار وجود دارد، توانسته پروژه‌هایی را در کشورهای مختلف دنیا اجرا کند و در عمان پایگاهی قوی برای خود بسازد. امیرمسعود اسکویی لر، مدیرعامل ایران رایانه در گفت و گوی پیش رو از مسیری که این شرکت برای صادرات طی کرده، سخن می گوید. او که معتقد است پیشرفت اقتصاد دیجیتال و به تبع آن صنعت تولید نرم افزار در گرو اینترنت آزاد و ارتباط مداوم با سراسر جهان است، می گوید چنانچه فرصت انقلاب صنعتی چهارم را از دست بدهیم، فاصله مان با دنیا روبه روز بیشتر می شود.

پراکنده بود. مثلاً این طور نبود که ۱۰ پروژه در نروژ انجام دهیم و به اعتبار همان پروژه‌های جدید بگیریم. در نتیجه نمی توانستیم یک برند معتبر در این کشورها برای خود بسازیم، فقط از هر کدام تجربه‌ای کسب می کردیم.

مسیر صادرات نرم افزار شرکت شما چگونه طی شد؟ گویا در عمان فعالیت‌های بیشتری دارید؛ چطور توانستید وارد بازار این کشور شوید؟ ما در سال ۱۹۹۸ به دوی رقتیم تا در آنجا کار کنیم، اما شرایط این کشور بیشتر برای فعالیت‌های بازرگانی مهیا بود تا تولید نرم افزار. آنها علاقه مند بودند که از کشورهایی مانند آمریکا و انگلیس نرم افزار بخرند، زیرا ما هیچ برند نرم افزاری در ایران نداشتیم که بتوانیم اعتماد مشتری را جلب کنیم. در بازار رقابت نرم افزار هم هندی‌ها از ایرانی‌ها وضعیت بهتری داشتند. به همین دلیل شرکتی که در دوی ایجاد کرده بودیم، به سمت خدمات تجارت رفت و عملاً نتوانستیم پروژه‌های نرم افزاری اجرایی کنیم. در سال ۱۳۹۳ به عمان رقتیم، زیرا کانالی پیدا کرده بودیم که می گفت اینجا به تولیدات نرم افزاری نیاز دارند

و بازار بسیار خوبی هم دارد. بعد از بررسی‌های اولیه شرکتی تأسیس کردیم و کارمان آغاز شد. بازار عمان برای ما بسیار خوب بود، زیرا فضایی قابل رقابت وجود داشت. به طوری که

ایران رایانه از چه سالی کار خود را آغاز کرده و چه مسیری را تا به امروز طی کرده است؟

این شرکت در سال ۱۳۶۴ تأسیس شد. ما پنج نفر فارغ التحصیل دانشگاه شریف بودیم که دل مان می خواست برای خودمان کار کنیم. آن زمان به اندازه امروز شرکت کامپیوتری وجود نداشت که بخواهد کار نرم افزاری انجام دهد. از همان ابتدا نیز به دلیل چیزی که یاد گرفته بودیم، اعتقاد داشتیم نرم افزار حوزه بسیار مهمی است که پیشرفت می کند. این شرکت نرم افزاری در حالی ایجاد شد که بعضی‌ها درس مان تمام نشده بود یا حتی سربازی نرفته بودیم. حدود سال ۱۳۷۰ کاملاً نرم افزاری شده بودیم و روی سیستم‌های MIS آن زمان و اتوماسیون اداری متمرکز بودیم و در کنار آن کار صادرات نرم افزاری نیز انجام می دادیم، چون علاقه مند بودیم که از همان زمان کار صادراتی را نیز کنار کارهای داخلی مان داشته باشیم. در حال حاضر تمرکز ما روی اتوماسیون اداری است. در واقع آرشیو و مدیریت مستندات و دبیرخانه و چیزهایی از این دست که به اتوماسیون اداری مربوط می شود. در کنار این، پروژه‌هایی را هم که بتوانیم از خارج از کشور بگیریم، انجام می دهیم.

مثلاً در نروژ دوستانی داشتیم که پروژه‌هایی داشتند و از ما خواستند برایشان انجام دهیم. همچنین در استرالیا و کانادا نیز پروژه‌هایی را انجام داده ایم. پروژه‌های فرامرزی مان

برای گرفتن یک پروژه IBM هم سر همان میز نشسته بود و با ما رقابت می کرد. بسیاری از امور اجرایی را خود عمانی‌ها انجام می دهند و مثل دوی نیست که خارجی‌ها اداره‌اش کنند. در نتیجه وقتی می خواهید پروژه‌ای انجام دهید، شما با عمانی‌ها طرف هستید و سر یک میز می نشینید و مذاکره می کنید. به علاوه اینکه عمانی‌ها به ایرانی‌ها علاقه‌ای تاریخی دارند. حتی به چند مورد برخورد کردم که با ایرانی‌ها خوب هستند ولی با هندی‌ها کمتر. در حالی که هندی‌ها بومی‌های قدیمی هستند و همسایه محسوب می شوند و یک اقیانوس هند بین شان فاصله انداخته است. به هر جهت به نظر می رسد که فضا برای همکاری با عمانی‌ها آماده است.

به خاطر دارم که یک بار به دیوان یا همان وزارت دربار رقتیم. آن زمان سلطان قابوس هنوز در قید حیات بود. مدیر آی تی دیوان در جلسه حاضر شد و گفت ما دو قسمت هستیم که می خواهیم ادغام شویم. یکی از قسمت‌ها از فایل نت IBM استفاده می کند. فایل نت سیستم بسیار بزرگ و کاملی است. همان کاری را که ما انجام می دهیم، به شکلی مفصل تر و کامل تر انجام می دهد. این شخص گفت ما توقع داریم شما همان قابلیت‌ها و ویژگی‌ها را داشته باشید و حالا به ما بگویید که چه چیزهای بیشتری می توانید ارائه دهید؟ ما ویژگی‌های فایل نت را نداشتیم. به او جواب دادم که فایل نت بسیار انتخاب خوب و کاملی است و در دنیا رتبه یک را دارد، اما به درد شما نمی خورد؛ زیرا بسیاری از قابلیت‌ها را استفاده نمی کنید و نیازی به آنها ندارید. مضاف بر اینها، اگر بخواهید کسی از سمت فایل نت به عمان بیاید، مکاتبات فراوان می خواهد و در زمان خاصی به اینجا می آید. هزینه‌ای که به شما تحمیل می شود نیز زیاد است. آنها لایسنس را سالانه تمدید می کنند، اما قراردادی که ما با شما می بندیم و لایسنسی که ارائه می دهیم، مادام العمر است. ما فقط با شما قرارداد پشتیبانی و نگهداری می بندیم. آنها نرم افزار خود را بر مبنای نیاز شما تغییر نمی دهند و می گویند ما Best Practice دنیا هستیم و شما خودتان را با ما تغییر دهید، در حالی که ما محدودیتی نداریم و هر تغییری که شما بخواهید، بر مبنای نیازها و خواسته‌هایتان انجام می دهیم. خیلی از این مسئله خوشش آمده بود، چون می دانستم مشکل آنها چیست. منظورم از این خاطره این بود که با وجود اینکه خارجی بودیم و رقیبی چون IBM داشتیم، توانستیم چنین قراری بگذاریم.

نکته‌ای در مورد عمانی‌ها وجود دارد که نمی توانم بگویم خوب است یا بد؛ کسانی که در عمان مسئولیتی دارند، لزوماً دانش و آگاهی کاملی در آن حوزه ندارند، اما اگر بتوانید با آنها دوست شوید، به شما اعتماد می کنند و از شما خرید می کنند. در صورتی که کارتان را به درستی انجام دهید و اعتمادشان را خراب نکنید، این رابطه ادامه پیدا می کند و از شما خدمات بیشتری می گیرند. در حالی که در نروژ کسی که سر جلسه حاضر می شود، کاملاً سر وقت می آید و همین راز شما هم انتظار دارد. او قیمت بازار و سابقه کار شما را می داند و اطلاعاتی را که ارائه داده‌اید، به دقت مطالعه کرده است. می داند می خواهد با شما قرارداد ببندد یا نه. جلسه درباره شرایط قرارداد است و سر موقع هم جلسه تمام می شود و در همان بازه زمانی قرارداد می بندید یا نمی بندید. آنها کاملاً به کاری که انجام می دهند و بازارشان مسلط هستند، ولی در عمان و سایر کشورهای عربی این طور نیست. همین برای ما فرصتی ایجاد می کند تا بتوانیم ارتباط برقرار کنیم.

اگر موضوع تا این حد قابل دسترس است، چرا سایر شرکت‌ها وارد بخش صادرات نرم افزار نمی شوند؟

مشکلی که شرکت‌ها دارند، مسئله هزینه‌هاست. ممکن است تا زمانی که وارد شوید، چند کار انجام بدهید و حتی در چند مورد سرتان کلاه برود و چند جاب پول اضافه خرج کنید و به جایی برسید که درآمد داشته باشید، سرمایه‌تان تمام شود یا خسته شوید. بیشتر شرکت‌های نرم افزاری نیز کوچک هستند و آن توان مالی را ندارند. راهکاری که به شرکت‌های



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



المیرا حسینی



elmirahosseini@gmail.com

کوچک پیشنهاد می‌کنم این است که گروهی عمل کنند و مثلاً ۲۰، ۱۰ شرکت در همکاری با هم به فضای صادراتی وارد شوند. در این صورت هزینه‌ها به یک‌دهم یا یک بیستم کاهش پیدا می‌کند و همه می‌توانند از شرکتی که در آنجا هست به‌عنوان هاب استفاده کنند. آن شرکت هم شرکتی قدرتمند خواهد بود که همه این ۲۰، ۱۰ شرکت در آن شریک هستند و آن شرکت به جای یک محصول، ۲۰ محصول دارد. هر کدام از این محصولات که به فروش برسد، شرکت سود می‌برد و به همه آن شرکا نیز سود می‌رساند. در نتیجه می‌توان از این طریق یک شرکت بزرگ ایجاد کرد و از سرمایه استفاده بهینه کرد و از یکدیگر برای بخش‌های مختلف کمک گرفت. منتها این کار مستلزم فراغتی برای فکر کردن است. من همیشه می‌گویم که کارهای فوری کارهای مهم را به تعویق می‌اندازند. شرکت‌های مادرگیر انجام کارهای فوری فراوانی هستند که نمی‌گذارند به امور مهم بپردازند و به این ترتیب از فناوری جا می‌مانیم.

این شرکت‌ها نمی‌توانند با قیمت پایین‌تر برای خود مزیت رقابتی ایجاد کنند؟

گفته می‌شود با توجه به تفاوت دستمزدی که وجود دارد و تورم، می‌توانیم با قیمت پایین‌تر کار صادرات را انجام دهیم، ولی این طور نیست. برای اینکه وقتی شرکتی می‌خواهد کار صادراتی انجام دهد، طبیعتاً هزینه‌هایش هم بالا می‌رود. ممکن است فکر کنید در کشور هزینه‌هایتان پایین است، پس در کشور نرم‌افزار را تولید کرده و بعد صادر می‌کنید؛ چنین چیزی ممکن نیست. شما نمی‌توانید داخل کشور بنشینید و صادرات کنید. باید حتماً در کشور مقصد تشکیلاتی داشته باشید و گروهی به‌عنوان نماینده شرکت در آنجا مستقر باشند. علاوه بر اینکه این افراد در کشور مقصد کارهای بازاریابی و فروش را پیش می‌برند، امور پشتیبانی پس از فروش را نیز انجام می‌دهند. زیرا وقتی می‌خواهید نرم‌افزاری را به شرکتی در خارج از کشور بفروشید، از شما می‌پرسند که این نرم‌افزار را در چه جاهایی نصب کرده‌اید و چه تعداد بوده و در نهایت هم چنانچه بخرند، چطور به آنها خدمات پشتیبانی می‌دهید؟ پشتیبانی شاید از اصل کار هم مهم‌تر باشد. در نتیجه وقتی می‌خواهید کار صادراتی انجام دهید، همین تأسیس دفتر و خدمات پشتیبانی در آن کشور خارجی، هزینه‌ها را افزایش می‌دهد. یعنی شما حتماً باید درآمد خارجی داشته باشید تا بتوانید آن هزینه‌ها را بپردازید.

در حال حاضر کدام مسائل که حل آنها از عهده

شرکت‌ها خارج است، مانع صادرات گسترده نرم‌افزار می‌شود؟

معتقدم چنانچه ثبات وجود داشته باشد، چه در داخل و چه در خارج از کشور راحت‌تر می‌توان کار کرد. فرض کنید مناقصه‌ای در خارج از کشور شرکت کرده و در آن برنده شده‌اید. بعد از اینکه قرارداد بستید، باید نیروهایتان را تجهیز کرده و کار را آغاز کنید. اما در حال حاضر این ریسک وجود دارد که نیروی شما مهاجرت

کند. متخصصان دیگر هم می‌روند، اما مهندسان نرم‌افزار راحت‌تر به مهاجرت کاری اقدام می‌کنند، چون همان کاری را که اینجا پشت میزشان انجام می‌دهند، می‌توانند با فاصله چند هزار کیلومتری پشت میز دیگری بنشینند و همان کار را به همان زبان انجام دهند و نیازی نیست چیز جدیدی یاد بگیرند. متوسط درآمدشان هم بالاست. همین مورد جذابیت ایجاد می‌کند. از سویی دیگر برای شرکت‌های خارجی نیز جذاب است که از ایران یا کشورهای خارجی دیگر نیروی کار بگیرند، زیرا تعداد متخصصان و میزان تخصص آنها محدود است و انتظارات نیروهای مهاجر پایین‌تر است.

بگذریم؛ چنانچه قرارداد ببندیم و نیروهایمان فرار باشند، فایده‌ای ندارد، زیرا نمی‌توانیم پروژه را به پایان برسانیم. در نتیجه ترجیح می‌دهیم قرارداد ببندیم تا اینکه ببندیم و نیروی لازم برای انجامش را نداشته باشیم. به هر حال صادرات نرم‌افزار چند مزیت دارد، هر چند انجام کار در خارج از مرزها نسبت به داخل کشور سخت‌تر است. اولاً جنبه آموزشی دارد و شما یاد می‌گیرید که چطور استانداردها را رعایت کنید و می‌بینید سایرین چطور در حال انجام کار هستند. ارتباط با سایر سیستم‌ها و سامانه‌ها را درک می‌کنید. وقتی ما در جزیره‌ای هستیم، خودمان درست می‌کنیم و خودمان هم استفاده می‌کنیم. اما به ادغام

سیستم‌ها و استفاده از سایر راه‌حل‌های آماده دسترسی نداریم و در نتیجه بلد نیستیم. آنجا شما را ملزم به این کار می‌کنند. مثلاً در عمان اگر بخواهید به سازمان‌های دولتی نرم‌افزاری را بفروشید، لیستی به شما می‌دهند و بایستی یکسری شرایط را داشته باشید و اگر نداشته باشید، اجازه این کار را ندارید. شرطی که ما معمولاً در آن ضعیف هستیم، ارتباط با سیستم‌های دیگر است. در آنجا به جای اینکه هر بار همه چیز را از ابتدا بنویسند، یکسری از موارد پایه‌ای وجود دارد. شما یک سیستم دارید و من سیستمی دیگر، با هم چک می‌کنیم و دیتا رویدل می‌کنیم و شما از سیستم من استفاده می‌کنید و من از سیستم شما. در نتیجه شبکه‌ای از سیستم‌ها خیلی سریع به یکدیگر وصل می‌شوند و خیلی راحت با هم ارتباط برقرار می‌کنند و یک سیستم سازمانی خیلی بزرگ به وجود می‌آید. به این شکل هزینه‌ها کمتر می‌شود و سرعت بالاتر می‌رود. ما باید اینها را یاد بگیریم.

مشکلی که در مورد مهاجرت نیروهای متخصص گفتید، در حال حاضر گریبان‌گیر شرکت‌های بسیاری شده است که دلایل مختلفی نیز دارد. شما علت مهم این اتفاق را چه می‌دانید؟

ببینید، بزرگ‌ترین کارفرمای شرکت‌های نرم‌افزاری، سازمان‌های دولتی هستند. آنها پروژه تعریف می‌کنند و شرکت‌ها کار می‌کنند. قیمت‌ها بالا رفته ولی هنوز قیمت‌های جدید جا نیفتاده است. به‌عنوان مثال باید در نظر بگیریم که لازم است برای نیروی متخصص نرم‌افزاری هزار دلار حقوق پرداخت شود که با سر بار حدود سه هزار دلار می‌شود. شرکت این رقم را حساب می‌کند و بر مبنای آن کار می‌گیرد و انجام می‌دهد. در ایران و با رقم قراردادهای موجود نمی‌توان چنین حقوقی به نیروی متخصص پرداخت، در حالی که در کشورهای دیگر حقوق خیلی بیشتر از این حرف‌هاست. در صورت تعریف پروژه‌های جدید و افزایش رقم قراردادهاست که می‌توانید با درآمدی که کسب می‌کنید، نیروهایتان را نگه دارید و با اطلاعات و استانداردهایی که شناخته‌اید، در ایران همان فاکتورهای جهانی را پیاده‌سازی کنید.

ما همکاری داشتیم که می‌گفت ۱۰ سال پیش که هنوز در سرم تمام نشده بود و کارآموز بودم، معادل هزار دلار درآمد داشتیم. هر چه گذشت و من تجربه‌ام بیشتر شد، کارهای بهتری گرفتم و تمام وقت مشغول به کار شدم، اما دیگر مجموع دریافتی ام دیگر به هزار دلار نرسید. این فرد بسیار نیروی متخصص باارزشی بود، ولی از ایران رفت. برای اینکه می‌دید همه چیز برعکس اتفاق می‌افتد؛ سواد و تجربه‌اش زیاد می‌شود، ولی حقوقش به‌ظاهر اضافه شده اما ارزش آن کمتر شده است. این نشان می‌دهد که حقوق هنوز کم هستند، از این جهت قابلیت رقابت نداریم و بعضاً کار کردن و کار نکردن تفاوتی با یکدیگر ندارد. عده‌ای می‌گویند کار نکنم، به‌صرفه‌تر است.

باید ببینیم که دستمزدها بالا برود، ولی از آن طرف هم پروژه گران‌تر درمی‌آید. اگر زودتر قیمت‌های جدید جا نیفتند، بازار نرم‌افزاری ایران کوچک و کوچک‌تر می‌شود. کما اینکه تا همین الان هم شده است. بازار که کوچک شود، نیروهای خوبی که در آن فعال هستند، خارج می‌شوند. در نتیجه کیفیت پایین می‌آید و کم‌کم این بازار از بین می‌رود. اگر بازار نابود شود، جایگزین کردن آن به این سادگی‌ها نیست، زیرا فقط مسئله آدم‌ها نیستند، بلکه شبکه‌ای است که ظرف این سال‌ها به وجود آمده و زحمت بسیاری برای آن کشیده شده تا تبدیل به یک اکوسیستم شود. اگر این اکوسیستم خراب شود، چنانچه قرار باشد یک سازمان دولتی پروژه بزرگ ملی انجام دهد، کسی نیست. باید از خارج خریداری شود. اگر این کار را بکنند، باید قیمت‌های خیلی بالاتر را بپردازند. زمانی که مجبور شدند نرم‌افزار مورد نیازشان را به قیمت روز بازار خریداری کنند، آن وقت تغییر قیمت جا می‌افتد و کم‌کم شرکت‌ها جان تازه می‌گیرند. اما این وسط یک دوره طلایی اقتصاد دیجیتال را از دست می‌دهیم؛ هر آنچه که در انقلاب صنعتی چهارم همه به دنبالش هستند. نیروهایمان را هم که به دیگران داده‌ایم و فاصله‌مان با کشورهای دیگر روز به روز بیشتر می‌شود.

ادامه در صفحه ۲۵





ابلاغیه بانک مرکزی
در خصوص حساب
مشتریان و ضامن‌ها

برداشت آنی بدهی بانکی سررسید شده

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به بانک‌ها ابلاغ کرده قراردادهای تسهیلات بانکی به صورتی تنظیم شود که به بانک‌ها این اختیار داده شود در صورت سررسید و پرداخت نشدن مطالبات مستقیم و بانک توسط مشتری، بدهی از حساب‌های انفرادی، اموال و اسناد او و ضامنش نزد بانک برداشت شود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد بانک مرکزی به تازگی در بخشنامه‌ای به بانک‌ها اعلام کرده از این پس، قراردادهای اعطای تسهیلات بانکی را به گونه‌ای منعقد کنند که مشتری (حسب مورد مستأجر، جاعل، فروشنده، عامل) و ضامن یا ضامنان با شرط ضمن عقد به طور غیرقابل رجوع به مؤسسه اعتباری اختیار دهند هرگونه مطالبات مستقیم خود را پس از سررسید و در صورت پرداخت نشدن، از موجودی قابل برداشت هر یک از حساب‌های انفرادی مشتری یا ضامنان (ریالی و ارزی)، اموال و اسناد آنان نزد مؤسسه اعتباری رأساً و بدون نیاز به حکم قضایی یا اجرایی برداشت کرده و به حساب بدهی مشتری منظور کنند.

در ادامه این بخشنامه آمده است: «مشتری، ضامن و ضامنان در صورت اقدام مؤسسه اعتباری به شرح یادشده حق هرگونه اعتراض و طرح دعوی را از خود سلب می‌کنند.» گفتنی است این تغییر در قراردادهای تسهیلات بانکی به دادنامه قطعی دیوان عدالت اداری درباره مفاد آیین‌نامه وصول مطالبات غیرجاری مؤسسات اعتباری (ریالی و ارزی) برمی‌گردد.



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم

گفتگو
INTERVIEW



کاهش ۷۰ درصدی درخواست‌ها

بررسی تأثیر اختلالات اینترنت بر لندتک‌ها

بیش از یک ماه است که برخی عناصر اقتصادی جامعه ایران، اعم از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، کسب‌وکارهای اینترنتی و مردم با چالش‌های ناشی از قطع عمدی اینترنت مواجه شده‌اند. کسب‌وکارهای اکوسیستم تجارت الکترونیک کشور، سهم بازارشان را از دست داده‌اند و مردم نه توانایی و نه رغبتی برای خرید دارند و چرخ اقتصاد کندتر از همیشه می‌چرخد.

رکود اقتصادی برای کشورهای در حال توسعه موضوع جدیدی نیست و مردم ایران در دوره‌های متفاوت طیف‌های گوناگونی از ناتوانی اقتصادی و از دست دادن قدرت خرید را تجربه کرده بودند. در آن شرایط، شرکت‌های لندتکی به کمک مردم آمدند و با اعتماد به رفتار مالی آنها، اعتبار خرید در اختیارشان گذاشتند و ریسک نکول را برای فرهنگ‌سازی خرید اعتباری در ایران پذیرفتند.

حدود یک ماه قبل اینترنت ایران محدود و در مراتب بعدی قطع شد و شرکت‌های ارائه‌دهنده اعتبار که با درخواست‌های مردم معنا پیدا می‌کنند و مأموریت‌شان افزایش توان خرید مردم است، با ریزش ۷۰ درصدی مواجه شدند. این شرایط نه فقط به لندتک‌ها و اعتباردهندگان لطمه زده، بلکه مردم آسیب‌پذیر را نیز از دریافت اعتبار خرد محروم کرده است.

ازکی‌وام یکی از شرکت‌های ارائه‌دهنده تسهیلات است که در چهار مرحله غیرحضوری به افراد اعتبار خرد می‌دهد و از جمله لندتک‌های پرمخاطب محسوب می‌شود. درخواست‌های ازکی‌وام در یک ماه گذشته ۷۰ درصد کاهش داشته و به گفته مدیرعامل این شرکت، کاربران به پرداخت وام و اعتبارشان تمایلی ندارند و ازکی‌وام شاهد از بین رفتن ابزارهای بازاریابی دیجیتال خود است.

تالی هم که از فعالان حوزه BNPL است و با فروشگاه‌های زنجیره‌ای، آنلاین و فیزیکی قرارداد دارد، در نتیجه قطعی اینترنت با افت ۵۰ درصدی درخواست‌ها مواجه شده است. مدیر توسعه کسب‌وکار آپسان می‌گوید تا زمان رفع نشدن اختلال‌ها، آماری از نرخ نکول مان نخواهیم داشت. مسئول کارگروه لندتک کمیسیون فین‌تک سازمان نصر تهران معتقد است اختلالات اینترنت و مشکلات ارسال پیامک، روند اعتبارسنجی لندتک‌ها را مختل می‌کند و لندتکی که نتواند اولین مرحله ارائه سرویس خود را که اعتبارسنجی است انجام دهد، بی‌شک در ادامه هم موفق نخواهد بود.

راه پرداخت

رسانه فناوری‌های مالی ایران

راه پرداخت، به‌عنوان پایگاه خبری کارخانه نوآوری رسانه راه کار، فعالیت خود را از سال ۱۳۹۰ آغاز کرده و هم‌اکنون در حوزه‌های بانک، بورس و بیمه به فعالیت می‌پردازد.



شروع یک فصل جدید برای توسعه فعالیت‌های نوآورانه و تعامل بیشتر با اکوسیستم فناوری و نوآوری کشور

در پی پیوند بانکداری دیجیتال و کشاورزی دیجیتال هستیم

داده‌ای، ارتباطی و پردازشی بانک کشاورزی است، اما نباید به این موضوعات اکتفا کند و لازم است از طریق ایجاد درگاه‌های نوآوری، مقدمات ورود فناوری‌های نوآورانه به اکوسیستم بانک کشاورزی را فراهم آورد. این شرکت در سراسر کشور دفاتر نمایندگی دارد و علاوه بر خدمات پایه‌ای که در نظر گرفته، یک مجموعه مشتریان ویژه نیز دارد؛ شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران، شرکت مادر تخصصی حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری بخش کشاورزی، شرکت سهامی بیمه ایران و صندوق بیمه محصولات کشاورزی نمونه‌هایی از مشتریان ویژه این شرکت هستند.

شرکت گسترش فناوری‌های نوین بدون احتساب زیرمجموعه‌های تابعه خود بیش از ۵۰۰ نفر سرمایه انسانی دارد و یکی از تغییرات در دست اجرا در این شرکت، اصلاح چیدمان ساختار سازمانی متناسب با اولویت‌های جدید بانک کشاورزی و صنعت بانکداری است که برای رسیدن به این مهم باید تقویت تیم‌های

موجود و تیم‌سازی‌های جدید برای پاسخگویی به این اولویت‌ها انجام شود. یکی از اموری که در دستور کار داریم و در اولویت ماست، ارتقای زیرساخت‌های موجود، تکمیل پروژه‌های ناتمام قبلی، فعالیت در حوزه بانکداری دیجیتال و فناوری‌های مالی کشاورزی و جذب متخصصان و افراد با استعداد در حوزه‌های کاری مختلف فناوری اطلاعات بانکی

در شرکت است. علاوه بر این، طرح‌های مرتبط با تحول دیجیتال در بانک کشاورزی و توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر بانکداری باز در بخش کشاورزی نیز در دست اجراست.

اساساً بخش کشاورزی از لحاظ فرهنگ، فرایند، رگولاتوری و سایر جنبه‌ها، متفاوت از حوزه‌های هدف‌گذاری شده سایر بانک‌ها همچون برق، انرژی، معدن و... است. اگرچه در ایران نفوذ فناوری‌های دیجیتالی در حوزه‌های مختلف کشاورزی (کاشت، داشت و برداشت) از یک روند روبه‌رشد برخوردار است، اما هنوز به جایگاه شایسته خود نرسیده و این شکاف برای شرکت گسترش یک فرصت مهم است. در همین راستا، هدف ما در این شرکت علاوه بر ارتقای کیفیت خدمات فناوری اطلاعات بانک کشاورزی، برنامه‌ریزی و حرکت برای توسعه خدمات بانکداری دیجیتال در بخش کشاورزی و تعامل بیشتر با اکوسیستم نوآوری‌های کشاورزی ایران است.

شرکت گسترش فناوری‌های نوین در واقع شرکت ابزاری بانک کشاورزی در زمینه فناوری اطلاعات است که اکثر موضوعات اساسی و اجرایی بانک در این زمینه را دنبال می‌کند. این شرکت که بازاری اجرایی طرح تحول دیجیتال بانک کشاورزی است، چشم‌اندازش تبدیل شدن به برترین شرکت فناوری‌های مالی کشاورزی (AgFintech) در سه سال آینده است و در تلاش است به محل تلاقی فناوری‌های نوین کشاورزی و فناوری‌های نوین مالی تبدیل شود.

شرکت گسترش فناوری‌های نوین تاکنون به علت تخصص‌گرایی، شرکتی محتاط در تعامل با اکوسیستم نوآوری کشور بوده؛ بنابراین مانند سایر شرکت‌های بزرگ فناوری اطلاعات بانک‌های کشور نتوانسته یا نخواسته دستاوردهای خود را به عرصه بروز و ظهور برساند، اما هدف مدیریت جدید این شرکت، علاوه بر سامان‌دهی چابک فعالیت‌های جاری، توسعه فعالیت‌های نوآورانه و تعامل بیشتر با اکوسیستم فناوری و نوآوری کشور است.

مدیریت جدید سه اولویت راهبردی را دنبال می‌کند؛ استانداردسازی فعالیت‌های فناوری اطلاعات، چابک‌سازی فرایندهای فناوری اطلاعات و پلتفرمی‌سازی محصولات و خدمات دیجیتال. کشاورزی دیجیتال (یا کشاورزی هوشمند) یکی از فرصت‌های راهبردی و مهم در کشور است و شرکت گسترش فناوری‌های نوین قصد دارد با ایجاد پیوند بین بانکداری دیجیتال و کشاورزی دیجیتال و پیشگام‌بودن در حوزه‌های فناوری‌های مالی کشاورزی، در اکوسیستم بانکی کشور نقش فعال‌تری را نسبت به گذشته بازی کند.

شرکت گسترش فناوری‌های نوین در نقش هلدینگ فناوری اطلاعات بانک کشاورزی عمل می‌کند و اکثر موضوعات کلیدی بانک کشاورزی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در این شرکت نگهداری و اجرا می‌شود. خدمات تخصصی سخت‌افزاری، پردازشی و مهندسی سامانه‌های بانکی همچون سامانه بانکداری متمرکز، موبایل بانک، اینترنت بانک و سامانه‌های ملی مختلف از جمله حوزه‌های تخصصی این شرکت هستند. علاوه بر این در صنعت پرداخت، شرکت گسترش فناوری‌های نوین یکی از سهام‌داران اصلی شرکت آسان‌پرداخت پرشین (آپ) است. شرکت ایران‌سولار نیز که ارائه‌دهنده خدمات ماهواره‌ای است، یکی از شرکت‌های تابعه گسترش فناوری‌های نوین است.

اگرچه وظیفه اولیه این شرکت توسعه و نگهداشت سامانه‌های اصلی و زیرساخت‌های

سطح کلی افزایش پیدا کرد؛ بنابراین در حال حاضر نمی‌توانم به طور دقیق افزایش نرخ نکول را اعلام کنم. تمام‌نشدن پرداخت‌ها و ناقص ماندن آنها، شفافیت این بخش را کاهش داده و تا زمانی که اختلال‌ها به طور کامل رفع نشود، گزارش دقیقی در دست نداریم.»

ابرهیم‌زاده درباره تأثیر قطع اینترنت بر لندتک‌ها نیز گفت: «با توجه به اینکه بیشتر لندتک‌ها بر بستر فضای مجازی فعالیت می‌کنند، طبیعتاً دریافت اعتبار دیجیتال کارکرد ویژه‌ای برای کاربران نخواهد داشت. آمار و ارقام آپسان گویای همین موضوع است.» به تصور او، سایر رقبای نیز بر اساس نوع و اشتراک کاری، تجربه متفاوتی ندارند.

تأمین منابع؛ دغدغه دیگر لندتک‌ها

محمدصادق آزادانی، مسئول کارگروه لندتک کمیسیون فین‌تک سازمان نصر تهران درباره تأثیر اختلالات اینترنت بر لندتک‌ها گفت: «اعتبارسنجی اساس فرایندهای اعطای اعتبار است که عمدتاً به صورت غیرحضور و آنلاین انجام می‌شود. اختلالات اینترنت روند اعتبارسنجی را مختل می‌کند. آخرین نمونه آن هم موضوع متوقف شدن فعالیت پتل‌های پیامک‌های خدماتی است.»

او ادامه داد: «لندتکی که نتواند اولین مرحله سرویس خود، اعتبارسنجی را انجام دهد، بی‌شک در ادامه هم موفق نخواهد بود.»

آزادانی در ادامه عنوان کرد که فضای عدم قطعیت، تأمین‌کنندگان مالی را برای حضور در فضا محتاط‌تر می‌کند و در نتیجه این اتفاق، لندتک‌ها با مشکل تأمین منابع هم روبه‌رو می‌شوند.

او با بیان اینکه لندتک‌ها از سمت کاربران هم متضرر خواهند شد، توضیح داد: «در شرایط بحرانی و ناگهانی تعهدات طرفین تغییر می‌کند و ممکن است کاربران نه به عمد، بلکه واقعاً توان بازپرداخت اعتبار دریافتی‌شان را نداشته باشند.»

آزادانی تصریح کرد که اختلالات اینترنت به طور مستقیم موضوع تجارت الکترونیک را تحت تأثیر و این اکوسیستم را در شرایطی مخاطره‌آمیز قرار می‌دهد و استمرار آن به افزایش نرخ نکول شبکه بانکی و به تبع آن افزایش نرخ نکول لندتک‌ها منجر خواهد شد.

کاهش درخواست‌های ازکی‌وام

به گفته مهدی مؤمنی، مدیرعامل ازکی‌وام، درخواست‌های این شرکت از زمان قطع اینترنت ۷۰ درصد کاهش داشته و میزان اقساط پرداخت نشده نسبت به



گذشته بیشتر شده است. مؤمنی می‌گوید: «در شرایط پرریسک کنونی، افراد تمایلی به پرداخت وام و اعتبار ندارند و پرداخت اقساط نیز با مشکل مواجه شده و میزان اقساط پرداخت نشده افزایش پیدا کرده است.» او درباره تأثیر قطعی اینترنت بر لندتک‌ها که یکی از اولویت‌هایشان تسهیل فرایند دریافت اعتبار است، توضیح داد: «قطعاً در این شرایط افراد تمایل بیشتری برای دریافت وام نقدی دارند؛ اعتباری که ما در ازکی‌وام ارائه می‌دهیم برای خرید کالاها و خدماتی مانند کالای دیجیتال، لوازم خانگی، سفر و... است که به افزایش رفاه افراد کمک می‌کند؛ بنابراین در این شرایط اعتبار خریدی که ارائه می‌دهیم، کاهش پیدا کرده، اما احتمالاً به دلیل بالا رفتن ریسک‌ها و آسیب‌هایی که به زندگی مردم وارد می‌شود، درخواست وام نقدی از بانک‌ها افزایش داشته است.»

مؤمنی ادامه داد: «مهم‌تر از آن تمایل مردم برای خرید نیز به دلیل وضعیت روحی‌ای که در جامعه ایجاد شده، کاهش پیدا کرده است. تمامی این عوامل در

کنار افزایش ریسک احتمال بازپرداخت اقساط و مهاجرت نیروهای فنی و غیرفنی باعث آسیب چشم‌گیر به فضای لندتک شده است.»

او صراحتاً اعلام کرد که ازکی‌وام مانند تمام کسب‌وکارهای مبتنی بر اقتصاد دیجیتال، شاهد از بین رفتن ابزارهای بازاریابی دیجیتال خود است.

درخواست‌های تالی نصف شد

مصطفی ابراهیم‌زاده، مدیر توسعه کسب‌وکار آپسان اعلام کرده که درخواست اعتبار تالی در ماهی که گذشت حدود ۴۰ الی ۵۰ درصد کاهش داشته است.



او با تأکید بر اینکه قطعی اینترنت، تعداد تراکنش‌های ناموفق را افزایش داده، اعلام کرد که هنوز به دلیل شفاف نبودن نرخ نکول، میزان خسارات وارد شده به شرکت مشخص نیست؛ «در نتیجه برخی اختلالات اینترنتی، تراکنش‌های باز و پرداخت‌های ناموفق در



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



مصطفی آمینی
مدیرعامل شرکت
گسترش فناوری‌های نوین

info
@karangweekly.ir





چرا مدیرعامل بایننس در خرید توئیتر مشارکت کرده است؟

سرمایه گذاری برای توئیتر بلاکچینی

ایلان ماسک توئیتر را خرید و یکی از جنجال‌های چند ماه اخیر دنیای فناوری تقریباً تمام شد؛ تقریباً از این منظر که به نظر می‌رسد با تغییراتی که مدیریت او بر این شبکه محبوب اجتماعی رقم خواهد زد، همین حالا هم نحوه اخراج مدیرعامل و سه مدیر ارشد دیگر توئیتر حسابی خیرساز شده است. اما نکته جالب توجه در معامله ۴۴ میلیارد دلاری خرید توئیتر حضور بایننس و مدیرعامل آن به عنوان یکی از سرمایه‌گذاران است. سیزی که مدیرعامل بزرگ‌ترین صرافی رمزارزی دنیاست، ۵۰۰ میلیون دلار در خرید توئیتر مشارکت کرده است؛ آن هم با این هدف که بتواند به این کسب‌وکار کمک کند تا از فناوری بلاکچین برای بهتر شدن بهره‌برد. توئیتر قبلاً تلاش‌هایی در این زمینه کرده بود. «جک دورسی»، بنیان‌گذار و مدیرعامل پیشین توئیتر خود یکی از طرفداران پروپاقرص بیت‌کوین و فناوری بلاکچین است. اضافه شدن امکان تبدیل آواتار کاربران توئیتر به ان‌اف‌تی و متصل شدن هر حساب کاربری به یک کیف پول رمزارزی بخشی از این تلاش‌ها در ماه‌های اخیر بوده، اما این اقدامات چندان نتایج چشم‌گیری نداشته‌اند. سهام‌داری هرچند کوچک مدیرعامل بایننس در توئیتر، احتمالاً در این زمینه تغییرات بیشتری را رقم خواهد زد. بایننس از یک سو می‌خواهد برای اتصال بازار رمزارزها به حوزه‌های دیگر از جمله شبکه‌های اجتماعی بیشتر تلاش کند و از سوی دیگر قرار گرفتن نام آنها در صندوقی که از ایلان ماسک تا اندریسن هوروویتز حضور دارند، کمی می‌تواند به فعالیت‌هایشان رسمیت بیشتری ببخشد.



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سوم

اکثر ارزهای دیجیتال اوراق بهادار هستند یا کالا؟ پاسخ به این سؤال چه تفاوتی در بستریهای نگهداری و معامله ارزهای دیجیتال ایجاد می‌کند؟ از طرف دیگر گفته می‌شود آن گروه از شرکت‌های رمزارزی که به صورت فعال با کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا همکاری نکرده‌اند، ممکن است با چالش‌هایی مواجه شوند. این نگرانی‌ها در حالی است که به گفته آی‌ان ایکس دیجیتال (INX)، همه انواع اوراق بهادار در سال‌های آتی به بلاکچین کوچ خواهند کرد.

آیا واقعاً رگولاتوری رمزارزها قانونمند شده است؟

طی چند سال اخیر، مقررات مربوط به اوراق بهادار رمزارز



آینده صرافی‌های رمزارز چیست؟

با مشخص شدن حدود رگولاتوری رمزارزها و نظارت بیشتر بر پروژه‌های این بازار همه از خود درباره صرافی‌ها می‌پرسند

می‌تواند از ابزارهایی مانند تست هایوی (Howey Test) استفاده کند تا وضعیت یک ارز دیجیتال در جایگاه اوراق بهادار را ارزیابی کند. بنابراین اگر کمیسیون معتقد باشد که سرمایه‌گذاران در پلتفرم‌های دارای‌های دیجیتال، قانون اوراق بهادار را نقض کرده‌اند، با آنها مطابق با قانون رفتار خواهد شد. در نتیجه پلتفرم‌های رمزارزی مانند صرافی کوین بیس باید به اقدامات اجرایی بیشتری، برای فهرست‌بندی و معاملات اوراق بهاداری که ثبت نشده‌اند، بیندیشند. البته این کار برای صرافی‌ها هراس‌آور است. اما در بعضی از آنها، به‌ویژه INX ONE، تطبیق با قوانین از پیش انجام شده است. آنها در اوایل کار خود این اقدامات را پیش‌بینی کرده بودند و

بعثی داغ بوده است. اما کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا این بحث را تمام‌شده تلقی می‌کند. «گری گنسلر»، رئیس این کمیسیون گفته که بر اساس دستورالعمل‌های فعلی، اکثر ارزهای دیجیتال واجد شرایطی هستند که به عنوان اوراق بهادار در نظر گرفته شوند. اما نظر گنسلر با نظر بسیاری از قانون‌گذاران مانند «سینتیا لومیس» در تضاد است. در هر صورت کمیسیون منتظر شفاف‌سازی بیشتر نیست و معتقد است قوانین موجود درباره اوراق بهادار با بازار ارز دیجیتال متناسب است.

اما آیا استدلال گنسلر درباره طبقه‌بندی ارزهای دیجیتال به عنوان اوراق بهادار به اندازه کافی نیرومند است؟ او در گذشته گفته که کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا

با تأیید کمیته اکان پارلمان اروپا لایحه میکا و مقررات آن از سال ۲۰۲۴ لازم‌الاجرا خواهد شد

مقررات ارز دیجیتال در اروپا وارد فاز نهایی می‌شود

گرفت. ان‌اف‌تی‌هایی که قیمت مشخص و ثابتی دارند، از جمله کلکسیون‌های هنری دیجیتال، لباس‌های درون بازی و بلیت‌های سینما، در محدوده میکا قرار نمی‌گیرد، اما احتمالاً ان‌اف‌تی‌هایی که به عنوان ابزار مالی عمل می‌کنند، ذیل میکا قرار بگیرند.

«استفان برگر»، عضو ارشد پارلمان اروپا (MEP) در بیانیه‌ای اظهار می‌دارد که میکا استاندارد جهانی را برای مقررات دارای‌های دیجیتال تعیین خواهد کرد. او در بیانیه‌ای می‌گوید: «میکا یک موفقیت برای اروپا محسوب می‌شود. قاره ما اولین قاره‌ای است که برای دارای‌های دیجیتال مقررات تصویب کرده است». برگر ادامه می‌دهد: «میکا تضمین‌کننده یک بازار هماهنگ است و به صادرکنندگان دارای‌های دیجیتال اطمینان حقوقی می‌دهد. به علاوه این لایحه برای ارائه‌دهندگان خدمات

قانون‌گذاران اروپایی با اکثریت قاطع به لایحه بازارهای دارای‌های رمزنگاری (MiCA) رأی دادند. این لایحه مقرراتی را در مورد نظارت، حفاظت از مصرف‌کننده و حفاظت از محیط زیست برای دارای‌های رمزنگاری شده معرفی می‌کند. کمیته امور اقتصادی و پولی پارلمان اروپا توانست با ۲۸ رأی موافق در برابر یک رأی مخالف، این توافق اولیه برای چهارچوب قانونی جدید دارای‌های ارز دیجیتال را تأیید کند.

در این مذاکرات مشخص شد که میکا بر تمام دارای‌های کریپتویی که تحت پوشش قانون خدمات مالی تنظیم نیستند، نظارت خواهد کرد. به علاوه، تعیین دستورالعمل برای طبقه‌بندی کریپتو بر عهده سازمان بازارهای اوراق بهادار و بازار اروپا (ESMA) خواهد بود. افزون بر این، طبقه‌بندی ان‌اف‌تی‌ها نیز در محدوده وظایف اسما قرار





دوکوان پس از فروپاشی ترابه خاطر امنیت خود حتی کشور محل زندگی اش را به کسی نمی گوید اما بلومبرگ فاش کرده او در دومی زندگی می کند

اینترپل به دنبال بنیان گذار ترا

کره جنوبی گفته اند که کوان متواری است و از همکاری با آنها امتناع می کند. هرچند خود کوان می گوید که از اواخر سال ۲۰۲۱ دیگر در کره زندگی نمی کند و این طبیعی است که به آنجا بازنگردد. او در ادامه ادعا می کند که حکم بازداشت خود را ندیده و اطلاعی از جزئیات اتهاماتی که به او وارد شده، ندارد. کوان می گوید: «فکر نمی کنم هیچ یک از اتهامات مربوط به قانون بازار سرمایه قابل اعمال باشد، زیرا موضع دولت این بوده که ارزهای دیجیتال نباید توسط بازار سرمایه اداره شوند. به همین دلیل باور ندارم که این اتهامات مشروع بوده و انگیزه سیاسی داشته باشند.»

همکاری کامل انجام شده

دادستان ها در روند تحقیقات خود در مورد ترا فرم لبر، کارمندان شرکت را ممنوع الخروج کردند. طی این تحقیقات، اسناد بررسی و برخی نیز توقیف شدند. به علاوه، دادستان ها از کوان خواستند که اسناد پشتیبانی را هم در اختیار آنها بگذارد. ترا فرم لبر شرکت توسعه دهنده بلاکچین تراست. کوان در این باره می گوید: «هر سندی را که دادستان ها از من خواسته اند به آنها ارائه داده و همکاری کرده ام، اما نمی توانم اسناد دقیق را در اختیارشان بگذارم.» گمان می رفت که کوان در زمان صدور حکم بازداشت در سنگاپور باشد، اما بر اساس گزارش رویترز پلیس سنگاپور گفته کوان آن زمان در سنگاپور حضور نداشته است. هرچند او الان هم از فاش کردن محل اقامتش خودداری می کند. او می گوید پس از فروپاشی ترا در ماه می اتفاقات زیادی افتاد که امنیت شخصی اش را به خطر انداخت. بنا بر گفته کوان برخی افراد و حتی خبرنگاران در آن زمان به آپارتمانش حمله کرده بودند. کوان می افزاید: «هر بار که جزئیات محل زندگی من فاش می شود، زندگی در آنجا تقریباً غیرممکن خواهد شد. با همکاری دیدار دارم و در خفا زندگی نمی کنم، اما نمی خواهم حتی کشور محل زندگی ام را کسی بداند.» بلومبرگ با استناد به اظهار نظر دادستان کره جنوبی گزارش می دهد که کوان اکنون در دومی است.

ظاهراً «دو کوان»، بنیان گذار پروژه ناکام استیبل کوین ترا، خبر ندارد دادستان های کره جنوبی حکم دستگیری اش را صادر کرده اند. او ادعا می کند از هیچ چیز اطلاع ندارد و فرار هم نکرده است. ولی حاضر نیست بگوید خودش و پاسپورتش کجا هستند. بلاک و رکز در مورد وقایع اخیر با کوان مصاحبه ای داشته و او در این مصاحبه در مورد بسیاری از اتفاقات صحبت کرده است. او در مورد اتهاماتی که بر اساس قانون بازار سرمایه کره جنوبی به او وارد شده و پشیمانی اش از رفتار متکبرانانه و غرور کاذبی که در مورد ترا داشته، می گوید.

دوکوان در هاله ای از انکار

کوان حاضر نیست پاسپورتش را به مقامات کره جنوبی بازگرداند، به همین دلیل پیش بینی می شود پاسپورت او تا دو هفته دیگر باطل شود، اما کوان اعتنایی به این قضیه نمی کند. می گوید من که استفاده ای از پاسپورت نمی کنم. هرچند او در مورد اینکه پاسپورت دیگری دارد یا خیر، حرفی نمی زند. به علاوه، او در مورد دارایی های مسدود شده هم زیر بار نمی رود. برخی می گویند که میلیون ها دلار بیت کوین در صرافی های اوکی ایکس و کوکوین که متعلق به کوان یا نهادهای تحت کنترل او هستند، مسدود شده است. اما او این موضوع را تکذیب می کند و می گوید که حداقل یک سال است که از هیچ یک از صرافی های ارز دیجیتال استفاده نکرده است. کوان ادعا می کند من هیچ پولی در این صرافی یا مؤسسات ندارم. اگر آن قدر پول داشتم حتماً خودم از آن باخبر بودم. جالب است که هیچ فرد یا نهادی مدعی این دارایی های مسدود شده نیست.

وضعیت قرار بازداشت کوان

بنا بر گزارش ها، پلیس اینترپل یک اعلان قرمز به نام دو کوان صادر کرده است. اعلان قرمز درخواستی از مجریان قانون در سراسر جهان برای یافتن و دستگیری موقت فردی است که در انتظار استرداد، تسلیم یا اقدامات قانونی مشابه است. اتهامات وارده به کوان مربوط به فروپاشی ترا است، اما او می گوید: «در مورد وضعیت این درخواست گنج شدم. تا آنجا که من متوجه شدم، این یک حکم بازداشت بین المللی نیست. این مسئله به طور کاملاً واضح در وبسایت اینترپل قید شده است. هر کشور مستقلاً می تواند اعلان قرمز را بر اساس صلاحیت خود تفسیر کند.» هرچند گفته کوان عملاً درست است، اما اعلامیه اینترپل باعث می شود فرد مورد نظر تحت تعقیب بین المللی قرار بگیرد. این موضوع در کنار باطل شدن پاسپورت، باعث می شود کوان به راحتی نتواند به کشور دیگری سفر کند. دادستان های

است آنها این کار را بر اساس سازگاری با مقررات انجام نداده باشند.

اما به نظر شرکت INX، روشن شدن ابعاد نظارتی در آینده پیامدهای مثبتی برای ارزهای دیجیتال دارد. داگلاس در این باره معتقد است که این شفافیت نظارتی تأثیر بسیار مثبتی دارد. مقررات یک کارکرد مشخص دارد و آن تاباندن نور به این صنعت است. شاید طبق این مقررات مشخص شود که ۱۰ درصد از سرمایه گذاران و معامله گران باز یگر بد هستند، اما این روند موجب می شود که بازیگران نهادی واقعی مشخص شوند.

INX همچنین معتقد است که در سال های آینده، همه انواع اوراق بهادار به بلاکچین خواهند آمد. طبیعی است که شرکت ها برای افزایش سرمایه به این فضا بیایند. به گفته داگلاس اگر شما به دنبال افزایش سرمایه هستید، شاید بهتر باشد که این کار را مستقیماً روی بلاکچین انجام دهید، زیرا به هر ترتیب در چند سال آینده به این فضا منتقل خواهید شد.

بعضی از بزرگ ترین بانک ها مانند جی پی مورگان چیس، سیتی گروپ و کردیت سوئیس، سرمایه گذاری در بلاکچین را از همان ابتدا آغاز کردند. آنها این کار را راهی برای ساده کردن کسب و کار خود و انجام کارهای بیشتر با هزینه کمتر می دانستند. امروز که روشی مناسب برای استفاده از فناوری جهت افزایش سرمایه وجود دارد، لازم است که این کار به صورت گسترده تری از سوی نهادها انجام شود.

داگلاس انگیزه شرکت ها را به صورت خلاصه بدین شکل بیان می کند: «استفاده از بلاکچین و افزایش سرمایه در بلاکچین بسیار هیجان انگیز است، زیرا می توان سرمایه خود را مستقیماً از مردم سراسر جهان جمع آوری کرد و آن را افزایش داد. شرکت INX در سرتاسر سال به صورت شبانه روزی در دسترس است و شما را به افرادی متصل می کند که به چشم انداز شما، وعده هایتان و شرکت شما باور دارند و می توانند با شما مستقیماً رابطه داشته باشند.» او همچنین درباره این موضوع صحبت می کند که چگونه می توان از توکن های اوراق بهادار برای فروش سهام یک سازمان استفاده کرد. به اعتقاد او این یک راه انقلابی برای سرمایه گذاران است تا در سود سازمان ها شریک شوند و همچنین راهی انقلابی برای کسب و کارهاست تا سرمایه خود را افزایش دهند.

ارتباط نزدیک خود با کمیسیون بورس و اوراق بهادار را حفظ کردند تا از آن راهنمایی بگیرند. این صرافی ها معتقدند که وضوح در نظارت نشانه بلوغ سالم ارزهای دیجیتال، صرافی ها و تریدرها خواهد بود.

بینش تخصصی درباره تغییرات آینده

پلتفرم INX ONE، اولین پلتفرم جهان است که کاملاً ذیل مقررات قرار دارد؛ این پلتفرم سرمایه گذاری و تجارت در توکن های اوراق بهادار (Security Tokens)، ارزهای دیجیتال و خدمات افزایش سرمایه را در خود ادغام کرده است. علاوه بر آن، این پلتفرم با شرکت هایی مثل بارکلیز، جی پی مورگان چیس و مورگان استنلی در زمینه مبادلات خارجی و نرخ بهره کار می کند. «داگلاس بورتویک»، مدیر ارشد بازرگانی این پلتفرم درباره تغییراتی که در افق این پلتفرم است، می گوید: «دیدگاه ما همیشه این بوده که همواره با قانون گذاران سروکار داریم. این رویکرد فعال در صنعت رمز ارز منحصربه فرد است؛ زیرا بسیاری از شرکت ها ترجیح می دهند که منتظر باشند و مشاهده کنند. درباره مقررات مالی، ما به شیوه فیس بوک عمل نمی کنیم که ابتدا آنها را بشکنیم و سپس رفع رجوعش کنیم؛ بلکه به نظر ما باید به این مقررات احترام گذاشت. اگر یک مرجع نظارتی تصمیم بگیرد دست به اجرای قانون اوراق بهادار بزند، شرکت هایی که به این روش کار نکرده اند، با مجموعه ای از چالش ها مواجه می شوند.»

INX معتقد است که در سال های آینده، همه انواع اوراق بهادار به بلاکچین خواهند آمد. طبیعی است که شرکت ها برای افزایش سرمایه به این فضا بیایند

این نوع آینده نگری جالب توجه است؛ وقتی از داگلاس پرسیده می شود که چگونه این مسائل را پیش بینی کرده اند، تأکید می کند که این شرکت به سادگی از اطلاعیه های کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا نشانه های روشنی را دریافت کرده بود که وضعیت بازار رمز ارز در حال دشوار شدن است. این نشانه ها همچنین درباره توکن های اوراق بهادار و شرکت هایی که در بلاکچین سرمایه گذاری می کنند، وجود دارد. این پلتفرم فرایند صدور توکن را کارآمد کرده؛ زیرا همه چیزهای مورد نیاز برای صدور یک توکن اوراق بهادار دیجیتالی با هدف افزایش سرمایه را فراهم می کند.

تأثیر مقررات گذاری بر فرایند جذب سرمایه

بارونق پروژه های ICO یا عرضه اولیه سکه، شرکت ها کارآمد بودن افزایش سرمایه در زنجیره را کشف کردند، اما ممکن

فرصت برابر ایجاد می کند و جهت حفاظت از مشتریان استاندارد های سطح بالایی ارائه می دهد.» قانون گذاران اتحادیه اروپا پس از رأی گیری برای میکا، به توافق موقتی نیز در مورد مقررات انتقال وجوه (TFR) با هدف ردیابی و مسدود کردن تراکنش های مشکوک دست یافتند. «ارنست اورتنسون»، گزارشگر مشترک اکان توضیح می دهد که این مقررات تضمین می کنند که آدرس های تحریم شده بتوانند به طور کامل دارایی های رمزنگاری شده را ردیابی و از پول شویی و فعالیت های کلاهبرداری جلوگیری کنند. او اضافه می کند: «مقررات انتقال وجوه یکی از موفقیت آمیزترین مقررات در زمینه انتقال دارایی های دیجیتال در دنیا است. امیدواریم سایر حوزه های قضایی نیز از رویکرد قانون گذاران اتحادیه اروپا پیروی کنند.»

البته همه از این مقررات و لایحه خوشحال نیستند. در ماه مارس، «برایان آرمسترانگ»، مدیرعامل کوین بیس در یک توییت اعلام کرد که این لایحه، صرافی ها را ملزم می کند تا هرگونه تراکنش های ارزهای دیجیتال بیش از هزار یورو را به مقامات گزارش دهند، حتی اگر هیچ نشانه ای از فعالیت مشکوک در این تراکنش ها وجود نداشته باشد.

آرمسترانگ می گوید: «این لایحه و مقررات تمام تلاش های اتحادیه اروپا را در راستای در دست گرفتن رهبری جهانی قوانین و سیاست های حفظ حریم شخصی، از بین می برد. در ضمن، به دارندگان رمز ارز مجازاتی را تحمیل می کند که سزاوار آن نیستند. به علاوه، این مقررات حقوق افراد را زیر پا می گذارد. واقعاً سیاستی که اتحادیه اروپا در پیش گرفته، سیاست بدی است.»



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم





AVDF؛ ابزاری برای پیاده‌سازی اصول امنیت داده در سازمان‌ها یک ابزار قدرتمند در حوزه امنیت

AVDF یا Audit Vault and Database Firewall راهکاری معرفی شده توسط شرکت اوراکل است، می‌توان ابزاری برای پیاده‌سازی یک فرهنگ سازمانی جدید در حوزه دیتابیس و امنیت معرفی کرد. این محصول به صورت یکپارچه از دو ماژول «Database Firewall» و «Audit Vault» ایجاد شده است. در این محصول با استفاده از Audit Vault می‌توان ویژگی بسیار مهم Auditing را در دیتابیس‌ها و سیستم‌های عامل فعال کرد و با توجه به اینکه این داده‌ها (Audit Data) در بستری خارج از دیتابیس فعلی جمع و ذخیره می‌شوند، می‌توان آنها را از دیتابیس‌های اصلی حذف و به این ترتیب کاهش عملکرد دیتابیس به دلیل فعال کردن Auditing را تا میزان زیادی کم کرد.

ماژول Database Firewall را می‌توان یکی از اعجاب‌برانگیزترین محصولات اوراکل معرفی کرد. این ماژول مانند Firewall واقعی در مسیر شبکه قرار گرفته و این امکان را فراهم می‌کند که تیم امنیت و تیم دیتابیس بتوانند روی دستورات SQL و تمامی ورودی‌های دیتابیس قوانین امنیتی تعریف کنند؛ امکانی که اکنون در Firewall‌های موجود امکان‌پذیر نیست. با توجه به اتفاقات ناگوار امنیتی که در سال‌های اخیر در کشورمان در لایه‌های مختلف صورت پذیرفته، لزوم بهره‌گیری از راهکارهای جامع در حوزه امن‌سازی دیتابیس‌ها بیش از پیش حس می‌شود.

راهکار AVDF از یک سو با توجه به اینکه مختص دیتابیس‌های اوراکل نبوده و تمامی دیتابیس‌های مرسوم را پشتیبانی می‌کند و از سوی دیگر به دلیل اینکه به صورت همزمان می‌توان روی مدیریت یک فرایند قبل از وقوع توسط Database Firewall و بعد از وقوع توسط Audit Vault اقدام انجام داد، به عنوان حلقه مفقوده سازمان‌ها در حوزه امنیت دیتابیس‌ها شناسایی و دسته‌بندی می‌شود.



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم



سعید شجاعی

مدیر واحد راهکارهای اوراکل
شرکت ریمیس



info@karangweekly.ir



تقاطع جذاب تلکام با بانک

گپی با حسام حبیب‌الله، معاون فناوری اطلاعات بانک
شهر درباره مفهوم آینده تلکوبانک

حجم تراکنش‌ها و رسوب حساب تمرکز می‌کنند. اما با بلوغ بیشتر فضای کسب‌وکار، شرکت‌های تلکام دیگر به دنبال فراهم کردن خدمات میکروپس‌انداز و میکرووام برای پایگاه مشتری بانکی موبایلی‌شان خواهند بود که این خدمات، به‌طور مستقیم با کسب‌وکارهای سنتی خدمات مالی رقابت می‌کنند.

تلکوها در برابر بانک‌ها

او در توضیح این موضوع می‌گوید: «مکانیسم‌های تلکو می‌توانند مسائلی را حل کنند که بانک‌ها به‌طور سنتی قادر به حل آنها نبودند. سیستم‌های اطلاعاتی تلکو علاوه بر اینکه متناسب با کارکردن در سطح میکروتراکنش طراحی شده‌اند، به‌راحتی می‌توانند در تمام مکان‌های جغرافیایی (از طریق شبکه‌ها) مورد استفاده قرار گیرند؛ حتی اگر یک نود فیزیکی هم وجود نداشته باشد. اگر سمت بانک‌ها، سامانه بانکی اصلی متمرکز (کرنکینگ) وجود دارد که فعالیت‌های اصلی بانکی را مدیریت می‌کند، آن طرف اپراتورهای مخابراتی هم سامانه پشتیبان کسب‌وکار (BSS) و سامانه پشتیبان عملیات (OSS) وجود دارد که ستون فقرات عملیات است. به این ترتیب می‌توانیم اعتبارسنجی مشتری و ریسک اعتباری‌اش را بهتر اندازه بگیریم. یکی از ثمرات ارزشمند این مشارکت مبارک این است که بانک‌ها هم توان و قدرت اعتبارسنجی بالاتری به دست می‌آورند و هم امکان دسترسی به وثایق دیجیتال را پیدا می‌کنند. بر این اساس همگرایی دو صنعت بانک و مخابرات می‌تواند بسیار ارزشمند باشد.»

شناخت رفتار مالی مشتریان بانک و رفتار مصرفی مشتریان اپراتورها اطلاعات مفیدی در اختیار

نزدیک شده است؛ اتفاقی که می‌توان امیدوار بود حبیب‌الله با حضورش در بانک شهر و دغدغه‌ای که از پیش داشته، بتواند به‌نوعی آن را رقم بزند.

به عقیده حبیب‌الله، در عصر دیجیتال و انقلاب صنعتی چهارم ناگزیریم مرز کسب‌وکارها را بازتعریف کنیم، البته بازیگران این ارتباط می‌توانند مقاصد (اهداف) متفاوتی داشته باشند. مثلاً در حالی که تلکوها به‌طور سنتی میانگین درآمد به ازای هر کاربر (ARPU) و طول عمر (Longevity) را به‌عنوان معیارهای موفقیت‌شان در نظر می‌گیرند، بانک‌ها بیشتر روی

حسام حبیب‌الله در دوران مدیرعاملی‌اش در «جیرینگ» مفهومی به نام تلکوبانک را مطرح و دنبال کرد و هرچند در جیرینگ نتوانست این اتفاق را به نقطه عملیاتی برساند، ولی برای نزدیک کردن صنعت بانکی و مخابرات در نقطه نهایی ارائه محصول تلاش کرد و حداقل دستاوردها، جلب توجه دوباره مدیران دو صنعت به ترکیب محصولات و خدمات این صنعت بود. حالا او با حضورش ابتدا در هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر و سپس به‌عنوان معاون فناوری اطلاعات بانک شهر، یک قدم به این مهم



زاکریگ داروندارش را روی متاورس هزینه کرده تا دنیایی بسازد که ابزار کنترلگری آن را در دست داشته باشد

زاکریگ پادشاه متاورس می شود؟

پروژه مورد علاقه اش سرمایه گذاری کرده، دفاع می کند. به علاوه او در مورد جزئیات برنامه هایش برای کاهش تعداد کارکنان شرکت نیز توضیحاتی ارائه داد.

به گفته زاگریگ دنیای مجازی مرحله بعدی اینترنت است و آن را به عنوان یک سرمایه گذاری طولانی مدت در نظر می گیرد. او اذعان می دارد که هنوز تا ساختن پلتفرم کامپیوتری بعدی راه طولانی در پیش داریم. هرچند با سریچی شدید از وال استریت و ریختن پول زیاد در این پروژه، به وضوح این سرمایه گذاری را فراتر از رقابت و پیشی گرفتن از رقبا می داند.

متغیرهای دنیای متاورس

تحلیلگران ایتایو توضیح می دهند: «متا در متغیر رفتاری و داده های رفتاری نسبت به دیگران برتری دارد؛ اما گوگل و اپل به ترتیب در متغیر وجودی و معاملاتی برتر هستند. البته زاگریگ می خواهد بر همه چیز مسلط شود و البته این خواسته هم در واقعیت مجازی او تحقق پذیر است. در این راستا، شرکت اپل هم مدام جاه طلبی های زاگریگ را تحریک و او را به سمت متاورس سوق می دهد. به همین منظور اپل قوانین آی اواس خود را تغییر داد تا از کاربانش در برابر ردیابی شدن توسط تبلیغات حفاظت کند. متا تخمین زده که با این کار، اپل کسب درآمد از طریق تبلیغات و حداقل ۱۰ میلیارد دلار از دست می دهد.» او می گوید: «تغییرات سیاست اپل مخاطرات و مشکلات بزرگی به بار خواهد آورد.» تحلیلگران ایتایو در مورد این اتفاق می گویند: «رفتارهای اپل نباید تا این حد غیر قابل پیش بینی باشند.»

ردیابی اپلیکیشن ها برای کسب و کار تبلیغاتی متا بسیار حیاتی است و در متاورسی که عمدتاً از طریق سخت افزارهای متا می توان به آن دسترسی پیدا کرد، این شرکت نگران دخالت اپل یا سایر شرکت ها در تجارتش نخواهد بود. زاگریگ هم در مورد دخالت شرکت ها در تجارتش می گوید: «می توانید نوآوری کنید و چیزهایی بسازید که فقط در کنترل خودتان باشند.»



ظاهراً خبر گسترش متاورس توسط زاگریگ باعث ناراحتی وال استریت شده است؛ زیرا با توجه به اینکه زاگریگ هیچ رقیبی در متاورس ندارد، به راحتی می تواند کنترل این فضا را به دست بگیرد و مالک همه چیز آن شود. بر خلاف متاورس، او در دنیای واقعی رقبای زیادی داشت. برای مثال زاگریگ چالش های زیادی را با اپل، بایت دنس و تیک تاک تجربه کرد.

تحلیلگران بانک سرمایه گذاری ایتایو بی بی ای در اوایل ماه اکتبر اظهار داشتند: «ایده متاورس منطقی است، زیرا داده های آن به متا تعلق دارند و نیازی هم به اشتراک گذاری آنها با سایر طرفین نیست. در حال حاضر تنها راه دسترسی به متاورس متا برنامه هاریزون ورلدز در هدست های واقعیت افزوده گران قیمت Quest است، نه دستگاه های اپل؛ اما این مسئله می تواند تغییر کند و متا امکان دسترسی به متاورس را از طریق تلفن همراه و وب هم امکان پذیر کند؛ هرچند فعلاً این اتفاق نمی افتد و زاگریگ همچنان می خواهد وقتی مردم متاورس را تجربه می کنند، احساس کنند که واقعاً در آن فضا حضور دارند.» زاگ این حس را رمز موفقیت و کلید فروش محصولاتش می داند. تحلیلگران ایتایو خاطرنشان می کنند با رویکردی که زاگریگ در پیش گرفته، هر سه متغیر رفتاری، معاملاتی و وجودی این فضا را کنترل خواهد کرد. به عبارت دیگر این سه متغیر نشان دهنده نحوه عملکرد، خرید و موجودیت خود متاورس هستند.

سرمایه گذاری های میلیاردی زاگریگ برای ساخت متاورس

یک روز پس از اینکه متا گزارش داد که در سه ماهه سوم سال حدود چهار میلیارد دلار برای ساخت متاورس هزینه کرده، سهام این شرکت ۲۵ درصد کاهش یافت؛ سهام آن در سال جاری تاکنون بیش از ۷۰ درصد کاهش یافته است. در واقع از زمان تغییر نام فیس بوک به متا، دارایی خالص زاگریگ بیش از ۸۱ میلیارد دلار، یعنی ۶۸ درصد کاهش یافته؛ اما او از میلیاردها دلاری که روی

است، اشاره کرد. با بهره گیری از ظرفیت این پلتفرم سازمان ها در هر جای دنیا می توانند از طریق آن، منابع مالی و خدمات را به طور شفاف و آنی به افرادی در هر جایی از جهان ارسال کنند. در لبنان، اید تک برای کمک به آوارگان جنگ سوریه که در اردوگاه های شهر طرابلس زندگی می کنند، با صلیب سرخ ایرلند و یک فروشگاه بزرگ محلی شراکت کرده است. کوین هایی به ارزش ۱۰ هزار دلار، از راه دور و روی گوشی تلفن همراه فرد مورد نیاز شارژ شده و کوین در پایانه فروش از طریق دستگاه اسکن کد کیو آر باز خرید می شود.»

طبق صحبت های مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر، در دو دهه گذشته که بانکی ها و مخابراتی ها به بلوغ بیشتری رسیده اند، به مرور متوجه شده اند که هم افزایی بین این دو صنعت می تواند منشاء مزیت رقابتی متفاوت و متمایزی برای همکاری مشترک شود. در واقع دریافت خدمات بانکی بدون اپلیکیشن موبایل قابل تصور نیست. پرداخت های خدمات اپراتوری نیز بدون سرویس بانکی محال خواهد بود: «تجارب من در دو حوزه گوناگون توانست مکمل یکدیگر باشد.»

همگرایی دو صنعت با مشتریان انبوه

درست است که دو صنعت بانک و مخابرات شباهت های زیادی به یکدیگر دارند و فرصت های همگرایی آنها فراهم است، ولی چالش هایی نیز برای همگرایی این دو صنعت وجود دارد. قطعاً بعضی چالش ها باعث شده در برخی مقاطع مایل به همکاری با یکدیگر نباشند.

حبیب الله در ادامه صحبت هایش به چالش هایی که در همگرایی این دو صنعت وجود دارد، اشاره می کند و می گوید: «مسئولان صنعت بانک و اپراتوری در بسیاری جاها سعی کرده اند خود را از دیگری بی نیاز کنند، اما امروز شرایط نسبت به گذشته خیلی فرق کرده و در سالیان گذشته صنعت بانک تر شده است. اکنون بانکی ها پذیرفته اند کار بانکداری بکنند و اپراتور نیز قبول کرده روی کارهای تلکام متمرکز باشد. هنوز هم گاهی مدیرعامل یک اپراتور تصمیم می گیرد بانک راه بیندازد یا عضو هیئت مدیره بانک می خواهد فعالیت اپراتوری بکند، ولی تمام این تجربه ها شکست خورده اند.

در گذشته هر دو صنعت می خواستند مستقل باشند، چون هر دو پولدار و مدعی بودند و مشتریان انبوه داشتند. اگر دو صنعت، یکی پول داشته باشد و یکی مخاطب انبوه، حتماً به پول و مخاطب دیگری نیاز خواهند داشت، ولی دو صنعتی که هر دو برای خودشان پول و مشتری زیادی جذب کرده اند، احساس نیاز به خدمات دیگری نمی کنند و همین نقطه شروع یک بازی باخت-باخت و خلق تجارب ناموفق است. اکنون اما هر دو طرف فهمیده اند که به همکاری نیاز دارند و این همکاری می تواند در بعضی جاها به ادغام فعالیت ها منجر شود. در بعضی جاهای دنیا یک بانک اقدام به اخذ مجوز تلکام کرده و تلکام هم مجوز بانک گرفته و هر دو با هم ادغام شده اند؛ یعنی یک موجودیت با دو مجوز از دو رگولاتور مختلف! آنگاه دو موجودیت این دو صنعت با هم ادغام شده اند و موجودیت جدیدی خلق کرده اند که از دو جا مجوز گرفته است.»

می گذارد. کاربران در شبکه مخابراتی، در کنار مصارف اپراتوری، مصارف دیگری نیز ثبت می کنند؛ مثلاً مکان های تردد آنها مبنایی برای ارائه خدمات پیامک هوشمند است. همچنین وقتی خریدهایی بر بستر شبکه مخابراتی انجام می دهند، رفتار خرید و سلاقی و مطلوبیت های آنها ثبت می شود. ادغام دیتای این دو صنعت می تواند کاربرد زیادی برای کسب و کارها داشته باشد و در اعتبارسنجی کاربران نیز به کار آید. حبیب الله با بیان این موارد می گوید: «اعتبارسنجی صرفاً بر مبنای عملکرد کاربر در شبکه بانکی، ناقص است؛ اعتبارسنجی صرفاً بر مبنای عملکرد در حوزه مخابراتی هم ناقص است؛ ولی ادغام این دو می تواند محصول جدیدی در عرصه اعتبارسنجی ایجاد کند. در مورد اعتبارسنجی ایرانیان گفته می شود بانک ها فقط بخشی از رفتارهای کاربر را می بینند و باید شناخت خود را کامل تر کنند. بانک ها می توانند سلاقی خرید مشتریان را ثبت و تحلیل کنند که این تحلیل، برای اپراتورها نیز کاربرد دارد. برعکس، رفتار و سلاقی مصرف اپراتوری افراد در بازارهایی خدمات بانکی مؤثر خواهد بود.»

با توجه به گفته های او، اکثر محصولات و خدمات تلکوبانک ها با در نظر گرفتن مقیاس پذیری و توسعه پذیری شکل گرفته اند و فرصت های نوآورانه خدمات با حضور شرکای OTT و توسعه دهندگان شخص ثالث ایجاد شده است. از طریق رویکرد مشارکتی، اپراتورها می توانند خدمات پرداخت و مالی را با سایر راه حل های دیجیتال ترکیب و «سوپر اپلیکیشن» مالی ایجاد کنند که چندین سرویس را در یک برنامه ارائه می دهد. با استفاده از پایگاه گسترده کاربران و اعتماد به اپراتورها، این «سوپر اپلیکیشن های» مالی قابلیت رشد فوق العاده ای دارند و می توانند به یک بازار بسیار گسترده، از جمله در بخش های کم توان مالی جامعه برسند.

نوآوری به سبک روولت

برای نمونه او روولت یک بانک مجازی و سیستم خرید و فروش ارز نوآورانه را مثال می زند و در این باره می گوید روولت از یک اپلیکیشن پیشرفته موبایل استفاده می کند. این بانک که افتتاح حساب در آن به کمتر از ۶۰ ثانیه زمان احتیاج

دارد، به مشتریان شخصی یا تجاری خود، خدمات انتقال و تبدیل ارز ارائه می دهد. حساب های شخصی روولت قابلیت استفاده از امکانات بین المللی همچون ویزا یا مستر کارت و همچنین انتقال وجه بدون کارمزد بین ۱۴۰ کشور جهان را دارند. علاوه بر این هنگام سفر می توانید تا سقف مشخصی، وجه بدون کارمزد از خود پردازا برداشت کنید. «یکی از نوآوری های روولت کارت های منحصر به فرد به سبک مینی مالیستی و داخل یک پکیج بسیار جذاب است. با این کارت ها می توانید هر جای دنیا خرید کنید، ارزهای مختلف استخراج کنید و با نرخ مناسب، انتقال وجه خودکار داشته باشید. به این ترتیب خرید بین المللی بسیار آسان صورت می گیرد. به علاوه همه این امکانات، با استفاده از روولت، امکان تبدیل پول فیات (مثل دلار یا یورو) به رمزارزهایی مانند بیت کوین، اتریوم یا لایت کوین را نیز دارید. در نمونه دیگر می توان به «اید تک» (AID-TECH) که یک پلتفرم بلاکچینی



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



چرا باید جمع سپاری مالی را جدی بگیریم؟ مصائب نوپا بودن کرادفاندینگ

نیاز کسب و کارها به سرمایه‌گذاری اجتناب‌ناپذیر است و در صورتی که اقتصاد یک کشور بخواهد با سرعت در مسیر رشد قرار گیرد، نیازمند سرمایه‌گذاری مناسب و صحیح در کسب و کارهای بومی است. کاستی‌های موجود در اقتصاد ایران از یک طرف و افزایش نقدینگی و نیاز کسب و کارهای بومی خلاق به جذب سرمایه از طرف دیگر منجر به این می‌شود که راه‌هایی نظیر تأمین مالی جمعی به‌عنوان روشی مطمئن برای جذب سرمایه مدنظر قرار بگیرد. جذب سرمایه باید در راستای تولید در حوزه‌های مختلف هزینه شود تا چرخ اقتصاد کشور بچرخد. با این حال، هنوز شیوه‌نامه دقیقی برای این مهم وجود ندارد؛ در نتیجه این موضوع باید قانون‌گذاری شود.



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم

تأمین مالی جمعی با مرحله اشباع خود فاصله زیادی دارد و در مرحله‌ای قرار دارد که نیازمند گسترش ابزارهای این حوزه است، به‌طوری که دغدغه حال حاضر، بحث قابلیت نقل و انتقال در بازار ثانویه اوراق بهادار است و این در حالی است که گواهی‌های شراکت صادرشده برای تأمین مالی جمعی، قابلیت خریدوفروش در بازار ثانویه را ندارند. این مسئله سبب می‌شود سرمایه‌گذاران با احتیاط بیشتری در طرح‌ها مشارکت کنند. از این رو لازم است در سال آتی در تعامل با فرابورس برای این مسئله راه‌حلی در نظر گرفته شود. او می‌افزاید: «مزید بر همه این موارد، گزینش، ارزیابی و نظارت دقیق طرح‌ها بزرگ‌ترین و مهم‌ترین چالش ما بوده است. ما می‌خواهیم سامانه‌ای مورد اعتماد باشیم تا مردم با خیال راحت با کرادفاندینگ‌ها همکاری کنند.»

سکوه‌های تأمین مالی امکان تجربه سرمایه‌گذاری ایمن و سودآور را به سرمایه‌گذاران خرد می‌دهد. این ابزار نباید در نطفه از بین برود، بلکه باید با شناساندن آن به افراد و کسب اعتماد، بزرگ و بزرگ‌تر شود.



جمع سپاری مالی و آینده‌اش...

امیررضا صادقی، مدیر سرمایه‌گذاری کارن کراد از راهی که آمده‌اند و مسیر پیش‌رویشان می‌گوید

کارن کراد یک سامانه تأمین مالی جمعی و سرمایه‌گذاری است که از سال ۱۳۹۷ با هدف سهولت در فرایند جذب سرمایه برای کسب و کارها شروع به فعالیت کرده و تاکنون نیز مسیر موفقیت را طی کرده است. این شرکت توانسته بیش از ۲۰ کمپین تأمین مالی جمعی را اجرا کند که مجموع مبلغ جذب‌شده برای سرمایه‌گذاری توسط آن بیش از ۵۱ میلیارد تومان بوده است.

البته به گفته امیررضا صادقی، مدیر سرمایه‌گذاری کارن کراد، هدف‌شان این است که ظرف یک سال بتوانند سقف تأمین مالی خود را تا ۳۰۰ میلیارد تومان افزایش دهند و از سقف اختصاص سرمایه ۲۵ میلیاردی به هر طرح فراتر روند. این هدف و جهشی که کارن کراد در دستور کار دارد، نشان می‌دهد حوزه کرادفاندینگ در کشور ما مسیر خوبی را طی می‌کند و نمایانگر یک تغییر نگاه جدی به فضای تأمین مالی در ایران است. در گفت‌وگویی که با صادقی داشتیم، از مهم‌ترین اقدامات‌شان تاکنون و برنامه‌هایشان تا پایان سال پرسیدیم. مدیر سرمایه‌گذاری کارن کراد می‌گوید در یک سال گذشته تمام تمرکزشان بر مباحث زیرساختی و جذب سرمایه بوده است؛ در واقع تلاش کرده‌اند سریع‌ترین بستر برای جذب سرمایه را در کشور فراهم کنند. در ادامه گفت‌وگویی «عصر تراکنش» را با امیررضا صادقی می‌خوانید.

کارن کراد؛ تسهیلگر سرمایه

امیررضا صادقی، مدیر سرمایه‌گذاری کارن کراد ابتدا درباره رسالت کارن کراد صحبت می‌کند. به گفته او رسالت کارن کراد کمک به جذب سرمایه برای برطرف کردن نیازهای مالی کسب و کارها در سطوح و انواع مختلف است؛ در واقع این شرکت تسهیلگر سرمایه است و برای این کار دو ابزار مهم دارد؛ تأمین مالی جمعی و جذب سرمایه کلان که تمرکز اصلی کارن کراد بر جمع‌آوری سرمایه‌های خرد یا به عبارتی همان تأمین مالی جمعی است که افراد سرمایه‌گذار می‌توانند از مبلغ ۵۰۰ هزار تومان به بالا در طرح‌های ارائه‌شده سرمایه‌گذاری کنند.

کارن کراد، اولین کارگزار رسمی تأمین مالی و سرمایه‌گذاری تحت حمایت و نظارت معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری است که به‌منظور آسان‌سازی فرایند جذب سرمایه، برای استارت‌آپ‌ها در تمامی حوزه‌ها تأسیس شده است. همچنین این شرکت برای اولین بار در کشور، مجوز تأمین مالی جمعی مبتنی بر مشارکت را از فرابورس اخذ کرده است. کارن کراد با هدف تسهیل ارتباط بین استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاران خطرپذیر حقیقی و حقوقی، این امکان را برای استارت‌آپ‌ها فراهم می‌کند تا با ثبت نام در سامانه و طی مراحل ارزیابی، در صورت تأیید به تعداد زیادی از سرمایه‌گذاران سامانه کارن کراد متصل شوند. در واقع کارن کراد کسب و کارها را بررسی و ارزیابی می‌کند و با برگزاری رویدادهای آنلاین و حضوری در حوزه سرمایه‌گذاری به بهبود روند سرمایه‌گذاری کمک می‌کند. همچنین در این سامانه، امکان دسترسی به فرصت‌های متعدد سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذاران فراهم شده است. از دیگر خدمات کارن کراد می‌توان به ارائه مشاوره‌های تخصصی در حوزه‌های حقوقی، مالی، کسب و کار، شبکه‌سازی، خدمات مشاوره عرضه‌یابی و خدمات آموزشی مانند برگزاری کارگاه‌های آموزشی و وبینار اشاره کرد.

تجربه لذت‌بخش تأمین مالی طرح سینما

صادقی با بیان اینکه کارن کراد سامانه‌ای نوپا و در حال شکل‌گیری است، می‌گوید در یک سال گذشته تمام تمرکزشان بر مباحث زیرساختی و جذب سرمایه بوده است؛ در واقع تلاش کرده‌اند سریع‌ترین بستر برای جذب سرمایه را فراهم کنند. او می‌گوید: «در یک سال گذشته ۲۰ مجموعه را تأمین مالی جمعی کرده‌ایم که تقریباً ۵۱ میلیارد تومان سرمایه از ۲۲۰۰ سرمایه‌گذار که فرصت سرمایه‌گذاری در کسب و کارها را داشته‌اند، جمع کرده‌ایم. از این مجموعه‌ها دو تیم به سرانجام رسیده‌اند و سود حاصل از تجارت خود را بین سرمایه‌گذاران تقسیم کرده‌اند که در شش ماه ۵۰ و ۱۹ درصد سود اعلامی داشته‌اند.»

البته یک مجموعه را هم در اسفندماه ۱۴۰۰ تأمین مالی جمعی کردیم که با احتساب آن، افتخار تأمین سرمایه مالی ۲۱ مجموعه را در رزومه خود داریم. از این ۲۱ مجموعه کسب و کاری که تأمین مالی شده‌اند، یک مجموعه مربوط به شرکت‌های خلاق و یک مورد هم در حوزه سینما بوده و ۱۹ مورد باقی مانده، همگی مربوط به شرکت‌های دانش‌بنیان بوده‌اند.»

طبق گفته‌های صادقی، تمام تلاش کارن کراد بر این است تا در آینده‌ای کوتاه، ظرف یک سال بتوانند برای بیش از ۳۰۰ میلیارد تومان طرح، منابع مالی جذب کنند که این مقدار می‌تواند به انواع متفاوتی از سرمایه‌گذاری‌هایی که بازدهی و توجیه اقتصادی لازم را دارند، اختصاص داده شود.

بسیست و پنجم تیرماه سال جاری طی مراسمی در سالن عباس کیارستمی بنیاد سینمایی فارابی تفاهم‌نامه همکاری میان این بنیاد، گروه پیشگامان کارآفرینی کارن و معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری جهت تأمین مالی جمعی فیلم‌های سینمایی امضا شد. مجموعه کارن کراد ورود به حوزه تأمین مالی سینما را با فیلم سینمایی بخارست آغاز کرد که روز امضای این تفاهم‌نامه تأمین مالی آن با مشارکت حدود ۲۱۵ سرمایه‌گذار به پایان رسید. طبق گفته‌های صادقی، سینما هم صنعت جذابی است که سعی کرده‌اند با حساسیت‌های ویژه و هوشیاری به سمت تأمین مالی آن بروند و پس از بررسی‌ها و برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده با بنیاد فارابی و معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در نهایت به امضای تفاهم‌نامه رسیده‌اند.

مدیر سرمایه‌گذاری کارن کراد درباره ورود این شرکت به حوزه سینما از تجربه خوب‌شان و بازدهی بالای این حوزه چنین اظهار می‌کند که این حوزه به‌دلیل اینکه مورد علاقه مردم است، بازدهی بالایی دارد و افراد به سرمایه‌گذاری در این حوزه تمایل زیادی نشان می‌دهند که با گزینش فیلم‌هایی که توجیه اقتصادی داشته باشند، می‌توان سود مردم را نیز تضمین کرد؛ «پروژه سینمایی ما توانست مؤلفه‌های اقتصادی سودزایی، هزینه‌گری و گزارش عملکرد را به خوبی شفافیت‌سازی و مدیریت کند.»

اگر این اکوسیستم خراب شود

با توجه به اینکه شما تجربه حضور در کشورهای دیگر را نیز دارید، آنها به چه شکلی از شرکت‌های نرم‌افزاری حمایت می‌کنند که اتفاقی که از آن صحبت می‌کنید، نیفتد؟

مثلاً وقتی در عمان شرکتی دارید و قرارداد می‌بندید، بانک ۸۰ درصد مبلغ قراردادتان به شما وام می‌دهد. این تسهیلاتی است تا مشکلی از بابت تجهیزات، جذب نیرو یا گرفتن جا نداشته باشید. برای اینکه همه از هم مطمئن هستند و بانک می‌داند اگر این قرارداد با شما بسته شده، حتماً پولتان را به موقع می‌پردازند و پول بانک هم قطعاً برمی‌گردد، بهره بانکی در آنجا قابل قیاس با ایران نیست و خیلی پایین‌تر است، ولی در ایران چطور است؟ می‌گردند شرکتی را پیدا کنند که آن قدر قوه و بنیه مالی داشته باشد که اگر نتوانستند سر وقت قسط قرارداد را بپردازند، پروژه نخوابد و پیمانکار از جیب خودش بتواند پول بگذارد و کار را پیش ببرد. البته احساس من این است که این مدل بیشتر برمی‌گردد به سابقه مقاطعه کاری‌های بزرگ. در راه‌سازی و سدسازی هزینه‌ها بسیار فرق دارد و بالاتر است. در نتیجه کارفرما دوست دارد با پیمانکاری کار کند که بسیار قدرتمند و پولدار باشد. همان ایده در فضای نرم‌افزاری پیاده می‌شود که اکثر شرکت‌های کوچکی هستند. دولت به دنبال این است که شرکت توانایی مالی خوبی داشته باشد و شرط می‌گذارند که شرکت رتبه یک داشته باشد و بزرگ باشد. این نوعی تناقض است که باعث می‌شود شرکت‌های کوچک همواره کوچک بمانند. من همیشه به این موضوع اشاره می‌کنم که در ایران شرکت‌های بزرگ، بزرگ به وجود می‌آیند و شرکت‌های کوچک نیستند که متوسط و بعد بزرگ می‌شوند. شرکت‌های کوچک اگر خیلی خوب باشند، نهایتاً در حد متوسط باقی می‌مانند. شرکت‌های بزرگ چطور به وجود می‌آیند؟ مثلاً فرض کنید یک وزارتخانه کارهای کامپیوتری دارد؛ یک شرکت تأسیس می‌کند و کارهایش را به همان می‌دهد یا بانکی می‌خواهد خدمات کامپیوتری ارائه دهد، خودش شرکت خدمات کامپیوتری ایجاد می‌کند. برایشان مهم نیست که گران‌تر دربیاید، بلکه مهم این است که اعتماد داشته باشند و زیر دست خودشان باشد و هر دستوری که می‌دهند، اجرا شود. از این مسئله احساس امنیت می‌کنند. در نتیجه شرکت‌های کوچک، در همان سطح باقی می‌مانند. مثل ماجرای مرغ و تخم مرغ است. الان ما در شرایطی قرار داریم که بازار فوق‌العاده خوبی در دنیا به علت نیازی که هست، وجود دارد. ولی نمی‌توانیم از این فرصت استفاده کنیم، مثل بسیاری از اوقات که نتوانسته‌ایم از فرصت‌ها بهره ببریم.

ما چهار هزار شرکت عضو در سازمان نظام صنفی رایانه‌ای داریم که حدود هزار شرکت در حوزه نرم‌افزار فعالیت می‌کنند و به شکل سفارشی یا آماده به تولید نرم‌افزار می‌پردازند. مثل درختی که کاشته می‌شود، زمان می‌برد که به نتیجه برسد. شرکت‌های نرم‌افزاری باید نرم‌افزار تولید کنند و برای اینکه بتوانند این کار را انجام دهند، باید نیرو تربیت کنند. برای اینکه بتوانند نیرو تربیت کنند، باید سابقه داشته باشند که بتوانند نیرو جذب کنند و پرورش دهند و آماده باشند تا بتوانند پروژه‌ای را انجام دهند. به علاوه باید بتوانند به موقع کار بگیرند و وقتی کار را گرفتند، بتوانند به موقع انجام دهند. در این صورت است که این درخت نتیجه می‌دهد. بعد از اینکه تعدادی کار انجام دادند، برندگان اعتبار پیدا می‌کند و می‌توانند پروژه‌های بزرگ‌تر انجام دهند. هر جای این مسیر که به مشکل برخورد کنند و صدمه ببینند، تمام زحماتشان از بین رفته و باید از اول

شروع کنند. مثلاً فناوری تغییر می‌کند و اینها باید از اول فناوری روز را بیاورند و نیرو آموزش دهند و... در نتیجه این حوزه یک مقدار نسبت به بسیاری از حوزه‌های فناوری پیچیده‌تر است، زیرا طرف حساب شما اشخاص هستند. هر جا که انسان‌ها وارد می‌شوند، معادلات را پیچیده‌تر می‌کنند. شما باید بسیار حواس‌تان به این موضوع باشد که آدم‌ها به روز باشند و روحیه و انگیزه‌شان از بین نرود و به کاری که در حال انجام است، صدمه نزنند. کافی است خسته و بی‌انگیزه باشند تا کار درست جمع نشود.

ظرف این سال‌ها بسیار شنیده‌ایم که می‌گویند تحریم‌ها برای ما نعمت بوده و سبب پیشرفت کشور شده است. شما تأثیر تحریم‌های داخلی و خارجی را به خصوص بر حوزه نرم‌افزار چه می‌دانید؟

آثار تحریم بسیار گسترده است و به نظر می‌رسد هر چه گذشت، بدتر هم شد. سال‌های ۹۴ و ۹۵ که موضوع توافق برجام مطرح بود، برای یک سال تمام هتل‌های تهران رزرو بود. خارجی‌ها آمده بودند و می‌خواستند شرکایی را در ایران پیدا کنند. حتی به خاطر دارم که رئیس جمهوری که در آن زمان همراه گروهی از شرکت‌ها آمده بود و در اتاق بازرگانی جلسه گذاشته بودند. ما هم شریکی پیدا کردیم که با یکدیگر کار کنیم؛ اما وقتی تحریم بدتر شد، همه این شرکت‌ها رفتند. تحریم‌ها نیز به مرور اضافه شدند و از ابتدا به این شکل نبود. الان حتی وقتی می‌خواهید یک چیز ساده برای کارتان بخرید، نمی‌توانید به‌سادگی این کار را انجام دهید، چون تحریم هستید. نمی‌دانم این تحریم‌ها در سطح کلان چه تأثیری می‌گذارد، اما می‌دانم بازار نرم‌افزاری را به شدت محدود کرده است.

ما از فضای دنیا جدا بودیم و با افزایش تحریم‌ها جدا تر شدیم و گویی در جزیره‌ای فعالیت می‌کنیم و وابسته شدیم به چیزهایی که می‌توانستیم در کتاب‌ها بخوانیم یا از طریق اینترنت دانلود کنیم. به همین علت یکسری کیفیات ضمنی از دست رفته‌اند که قابل کمی شدن و اندازه‌گیری نیستند. وقتی شما نمی‌توانید مکاتبه کنید، قرارداد ببندید و پول بگیرید، عملاً دست‌وپال‌تان بسته شده و امکان درآمدزایی بین‌المللی تا حد زیادی از بین رفته است. حتی نمی‌توانید آموزش ببینید یا با گذراندن مراحل تست، گواهی بین‌المللی دریافت کنید. همه اینها محدودیت‌هایی است که باعث می‌شود شرکت‌های نرم‌افزاری ایرانی کوچک شوند. همین امر به مهاجرت نیروهای متخصص دامن می‌زند. افرادی که با ارزش بودند، درس خوانده‌اند و برایشان هزینه شده و با ارزش‌تر هم شده‌اند و آماده تولید هستند، ولی از کشور می‌روند و نیروی کارشان در کشور دیگری مصرف می‌شود. تحریم روی بخش‌های بسیاری تأثیر گذاشته است. همان‌طور که پیش‌تر گفتم، باید حواس‌مان به روحیه و انگیزه کسی که در حوزه نرم‌افزار کار می‌کند باشد. این تحریم‌های آنها را نیز از بین می‌برد. بخش زیادی از محدودیت‌ها به مسائل مالی برمی‌گردد؛ مثلاً ما در نمایشگاه سبب حضور پیدا می‌کردیم و با شرکتی حرف می‌زدیم که احتمالاً از محصولات آنها در کار خودمان استفاده کنیم. طرف مقابل شروع به توضیح دادن می‌کرد. بعد وسط حرف‌هایش می‌پرسید شما کجایی هستید؟ تا می‌گفتم ما ایرانی هستیم، بدون هیچ توضیحی، حرف‌هایش را رها می‌کرد و می‌رفت.

در دوره‌ای من از طرف شرکت ایران رایانه عضو هیئت‌مدیره شرکت تحقیقات و توسعه صادرات نرم‌افزار ثناری بودم و

دو سال هم ریاست هیئت‌مدیره را بر عهده داشتم. وقت و انرژی بسیاری صرف شده بود تا شرکت‌ها در نمایشگاه‌های مختلف دنیا حضور پیدا کنند و با شرکت‌های گوناگون آشنا شوند و پارتنر تجاری خود را پیدا کنند. با افزایش تحریم‌ها، تمام اینها از بین رفت و شرکت‌ها حاضر نبودند با ایران کار کنند، زیرا اصل بیزینس‌شان به مخاطره می‌افتاد. حتی حساب‌های بانکی ما را در دوی بیکی‌یکی بستند.

این روزها تصمیمات عجولانه‌ای برای فضای مجازی و اینترنت آزاد گرفته می‌شود. ادامه یافتن این روند چه تأثیری بر صنعت تولید نرم‌افزار در کشور خواهد داشت؟

پایه اقتصاد دیجیتال، اینترنت است و اگر اینترنتی نباشد، اقتصاد دیجیتال هم معنا ندارد. اقتصاد دیجیتال در اکوسیستم تعریف می‌شود و وقتی اینترنت نباشد، اکوسیستم هم بی‌معنا می‌شود. شما نمی‌توانید یک اینترنت داخلی درست کنید و بگویید همه چیز اینجا هست و از همین استفاده کنید. خوب است که باشد، ولی حداقل در مورد نرم‌افزار می‌دانم که دنیا به هم وصل است، یعنی شما نمی‌توانید تکه‌ای از اکوسیستم را جدا کنید که خودش یک اکوسیستم دیگر شود و انتظار نوآوری و توسعه پایدار داشته باشید. این اکوسیستم زمانی زنده است و رشد می‌کند که به جاهای دیگر دنیا وصل باشد و اطلاعات و دانش منتقل شود. چیزی که در اقتصاد دیجیتال مطرح است، این است که گفته می‌شود وقتی شما دانشی را به وجود آوردید و آن را توزیع و ترویج کردید، می‌توانید بارها و بارها از آن استفاده کنید. در صورتی که در منابع دیگر این طور نیست. منابع محدود هستند و وقتی از آنها استفاده کنید، بالاخره روزی تمام می‌شوند. وقت، پول و تجهیزات نیز با محدودیت همراه‌اند، در حالی که دانش این چنین نیست. ولی ایجاد این دانش تنها در یک اکوسیستم پویا اتفاق می‌افتد. باید تعادل و ثباتی نیز وجود داشته باشد تا بتوان کار کرد و روی آن قیمت گذاشت. اگر محصول من هر روز یک قیمت داشته باشد، مشتری‌ام گیج می‌شود. اگر هر روز یک حقوق تعیین کنم، کارمند با مشکل مواجه می‌شود. اگر درآمد ثابت نداشته باشد که معمولاً این بی‌ثباتی با کاهش درآمد همراه است، مجبورم برنامه‌های کوتاه‌مدت اختیار کنم و از برنامه‌ریزی بلندمدت بازمی‌مانم. اینترنت در همه ارکان و برای همه بخش‌های اقتصادی مهم است. از کوچک‌ترین کسب‌وکارها مثل کسی که در خانه کیک می‌پزد و از بستر اینترنت برای فروش آن استفاده می‌کند تا سازمان بزرگی که در کل کشور با نیروهایش، مشتریانش و نمایندگان‌ش در ارتباط است و آنها را مدیریت می‌کند. متأسفانه این مسئله نیز در نظر گرفته نمی‌شود که وقتی چیزی به وجود می‌آید، نمی‌توانید بخشی از آن را از بین ببرید، چون با این کار تماش را نابود خواهید کرد. بازگشت به ابزارهای قدیمی جواب نمی‌دهد. وقتی شما سناریویی پیش خود می‌گذارید و به آینده فکر می‌کنید، اینترنت هم در آن حضور دارد و امکانش نیست که نباشد.

منظورتان این است که به جزئی از زندگی روزمره و جاری ما تبدیل شده است؟

بله، مثل اینکه از مردم بخواهند بدون برق یا آب زندگی کنند. شدنی نیست. می‌شود، ولی دیگر کیفیت سابق وجود ندارد. اینترنت حتی از اینها هم اساسی‌تر و تأثیرگذارتر است. البته اگر به دنبال اقتصاد دیجیتال باشیم، اگر نباشیم که هیچ.



درخواست CVS برای دریافت علائم تجاری مرتبط با ان اف تی در متاورس ورود برندگان داروخانه‌ای به متاورس

این روزها برندهای زیادی برای حضور در دنیای متاورس خود را آماده می‌کنند. کسب‌وکارهایی که اگرچه فعلاً اقدامات عملی چندانی از دستشان بر نمی‌آید که انجام دهند اما به نظر می‌رسد متوجه ظهور یک دنیای جدید تجاری شده‌اند. در همین رساتا سی‌وی‌اس (CVS) شرکت زنجیره‌ای توزیع داروی آمریکایی، برای فروش «کالا‌های مجازی قابل دانلود» در متاورس درخواست علائم تجاری داده است. CVS می‌خواهد به‌عنوان اولین داروخانه مجازی شناخته شود و در متاورس دارو، محصولات مراقبتی و بهداشتی عرضه کند. CVS قصد دارد فروش محصولات خود را با استفاده از ان اف تی‌ها انجام دهد.

نوا گینور، یکی از بنیان‌گذاران استارت‌آپ Parcel، به بلاک‌ورکز گفت که درخواست CVS نشان می‌دهد که شرکت‌های بیشتری به دنبال «برافراشتن پرچم خود در متاورس» هستند. می‌توانم بگویم این عمل‌گواه دیگری بر پیشروی برندها به سوی متاورس است. تمام برندهایی که با مشتری تعامل مستقیم دارند، صرف‌نظر از نوع صنعتی که در آن مشغول هستند، به متاورس به‌عنوان زمین دیگری برای جذب مشتری نگاه می‌کنند؛ بنابراین این شرکت‌ها در حال ابداع یک استراتژی متاورسی هستند. در واقع CVS نیز دارد به جمع خرده‌فروشان معروف، نایکی و والمارت، می‌پیوندد و مانند آنها برای علائم تجاری اسنیکرز هم سال گذشته هفت بار برای پتنت و علائم تجاری بر کالا‌های مجازی مانند لباس، کیف اسپرت و اکسسوری درخواست داد.

«جنا پیلگریم»، مدیرعامل استارت‌آپ بلاکچینی Rite Network، به بلاک‌ورکز گفت که افزایش درخواست برای ان اف تی یک سیگنال مثبت به بازار است. این نشان می‌دهد که برندها به رفتارها و گرایش‌های مردم توجه می‌کنند و استراتژی خود را بر آن اساس پیش می‌برند. به نظر من این اتفاق نوعی مشروعیت برای متاورس به وجود می‌آورد.



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



حضور ایلان ماسک
در توئیتر و نگرانی‌ها

مایک تیم هستیم

کارمندان توئیتر پس از اینکه ایلان ماسک قرارداد خرید ۴۴ میلیارد دلاری خود را امضا کرد، برای ابراز نگرانی در مورد معیشت خود و ابراز همبستگی به اپلیکیشن خود مراجعه کردند. یکی از مهندسان نرم‌افزار توئیتر پنجشنبه گذشته در توئیتر نوشت: «او یک سینک با خود آورد! من کاملاً انتظار دارم که او ۶۹ درصد ما را روز جمعه ساعت ۴:۲۰ بعد از ظهر اخراج کند.»

روز چهارشنبه ماسک قبل از گپ زدن با کارکنان کافی شاپ اداری (پرچ)، در حال حمل یک سینک وارد دفتر مرکزی توئیتر در سانفرانسیسکو شد. این میلیاردی که ثروتمندترین فرد جهان است، حداقل چهار مدیر ارشد از جمله مدیرعامل پاراگ آگراوال، اینسایدر و دیگران را روز پنجشنبه برکنار کرده است. طبق گزارش واشنگتن پست، ماسک قصد داشت نزدیک به ۷۵ درصد از ۷۵۰۰ نیروی کار توئیتر را اخراج کند، اما او این گزارش را رد کرد.

یکی دیگر از مهندسان نرم‌افزار توئیتر به شکل مستقیم‌تر انتقاد کرده و گفته است: «امیدوارم از قهوه خود در پرچ لذت برده باشید! فقط یک سؤال: آیا دیدن چهره افرادی که گفته بودید اخراج خواهید کرد، جالب بود؟» به گزارش بلومبرگ، در طول این جلسه یک ساعت به حدود ۴۰ کارمند توئیتر بود که ماسک رقم ۷۵ درصد اخراج کارکنان را رد کرد. سایر کارکنان توئیتر در انتقادات خود خلاق بودند، به طوری که یکی از آنها کارتونی را به اشتراک گذاشت که پرداخت ۳۸/۷ میلیون دلاری اخراج آگراوال را تحقیر کرد؛ «آیا کسی پاراگ را دیده است؟» در تصویر می‌بینیم که آگراوال کارتونی برای فرار از هواپیما با مارک توئیتر به چتر طلایی می‌رسد.

اخراج ویجایا گاد، رئیس حقوقی و سیاست‌گذاری و شون ادجت، مشاور عمومی نیز نگرانی‌هایی را برانگیخت. چندین کارمند این توئیتر را ریتوییت کرده‌اند که گفته است: «توئیتر دیگر پلتفرمی برای احترام به آزادی بیان نیست.» لارا کوهن، معاون بازاریابی گفته است: «من همکارانم را بسیار دوست دارم.» سایر کارمندان توئیتر از هشتگ «یک تیم» برای ابراز همبستگی استفاده کرده‌اند.



شماره ۷۱
۸ آبان ۱۴۰۱
سال دوم



حقوق من چقدر است؟

روندی که به تازگی به قانون تبدیل شده، نگرانی‌هایی را در شرکت‌های بزرگ و کوچک پدید آورده است؛ در این روند شرکت‌ها باید حتی در آگهی‌های استخدام خود، بازه پرداخت حقوق را به طور شفاف اعلام کنند

شرکتی هندی برای دستیابی به سود، کارمندان خود را تعدیل می‌کند
شکایت کارمندان از استعفای اجباری

وی سیوانکوتی، وزیر آموزش عمومی و کار در دولت ایالت کرالا در هند، در فیس‌بوک اعلام کرده که شرکت فناوری آموزشی بیجو ظاهراً دفتر تکنو پارک، تیرواناثپورام خود را تعطیل کرده و کارکنان خود را مجبور به استعفا می‌کند. او نوشته است: «در تکنو پارک کارکنان تیرواناثپورام از برنامه بایجو آمدند و با مسئولان دفتر سازمان رفاه کارکنان فناوری اطلاعات اکو و تکنو پارک با من ملاقات کردند. کارمندان شکایات زیادی از جمله از دست دادن شغل دارند. وزارت کار در این زمینه بازرسی جدی انجام خواهد داد.»
بیش از ۱۷۰ کارمندی که در این شعبه کار می‌کردند، ۲۵

در حالی که قوانین شفافیت مبلغ پرداخت هنوز در سراسر ایالات متحده اجرایی نشده، برخی کارشناسان معتقدند این موضوع به روند قدرتمندی در ماه‌ها و سال‌های آینده تبدیل خواهد شد، به ویژه اگر انتظارات در حال تحول کارکنان در نظر گرفته شود. بنابراین منابع انسانی شرکت‌ها باید همین حالا خود را برای وضعیت جدید آماده کنند.

نظرسنجی‌ای که اخیراً توسط تلنت دات کام از دو هزار کارمند انجام شده، نشان می‌دهد که ۹۸ درصد از جویندگان کار در شهر نیویورک می‌خواهند قبل از ارائه درخواست برای یک موقعیت شغلی، از میزان حقوق آن مطلع شوند. تحقیقات انجام شده در این هفته از مانستر نشان داد که همان درصد مورد توافق کارفرمایان باید محدوده حقوق و دستمزد را در آگهی‌های شغلی مشخص کنند. علاوه بر این، ۵۳ درصد گفته‌اند در صورت عدم شفافیت حقوق و دستمزد، برای شغلی درخواست نمی‌دهند. کارشناسان می‌گویند با وجود چنین تقاضایی در فضای استخدامی، کارفرمایان فشار برای شفافیت پرداخت‌ها را نادیده می‌گیرند.

◀ **آن قدرها که فکر می‌کنید، ترسناک نیست**
در حال حاضر، کارفرمایان در برخی ایالت‌های آمریکا یا مناطقی که شفافیت پرداخت‌ها مدون است، از قوانین عقب مانده‌اند. به عنوان مثال، قانون جدید شفافیت حقوق در شهر نیویورک از ابتدای نوامبر اجرایی می‌شود، اما طبق نظرسنجی تلنت دات کام، در حال حاضر تنها ۱۳ درصد از آگهی‌های شغلی در منطقه بزرگ شهر نیویورک، در همان ابتدا حقوق را افشا می‌کنند. در کالیفرنیا که قانون جدید شفافیت حقوق و دستمزد آن از ابتدای ژانویه ۲۰۲۳ اجرایی می‌شود، این عدد تنها ۱۳ درصد است. پارس پارکر، مدیر ارشد منابع انسانی در پیکور و ارائه‌دهنده مدیریت سرمایه انسانی جهانی می‌گوید کارفرمایان فارغ از اینکه در کجا فعالیت می‌کنند، باید آماده باشند تا در مورد مسائل شفافیت پرداخت با نیروی کار فعلی و آینده‌شان صحبت کنند. پارکر می‌گوید جدا از حمایت گسترده کارمندان و کاندیداهای شغلی، افزایش شفافیت در مورد پرداخت‌ها در عمل به اندازه روی کاغذ ترسناک نیست.

او می‌گوید: «اگر نسبت به دنیای جدیدی که در آن همه می‌دانند چه کسی چه حقوقی می‌گیرد، احساس نگرانی می‌کنید، این قابل درک است. اما من اینجا هستم تا بگویم صحبت در مورد مبلغ پرداختی آن قدر سخت نیست. در واقع این یکی از ساده‌ترین گفت‌وگوهاست.» پارکر می‌گوید این یکی از ساده‌ترین مسائل در پازل کلی استخدام و حفظ نیرو است و اشاره می‌کند که گفت‌وگوی بسیار پیچیده‌تر در واقع این است که چرا افراد با استعداد در وهله اول می‌خواهند برای شرکت شما کار کنند؟ او خاطرنشان می‌کند که در نظرسنجی اخیر از نزدیک به

اکتبر با وزیر کار ایالت، وی سیوانکوتی ملاقات کردند و به دنبال غرامت و دریافت حقوق معوق بودند. در فیس‌بوک، تکنو پارک تودی، پلتفرم رسانه اجتماعی کارکنان تکنو پارک گفته که مدیریت بیجو کارکنان را مجبور به استعفا می‌کند. گزارش‌ها حاکی از آن است که کارمندان از مدیریت خواستار پرداخت حقوق اکتبر ۲۰۲۲ در تاریخ اول نوامبر ۲۰۲۲، تسویه یکباره حقوق برای سه ماه آینده، از نوامبر ۲۰۲۲ تا ۳۱ ژانویه ۲۰۲۳ و همچنین پرداخت مرخصی کسب‌شده و تسویه کامل دستمزد متغیر (که برای هر کارمند اعمال می‌شود) هستند.



کارمندی که ویدئویی از کار خود در دفتر اپل منتشر کرده بود شغلش را از دست داد

اینجا همه چیز محرمانه است

شد، عنوان نکرده است.

اما بر اساس اطلاعاتی که درباره این غول فناوری وجود دارد، می دانیم که اپل قراردادهای سخت گیرانه در مورد عدم افشای اطلاعات شرکت دارد و کارمندان را از افشای انتشار اطلاعات محرمانه درباره شرکت به شدت باز می دارد. دامنه محرمانه بودن اطلاعات شرکت بسیار گسترده است و این احتمال وجود دارد که فیلم برداری در دفتر کار ممکن است آن قانون را نقض کرده باشد.

بون معتقد است که دیدن فعالیت افرادی از نژادهای مختلف در یک شرکت و در نقش های مهم حوزه فناوری، برای سایر افراد از تبارهای گوناگون بسیار مهم است و به افزایش اعتماد به نفس آنها کمک می کند. علت اینکه آن ویدئو را در تیک تاک خود به اشتراک گذاشته نیز همین بوده است.

بون به مجله ورج گفت: «تصور کنید که هیچ تولید کننده رنگین پوست یا زن آفریقایی تباری وجود نداشته باشد که در زمینه فناوری سمت مهمی داشته باشد. افراد زیادی مانند دختران دبیرستانی در تیک تاک وجود دارند. اگر آنها در معرض این اطلاعات نباشند، نمی دانند که گزینه های کاری گوناگون و متنوعی برای آنها وجود دارد.»

داستان بون جدیدترین نمونه از تیک تاکری در بخش فناوری است که به طور بالقوه با ترکیب زندگی خلاق و حرفه ای خود، موقعیت شغلی اش را به خطر می اندازد. میشل سرنا، کارمند حوزه فناوری نیز پیش تر به اینسایدر گفته بود که پس از اینکه منابع انسانی متوجه شد او از جلسه شرکت ویدئویی برای تیک تاک درست کرده، از شغل خود به عنوان سرپرست محصول در ویژنل گلوبال اخراج شد.

یک کارگر قراردادی اپل تنها یک ماه پس از انتشار یک تیک تاک فراگیر که نشان می داد او در دفتر این شرکت مشغول به کار است، شغل خود را در این شرکت از دست داد.

نایلا بون، یک کارمند فناوری و تیک تاکر فعال، گفت که به صورت قراردادی با اپل کار می کرده است. در ماه آوریل، او ویدئویی را منتشر کرد که در آن به فالوئرهایش نشان می داد بازگشت به دفتر کار به جای کار از راه دور چگونه است. این ویدئو بیش از ۴۰۰ هزار بار دیده شد. او می گوید که سعی دارد در پست های خود آموزش هایی را برای زنان آفریقایی تباری که مشاغل مرتبط با فناوری دارند، ارائه دهد.

بون می گوید ایجاد خودباوری در زنان آفریقایی تبار برای او اهمیت ویژه ای داشته است: «حدود ۸۰ درصد از فالوئرهای من یا افرادی که با من تماس می گرفتند و نظر می دادند، زنان آفریقایی تبار بودند. این برای من مهم بود که بتوانم با دیگر زنان آفریقایی تبار ارتباط برقرار کنم، تشویقشان کرده و به آنها بگویم که می توانند در این صنعت یا در سمت های مهم کار کنند.»

بون تعریف می کند که در ماه می به شکل غیرمنتظره ای کار خود را در اپل از دست داده و قراردادش تمدید نشده است. او در اکانت تیک تاک خود، پست هایی در این رابطه گذاشت و در آن از دست دادن ناگهانی شغلش به عنوان مدیر پروژه را توضیح داد. او به مدت ۱۵ ماه در آن جایگاه شغلی فعالیت می کرد. بون می گوید مدیر او قبلاً گفته بود احتمال بسیار کمی وجود دارد که قراردادش تمدید نشود.

نکته مهم اینجاست که این کارمند سابق اپل، در مصاحبه هایش حرفی از دلیل اخراجش نکرده و در ویدئوهای تیک تاک خود نیز علت اخراجش را تولید ویدئویی که پیش تر گفته

از یک کل فکر کنند.» کارفرمایانی که از این طریق شفافیت را پذیرفته اند، تعامل و حفظ نیروها را تقویت می کنند و در عین حال به طور مؤثرتری برای دسترسی و جذب افراد بسیار ماهر به رقابت می پردازند.

گام هایی که باید همین حالا بردارید

پارکر چند نکته را به رهبران منابع انسانی و کارفرمایان گوشزد می کند تا برای بحث آزاد با کارمندان در مورد شفافیت پرداخت آماده شوند.

او می گوید ابتدا باید با آموزش کارکنان رده بالا شروع کنید. برای جلوگیری از سردرگمی در رتبه ها، اطمینان حاصل کنید که مدیران از نتایج تحقیقات بازار

به موقع که توسط منابع انسانی یا در حالت ایده آل یک شخص ثالث بی طرف انجام شده، آنچه رقبا انجام می دهند، عرضه و تقاضای فعلی برای نقش های کلیدی و... آگاه اند. پارکر می گوید تا زمانی که رهبران نتوانسته اند به طور قانع کننده ای فلسفه پرداخت شرکت شما را به زبان خودشان توضیح دهند و از آن دفاع کنند، برنامه ای برای کل شرکت ارائه ندهید.

وی می افزاید: «بعضی از کارمندان فکر می کنند می توانند همه آنچه را که در مورد دستمزد منصفانه باید بدانند، در شبکه جهانی وب بیابند، اما نمی توانند. به کاندیداها یا کارمندان بگویید که چرا شرکت شما در این لحظه این مقدار حقوق را برای انجام این کار می پردازد. این جایی است که متخصصان منابع انسانی گوگل را شکست می دهند.»

او توضیح می دهد: «با توضیح فلسفه پرداخت شرکت، منابع انسانی می تواند به مردم اطمینان دهد که قصد سازمان برای جبران جدی است. شرکت نمی گوید که یک بخش کمتر از بخش دیگری مهم است. فقط می گوید برای موفقیت شرکت در بلندمدت، باید منابع محدود خود را متمرکز کند.» در نهایت پارکر بر این باور است که منابع انسانی باید بر کل پاداش ها دقیق شود تا پرداخت را در چشم انداز قرار دهد. او در این باره می گوید: «حقوق یک کارمند تنها یک جزء از کل است. زمانی که رهبران منابع انسانی در مورد حقوق و دستمزد صحبت می کنند، بیشتر مردم به چک حقوقی فکر می کنند که هر دو هفته یک بار با همه کسری ها در یافت می کنند. آنها فراموش می کنند که شرکت شان چقدر روی آنها سرمایه گذاری می کند؛ از مزایای سلامتی و تندرستی گرفته تا آموزش، یادگیری و موارد دیگر.»

زهاوی نتیجه می گیرد که حتی بدون قانون شفافیت حقوق در آینده نزدیک، کارفرمایان هوشمند جلوتر از منحنی خواهند بود. او می گوید: «یک بازار کار فشرده همراه با شفافیت بیشتر به این معنی است که کارفرمایان باید در رویکرد خود تجدید نظر کنند و خود را با بازار تطبیق دهند.»

شش هزار نیروی حرفه ای، متوجه شد که فرهنگ شرکت عامل شماره یک حفظ کارکنان است. با این حال اهمیت شفافیت پرداخت که می تواند راهی برای انتقال فرهنگ توسط کارفرمایان باشد، نفی نمی شود.

اعتماد ایجاد کنید

فرهنگ شرکت معانی متفاوتی دارد، اما یک مؤلفه کلیدی فرهنگ سالم، احساس ساده و قدرتمندی است که افراد هنگام حضور در محل کار دارند؛ «من اینجا هستم زیرا به حضور در این شرکت علاقه مندم، به کاری که انجام می دهیم ایمان دارم. تیم من اینجا به من نیاز دارد.»

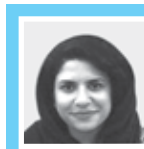
به گفته رونی زهاوی، مدیر عامل های باب (یک پلتفرم مدیریت منابع انسانی) چه آماده باشید، چه نه، شفافیت پرداخت روندی غیرقابل توقف است که آماده سازی شرکت برای آن توسط منابع انسانی انجام می شود. زهاوی این را پرسش را مطرح می کند که: «اگر از مدیران هر بخش انتظار می رود که در مورد فرایندهای پرداخت و نتایج آن با کارکنان خود ارتباط برقرار کنند، منابع انسانی باید چگونه از آنها حمایت کند؟ اگر کارفرمایان می خواهند

از فناوری برای کمک به شفافیت استفاده کنند، باید مسائلی مانند اینکه چه کسی از آن استفاده می کند، میزان دسترسی به آن و آموزش مورد نیاز را بررسی کنند. زهاوی می گوید: «پیمايش موفقیت آمیز قوانین شفاف سازی حقوق مستلزم صرفاً درج کردن حقوق در فهرست های شغلی نیست. اگرچه این امر می تواند به ایجاد اعتماد در کاندیداها کمک کند تا برند کارفرمایی شما را شفاف، مطمئن و عینی درک کنند.» زهاوی معتقد است متخصصان منابع انسانی باید بازار کار فعلی، تصویری که حقوق های ذکر شده به متقاضیان می دهد و تأثیر بالقوه آن بر کارکنان فعلی را در نظر بگیرند. به عنوان مثال، مشاغلی که به شدت به پاداشی غیر از حقوق متکی هستند، باید بر سایر مزایای کار تأکید کنند. او خاطرنشان می کند: «به این ترتیب، متقاضیان به طور خودکار فرصت را به دلیل دریافت دستمزد کم از دست نمی دهند.»

جزئی از یک کل

زهاوی می گوید در حالی که شفافیت پرداخت ها تلاشی برای حل مشکلات طولانی مدت نابرابری حقوقی در کنار چالش های دیگر است، اما تنها بخشی از پازل است و نمی تواند به خودی خود یک محل کار خوب برای کارمندان یا یک تجارت پررونق را برای کارفرمایان تضمین کند.

وی می افزاید: «رقابت برای جذب استعدادها همچنان شدید است، بنابراین توانایی ایجاد تمایز در فرهنگ و همچنین موضوعاتی که مستقیماً بر تجربه کارکنان تأثیر می گذارد، نقش کلیدی دارد. رهبران منابع انسانی باید در مورد قانون شفافیت پرداخت در محل کار به عنوان جزئی



ترانه احمد دوست

taraneh-ahmaddoust@yahoo.com



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



پایی جهانی ایجاد کند.»

بیجو در حال حاضر ۲۲ میلیارد دلار ارزش دارد. این شرکت حدود ۵۰ هزار کارمند دارد و انتظار می رود ۵ درصد از تعداد کارکنان خود، یعنی ۲۵۰۰ نفر را به صورت مرحله ای برای تعدیل نیروی کار اخراج کند تا در سال مالی ۲۰۲۳ به سوددهی برسد.

این استارت آپ با ارزش ترین استارت آپ ادتک است که در سال ۲۰۱۱ توسط بیجو و رابیندرن تأسیس شد و توسط مارک زاکربرگ، بنیان گذار فیس بوک و شرکت هایی مانند تایگر گلوبال و جنرال آتلانتیک تأمین مالی می شود.

در ۱۲ اکتبر بیجو اعلام کرد که قصد دارد تا مارس ۲۰۲۳ به سوددهی برسد. شرکت فناوری آموزشی تحت حمایت تایگر گلوبال در سپتامبر به دلیل افزایش هزینه های تبلیغات و نیروی کار، برای سال مالی ۲۰۲۱ ضرر ۴۵۸۸ کرور روپیه را ثبت کرد.

دیویا گوکولنات، یکی از بنیان گذاران بیجو گفت: «ما مسیری برای سودآوری طراحی کرده ایم که می خواهیم تا مارس ۲۰۲۳ به آن برسیم. ما آگاهی از برند قابل توجهی را در سراسر هند ایجاد کرده ایم و زمینه برای بهینه سازی بودجه بازار یابی و اولویت بندی هزینه ها به گونه ای وجود دارد که در



حملات سایبری به خرده‌فروشان اعتبار برندها در معرض خطر

کاروسل، بازار آنلاین مستقر در سنگاپور، فعلاً آخرین کسب‌وکار خرده‌فروشی است که مورد حمله سایبری قرار گرفته است. بر اساس گزارشی که توسط استریپس تایمز منتشر شده، پایگاه داده حساب‌های کاربری آن دزدیده شده و برای فروش در دارک وب به قیمت ۱۰۰۰ دلار سنگاپور فهرست شده است.

این شرکت به کاربران خود اطمینان داد که هیچ اطلاعاتی در مورد کارت اعتباری یا پرداخت در معرض خطر قرار نگرفته است. گزارش شده که این افشاسازی حاوی نام کاربری، نام و نام خانوادگی، آدرس ایمیل، شماره تلفن همراه و کشور مبداء افراد و همچنین تاریخ ایجاد حساب کاروسل و تعداد فالوئرهای آنهاست.

اخیراً موجی از حملات سایبری، بخش خرده‌فروشی منطقه آسیا و اقیانوسیه را هدف قرار داده است، به طوری که کسب‌وکارهای استرالیایی مانند تلسترا، اپتوس، مای دیل و وینوموفو نیز در این ماه مورد حمله هک‌های سرکش قرار گرفته‌اند. آرون بوگال، مهندس راه‌حل‌های جهانی در گروه سوفوس، به اینسایدر ریتیل گفت: «ما اخیراً شاهد افزایش حملات سایبری بوده‌ایم و این به نوعی اتفاق خوبی است، زیرا این موضوع را به طور گسترده‌ای مورد توجه عموم قرار می‌دهد.» بوگال گفت گروه سوفوس، یک شرکت نرم‌افزار امنیتی و سخت‌افزار مستقر در بریتانیا، اغلب شاهد نگرش سهل‌انگاران در مورد امنیت سایبری کسب‌وکارها بوده است؛ «می‌شد از بسیاری از این حملات سایبری پیشگیری کرد. مجرمان سایبری فرصت طلب هستند و اگر پنجره‌ای باز ببینند، از این فرصت استفاده می‌کنند. بنابراین بسیار مهم است که کسب‌وکارها مطمئن شوند امنیت سایبری آنها تحت کنترل است.» به گفته بوگال، اگر کسب‌وکارها امنیت سایبری خود را افزایش ندهند، چیزی بیش از پرداخت باج برای نگرانی خواهند داشت. همان طور که آخرین موج حمله‌های سایبری نشان می‌دهد، آسیب به شهرت برندهای خرده‌فروشی می‌تواند ویرانگر باشد و اگر مشتریان احساس کنند که به اعتمادشان خیانت شده، آن برندها ترک خواهند کرد.



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم



امسال حواس تان به محیط زیست باشد

روندهای خرده‌فروشی در سال ۲۰۲۳ شامل چه چیزهایی می‌شود؟

بهره‌برند تا روش‌های پرداخت انعطاف‌پذیر، گزینه‌های تحویل در خانه و برنامه‌های وفاداری را ارائه دهند (مثلاً فروشگاه‌هایی به سبک آمازون). خرده‌فروشان آنلاین نیز همزمان می‌توانند در مورد ایجاد روابط شخصی با مشتریان و ارائه تجربه‌های خرید فراگیر از خرده‌فروشان فروشگاه‌های بیاموزند. در سال ۲۰۲۳، اتخاذ این طرز فکر ترکیبی یک استراتژی کلیدی برای خرده‌فروشان خواهد بود که به دنبال ایجاد آگاهی از برند و وفاداری مشتری هستند.

خرده‌فروشان را قادر می‌سازد تا اطلاعات زیادی درباره ما به دست آورند، زیرا رفتار مشتری را ردیابی می‌کنند و آن را با داده‌های منابع آنلاین دیگر ترکیب می‌کنند تا نمای دقیقی از اینکه مشتریان چه کسی هستند و از تجربیات خریدشان چه انتظاری دارند، ترسیم کنند.

در عین حال، خرید آفلاین به این معنی است که می‌توانیم همان چیزی را که نیاز داریم، دریافت کنیم (البته اگر فروشگاه باز باشد) و این تجربه ملموسی به ما می‌دهد که بتوانیم قبل از خرید محصولات را ببینیم، حس کنیم و حتی بچشیم یا بو کنیم.

بر این اساس، خرید ترکیبی در مورد گردآوری بهترین‌های هر دوی این دنیاها - چه آنلاین یا آفلاین - برای مشتری است که همه گزینه‌های جذاب برای مشتری را حفظ می‌کند. این در مورد خرید آفلاین بدان معناست که وقتی وارد فروشگاه می‌شویم، مشخص شود که ما چه کسی هستیم و چه می‌خواهیم، درست همان طور که یک خرده‌فروش الکترونیکی وقتی به وب‌سایتش می‌رسیم به این درک می‌رسد. در دنیای خرده‌فروشی آنلاین، این به معنای توسعه روش‌هایی برای ارائه همان تجربه‌های خرید ملموسی است که در دنیای واقعی از آن لذت می‌بریم. این می‌تواند از طریق فناوری نوآورانه‌ای باشد که امکان شخصی‌سازی یا ارائه راه‌حل‌های واقعی مجازی و واقعیت افزوده را فراهم می‌کند.

فروشگاه‌های آفلاین می‌توانند از نوآوری‌های خرده‌فروشان آنلاین در مدیریت تدارکات و موجودی

به نظر می‌رسد چشم‌انداز اقتصادی بسیاری از نقاط جهان در سال آینده تا حدودی تیره‌تر خواهد بود. خرده‌فروشی به طور سنتی جزء اولین صنایعی است که دست‌انداها را در جاده احساس می‌کند. این احتمالاً باعث درس‌های بیشتری برای خرده‌فروشان دارای فروشگاه‌های فیزیکی می‌شود که هنوز در دوره بهبودی پس از اختلال ناشی از همه‌گیری کووید ۱۹ به سر می‌برند. اما خرده‌فروشان آنلاین نیز با چالش‌هایی مواجه‌اند تا به مسیر نوآوری خود ادامه دهند و اطمینان حاصل کنند که درآمد محدودتر مشتریان همچنان به سمت آنها سرازیر می‌شود.

افزایش تورم، هم قیمت کالاهای مورد نیاز روزمره مانند خواربار و پوشاک را افزایش داده و هم کالاهای لوکس در معرض افزایش هزینه‌ها قرار گرفته‌اند. در عین حال اختلال در زنجیره تأمین تأثیر منفی بر عملیات دارد، زیرا ذخایر کم است و برخی خرده‌فروشان را تشویق می‌کند تا قیمت‌ها را حتی بیشتر افزایش دهند. راهکار مناسب چیست؟ از قدرت و پتانسیل فناوری استفاده کنید تا راه‌های جدید و هیجان‌انگیزی برای جست‌وجو، خرید و صرفه‌جویی در اختیار مشتریان قرار دهید. خرده‌فروشان با روش‌های نوآورانه آنلاین و آفلاین به فناوری روی می‌آورند. بنابراین در اینجا مروری بر برخی از روندهای برتر در سال ۲۰۲۳ داریم.

جریان‌های ترکیبی

خرید آنلاین بسیار راحت است، زیرا می‌توان آن را از هر کجا و در هر زمان انجام داد و تقریباً هر چیزی را بدون نیاز به ترک خانه در دسترس ما قرار می‌دهد. همچنین



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

مصرف‌کنندگان آگاه، عادات

خرده‌فروشی‌ها را تعریف می‌کنند برای عملکرد موفق در خرده‌فروشی در سال ۲۰۲۳، کسب‌وکارها باید به سازگاری خود با این واقعیت ادامه دهند که محور تصمیم‌گیری‌های مصرف‌کننده برای خرید به طور فزاینده‌ای حول مسائل اخلاقی، زیست‌محیطی و پایداری می‌گردد.

از هر سه خریدار، دو نفر تمایل شدیدی دارند که بدانند محصولات و خدماتی که می‌خرند، به روشی سازگار با محیط زیست توسط سازمان‌هایی با حاکمیت اصول محیطی، اجتماعی و قوی تولید می‌شوند. سازمان‌هایی که با موفقیت خود را با این روند سازگار می‌کنند، متوجه می‌شوند که به سرعت پیوندهایی قوی از اعتماد و وفاداری با مشتریان خود ایجاد می‌کنند و در عین حال اغلب عملیات و فرایندهای کارآمدتری را نیز توسعه می‌دهند. این را می‌توان با کاهش هدررفت مرتبط با بسته‌بندی اضافی و کاهش مصرف کلی انرژی به دست



کاهش فروش در بریتانیا، خرده‌فروشان را سردرگم کرده است

عواقب خطرناک افزایش قیمت‌ها

در نظرسنجی قصد دارند اقداماتی را برای رفع مشکلات برنامه‌ریزی موجودی قبل از فصل تعطیلات انجام دهند. چنین اقداماتی شامل آزمایش خطوط تولید جدید، فرایندهای داخلی مانند بررسی بیشتر موجودی‌ها و سفارش کمتر است. این مطالعه نشان داد که ۱۷ درصد به دنبال سرمایه‌گذاری در سیستم‌های مبتنی بر فناوری برای کمک به بهینه‌سازی موجودی‌ها و برنامه‌ریزی برای سفارش‌ها هستند. دفتر آمار ملی بریتانیا فاش کرد که حجم خرده‌فروشی این کشور در ماه گذشته ۴/۱ درصد کاهش یافته است. اقتصاددانان پیش‌بینی کرده بودند فروش خرده‌فروشی تنها ۵/۸ درصد در ماه کاهش می‌یابد، اما آمار به‌طور قابل توجهی بدتر از حد انتظار بود. بر اساس مدل‌سازی داده‌ها، این اتفاق در بحبوحه جهش ۱۴/۵ درصدی قیمت مواد غذایی در سپتامبر رخ داد که بزرگ‌ترین افزایش قیمت ثبت‌شده از سال ۱۹۸۰ تا کنون بود.

افت فروش در تمام بخش‌های اصلی خرده‌فروشی مشاهده شده و کاهش فروش در فروشگاه‌های مواد غذایی بیشترین سهم را داشته است. دفتر آمار ملی گفته فروشگاه‌های غیرغذایی که شامل مغازه‌های مد و لوازم خانگی نیز می‌شوند، ۶/۰ درصد کاهش فروش را برای ماه گذشته ثبت کرده‌اند. افزایش ۱/۰ درصدی فروش بودند که ناشی از تقاضا برای کفش بود. در همین حال، خرده‌فروشی‌های غیرفروشگاهی که عمدتاً آنلاین هستند، شاهد کاهش ۳ درصدی در حجم فروش بودند، اگرچه میزان فروش‌شان همچنان به‌شدت بالاتر از سطح قبل از همه‌گیری است.

کمتر از ۱۰ هفته تا کریسمس باقی مانده و این یک دوره مهم و طلایی برای خرده‌فروشان خواهد بود که معمولاً در این زمان از سال از فروش لذت می‌برند. بسیاری از خرده‌فروشان برای تخلیه مازاد موجودی در انبارهای خود، به‌ویژه در بلک فرایدی و سایبر ماندی، به تقاضای مصرف‌کنندگان متکی خواهند بود.

در بریتانیا کسب‌وکارهای کوچک می‌ترسند به دلیل کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده، مجبور شوند تا قبل از کریسمس قیمت‌ها را کاهش دهند. یک نظرسنجی از ۲۵۰ مالک شرکت‌های کوچک و متوسط نشان داد که ۴۵ درصد آنها کالاهای مازادی دارند که از فروش آنها ناامید شده‌اند.

۵۹ درصد اذعان کرده‌اند که اگر نتوانند موجودی مازاد خود را بفروشند، عواقب خطرناکی گریبان کسب‌وکارشان را خواهد گرفت. خرده‌فروشان کوچک علاوه بر کاهش قیمت محصولات، احتمالاً به ارائه رایگان برخی محصولات با خریدهای دیگر نیز متوسل می‌شوند. تحقیقات بیشتر روی دو هزار بزرگسال که کریسمس را جشن می‌گیرند، نشان داد که ۴۱ درصد آنها منتظر تخفیف قبل از تعطیلات کسب‌وکارها هستند.

این مطالعه همچنین نشان داد که صاحبان مشاغل با موجودی مازاد تخمین می‌زنند که موجودی ۱۹ درصد از کل موجودی آنها را تشکیل دهد که ارزش آن تقریباً ۶۶ هزار پوند است. بنابراین قابل درک است که ۵۹ درصد از آنها از پیامدهای این امر بر جریان نقدی شرکت خود نگران باشند. همچنین ۴۵ درصد از آنها می‌ترسند که چاره‌ای جز نقد کردن بسیاری از کالاهای اضافی خود نداشته باشند. بخشی از دلیل این وضعیت نگران‌کننده رایج برای کسب‌وکارهای کوچک این است که پیش‌بینی تقاضا و فروش مشتریان در بازاری که به‌عنوان بازار در حال نوسان توصیف می‌شود، دشوار است.

۷۰ درصد از آنهایی که دارای موجودی اضافی هستند، اعتراف کرده‌اند که عملاً برایشان غیرممکن است بدانند در ماه‌های آینده به چه مقدار موجودی نیاز دارند. این عدم اطمینان احتمالاً تا حدودی ناشی از تلاش ناموفق برای پیش‌بینی تقاضا در طول همه‌گیری کرونا بوده است. ۶۲ درصد نیز اعلام کرده‌اند تقاضای آنلاین انباشته به دلیل بیماری همه‌گیر عامل اصلی خرید موجودی مازاد در وهله اول بود. با این حال ۴۱ درصد از همه صاحبان مشاغل

شناخته‌شده‌ای هستند که یا در متاورس حضور دارند یا اعلام کرده‌اند که قصد دارند در این فضا حضور پیدا کنند. واقعیت مجازی بخش بزرگی از متاورس است که فراگیرترین روشی را که در حال حاضر برای اتصال به این دنیاها برای مصرف‌کنندگان در دسترس است، فراهم می‌کند. این فناوری و فناوری مرتبط با واقعیت افزوده (هر دو به نمایشگرهای روی سر متکی هستند) از طریق نوآوری‌هایی مانند روند اتاق رختکن مجازی که در طول سال ۲۰۲۳ نیز رواج بیشتری خواهد یافت، به صنعت خرده‌فروشی وارد می‌شوند. خرده‌فروشان از جمله هوگو بوس، و المارت و آمازون به مشتریان این امکان را می‌دهند که به صورت مجازی لباس را با استفاده از نمایش دیجیتال خود امتحان کنند. این روند مبتنی بر استفاده قبلی از واقعیت افزوده توسط شرکت‌هایی مانند آپکیا و هوم دیپات است که به ما امکان می‌دهد ببینیم مبلمانی که آنها می‌فروشند، در خانه‌های خودمان چگونه خواهد بود. از آنجا که مشتریان به دنبال راه‌های همه‌جانبه‌تر و سرگرم‌کننده‌تر برای خرید و خرج کردن پول هستند، می‌توان انتظار داشت که شرکت‌های بیشتری این فناوری‌ها را اتخاذ کرده و به نوآوری خود در سال ۲۰۲۳ ادامه دهند.

خرید و تحویل بدون پول نقد و تماس

این روند نیز حول محور همگرایی نوآوری‌های هیبریدی و اومنی چنل می‌چرخد، اما بر تجربه بسیار مهم لست‌مایل خرده‌فروشی تمرکز دارد. مصرف‌کنندگان خواستار ساده‌سازی و کارآمدی بیشتر در نحوه پرداخت هزینه کالاها و خدمات و نحوه دسترسی به آنها هستند. روندهای ساده‌ای مانند «خرید آنلاین، تحویل در فروشگاه»، «خرید آنلاین، مرجوع کردن در فروشگاه» و «خرید آنلاین، تحویل در محل» به سرعت به‌عنوان استانداردهای مورد انتظار مشتری شناخته می‌شوند. هوش مصنوعی و تجزیه و تحلیل پیشرفته با خودکار کردن فرایندهای مدیریت موجودی پیچیده مورد نیاز، این امکان را فراهم می‌کند. برای روش‌های جدید تحویل، خودمختاری ضروری است. خرده‌فروشان به‌طور فزاینده‌ای در حال اجرای آزمایشی و استقرار آن در دنیای واقعی هستند. به‌عنوان مثال، استارشیپ از زمان شیوع بیماری همه‌گیر، تقاضای بی‌سابقه‌ای را برای ربات‌های تحویل‌دهنده خود تجربه کرده است. آنها تاکنون بیش از ۱۰۰ هزار تحویل مستقل را در بریتانیا، ایالات متحده آمریکا و اروپا تکمیل کرده‌اند. خرده‌فروش چینی، «جی‌دی دات کام» ناوگان وسایل نقلیه تحویل خودران را اداره می‌کند و ربات‌های تحویل‌دهنده آمازون در شهرهای ایالات متحده، از جمله ایروین، کالیفرنیا، آتلانتا، جورجیا و تنسی به یک امکان رایج تبدیل شده‌اند. علاوه بر افزایش کارایی، با کاهش نیاز به اتکا به تحویل پرهزینه پیک دستی برای انجام لست‌مایل، خودکار کردن این مرحله از فرایند به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد تا تولید کربن خود را کاهش دهند، زیرا خودروها معمولاً الکتریکی هستند و می‌توانند با منابع تجدیدپذیر مانند انرژی خورشیدی، انرژی مورد نیاز خود را تأمین کنند. با این حال مدیریت این جابه‌جایی به روشی اخلاقی، با توجه به تأثیری که بر زندگی هزاران نفر از رانندگان حمل‌ونقل انسانی خواهد داشت، چالشی است که خرده‌فروشان در سال آینده با آن مواجه خواهند شد.

آورد. خرده‌فروش کره‌ای «کوپانگ» نمونه خوبی از شرکتی است که بسته‌بندی را از ۷۵ درصد تحویل‌های خود حذف کرده و در نتیجه شاهد افزایش وفاداری به برند و کاهش هزینه‌های لجستیکی بوده است. همان‌طور که بیشتر از ماهیت بحرانی تهدیدات پیش روی محیط زیست و سیاره خود آگاه می‌شویم، فناوری شرکت‌ها را قادر می‌سازد راه‌حل‌های جدیدی برای این مشکلات بیابند و آنها را به روشی شفاف و پاسخگو عملی کنند.

شخصی سازی روند خرید مشتری

«استیج فیکس» یک خرده‌فروش مد مستقر در کالیفرنیاست که از الگوریتم‌ها و نظرسنجی‌های آنلاین برای انتخاب لباس‌هایی استفاده می‌کند که از نظر تئوری، کاملاً با سلیقه مشتریان و همچنین اندازه آنها مطابقت دارد. غول جهانی پوشاک ورزشی، نایکی، سرویس نایکی بای یو (نایکی با شما) راه‌اندازی کرده که به هر کسی اجازه می‌دهد یک جفت کفش ورزشی کاملاً سفارشی که کاملاً با سلیقه شخصی خود مطابقت دارد، سفارش دهد. اینها هر دو نمونه‌ای از برندهای سبک زندگی هستند که به دنبال سرمایه‌گذاری بر تقاضای فزاینده برای محصولات شخصی‌شده و منحصربه‌فرد هستند که منعکس‌کننده شخصیت یا حس فردی مشتری از سبک زندگی است.

این روند فقط در مورد محصولات مرتبط با مد و کفش صدق نمی‌کند. مشاهده شده است که مصرف‌کنندگان در طول مسیر خرید و مصرف به شخصی‌سازی پاسخ مثبت می‌دهند؛ از فروش و بازاربایی که در پورتال‌های ایمیل و تجارت الکترونیکی توصیه‌های شخصی‌سازی شده ارائه می‌دهند تا افزایش فروش و پشتیبانی پس از فروش. کسب‌وکارهایی که در سال ۲۰۲۳ این روند را با موفقیت پیش ببرند، خواهند فهمید که چگونه می‌توانند با استفاده از تعداد بی‌شماری از داده‌هایی که امروزه

در دسترس آنهاست، محصولات و خدماتی ایجاد کنند که به صورت ویژه یا منحصربه‌فرد برای افراد طراحی شده‌اند. آنها با ایجاد نقاط شخصی‌سازی شده به مشتریان این احساس را می‌دهند که نه فقط با افرادی مانند آنها، بلکه به‌طور منحصربه‌فردی با خودشان در ارتباط هستند. استفاده از فناوری برای فعال کردن «شخصی‌سازی در مقیاس گسترده» کلید سرمایه‌گذاری در این روند است.

واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و متاورس

بر اساس تحقیقات اخیر، مصرف‌کنندگان امروزی بیش از هر چیز دیگری آرزوی تجربه کاربری خوب دارند. این به معنای ارائه خدمات عالی به شیوه‌ای بدون دردسر، کارآمد، ثابت و به‌یادماندنی است. به همین دلیل است که در مورد مفهوم متاورس هیجان زیادی وجود دارد؛ محیطی همه‌جانبه، ملموس و دیجیتالی که در آن کاربران می‌توانند در یک پلتفرم ثابت کار، بازی و خرید کنند. اگرچه هیچ‌کس دقیقاً مطمئن نیست که متاورس در نهایت چه شکلی به خود خواهد گرفت، اما خرده‌فروشان آن را با اشتیاق به‌عنوان یک کانال جدید و هیجان‌انگیز که از طریق آن می‌توانند با مشتریان ارتباط برقرار کرده و تجارت کنند، پذیرفته‌اند. آدیداس، نایکی، تامی هیلفیگر، سامسونگ و بربری از جمله نام‌های



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم





پیشرفت‌های عظیمی در چگونگی ذخیره و بررسی داده‌ها به دست آمده است

عصر ارتباطات و رسانه‌داده‌ها

بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵ داده‌های جمع‌آوری، تولید و تکثیر شده در سطح جهانی به میزان ۱۶۰۰ درصد افزایش خواهد یافت. برای نخستین بار بخش قابل توجهی از داده‌ها به «منبع‌باز» و در دسترس هر کسی تبدیل می‌شود. پیشرفت‌های عظیمی در چگونگی ذخیره و بررسی داده‌ها به دست آمده و اینک حتی مالکیت اطلاعات در بلاکچین قابل رهگیری است. سواد رسانه‌ای مردم و رسانه‌ها در حال افزایش است و آنها از کاستی‌های اجتماعی ناشی از جریان جاری رسانه (رسانه متصل؛ Connected Media) آگاه می‌شوند. ویژگی‌های موج جدید رسانه را که به نام رسانه‌داده (Data Media) شناخته می‌شود، می‌توان چنین برشمرد:

● **شفافیت:** کاربرانی که سواد اطلاعاتی دارند خواهان دریافت داده‌های شفاف از منابع معتبر و واقعی هستند. اگر منبعی قابل تکیه نباشد، کاربران درخواست بررسی محدودیت‌های روش شناسی یا سوگیری‌های احتمالی را می‌دهند.

● **قابلیت ارزیابی و اعتماد:** چگونه از درستی داده‌های نمایش داده‌شده آگاه می‌شویم؟ رسانه‌ها به شکلی فزاینده در تلاش برای ابراز درستی اطلاعات و منابع آنها هستند.

● **تمرکززدایی و وب ۳:** هر کس قادر به بهره‌برداری از حجم زیادی از داده‌های همگانی است. می‌توان گزارش‌ها، تحلیل‌ها، طرح‌ها و دیدگاه‌ها را از مجموعه روبه‌رشد بازیگران به دست آورد، وب ۳ و بلاکچین امکان سنجش قابلیت اعتماد، استناد و مالکیت محتوا را می‌دهد. به این ترتیب امکان حذف واسطه‌ها که اغلب شرکت‌های فناوری بزرگ هستند، فراهم می‌شود و کاربران می‌توانند بی‌واسطه از محتوای خود درآمد کسب کنند.

● **داستان‌سرایی داده:** رشد سواد اطلاعاتی و انفجار داستان‌سرایی بر پایه داده، در کنار شنیداری و دیداری کردن داده‌ها رویکردی بنیادین است که درک حجم بزرگی از داده‌ها را

منطقی می‌کند. ● **اقتصاد تولیدکننده داده:** داده‌های همگانی شده و افزایش داستان‌سرایی نقطه تلاقی ایجاد یک زیست‌بوم جدید برای نویسندگان روایت‌های مبتنی بر داده است. ● **زیست‌بوم باز:** همان‌گونه که منبع‌باز صنعت نرم‌افزار را دگرگون کرده، شاهد در دسترس قرار گرفتن روزافزون اطلاعات خواهیم شد. ممکن است با انتشار داده‌ها انگیزه‌های خصوصی نگاه‌داشتن آنها در فضای باز تغییر کند تا دیگران قادر به استفاده، ترکیب و انتشار باشند.

● **داده و دیدگاه:** رسانه‌داده‌ها نسبت به حقایق موجود دیدگاهی جانب‌دارانه دارند، اما این جانب‌داری کمتر درباره نکته‌سنجی، سوگیری، چرخش و چگونه فکر کردن دیگران است و بیشتر درباره آن است که به گروهی با سواد اطلاعاتی اجازه دهد خودشان به حقایق دسترسی داشته و دیدگاه‌های متفاوت درباره آنها را توسعه دهند.

● **استانداردهای جهانی داده:** از آنجا که داده‌ها همچنان در حال تکثیر هستند، نشانه‌دار کردن و یکپارچه‌سازی آنها در صورت امکان بسیار مهم خواهد بود و این روند به پیدایش استانداردهای جهانی منجر می‌شود که برقراری ارتباط با آن را آسان‌تر می‌کند.

اما در کنار همه این موارد مناسب است که انتظارات خود از رسانه نوپدید را روشن کنیم و دست‌کم بدانیم که رسانه‌داده چیست؟ رسانه‌داده بر ساخته کارشناسان حزبی نیست که در یک برنامه خبری با یکدیگر مجادله کنند، اخبار ساختگی و داده‌های نادرست یا طعمه کلیک نیست؛ رسانه‌داده فضایی برای پژواک و تقویت سوگیری‌ها نیست. از آنجا که داده‌ها نیز ذهنی نیستند، احتمال کمتری برای سانسور آنها به روش‌های امروزی وجود دارد. داده‌ها کامل نیستند، اما قادر هستند به جامعه ما در تغییر مکالمه‌ها و سازنده‌تر و فراگیرتر شدن آنها کمک کنند.



امواج رسانه از نخستین جوامع بشری تا امروز

شکل غالب ارتباطات هر چند گاه یک بار تحت تأثیر دگرگونی‌های فناوری تغییر می‌کند

در دنیای به‌هم‌پیوسته امروزی با حرکت انگشتان خود بلادرنگ به انبوهی اطلاعات دسترسی داریم، گرچه از دیدگاه تاریخی اوضاع همواره چنین نبوده است. سفری کوتاه در زمان به اندازه ۲۰ سال و بازگشت به سال ۲۰۰۲ ما را در مقابل مردمانی قرار می‌دهد که بیشتر آنها همچنان در روزنامه‌ها یا اخبار شبانگه‌ای به دنبال اخبار و در تلاش برای جبران خلاء اطلاعات بودند.

بخش بزرگی از آن زمان گوگل در تلاش برای گرفتن سهم خود از بازار موتورهای جست‌وجو و پس از Yahoo و MSN قرار داشت، در حالی که MySpace و Friendster نسخه‌های اولیه عملیاتی از رؤیای ارتباط آنلاین بودند (آنگاه که هنوز خبری از فیس‌بوک، یوتیوب، توئیتر و ایفون نبود).

شکل غالب ارتباطات هر چند گاه یک بار بر پایه دگرگونی‌های فناوری تغییر می‌کند. به نظر می‌رسد که این دگرگونی‌ها در طول زمان شتاب می‌گیرد و با پیشرفت فناوری نیز همسو می‌شود. بر این اساس چندین موج رسانه را می‌توان معرفی کرد:

● **رسانه‌های نخستین (بیش از ۵۰۰۰ سال):** دورانی که انسان‌ها تنها می‌توانستند پیام خود را با فعالیت‌های انسانی منتشر کنند. گفتار، پیام‌رسانی شفاهی و متون دست‌نویس رایج‌ترین رسانه انتقال پیام بودند.

● **رسانه‌های آنالوگ و دیجیتال اولیه (۱۴۳۰ تا ۲۰۰۴):** دوره اختراع ماشین چاپ و پس از آن رادیو، تلویزیون و کامپیوتر که شیوه‌های قدرتمند ارتباط یک‌سویه و ارزان با انبوه مخاطبان را باز کرد.

● **رسانه‌های متصل (۲۰۰۴ تا کنون):** با تولد نسخه وب ۲/۰ و رسانه‌های اجتماعی امکان مشارکت و تولید محتوا برای همگان فراهم شد تا یک توئیتر، متن‌ارسالی در وبلاگ یا ویدئو در تیک‌تاک فراگیر شود و به تمام



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم

موج صفر: رسانه‌های نخستین

پیش از موج نخست رسانه‌ها انتشار یک پیام نیازمند از خودگذشتگی و صرف وقت زیاد بود. در همین حال حتی تا سال ۱۵۰۰ تنها چهار درصد از ساکنان کره خاکی در شهرها زندگی می‌کردند و روشن است که ایجاد ارتباط کارآمد با توده‌ها در این دوران چقدر دشوار بوده است.

مجله تخصصی صنایع رسانه‌های دیجیتال
بازتاریف مهیوم
رسانه در وب ۳

رمزارز

DIGITAL ASSET SUMMIT

تشریح دوره‌های
شناختن بهترین ابزارهای روز در ۲۷ جلسه

درباره آینده

در ۲۰ سال آینده میزان آنقدر به پیش می‌رود
که کسی به آن اشاره نمی‌کند و هیچ شرکتی هم
خوشش را ذات نام خطاب نخواهد کرد!

بگذارید در هیئت‌مدیره شرکت‌های معتبر دنیا حضور داشته باشید
سلام هند به رویه دیجیتال...

رمزارز به شماره
چهل رسید!

مشکل بزرگ پروژه‌های
دیجیتال با برجاست

Number Of The Month
\$718M

پیش‌بینی بنیان‌گذار
الکترونیک‌ستار

رمزارز

رسانه اکوسیستم کسب و کارهای
رمزاری و بلاکچین ایران

«حمایت ۵ صرافی رمزارز شناخته شده کشور از هفته نامه «رمزارز» در این مسیر از یک سو و استقبال مخاطبان به ویژه در سمت رگولاتور از مطالب تحلیلی و آماری که در این مدت ارائه دادیم از سوی دیگر، مهم ترین پشتوانه ما برای قوام دادن به این رسانه بوده است. رسانه‌ای که از همان روز اول اعتقاد داشت ساختن اکوسیستم رمزاری با تکیه بر کسب و کارهای داخلی رسالتی است که همه فعالان این حوزه باید در آن نقش ایفا کنند. حرفی که «رمزارز» زمانی بر آن پای فشرد که بسیاری می‌گفتند صحبت از کسب و کار داخلی کردن در فضای کریپتو یک «شوخی» بامزه است!»

منتظر شماره ۱۴۱ رمزارز در ۲۴ صفحه باشید.

به سایت رمزارز سر بزنید و آخرین خبرها و گزارش‌ها از کسب و کارهای ایرانی حوزه رمزارز را پیگیری کنید.

ramzarz.karangweekly.ir



شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم

Stylish with Swagger... Packed with Power... Ready to Go!

PHILCO
Rough Rider
3-WAY PORTABLE RADIOS

Give and get the
Lasting Look
of Leather

You can't give your car a better "leather" than the rugged and rugged look of the Rough Rider. The leather look is not just a look, it's a feeling. The leather look is not just a look, it's a feeling. The leather look is not just a look, it's a feeling.

GENUINE TOP GRAIN COWHIDE

Mustang
3-WAY
PORTABLE

PHILCO ... The Brand Mark of Quality in Outdoor Radio

مرتب‌سازی آن به مشکل شماره ۱ تبدیل شد، خوب یا بد الگوریتم‌ها تغذیه مردم با آن چیزی را که دوست داشتند، شروع کردند؛ بنابراین آنها می‌توانستند حتی بیشتر مصرف کنند. اثر روبه‌گسترش چنین وضعیتی آن شد که رقابت روی به چشم آمدن شکل گرفت و ناگهان همه دریافتند که محتوا را آن‌گونه بهینه می‌کنند که در بازی الگوریتم‌ها برنده و فراگیر شوند. محتوای فراگیر اغلب جذاب و جالب، اما همراه با فروکاست است. محتوا را می‌توان با هیجان انگیز کردن، استفاده از کلیک طعمه یا بازی با واقعیت‌ها به شکلی ساختگی جذاب کرد. این کار می‌تواند به شکلی چشم‌گیر این هدف را دنبال کند که موجب تقویت هیجان یا حباب فیلتر شود. یا می‌توان آن را به گونه‌ای طراحی کرد که گروهی ویژه را خشمگین کند و آنها را برای انجام کاری، حتی افراطی، بسیج کند.

بر خلاف مزایای فراوانی که رسانه‌های متصل دارند، بیش از هر زمان دیگری شاهد دو قطبی شدن جامعه هستیم. گروه‌هایی از مردم نمی‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار یا در مورد مسائل بحث کنند، زیرا حتی نمی‌توانند درباره حقایق اساسی به توافق برسند. شاید از همه ناامیدکننده‌تر آن است که بسیاری از مردم نمی‌دانند که در ژرفنای حباب ساخته خودشان هستند و تنها اطلاعاتی را دریافت می‌کنند که با آن موافق هستند. آنها از وجود سایر دیدگاه‌های مشروع بی‌خبر هستند. همه چیز سیاه و سفید است و دیدگاه میانه هر روز کمیاب‌تر می‌شود. ویژگی‌های اصلی این موج رسانه‌ای را در چند زمینه می‌توان دسته‌بندی کرد:

- **جریان اطلاعات:** دوسویه؛
- **موانع ورود سایرین:** بسیار کم؛
- **توزیع/انتشار:** تحت کنترل شرکت‌های فناوری و الگوریتم‌ها؛
- **انگیزه اجرایی:** انتشار در یک شبکه محدود، درگیر و بسیج کردن مخاطب خاص.

برای ترسیم تصویری روشن‌تر از سرعت کار رسانه‌های نخستین باید یادآور شویم که اطلاعات تنها می‌توانست به سرعت یک اسب حرکت کند.

موج ۱: رسانه‌های آنالوگ و دیجیتال اولیه

در بازه زمانی بروز این موج، پیشرفت‌های فناوری برای نخستین بار در تاریخ، امکان گسترش ارتباطات را فراهم کرد. روزنامه‌ها، کتاب‌ها، مجلات، رادیو و تلویزیون، فیلم‌ها و وب‌سایت‌های اولیه را می‌توان در این چهارچوب قرار داد. صاحبان این دارایی‌ها قادر به نشر پیام خود در مقیاس بزرگ شدند. از آنجا که برای چاپ کتاب یا پخش برنامه‌های خبری تلویزیونی به حجم زیادی زیرساخت و سرمایه‌های ارتباطات نیاز بود، شرکت‌های بزرگ و دولت‌ها به دروازه‌بان رسانه‌ها تبدیل شدند و نفوذ شهروندان معمولی محدود بود.

نکته مهم آنکه این رسانه‌ها تنها امکان ارتباط یک‌سویه را فراهم می‌کردند، به این معنا که آنها پیام را پخش می‌کنند، اما عموم مردم در پاسخگویی محدود بودند (مثلاً نامه به سردبیر یا تماس تلفنی با ایستگاه رادیویی). در واقع ویژگی‌های اصلی این موج رسانه‌ای را در چند زمینه می‌توان دسته‌بندی کرد:

- **جریان اطلاعات:** یک‌سویه؛
- **موانع ورود سایرین:** بسیار زیاد؛
- **توزیع/انتشار:** تحت سیطره شرکت‌های رسانه‌ای بزرگ و دولت‌ها؛
- **انگیزه اجرایی:** انتشار در شبکه گسترده، جلب بینندگان یا تبلیغ کنندگان.

موج ۲: رسانه‌های متصل

نوآوری‌هایی مانند وب ۲.۰ و رسانه‌های اجتماعی بازی را تغییر دادند. از میانه دهه نخست قرن حاضر مشکلات ورود به دنیای رسانه کاهش یافت و کار به جایی رسید که انتشار نظرات برای هر کس رایگان و آسان شد. در همین حال که محتوای اینترنت به مرز انفجار رسید،



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com



نصایح نورعلی، شاعر
وصوفی ایرانی

می زنی سنگ عداوت تابه کی

«نورعلی» شاعر و صوفی ایرانی قرن ۱۲ هجری قمری و از بزرگان سلسله دراویش نعمت‌اللهی بود. نام وی محمدعلی و فرزند میرزا عبدالحسین طبری بود که در اصفهان (حدود ۱۱۶۰ ه. ق.) پا به دنیا نهاد و در موصل (۱۲۱۲ ه. ق.) درگذشت. وی به نام نورعلی‌شاه (اول) نیز معرفی شده است. از نورعلی دیوان شعر و مجموعه‌ای حکایت به نام «جامع الاسرار» باقی مانده است. در یکی از حکایات در تشویق به پرهیز از بدکاری با دیگران می‌گوید:

رو مزن ای بی‌خبر سنگ جفا
بی‌سبب بر فرق مردان خدا
اینقدر بر خود مگردان عرصه تنگ
خود به دست خود مزن بر فرق سنگ
بی‌سبب بر هر که سنگی افکنی
فی‌الحقیقه بر سر خود می‌زنی
سود سنگ‌انداز غیر از سنگ نیست
بر رخس جز خون ز سرخی رنگ نیست
سنگ را بگذار و سنگین دل مباش
خود به خونریزی خود مایل مباش
می‌زنی سنگ عداوت تا به کی
می‌نهی طرح شقاوت تا به کی
چند روزی هم محبت پیشه کن
از حساب رستخیز اندیشه کن
تا توانی صاحب تعظیم باش
پیش مردان خدا تسلیم باش
الهی از زندان شرک مان به بقعه تنهایی
که منزل توحید است، مقامی ساز
کن و از درگه جهالت به درجه عدالت
دراورده، در یچه‌ای از نور حضور بر دل
ما باز کن تا از دغل بازی نفس بدافعال
جسته، دست از سنگ‌اندازی برداریم و
ریشه عداوت و شقاوت را کنده، در مزرع
اعمال جز تخم محبت نکاریم؛ آزاده‌ای
ده که گرفتار نگردیم، صیاده‌ای ده که
شکار نشویم.



طنز و هکمت
HUMOR
&
WISDOM

شماره ۷۱
آبان ۱۴۰۱
سال دوم

ای بی‌خبران! امید فردا آمد

هر چقدر هم این دکه دارهای کف اینستاگرام «ننه من غریبم» بازی در بیاورند، مسئولان ما هوشیارند و حواس‌شان هست که تحت تأثیر کولی بازی و گریه‌زاری و گرسنگی عده‌ای عناصر فریب‌خورده ناهارنخورده قرار نگیرند

۳

ننه ننه من گشمنه...
اولاً صد بار بهت گفتم «ننه» نه و «مامی». حالا زبونت نمی‌چرخه، لاقال بگو مامان، ثانیاً گشمنه که گشمنه. انگار من نصف عالم رو خوردم، شازده کوچولو جا مونده. خودت که می‌بینی روده کوچیکه من هم داره روده بزرگه رو می‌خوره خوب...!



عبدالله
مقدمی



@moghaddamy0007

می‌ره. مادر من! چرا فراموش می‌کنی؟ ثانیاً گشنگی ما چه ربطی به فیلتر ننگ داره آخه؟
اولاً این دفعه محکم فیلتر کردن. حکماً با پا دکمه رو فشار دادن. ثانیاً ما نون مون از اون دکه مجازی درمیومد، چرا فراموش می‌کنی؟

۲

به نظرم دیگر ادامه ندهیم. خوبیت هم ندارد این همه آدم چشم به دهان مادر و فرزند بدوزیم، ببینیم در فضای خصوصی خودشان چه می‌گویند و چه می‌خورند.

۱

الا این وسط بعضی‌ها هم هستند که می‌گویند: «آقا خوب است وزیر بیاید سراغ‌تان و جرم‌انگاری‌تان کند؟»

۱

البته هر چقدر هم این دکه‌دارهای کف اینستاگرام «ننه من غریبم» بازی در بیاورند، مسئولان ما هوشیارند و حواس‌شان هست که تحت تأثیر کولی بازی و گریه‌زاری و گرسنگی عده‌ای عناصر فریب‌خورده ناهارنخورده قرار نگیرند. دولت است، اسنپ که نیست برای این جماعت غذا بیاورد. تازه اگر اسنپ هم بود نمی‌آورد، چون قشنگ معلوم است مزاحم‌اند و پول ناهارشان را نخواهند داد.

۴

از آن طرف همین آدم‌هایی که باید از اول هم فکرش را می‌کردند و توی راسته اینستاگرام دکه باز نمی‌کردند، از وزیر محترم ارتباطات طلبکارند

که حالا چه کار کنیم؟ بنده جواب می‌دهم: چمچاره! اصلاً تقصیر مهربانی بیش از حد این عزیزان است که با اینکه استفاده از فیلتر شکن جرم است، به شما چیزی نمی‌گویند. شمای که با پرووی تمام توی این قحطی یک فیلتر شکن حق، جوری از سد فیلتر رد می‌شوید و می‌آید زیر اظهارنظرهای مسئولان وزارت ارتباطات پارازیت... ببخشید کامنت‌های بدید می‌نویسید که آدم خیال می‌کند طی الارض کرده‌اید.

۱

ما که یادمان نرفته، بعضی از دوستان موقع تبلیغات انتخاباتی می‌گفتند ما خودمان کلی فالوئر داریم و با تعداد فالوئر‌شان دل ما را می‌سوزانند. بعد هم می‌گفتند که بچه‌هایشان از همان طریق خرید می‌کنند و تازه ما کلی ذوق می‌کردیم که ممکن است یک روز یکی از مشتری‌های ما آدرس دفتر ریاست جمهوری را بدهد. باز هم من در جواب عرض می‌کنم: ای بابا چقدر سخت می‌گیرید.
آن موقع شما چیزهایی گفته بودید که مسئولان خوش‌شان آمده بود. آنها هم چیزهایی گفتند که شما خوش‌تان بیاید. چقدر پیگیرید شما...

۱

حالا هم بلند شوید، دست و صورت‌تان را بشوید. اخم‌هایتان را باز کنید که یک خبر خوب برایتان دارم. فقط به شرطی که شلوغ نکنید و از شدت ذوق مرگ شدن نظم کلاس را به هم نزنید.

خبر این است: «دولت به‌زودی بسته‌های حمایتی از کسب‌وکارهای کوچک اینترنتی را رونمایی می‌کند.» بروید حالش را ببرید.

۱

حال همگان به‌ناگهان جا آمد
ای بی‌خبران! امید فردا آمد
از دست اینستا برود چیزی نیست
ای دوست بده مژده! روبیکا آمد

شب نوشته‌های یک بچه نوآور! (۶۴)

حراج به علت تغییر شغل

توی این هاگیر واگیر با هزار جور گرفتاری که سرمان ریخته بود، همین یک قلم را کم داشتیم که آن هم از غیب به دست‌مان رسید و کلکسیون کامل شد. البته واقعیت این است که هنوز چیزی به دست‌مان نرسیده، در واقع انگار هم قرار نیست دست‌مان به چیزی برسد، بلکه از دست‌مان هم رفته؛ ولی چون دست‌مان پیش از این هم خالی بود، جابه‌جایی همان یک قلم موجودی خیلی به چشم می‌آمد. اما آه و افسوس که رفت؛ یعنی از دست‌مان رفت و یک چیزی کف دست‌مان گذاشته‌اند به اسم اینترنت بین‌الملل که پر از خالی است و هر چه دست‌مالی‌اش می‌کنیم چیزی دست‌مان را نمی‌گیرد؛ یعنی این چیزی که دست‌مان داده‌اند با آن چیزی که توی دست خودشان گرفته‌اند، خیلی فرق دارد.



مهران امیری



mehranamiri@gmail.com

اما چه چیزی از دست‌مان رفت؟ خیلی مهم نیست، فدای یک تار موی عزیزان. خیلی پیش‌تر از این هم آنچنان همه‌چیز از دست‌مان رفته بود که مثل همان قورباغه مرحوم که اندک‌اندک آب‌پز شد و نفهمید، ما هم نفهمیدیم تا آنکه همه‌چیزمان بسته به یک تار مو شد. اما فرق ما با همه ۳۷۰۰ گونه قورباغه موجود در سراسر دنیا این است که خیلی جاهایمان مو داریم و بالاخره روشن شد زندگی‌مان به یک تار مو بند شده، وگرنه آن قورباغه هم پیش از آنکه کاملاً آب‌پز شود، به خودش می‌آمد و زندگی‌اش را که به یک تار مو بند بود، نجات می‌داد که نداد و آب‌پز شد. حالا ما تنها گزینه‌ای که داریم این است که تا چیزهای بیشتری از دست‌مان نرفته، تغییر شغل بدهیم و از آگهی کردن آن هم خجالت نمی‌کشیم. این همه آدم دیگر هم مثل ما شده‌اند، ننگ و عار ندارد؛ تازه ما یک استارت‌آپ بودیم و از این طرف سفره کوچک خودمان بلند می‌شویم و می‌پریم آن طرف سفره یکی دیگر. خدا پدر باعث و بانی‌اش را ببامرزد که این چند کسب‌وکار حمل‌ونقل اینترنتی را راه‌انداخت تا ما سر سفره آنها بنشینیم و هر کس پرسید چه می‌کنی؟ نگوییم مسافرکشی! و

خیلی شیک و مجلسی پاسخ بدهیم توی یک استارت‌آپ کار می‌کنیم. خوشبختانه دیگر فضای مجازی هم دروپیکردار شده و کسی به این راحتی نمی‌تواند در ماهیت استارت‌آپ بودن یا نبودن اینها تردید کند و بحث و مجادله راه بیندازد. به کوری چشم دشمن تنها درگیر تغییر طرح کسب‌وکارمان هستیم و از یک استارت‌آپ ناکام کوچ می‌کنیم به یک استارت‌آپ فعال!

چند روز گذشته که حالم گرفته بود و خودم را توی کنج خلوت اتاق اجاره‌ای زندانی کرده بودم، امکان سرزدن به دفتر و پیگیری کار انتقال نبود تا امروز صبح، وقتی توی صف اتوبوس یکی از همسایگان پرسید با این اوضاع چه کار می‌کنید؟ گفتم: «روی طرح انتقال استارت‌آپ ناکام خودمان به یک استارت‌آپ فعال کار می‌کنیم.» اما وقتی به دفتر رسیدم، روشن شد بچه‌ها بیکار ننشسته‌اند و چون در اینترنت کسی چیزی توی دست‌شان نمی‌گذاشته، خودشان به روش بی‌دردسر سنتی اقدام کرده و برای فروش وسایل دفتر آگهی داده‌اند. با همفکری جناب سامان خان و محمد مهدی و اقدام انقلابی فریبا، چند کاغذ دست‌نویس در محل پخش شده که: «حراج به علت تغییر شغل.»