



گفت و گویا ماریا
محمدیان که
به شکل حرفه‌ای
به آموزش پخت
نان می‌پردازد
**تفریح قدیمی
شغل فعلی**

گزارش
REPORT

علیه خام‌فروشی معدنی‌ها

گزارش کارنگ درباره اینکه چگونه می‌توان در بازار معدن نوآوری رابیش از چیزی که در این سال‌ها دیده‌ایم، تزریق کرد

۸

پادرویین در روز
حمل و نقل آمد

خبر
NEWS

ورود دو طرح
به سندباکس بانک مرکزی

تشریح مجدد اهداف و شرایط

۱۸

FINOTECH

موانع بانکداری باز

گفت و گویا سعید قدوسی نژاد
مدیرعامل فینوتک

تحلیل
ANALYSIS

اپلیکیشن تراز دولتی‌ها

یک خبر خیلی جدی درباره کشف یک اپ که خیلی بهتر از اسنپ و تپسی کار می‌کند؛ باور کنید!

۲

اپراتورها در ضرورت

شاتل، ایرانسل و مبین‌نت از کاهش میلیاردری درآمد خبر داده‌اند

گزارش
REPORT

رگولاتوری گنسلر
برای رمزارزها ادامه دارد...

به بهانه ماجرای اف‌تی‌ایکس

۲۱



معادلات
کف بازار
رابشناسیم

گفت و گویا مریم توحیدی
بنیان‌گذار نانوبافت‌سازه



حمایت
پورشه از
کاستوم‌سلز

استارت‌آپی که می‌خواهد روی هواپیماهای برقی تمرکز کند



یک خبر خیلی جدی درباره کشف یک اپ که خیلی بهتر از اسنپ و تپسی کار می‌کند؛ باور کنید!

اپلیکیشن تراز دولتی‌ها

مدیر محترم با همکاری یک شرکت دانش‌بنیان که متأسفانه هنوز اسمی ندارد یا اسمی در نکرده، یک اپلیکیشن برای تاکسی‌های سنتی فرودگاه طراحی کرده که آن‌طور که او گفته از اسنپ و تپسی خیلی بهتر است! آنها با خلاقیت و تلاش و دانش و نبوغ بومی-محلی خود به جبران ممنوع کردن اسنپ و تپسی، برای رانندگان تاکسی فرودگاه امام که سال‌ها با دادوبیداد و خرکش کردن و کشیدن آستین مسافر صید می‌کردند، یک اپلیکیشن طراحی کرده‌اند. اپلیکیشنی که اگر چه خیلی خوب است، اما نمی‌دانم چرا این خوبی‌هایش را در میدان رقابت آزمون نمی‌کند و تنها راه مسلط شدن خودش بر بازار را از میدان به در کردن دیگران می‌داند!

راستش اصلاً قصد ندارم یا در کفش طنزنویس کارنگ که هر هفته در صفحه آخر با چنین سوژه‌هایی شوخی می‌کند، بکنم. قصد هم نوشتن یک یادداشت کاملاً جدی بود. ولی خبری را که از این دوستان مخابره شده، هر جوری تفسیر و تحلیل کنید، نوشته‌تان طنز به نظر می‌رسد. این خبر خلاصه روشن و واضح داستان نوآوری و استارت‌آپ‌ها، اکوسیستم و غیره در ایران است. اینکه شما هر چقدر زور بزنید، باز هم یک آدم پرزوری از یک نهاد دولتی یا شبه‌دولتی پیدا می‌شود و با یک ممنوعیت و بالا آوردن یک چیز «خودی» بازار شما را یک لقمه چرب می‌کند یا حداقل برای مدتی هم که شده چوب لای چرخ‌تان می‌گذارد. همین قدر تلخ اما طنز! این روزها واقعاً در یک کم‌دی سیاه زندگی می‌کنیم.

خبر را چندبار خواندم تا زهر طنز آن گرفته شود و بعد با عمق فاجعه روبه‌رو شوم. سرپرست شهر فرودگاهی امام گفته از این پس رانندگان تاکسی‌های اینترنتی را به این فرودگاه راه نمی‌دهیم و نهایتاً برای آنها در یک گوشه (با فاصله ۸۰۰ متری) از فرودگاه یک جای به‌خصوص در نظر خواهیم گرفت! تصورش را بکنید اسنپ و تپسی که محور اصلی بیزینس مدل‌شان بر ارتباط دادن نزدیک‌ترین تاکسی به یک مسافر طراحی شده، حالا یک

ایستگاه به‌خصوص داشته باشند که مسافر آمده از فرنگ با یک نیسان چمدان باید تا آنجا را پیاده‌گاز کند و وقتی رسید به ایستگاه، گوشی‌اش را در بیاورد و درخواست تاکسی بدهد! یعنی ایستاده در دو قدمی راننده‌ها و تاکسی‌هایشان مبدأ و مقصد بزند و چشم در چشم آنها زل بزند تا یکی‌شان درخواستش را

قبول کنند. باور کنید در سریال برره هم اگر می‌خواستند با اسنپ و تپسی شوخی کنند، چنین سناریوی طنزی به ذهن‌شان نمی‌رسید. حالا فکر نکنید که این تمام ماجراست. دوست عزیز خوش‌فکرمان که با همان کلیدواژه‌های دستمالی شده در سال‌های اخیر از چنین ممنوعیتی خبر داده، در آستین مبارک‌شان راهکارهای بهتری هم دارند. اصلاً چرا اسنپ و تپسی و پیاده‌روی تا ایستگاه مخصوص آنها؟ شما خبر دارید که اپلیکیشنی بهتر از اسنپ و تپسی هم در ایران موجود است؟ بله، همین



رضا جمیلی
سردبیر



@rezajamili



کنفرانس خبری اولین رویداد «نوآوری باز» برگزار شد

سرمایه‌گذاری ۱۰۰ میلیارد تومانی گروه توسعه ملی در اقتصاد نوآوری

منبع محور به اقتصاد دانش‌بنیان برسیم. این مسئله را ترکیب GDP و اشتغال کشور نشان می‌دهد. راه‌حل این مشکل این است که باید جهت‌گیری مان را عوض کنیم. باید از سمت عرضه‌محوری به سمت تقاضا‌محوری حرکت کنیم. لازم به ذکر است شرکت سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی با همکاری دانشگاه صنعتی شریف در راستای توسعه تولید دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین با هدف برقراری ارتباط مؤثر بین مجموعه صنعت کشور و نخبگان، فناوران و دانش‌جویان کشور، حمایت از طرح‌های دانش‌بنیان، تجاری‌سازی اختراعات، نوآوری‌ها و طرح‌های صنعتی را در دستور کار خود قرار داده است. این شرکت نخستین بار به‌عنوان یک هلدینگ چندرشته‌ای صنعتی کشور برای راه‌اندازی پلتفرم «نوآوری باز» (Open Innovation) اقدام کرده است. در این پلتفرم چالش‌های فناورانه در شرکت‌های زیرمجموعه در پنج گروه تجهیزات، اتوماسیون، نگهداری و تعمیرات، انرژی، آب و محیط‌زیست، محصولات و فرایندهای صنایع غذایی، محصولات و فرایندهای صنایع شیمیایی و محصولات و فرایندهای صنایع سیمانی و معدنی شناسایی شده است.

بدین منظور گروه توسعه ملی بودجه هزار میلیارد ریالی سرمایه‌گذاری خطرپذیر را در طرح‌های منتخب در نظر گرفته که در قالب‌های دریافت حق امتیاز، خرید مالکیت فکری، تملک سهام شرکت‌های مشارکت‌کننده در طرح، ایجاد شرکت جدید و سرمایه‌گذاری مشترک، تضمین خریداری محصول به‌تعداد مشخص و تضمین فنی محصول تولیدی قابل ارائه است.

کنفرانس خبری اولین رویداد «نوآوری باز» گروه توسعه ملی، سه‌شنبه ۲۹ آذرماه ۱۴۰۱ با حضور جمعی از اهالی رسانه برگزار شد. مجتبی عزیزیان، مدیرعامل گروه توسعه ملی؛ علی ملکی، رئیس مرکز برنامه‌ریزی راهبردی دانشگاه صنعتی شریف؛ مصطفی سراج، معاون راهبردی و فناوری گروه؛ حسام‌الدین علی‌پور، مدیر شبکه‌های فناوری دفتر تکنوشریف و مدیر اجرایی رویداد ملی تک و حمید خضریان، مشاور مدیرعامل در امور فناوری‌های نوین از سخنرانان این نشست بودند.

مدیرعامل گروه توسعه ملی در ابتدای نشست ضمن اشاره به اهداف این رویداد اظهار داشت: «امروزه در دنیا حل مشکلات از طریق پلتفرم‌های نوآوری باز به یک روند تبدیل شده است. بر این اساس در گروه ملی تصمیم گرفتیم زیرساخت‌های باز ایجاد کنیم. برای ایجاد این زیرساخت‌ها به‌سرعه گروه دانشگاهیان، مخترعان و مبدعان و اصناف و فیتیم.» در ادامه این نشست، رئیس مرکز برنامه‌ریزی راهبردی دانشگاه صنعتی شریف تصریح کرد: «بیش از یک یا دو دهه است که بحث اکوسیستم نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور مطرح شده است. دانشگاه‌ها در شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان نقش قابل توجهی ایفا کرده‌اند. اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت از برکات این کار است. دانشگاه شریف در دوره رشدونمو خود اقدام به تأسیس ناحیه نوآوری شریف کرده است. ما امروز در ناحیه نوآوری شریف بیش از ۵۰۰ شرکت نوآور داریم، اما این حرکت نقض‌های جدی هم دارد.» ملکی ادامه داد: «ما هنوز نتوانسته‌ایم از فاز اقتصاد



شماره ۷۹
دی ۱۴۰۱
سال دوم

روبوکا با تکذیب رقم ۷۰ میلیون کاربر، می‌گوید نیازی به کمک دولتی ندارد

می‌خواهیم در فضای رقابتی رشد کنیم

برای رسانه‌ها ارسال کرده و می‌گوید آمار ۷۰ میلیون کاربر را تکذیب می‌کند. به گفته روبوکا، ۷۰ میلیون شماره موبایل در این پلتفرم ثبت شده و تعداد کاربران فعال آن ۱۷ میلیون روزانه و ۳۵ میلیون ماهانه است. این اپلیکیشن همچنین بیان کرده نیازی به حمایت‌های دولتی ندارد و علاقه‌مند است تا در فضای رقابتی رشد کند.

هفته گذشته نماینده «روبوکا» در جلسه‌ای در سازمان فناوری اطلاعات اعلام کرد که مجموع کاربران ثبت‌نام شده در این اپلیکیشن به حدود «۷۰ میلیون» رسیده است و ۴۵۸ میلیون کانال و گروه در روبوکا وجود دارد.

این خبری بود که رسانه‌ها به عنوان آمار جدید از روبوکا با تعجب منتشر کردند. پس از آن روبوکا اطلاعیه‌ای را



شماره ۷۹ | دی 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
نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
سایت: راضیه مینایی
شبکه‌های اجتماعی: محمد قربانی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی: عباس عین‌علی
ترانه احمد دوست، منیره شاه‌حسینی
زهره دودانگه



تقصیر فیلترشکن هاست

وزیر ارتباطات اعلام کرده که استفاده از فیلترشکن‌ها و حملات سایبری باعث شده که سرعت اینترنت کاربران کاهش پیدا کند.



حضور فیلمو در فرابورس

فیلمو با یک شرکت سرمایه‌گذاری همکاری کرده تا اوراق مرابحه بفروشد. این استارت‌آپ برای جذب ۳۰۰ میلیارد تومان به مدت سه روز در فرابورس ایران پذیره‌نویسی داشت.



سرمایه‌گذاری دو هزار میلیاردی

انجمن VC با انتشار گزارشی مبلغ کل قراردادهای سرمایه‌گذاری خطرپذیر در سال ۱۴۰۰ از سوی ۳۶ عضو خود را ۲۲۱۴ میلیارد تومان اعلام کرد.



معامله‌گران رمزارز

مالیات بدهند

داود منظور، رئیس سازمان امور مالیاتی کشور در حاشیه همایش پایانه‌های فروشگاهی در جمع خبرنگاران از لزوم شمول مالیات بر دارایی‌های ارزهای دیجیتال خبر داد.



شماره ۷۹
دی ۱۴۰۱
سال دوم



رونمایی از افزونه حمل و نقل پادروپین به مناسبت روز حمل و نقل

بیشتر فرایند، ارسال پیامک رهگیری ارسال برای فرستنده و گیرنده کالا به صورت رایگان، اختصاص دادن یک اکانت مدیر (منیجر) به کاربران (فروشگاه‌ها) خدمات پادروپین، امکان تصمیم‌گیری جداگانه برای هر کدام از سفارش‌ها، جمع‌آوری سفارش‌ها به صورت رایگان از درب محل، قابلیت افزودن قیمت ثابت حمل و نقل به قیمت نهایی در سبد خرید، سازگاری کامل با ووکامرس، تنظیمات ساده و آسان برای استفاده بهتر، حذف بسیاری از فرایندهای دستی ارسال سفارش‌ها، صرفه‌جویی در زمان، هزینه و نیروی انسانی.

شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات

پادروپین با شرکت‌ها و مجموعه‌های متفاوت ارائه‌دهنده خدمات قرار دارد. این تنوع باعث می‌شود تا افراد و کسب‌وکارهای متفاوت بتوانند با توجه به نیاز، قیمت و موارد دیگر بهترین گزینه را برای ارسال بسته‌های خود انتخاب کنند. از شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات حمل و نقل که با پادروپین قرار دارند، می‌توان به شرکت پست جمهوری اسلامی، مجموعه ماهکس، مجموعه پیشروپست، شرکت لینک اکسپرس، شرکت ندکس و مجموعه اسپید اشاره کرد.

کرده تا با توجه به مواردی مانند انواع خدمات، کیفیت و قیمت، بهترین گزینه را برای استفاده انتخاب کنند. به کمک افزونه حمل و نقل پادروپین می‌توان فرایند حمل و نقل کالاهای متفاوت را به صورت صفر تا صد انجام داد و مدیریت کرد. با استفاده از افزونه حمل و نقل پیشرفته پادروپین روی وب‌سایت وردپرسی دیگر به استفاده از ابزارهای جانبی مانند سیستم ارسال پیامک رهگیری نیازی نیست. همچنین کاربران برای استفاده از پلتفرم پادروپین تنها باید هزینه شرکت‌های پستی مورد استفاده را پرداخت کنند و هیچ‌گونه هزینه اضافی دیگری پرداخت نخواهند کرد.

پشتیبانی اختصاصی پادروپین یکی دیگر از نقاط قوت این پلتفرم است. فروشگاه‌ها می‌توانند از این پشتیبانی به عنوان رابطی میان خود و شرکت‌های پستی استفاده کرده تا تمام امور مربوط و مشکلات احتمالی را بررسی و پیگیری کنند.

مزایای استفاده از پادروپین

مزایای این افزونه عبارت‌اند از: اتصال به شرکت‌ها و مجموعه‌های پستی متنوع بدون دریافت هیچ‌گونه هزینه اضافی یا اتلاف وقت، تجمیع تمام مراحل ارسال کالا در داشبورد وردپرس سایت فروشگاه برای راحتی

پادرو می‌گوید صرفه‌جویی در هزینه و زمان از ویژگی‌های این محصول است

پادروپین در روز حمل و نقل آمد

فروشگاه‌های آنلاین برای ارسال مرسولات خود همواره به دنبال بهترین مجموعه‌های ارائه‌دهنده خدمات حمل و نقل هستند. شرکت پادرو با ایجاد پلتفرم پادروپین یک قدم بزرگ در جهت دسترسی راحت فروشگاه‌های آنلاین به شرکت‌های پستی برداشته است. شما با استفاده از این پلتفرم می‌توانید فرایند جمع‌آوری و ارسال کالاهای خود را توسط شرکت‌های پستی متفاوت، به راحتی انجام دهید.

پادرو به مناسبت ۲۶ آذر، روز حمل و نقل از افزونه حمل و نقل خود رونمایی کرده است. افزونه پادروپین به صورت اختصاصی برای مدیریت صفر تا صد فرایند ارسال کالای فروشگاه‌های وردپرسی تهیه شده و در هزینه و زمان این فروشگاه‌ها صرفه‌جویی می‌کند.

پادروپین چیست؟

پادروپین پلتفرم مقایسه و انتخاب خدمات پستی است. فروشگاه‌های آنلاین می‌توانند از این پلتفرم برای جمع‌آوری و ارسال سفارش‌های اینترنتی خود استفاده کنند و دیگر نیازی به عقد قرارداد با شرکت‌های پستی مختلف نیست. افراد و کسب‌وکارهای متفاوت تنها با عضویت در پادروپین می‌توانند به راحتی قیمت و خدمات شرکت‌های پستی متفاوت را مشاهده و بررسی

محدودیت‌ها چه تأثیراتی بر رتبه سرعت اینترنت کشور داشته است؟

سقوط اینترنت ثابت و موبایل در ایران

این گزارش، در نوامبر ۲۰۲۲ میلادی، میانگین سرعت اینترنت موبایل جهان ۳۳/۹۷ و اینترنت ثابت جهان ۷۴/۵۴ مگابیت بر ثانیه منتشر شده که نسبت به اکتبر همان سال، شاهد افزایش آن هستیم. این در حالی است که شرایط اینترنت موبایل و ثابت ایران در دوره مشابه، کاملاً با روند جهانی آن در تضاد بوده و رو به کاهش گذاشته است. میانگین سرعت اینترنت

سه ماه محدودیت و اختلال اینترنت در ایران گویا تأثیراتش را بر رتبه ایران در بررسی سرعت اینترنت موبایل و ثابت جهان هم گذاشته است. بر اساس جدیدترین گزارش منتشر شده از سوی وب‌سایت اسپید تست، رده‌بندی جهانی سرعت اینترنت موبایل و ثابت ایران، به ترتیب دو و سه پله سقوط داشته و حالا در جایگاه‌های ۴۸ و ۱۴۴ جهان ایستاده است. در

به منظور استفاده از تجارب در جهت هم‌افزایی و توسعه

فراخوان مرکز نوآوری ایران زمین برای جذب طرح‌های استارت‌آپی

پذیرش طرح، مدارک و مستندات خود را از تاریخ ۲۸ آذرماه لغایت ۲۸ دی‌ماه، از طریق درخواست پذیرش روی وب‌سایت مرکز نوآوری ایران زمین ارسال کنند. پس از پایان مدت فراخوان، تمامی طرح‌های دریافتی طی مدت زمان یک ماه، توسط تیم شتاب‌دهی و کمیته ارزیابی، متشکل از متخصصان حوزه، ارزیابی و نتایج اعلام می‌شود.

با توجه به زیرساخت‌های موجود در مرکز نوآوری ایران زمین، در کنار امکان دسترسی به زیرساخت بانکداری باز بانک ایران زمین، شرایط بسیار مناسبی برای حضور کسب‌وکارهای نوپا، صاحبان ایده و طرح‌های نوآورانه در قالب برنامه‌های شتاب‌دهی و سرمایه‌گذاری کسب‌وکار فراهم آمده است. متقاضیان می‌توانند برای درخواست

مرکز نوآوری ایران زمین به مناسبت شب یلدا، با هدف استفاده از تجارب موجود برای هم‌افزایی و توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای نوپا، پذیرای طرح‌های استارت‌آپی و نوآورانه با محوریت حوزه‌های فین‌تک (فناوری‌های مالی)، تجارت الکترونیک، بلاکچین، هوش مصنوعی و بیگ‌دیتاست.



ورود تاکسی‌های
اینترنتی به فرودگاه امام
ممنوع شد

رقابت فرودگاه با اسنپ و تپسی!

سرپرست شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) از دستور دادستانی برای ممنوعیت ورود تاکسی‌های اینترنتی تپسی و اسنپ به شعاع ۸۰۰ متری این فرودگاه خبر داد.

سعید چلندری با اشاره به بروز برخی مشکلات برای رانندگان تاکسی فرودگاه حضرت امام (ره) اظهار کرد: «در بازدید معاون دادستانی از فرودگاه امام (ره) مشکلات رانندگان تاکسی فرودگاه مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس با دستور معاون دادستانی، مکانی در شعاع ۸۰۰ متری فرودگاه امام (ره) مشخص شده تا رانندگان تاکسی اینترنتی تپسی و اسنپ از آن برای سرویس دهی به مسافران استفاده نکنند.»

وی با بیان اینکه با شرکت‌های مذکور جلسه هماهنگی نهایی را طی هفته جاری برگزار می‌کنیم، افزود: «نظر شهر فرودگاهی امام (ره) هم همین بود که مکانی برای رانندگان تاکسی‌های اینترنتی تپسی و اسنپ مشخص شود تا مانع فعالیت رانندگان تاکسی فرودگاه نشوند که ساعت‌ها در نوبت برای انجام یک سرویس هستند.»

سرپرست شهر فرودگاهی امام همچنین با یادآوری اینکه نرم‌افزار تاکسی فرودگاه امام توسط یک شرکت دانش‌بنیان ایرانی طراحی شده، اضافه کرد: «فرودگاه امام، اولین فرودگاه کشور است که به چنین نرم‌افزاری مجهز می‌شود؛ این نرم‌افزار از اپ تپسی و اسنپ کارایی بیشتری داشته و بسیار کاربردی است.»

چلندری بیان کرد: «مسافران در زمان ورود به سالن فرودگاه امام (ره) می‌توانند این نرم‌افزار کاربردی را روی تلفن‌های همراه خود نصب کرده و از خدمات آن استفاده کنند.»



شماره ۷۹
دی ۱۴۰۱
سال دوم



تورم سامانه‌ها

رویداد هم‌رسان فناوری‌های داده پایه، چالش‌های آزادسازی داده برگزار شد

رویداد هم‌رسان فناوری‌های داده پایه با حضور جمعی از شرکت‌ها و فعالان اکوسیستم استارت‌آپی کشور برگزار و به چالش‌های آزادسازی و حکمرانی داده در کشور پرداخته شد. در این نشست که به همت خانه خلاق و مرکز نوآوری قوه مقننه برگزار شده بود، حاضران در پنبلی با عنوان «چالش‌های توسعه فناوری‌های داده پایه» اعلام کردند که در دسترسی به اطلاعات نابسامانی وجود دارد و در کشور با تورم سامانه روبه‌رو هستیم.

در آزادسازی داده تعارض منافع بیدار می‌کند

از نظر رضا باقری اصل، معاون امور مجلس وزارت ارتباطات و جانشین رئیس کمیسیون راهبردی اقتصاد دیجیتال، آزادسازی داده‌ها و اطلاعات مخصوصاً از طریق دستگاه‌های دولتی با چالش‌های گوناگونی مواجه است، اما به باور او اصلی‌ترین چالش در آزادسازی داده، تعارض منافع بین دستگاه‌های مختلف است که این تعارض‌ها که گاهی هم قانونی هستند و خرده‌منفعت‌هایی هم دارند، مانع رشد اقتصاد دیجیتال کشور شده و باعث می‌شوند بودجه‌های اختصاصی برای برخی دستگاه‌ها ایجاد شود.

او با اعلام اینکه تنوع دیدگاه در بین دستگاه‌های اجرایی برای آزادسازی داده وجود دارد، گفت: «در تدوین قانون برنامه هفتم اختلاف در مورد بندی که دستگاه‌های اجرایی موظف‌اند داده‌ها را برای کسب و کارها آزادسازی کنند، وجود دارد. روی این موضوع بحث است که چرا دستگاه اجرایی باید این کار را انجام دهد و بعضی دیگر این نظر را دارند که اصلاً این قانون نمی‌خواهد و قانون دوام (قانون مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی) در این زمینه وجود دارد. البته گروه دیگری هم بودند که قائل به شاخص گذاری هستند.»

به گفته باقری اصل، به هر سند هوشمندسازی در دنیا نگاه کنید یکی از ارکانش بحث داده است. او تأکید می‌کند که در این زمینه در دنیا یک برنامه استراتژیک، عملیاتی یا

حتی پیچیده‌تر، یک اکوسیستم برای داده ایجاد کرده‌اند و همین شرایط باعث می‌شود سهم اقتصاد برخی کشورها از GDP شان ۳۵ درصد باشد، بعضی ۲۵ درصد و سهم ایران ۷ درصد باشد. در حالی که متوسط دنیا ۱۵/۶ درصد است. باقری با اعلام اینکه یکی دیگر از چالش‌های آزادسازی داده، محرمانگی آنهاست، توضیح داد: «در محرمانگی داده چالش داریم. دستگاه‌ها گاه به بهانه‌های مختلف ادعا می‌کنند که داده در اختیارشان محرمانه است و این ادعا بعضی وقت‌ها درست است و بعضی وقت‌ها نادرست و برای پنهان کردن ضعف‌های خودشان یا پنهان کردن فرآیندهای داده‌ایشان اعلام می‌شود.»

به باور باقری اصل، این تعارض‌های قانونی و خرده‌منفعت‌ها مانع رشد اقتصاد دیجیتال است تا بودجه‌های اختصاصی یک سری دستگاه‌ها حفظ شود.

وقتی همه چیز امنیتی است

بابک حمیدیا، رئیس خانه خلاق و مرکز نوآوری قوه مقننه در این نشست و در پنبلی «چالش‌های توسعه فناوری‌های داده پایه» اعلام کرد که مهم‌ترین بحث حاکمیت برای آزادسازی داده، بحث امنیت است. او در این مورد گفت: «هر موقع در ایران بحث دیتا و داده مطرح می‌شود، برای حاکمیت مهم‌ترین مسئله، مسئله امنیت است که اگر داده را به صورت‌های مختلف در اختیار عموم قرار دهیم، حکمران نمی‌تواند امنیت لازم را برقرار کند.» به باور او، مشکل این است که هنوز پروتکل‌های اشتراک داده بین بخش خصوصی و بخش حاکمیتی نوشته نشده و مشخص نشده است.

حمیدیا با بیان اینکه بیگ‌دیتاها سرمایه اصلی شرکت‌های خصوصی هستند، اعلام کرد: «بیگ‌دیتاها قاعدتاً سرمایه‌های اصلی شرکت‌های خصوصی هستند که تولید می‌شوند و بر اساس شرایط فعلی نظارت همه‌جانبه باید روی آنها وجود داشته باشد. باید نگاه هزینه‌فایده را که در

خصوص مواجهه با مسئله دسترسی به داده است، داشته باشیم. هزینه و منافع را با همدیگر بسنجیم که آیا این داده وقتی در اختیار بخش خصوصی قرار می‌گیرد، منافعش بیشتر است یا هزینه‌هایی که احتمالاً ایجاد می‌کند.»

تلاش برای لایحه حفاظت از داده‌های شخصی

مجتبی توانگر، نماینده مجلس و رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال یکی دیگر از افراد حاضر در این پنبلی بود. توانگر در این پنبلی به کارهایی که مجلس برای آزادسازی و حاکمیت داده انجام داده، اشاره کرد.

او در این مورد گفت: «مجلس به صورت مشخص گام اول را برای حاکمیت داده برداشته و در این راستا قانون دوام را که همان قانون مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی بوده، تصویب کرده است. هر چند یک گام است، ولی اگر حلقه‌های بعدی اش را ندیده باشیم، حتماً دچار مشکل خواهیم شد.»

او ادامه داد: «حلقه بعدی که روی آن کار می‌کنیم، حمایت و حفاظت از داده‌های شخصی است که البته ما خودمان در این زمینه طرحی در مجلس در سال ۹۹ ثبت کردیم، ولی هم دولت قبل و هم دولت جدید مدعی بودند طرحی که مجلس دنبال می‌کرد، می‌تواند غنی‌تر باشد. در عین حال که در دیداری که بارهبری داشتیم، ایشان تأکید فرمودند که لایحه محوری مد نظر باشد. به دلیل اینکه توان کارشناسی دولت روی اینکه بتواند دقیق‌تر چالش‌ها را احصا و چاره‌اندیشی کند، بیشتر است.»

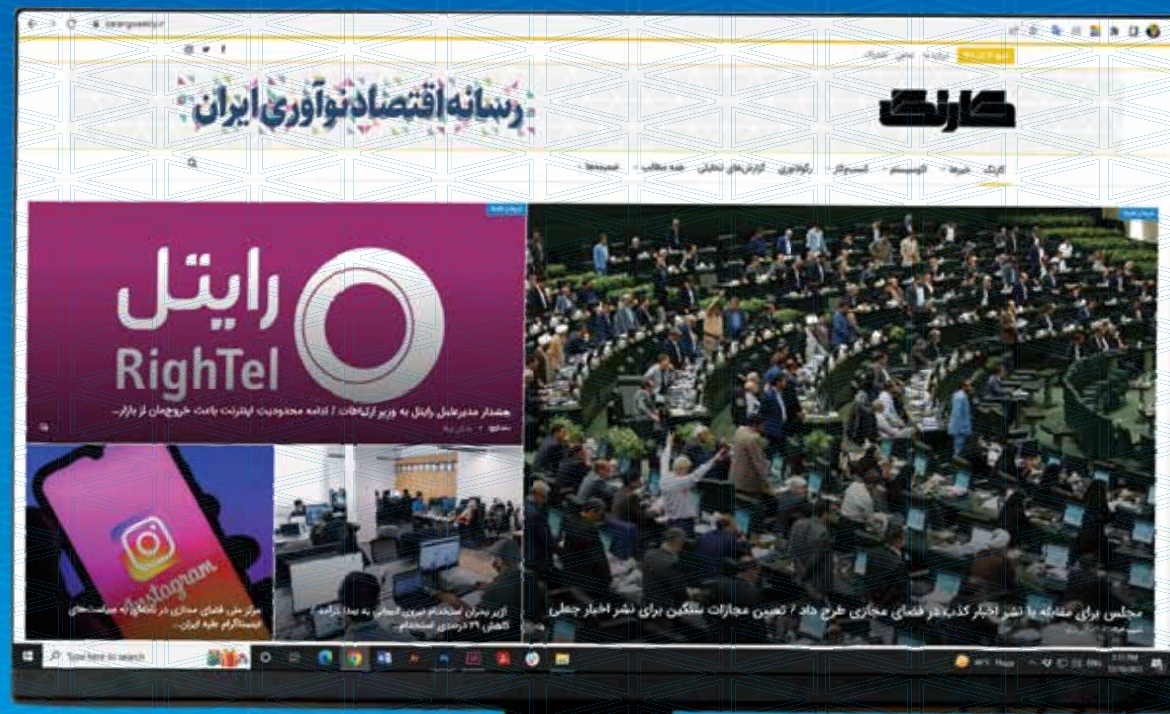
توانگر در ادامه توضیح داد: «ما هم در مجلس با توافقی که کردیم، قرار شد این موضوع نهایی شود و الان در کارگروه اقتصاد دیجیتال دولت این طرح در حال بررسی است و ما هم به صورت رفت و برگشتی این موضوع را پیگیری و استفاده می‌کنیم.» او تأکید کرد که ما نمی‌خواهیم در پستو بنشینیم و بدون دخالت اکوسیستم قانون بنویسیم.

اخبار را هم از ما بخوانید کارنگ را لحظه‌ای دنبال کنید

اگر سایت و شبکه‌های اجتماعی ما را دنبال کرده باشید در هفته‌های اخیر متوجه تغییرات خاصی در آنها شده‌اید. تا اینجا راهی که آمده‌ایم سایت کارنگ، سایت هفته‌نامه بود و تلاش داشت با باز نشر مطالب هفته‌نامه دسترسی کاربران در وب به تحولات اقتصاد نوآوری را تسهیل کند. اما از این هفته هم سایت ما به یک سایت خبری مستقل‌تر تبدیل شده که به صورت ۲۴x۷ اخبار و رویدادهای مختلف این اکوسیستم را پوشش می‌دهد و هم به صورت لحظه‌ای در شبکه‌های اجتماعی به خبرها و رخدادها واکنش نشان می‌دهد. این بخشی از تلاش جدید کارنگ برای **توجه بیشتر به «خبر» در فضای اقتصاد دیجیتال کشور** است. پس با کارنگ آنلاین بیشتر همراه باشید.

۲۴x۷

k a r a n g w e e k l y . i r





رئیس سازمان نصر کشور
درواکنش به توصیه شاپرک به پرداخت یارها

سیاست‌های دستوری یک جانبه را متوقف کنید

اینکه با نامه دستوری و از موضع بالا به پایین با آنها برخورد شود، به هیچ وجه پذیرفتنی نیست.

به باور او باید به فعالان بخش خصوصی حق داد که با این نوع سیاست‌گذاری‌های لحظه‌ای و دستوری، ذهنیت منفی نسبت به حلقه تصمیم‌گیرنده این موضوعات پیدا کنند و این تصور را داشته باشند که احتمالاً افکار حلقه فکری موافقان طرح صیانت، به عرصه‌های دیگر هم رسوخ پیدا کرده است.

رئیس سازمان نصر در ادامه گفت: «با اتفاقاتی که می‌بینیم، احساس می‌کنیم دولت، بخش خصوصی را از جنس فولاد می‌داند و تصور می‌کند فعالان این حوزه تاب‌توان تحمل هرگونه سیاست دستوری را دارند، اما واقعیت این نیست و بخش خصوصی تاب‌توان تحمل این همه شوک را ندارد.»

بر اساس اظهارات هاشمی، بخش خصوصی کشور چه گناهی کرده که هم در عروسی و هم در عزا باید سرش بریده شود و مدام تاوان تصمیمات لحظه‌ای را بدهد؟

او با انتقاد از مورد مشورت قرار نگرفتن بخش خصوصی در چنین تصمیم‌هایی گفت: «تا کی قرار است افراد مسئول و منصوب، بدون مشورت و اخذ نظر بخش خصوصی، برای آنها نسخه بیچند و به آنها خسارت سنگین وارد کنند، در حالی که حاضر به پذیرش مسئولیت، پاسخگویی و جبران این خسارت‌ها هم نیستند؟»

به باور رئیس سازمان نصر، بخش خصوصی کشور بارها و بارها حقانیت خودش را اثبات کرده و نشان داده که حداکثر ظرفیت فنی و سرمایه انسانی و اقتصادی خود را برای خدمت به مردم و سربلندی کشور به کار می‌گیرد، اما حداقل انتظار از تصمیم‌گیران این است که تصمیم‌های یک جانبه نگیرند و اولین اصل در اتخاذ چنین تصمیم‌هایی را مشورت با بخش خصوصی و دریافت نظرات آنها قرار دهند.

رئیس سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور به نامه اخیر شاپرک در مورد توصیه انتقال دامنه پرداخت‌یاران از دات‌کام به دات‌آی‌آر واکنش نشان داد و خواستار توقف اعمال سیاست‌های دستوری یک جانبه در بستر فعالیت بخش خصوصی شد.

حسن هاشمی در گفت‌وگو با سایت «راه پرداخت» در این باره گفت: «در هفته‌های اخیر، کسب‌وکارهای مجازی و فعالان بخش خصوصی سخت‌ترین روزهای عمر خود را سپری کرده‌اند و در حال حاضر هم چشم‌انداز روشنی نسبت به آینده ندارند. حالا متأسفانه در همین شرایط با تصمیمات و دستوراتی مواجه می‌شوند که شوک دیگری به آنها وارد می‌کند.»

هاشمی با اشاره به نامه توصیه‌ای شاپرک برای کوچ پرداخت‌یارها از دامنه دات‌کام به دات‌آی‌آر اعلام کرد که هرچند پس از واکنش بسیاری از کسب‌وکارها، این شرکت اعلام کرد که کوچ پرداخت‌یارها به دامنه دات‌آی‌آر الزامی نیست، اما مسئله مهم، نوع نگاه و رویکردی است که در این گونه اقدامات وجود دارد و باید برای همیشه حل و فصل شود.

وی ادامه داد: «در این که حتماً برای اتخاذ چنین تصمیمی دلایلی وجود داشته بحثی نیست، اما سؤال اینجاست که بخش دولتی چطور خودش را محق می‌داند به همین راحتی با ارسال یک نامه خلق الساعه، برای فعالان بخش خصوصی ضرب‌الاجل یک هفته‌ای تعیین کند؛ بدون اینکه جلسه مشورتی و همفکری با آنها گذاشته باشد و نظرشان را جویا شود؟!»

رئیس سازمان نصر کشور تصریح کرد: «فعالان بخش خصوصی بسیار بیشتر از دولتی‌ها نگران کسب‌وکار خودشان هستند و به همه ابعاد، خطرات و آسیب‌های احتمالی اشراف دارند، به همین دلیل قطعاً در صورت نیاز، تمهیدات لازم برای پیشگیری از این خطرات احتمالی را هم اتخاذ می‌کنند. اما



ایراتورها در ضرر؟

چه رسمی و چه غیررسمی، شرکت‌هایی چون شاتل، ایرانسل و مبین‌نت از کاهش میلیاردری درآمد خود به دنبال محدودیت اینترنت خبر داده‌اند؛ این ماجرا را بررسی کرده ایم

ضرر ۲۵ درصدی مبین‌نت

به تازگی نامه‌هایی در تاریخ‌های متفاوت از سوی مدیران ایرانسل، شاتل و مبین‌نت به وزیر ارتباطات توسط گروه هکری به نام «ZZA» منتشر شده‌اند. در تماس کارنگ با شاتل، مدیرعامل این شرکت صحت نامه خود به وزارت ارتباطات در مورد آثار محدودیت اینترنت و فیلترینگ روی کسب‌وکارش را تأیید می‌کند.

هرچند نامه برخی ایراتوره‌های ارتباطی به وزارت ارتباطات در مورد خسارتی که محدودیت اینترنت به آنها زده، بعد از سه ماه از شروع این محدودیت‌ها به تازگی رسانه‌ای می‌شود، با این حال پیش‌تر گزارش مرکز فضای مجازی در مورد نقش اینستاگرام در اقتصاد دیجیتال از کشور نشان داد که سهم ترافیک اینستاگرام از کل حجم بازار فروش ترافیک توسط ایراتوره‌های ثابت و سیار ۵۰ درصد بوده و معادل ۳۰ هزار میلیارد تومان در سال جمع‌بندی شده است.

همین آمار نشان می‌داد که با فیلتر شدن اینستاگرام از سه ماه گذشته تاکنون ۵۰ درصد ترافیک ایراتوره‌های ثابت و سیار کشور از دست رفته و این گروه متحمل چه خسارتی شده‌اند.

در بین ایراتوره‌های ارتباطی، طبق تاریخ‌نامه‌های منتشرشده

سه ماه از شروع اختلال و محدودیت روی بستر اینترنت می‌گذرد و حالا هک نامه‌های برخی ایراتوره‌های ارتباطی مانند شاتل، ایرانسل و مبین‌نت به وزارت ارتباطات نشان می‌دهد که این محدودیت‌ها و فیلترینگ چه خسارتی برایشان به همراه داشته است.

پیش از این هم رایتل با انتشار نامه خود به وزیر ارتباطات از کاهش درآمد خود به دنبال فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنت خبر داده بود.

مبین‌نت در نامه خود از زیان ۲۵ درصدی درآمد، یعنی ۱۰ میلیارد تومان در ماه خبر داده و شاتل گفته است درآمد این شرکت بیش از ۴۰ درصد کاهش داشته و ادامه این شرایط بحرانی تحت هیچ شرایطی دیگر برای این شرکت قابل تحمل نیست.

از طرف دیگر ایرانسل هم در سه نامه جداگانه به رئیس رگولاتوری از خسارت هشت هزار میلیارد تومانی خود گفته و ضمن درخواست

خسارت بر اساس اصول پروانه از سمت دولت، خواستار افزایش تعرفه‌ها مخصوصاً افزایش تعرفه در بخش دیتا شده است. با این نامه‌ها به نظر می‌رسد در آخر این کاربران هستند که باید هزینه محدودیت اینترنت را پرداخت کنند.



سونیتا سراب‌پور

@SonitaSarabpour



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم





ارائه تسهیلات ۵۰ میلیارد ریالی به شرکت‌های دانش بنیان و فناور منطقه ویژه اقتصادی پیام

اعتباریاریار به کمک نوآوران می‌آید

نشست با اشاره به ارائه انواع خدمات مالی این صندوق پژوهش و فناوری به شرکت‌های دانش بنیان و فناور گفت: «جدیدترین محصول صندوق توسعه فناوری‌های نوین، «اعتباریار» نام دارد که از آغاز فعالیت خود مورد استقبال بانک قرض‌الحسنه مهر و پست‌بانک ایران قرار گرفته است.»

او در تشریح نحوه فعالیت این محصول خاطر نشان کرد: «اعتباریار سامانه‌ای است که تمام خدمات یک نهاد مالی از آغاز تشکیل پرونده، اعتبارسنجی و ارزیابی و تنظیم و ارسال قرارداد تسهیلات را به صورت شفاف در اختیار متقاضیان، بانک‌ها و دستگاه‌های اجرایی قرار می‌دهد و می‌تواند اطلاعات لازم را در قالب داشبورد مدیریتی نیز ارائه دهد.»

اکبر قنبرپور، مشاور وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت خدمات هوایی پیام، انعقاد این تفاهم‌نامه را در راستای رفع دغدغه‌های بانکی پست‌بانک دانست و گفت: «با توجه به ارزیابی تخصصی شرکت‌های فعال در منطقه ویژه اقتصادی پیام توسط صندوق توسعه فناوری‌های نوین از پست‌بانک درخواست می‌کنیم خدمات خود را به شرکت‌های مستقر در این منطقه ویژه اقتصادی افزایش دهد.»

قنبرپور یادآور شد: «این صندوق با ایجاد نمایندگی در این منطقه قدم مؤثری برای ما برداشته و از مدیرعامل صندوق توسعه فناوری‌های نوین می‌خواهیم سایر ابزارهای صندوق را به شرکت‌های منطقه ویژه اقتصادی پیام نیز ارائه دهد.»

پست‌بانک ایران، منطقه ویژه اقتصادی فرودگاه پیام و صندوق توسعه فناوری‌های نوین با هدف رفع دغدغه تأمین مالی شرکت‌های دانش بنیان، فناور و تولیدی مستقر در این منطقه تفاهم‌نامه امضا کردند.

بر اساس این تفاهم‌نامه، منطقه ویژه اقتصادی پیام پس از بررسی‌های لازم، شرکت‌های متقاضی دریافت تسهیلات و ضمانت‌نامه را برای ارزیابی تخصصی به صندوق توسعه فناوری‌های نوین معرفی می‌کند. این صندوق نیز با تکیه بر توان و تجربه خود در ارزیابی تخصصی شرکت‌های دانش بنیان و فناور و آشنایی کافی با ادبیات نظام بانکی، ضمن ارزیابی، اعتبارسنجی و رفع دغدغه‌های بانک، اقدام به صدور ضمانت‌نامه تعهد پرداخت برای بهره‌مندی این شرکت‌ها از تسهیلات پست‌بانک ایران خواهد کرد. همچنین بر اساس این تفاهم‌نامه، پس از طی فرایند عنوان شده به شرکت‌های دانش بنیان و فناور و تولیدی تا سقف ۵۰ میلیارد ریال تسهیلات پرداخت خواهد شد.

بهرزاد شیری، مدیرعامل پست‌بانک ایران در این نشست، رفع دغدغه‌های تولید را نیازمند همکاری و هماهنگی نهادهای ذی‌ربط عنوان کرد و گفت: «پست‌بانک ایران با دارا بودن بیش از شش هزار شعبه بانکی در روستاها و بیش از ۵۰۰ شعبه در شهرها و مراکز استان‌ها، یکی از گسترده‌ترین بانک‌های کشور و دارای ظرفیت مویرگی در ارائه خدمات به شرکت‌های تولیدی و فروش در سطح کشور است.»

روح‌الله میرامینی، مدیرعامل صندوق توسعه فناوری‌های نوین نیز در این

از دست‌رفته این شرکت از خدمات دیتا از تاریخ ۲۹ شهریور (شروع فیلترینگ اینستاگرام و واتس‌آپ) تا هفتم آبان بالغ بر هشت هزار میلیارد ریال بوده است. در نامه سوم که ایرانشل برای رئیس رگولاتوری ارسال کرده، مدیرعامل این شرکت با اشاره به ادامه محدودیت‌های اینترنت اعلام کرده که اعمال فیلترینگ روی پلتفرم‌های پرکاربر خارجی ضمن خسارت‌های مالی، به دنبال خود افت مصرف و کاهش ترافیک دیتا را به دنبال داشته و باعث شده نیمی از ظرفیت شبکه این شرکت کاهش یابد. عباسی آرنند در نامه خود تأکید کرده که ادامه روند فعلی و استمرار محدودیت‌های اعمال شده روی پهنای باند، مانعی جدی در ادامه فعالیت این شرکت خواهد بود.

در این نامه عباسی آرنند با تکیه بر قوانین پروانه‌ای این شرکت تأکید کرده که هر گونه اعمال تغییر در پروانه توسط دولت شامل اعمال محدودیت در سرویس دهی و... که باعث ایجاد هزینه یا از دست رفتن درآمد شود، باید مورد جبران قرار گیرد.

در همین زمینه با اشاره به ماده ۲۲ موافقت‌نامه پروانه ایرانشل آمده است: «چنانچه تغییرات بدون توافق کتبی بین دارنده پروانه و سازمان صورت پذیرد و چنانچه تغییرات تأثیر نامطلوب عمده بر وضعیت دارنده پروانه یا چشم‌انداز تجاری او داشته باشد، در آن صورت دارنده پروانه حق خواهد داشت خسارت عادلانه و کافی دریافت کند. همچنین مبلغ این غرامت در قبال مبالغ تسهیم درآمد که باید حسب مورد به سازمان پرداخت شود، تهاوتر خواهد شد.»

در پایان این نامه ضمن تأیید بر جبران خسارت از سوی وزارت ارتباطات، مدیرعامل ایرانشل خواسته که زمینه بازنگری و افزایش تعرفه‌های ارتباطی به ویژه خدمات دیتا، افزایش تعرفه ترافیک داخلی، تعدیل و کاهش حق السهم دولت از درآمد اپراتورهای تلفن همراه، کاهش و تعلیق تعهدات توسعه شهری، جاده‌ای، روستایی و... از سوی این نهاد صادر شود.

هرچند وزیر ارتباطات در واکنش به نامه رایتل که چند هفته گذشته منتشر شده بود، اعلام کرده بود که «رایتل از گذشته هم مشکل مالی داشته، عده‌ای تلاش دارند ضعف‌های مدیریتی خود را گردن اتفاقات اخیر بیندازند.»

نامه‌های اصلی‌ترین اپراتورهای ارتباطی کشور و خبر از خسارت‌های میلیاردی به دنبال محدودیت‌های اینترنت و ادامه آن در حالی منتشر می‌شود که وزارت ارتباطات دولت سیزدهم یکی از اهداف اصلی خود در این دوره را توسعه زیرساخت‌های اینترنت ثابت به کمک پروژه فیبر نوری گذاشته است؛ پروژه‌ای که اپراتورهای ارتباطی در شرایطی حاضر به ورود به آن شدند که دولت به آنها کمک‌های مالی برساند و در کنارش نیز تعرفه‌ها بعد از چند سال ثبات تغییر کند.

حالا در این شرایط به نظر می‌رسد با خسارتی که بزرگ‌ترین اپراتورهای ارتباطی از محدودیت‌های اینترنت دیده‌اند، آینده توسعه ارتباطات در کشور در حاله‌ای از ابهام قرار گرفته باشد و در آخر آن طور که از این نامه‌ها می‌توان استنباط کرد، این است که اگر دولت با افزایش تعرفه‌ها موافقت کند، این مردم هستند که خسارت محدودیت اینترنت در چند ماه گذشته را پرداخت خواهند کرد.

به وزارت ارتباطات به نظر می‌آید که مبین‌نت زودتر از دیگر اپراتورها در مورد خسارتی که این محدودیت‌ها به صنعت ارتباطات کشور وارد می‌کند، هشدار داده است. این شرکت در ۲۳ مهرماه سال جاری در نامه‌ای به صادق عباسی شاهکوه که هنوز در آن زمان معاون وزیر و رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی بوده، از افت شدید استفاده از دیتای مبین‌نت گفته است.

در این نامه اعلام شده که به دلیل محدودیت‌های ایجاد شده در شبکه‌های اینترنت کشور، شرکت ارتباطات مبین‌نت در اثر افت شدید ترافیک دیتا (معادل ۳۰ درصد) متحمل ضرر و زیان ۲۵ درصد درآمد (در حد ۱۰ میلیارد تومان در ماه) شده است.

مدیرعامل مبین‌نت در این نامه خواسته است که در رابطه با چگونگی جبران ضرر و زیان یاد شده این شرکت را راهنمایی کنند.

کاهش درآمد ۴۰ درصدی برای شاتل

شاتل هم به‌عنوان یکی از معدود بازیگران شناخته‌شده بازار اینترنت ثابت در نامه‌ای که دوم آبان به رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی زده، از تأثیر بسیار جدی محدودیت‌ها روی دسترسی کاربران به شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها و همچنین بسیاری از وب‌سایت‌ها و آدرس‌های اینترنتی، بر مصرف پهنای باند و درآمد این شرکت گفته است.

آن‌طور که در این نامه مدیرعامل شاتل به رئیس رگولاتوری آمده، محدودیت اینترنت تا آن زمان باعث شده میزان پهنای باند اینترنت این شرکت با بیش از ۶۰ درصد و درآمدهای آن با بیش از ۴۰ درصد کاهش روبه‌رو شود. در این نامه تأکید شده که این کاهش درآمد در حالی است که به جز هزینه‌های مستقیم پهنای باند، دیگر هزینه‌های این شرکت که حدود ۸۰ درصد را شامل می‌شود، همچنان ثابت مانده یا با تورم کشور، رو به افزایش است.

مدیرعامل شاتل در نامه خود بیان کرده که این وضعیت بحرانی، تحت هیچ شرایطی قابل تحمل نیست و تأکید

کرده: «اگر بی‌درنگ برای این شرایط چاره‌اندیشی نشود، نه تنها توسعه شبکه را که در دستور کار وزارتخانه و این شرکت است، متوقف خواهد کرد، بلکه به توقف فعالیت و سرویس دهی به مشتریان در سراسر کشور منجر خواهد شد.»

این شرکت نیز در پایان از رگولاتوری تقاضا کرده که در زودترین زمان نسبت به این اتفاق چاره‌اندیشی شود.

درخواست ایرانشل برای افزایش تعرفه‌ها

ایرانشل به‌عنوان دومین اپراتور تلفن همراه کشور در سه نامه به تاریخ‌های ۲۴ مهر، ۲۰ آبان و ۲ آذر نسبت به جبران خسارت وارد شده ناشی از اعمال محدودیت روی اینترنت به رگولاتوری درخواست خود را ارسال کرده است. این شرکت در نامه‌های خود ضمن درخواست جبران خسارت از سوی وزارت ارتباطات، خواستار تغییر تعرفه‌ها هم شده است.

در دومین نامه که بیژن عباسی آرنند، مدیرعامل ایرانشل به رئیس جدید رگولاتوری یعنی محمدامین آقامیری ارسال کرده، او با اشاره به نامه گذشته این شرکت در مهرماه در خصوص جبران خسارت ناشی از اعمال محدودیت روی ترافیک ورودی بین‌الملل در نامه آبان‌ماه خود اعلام کرده که با توجه به ادامه وضعیت محدودیت اینترنت، درآمد



شماره ۷۹
دوره ۱۴۰۱
سال دوم





علیه خام‌فروشی معدنی‌ها

گزارش ویژه کارنگ از رویداد دایان ۴ با رویکرد تجاری سازی و توسعه بازار حوزه فرآوری محصولات معدنی و اینکه چطور می‌توان در بازار معدن نوآوری را بیش از چیزی که در این سال‌ها دیده‌ایم تزریق کرد

مسئله خام‌فروشی مواد معدنی، یکی از مزمن‌ترین دردهای کشور است که سال‌هاست ادامه دارد. چرخه محصولات معدنی عموماً در کشور ما به اکتشاف و استخراج منتهی می‌شود و در بیشتر موارد گام فرآوری و ایجاد ارزش افزوده به خاطر مسائل گوناگون مغفول می‌ماند. سازمان ایמידرو در سلسله برنامه‌های حمایتی خود این بار میزبان فعالان حوزه معدن و شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه فرآوری محصولات معدنی بود. این برنامه با عنوان دایان ۴ تلاش کرد تا با معرفی پنج شرکت برگزیده نوآور در این بازار فرصت ارائه محصول و خدمات این شرکت‌ها را به صورت بی‌واسطه به معدن‌داران و ذی‌نفعان حوزه معدن فراهم کند. با مدیران این پنج شرکت گفت‌وگو کردیم و از مشکلات آنها در مسیر کسب و کارشان و راهکارهای مبارزه با خام‌فروشی و تزریق بیشتر نوآوری به این صنعت بزرگ پرسیدیم.

مواد معدنی، این چرخه را کامل کنند. وجود واحدهای تحقیق و توسعه در شرکت‌های دانش‌بنیان این امکان را فراهم می‌کند تا هر چالشی در حوزه معدن و فرآوری مواد معدنی را حل کنند و در کنار معدن‌داران از هزینه‌های آنها بکاهند و ریسک‌های احتمالی معدن‌داری را کاهش دهند. در نتیجه سرمایه‌گذاری و ورود سرمایه به بخش معدن تسهیل و نهایتاً به خلق ارزش افزوده خوبی منجر خواهد شد. ما به واسطه حضور در رویداد دایان ۴ که در حوزه فرآوری مواد معدنی است، بالاخره توانستیم با فعالان و بازیگران این حوزه رودررو شویم و محصولات و خدمات‌مان را معرفی کنیم. مشکل اصلی ما در توسعه محصول و خدمات‌مان، سرمایه‌گذاری به موقع است. پروژه‌های تحقیقاتی به سرمایه‌گذاری به موقع و فرصت کافی برای تحقیق نیاز دارند. از آنجایی که حل چالش مبتنی بر تحقیقات زمان‌بر است، بسیاری از شرکت‌ها این مسئله را درک نمی‌کنند و حاضر نیستند این ریسک را بپذیرند. در حوزه فعالیت خودمان اگر تأمین مالی به موقع اتفاق بیفتد، به تولید محصولاتی منجر خواهد شد که به کمک معدن‌دار می‌آید تا اول از همه خام‌فروشی نکنند و دوم چرخه تولید را تکمیل کنند و برای خودشان و کشور ارزش افزوده بیشتری بیافرینند و باعث اشتغال و کارآفرینی شوند. امسال هم که سال دانش‌بنیان است و واحدهای مختلف ادعا می‌کنند که می‌خواهند به جرگه حمایت از دانش‌بنیان‌ها بپیوندند. امیدوارم این اتفاق ادامه‌دار باشد و یک حرکت جمعی

می‌پردازند، به جای تمرکز بر محصول و توسعه فناوری باید انرژی، وقت و هزینه بسیاری برای ارتباط با این شرکت‌ها صرف کنیم. تلاش ما این است به صورت موردی با شرکت‌ها وارد مذاکره شویم و فناوری را به آنها معرفی کنیم. از این رو رویدادهایی مانند رویداد دایان که بی‌واسطه فرصت ارائه محصول را به ما می‌دهد، می‌تواند بسیار کمک‌کننده باشد. دو دسته شرکت دانش‌بنیان در حوزه معدن فعال‌اند؛ دسته اول شرکت‌های فنی و مهندسی هستند و خدمات دانش‌محور به شرکت‌ها ارائه می‌دهند و دسته دوم شرکت‌های تولیدی و محصول‌محور هستند. مشتری نهایی هر دو دسته، شرکت‌های بزرگ هستند. برای حل چالش‌ها نیاز است که ارتباط عمیقی بین دو طرف شکل بگیرد و از سوی دیگر شرکت‌های بزرگ باید ریسک کنند و ظرفیت‌های دانش‌بنیان را جدی بگیرند.

سارا جلیلی

مدیرعامل شرکت فرآور فلزات تمین

تأمین مالی به موقع چالش ماست

حوزه فعالیت ما تولید و طراحی کارخانه‌های فرآوری مواد معدنی کم‌عیار و پسماند است. شرکت‌های دانش‌بنیانی که در این حوزه فعالیت دارند، می‌توانند با تشکیل کارگروه‌های تخصصی یا تولید محصولات دانش‌بنیان یا ارائه خدمات در زمینه فرآوری



محمد مهدی وکیل

مدیرعامل شرکت تیتانیوم صنعت شریف

خصولتی‌ها، درها را به روی ما بسته‌اند

واقعیت این است که سهم نوآوری در حوزه معدن بسیار ناچیز است. این واقعیت غیر قابل انکار است. تا زمانی که نتوانیم از نوآوری بهره‌مند شویم، خام‌فروشی سهم بالایی خواهد بود. در حال حاضر شرکت‌های بزرگ حوزه معدن دو چالش اساسی پیش روی خود دارند؛ چالش اول این است که چون خود این شرکت‌ها دارای دانش و فناوری روز نیستند، باید آن را وارد کنند و این موضوع هزینه‌های بالایی برای شرکت‌ها به همراه دارد. از طرفی هم تحریم‌های خارجی دسترسی به این فناوری‌ها را سخت و گاه غیرممکن کرده است. چالش بعدی این است که شرکت‌های بزرگ دنیا در کشورهای توسعه‌یافته، فناوری‌های خود را به کشورهای جهان‌سومی ارائه نمی‌دهند. این دو چالش باعث شده که نوآوری در حوزه معدن بسیار ضعیف باشد.

چالش شرکت‌های نوآور در ارتباط با شرکت‌های بزرگ معدنی کشور، ساختار خصولتی این شرکت‌های بزرگ و قدیمی است. ظاهر خصوصی و باطن دولتی باعث شکل‌گیری نگاه خاصی در این نوع مدیریت نسبت به شرکت‌های دانش‌بنیان شده است. ما به عنوان شرکت‌های دانش‌بنیان که به توسعه فناوری



نوآوران بخش معدن
و موانع پیش روی آنها

چالش دسترسی به مدیران تصمیم‌گیر

شرکت‌های نوآور بخش معدن باید درک درستی از نیاز بازار داشته باشند. بدون اینکه در زمینه بازار تحقیق شود، هرگز نباید دست به تولید محصول نهایی زد. این مسئله نافی طرح‌های پایلوت و محصول اولیه نیست، اما برای رسیدن به محصولی که بتواند در بازار مورد اقبال قرار گیرد، راه زیادی باید طی شود. محصولات ما در زمینه تصفیه هوا با فناوری‌های نوین است که خوشبختانه پس از تولید نمونه اولیه و پایلوت و بازاریابی این محصول توانستیم بازار را قانع کنیم.

شاید باورش سخت باشد، اما ایران یکی از بزرگ‌ترین کشورهای واردکننده دستگاه‌های تصفیه هوا در جهان است. این بازار حجم

بسیار خوبی دارد و نیاز به این محصول در صنعت بسیار زیاد است. شرکت‌های نوآور زیادی در این زمینه مشغول فعالیت بوده‌اند و اتفاقاً ممکن است محصولات کارآمد و با فناوری روز دنیا هم تولید کرده باشند، اما مسیر آنها برای ورود به بازار مشکل داشته و نداشتن بازار هدف، هزینه‌های سنگین تولید و بازاریابی نهایتاً به مرگ این شرکت‌ها منجر شده است. مشکل دیگر این است که این شرکت‌ها حتی اگر بر اساس بازاریاسنجی درست هم وارد میدان شده باشند، به خاطر ساختارهای حقوقی و مالی خود را کوچک می‌بینند و در مذاکرات بازاریابی‌شان امتیازات زیادی را می‌دهند که این نیز در بلندمدت موجب فرسایش و سرخوردگی این شرکت‌ها می‌شود. مهم‌ترین حمایتی که فعالان بخش معدن و صنعت می‌توانند از شرکت‌های دانش‌بنیان انجام دهند، این است که راه ارتباط با مدیران و تصمیم‌گیران مجموعه‌ها را برای ما باز بگذارند و کمتر ما را به کارشناسان ارجاع دهند. ارتباط و امکان تعامل با مدیران تصمیم‌گیر شرکت‌ها و مجموعه‌های بزرگ برای شرکت‌های دانش‌بنیان کار سخت و نفس‌گیری است.



حسین قریشی
مدیرعامل شرکت انبیشه‌سازان
فردای خاورمیانه



info
@Karangdaily.ir



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی ۴
سال دوم



مستقیم از استخراج به صادرات!

فرآوری هم بود؛ چراکه خود فرایند اکتشاف بسیار زمان بر است و بین دو تا پنج سال طول می کشد. با یک دید بلندمدت و کل نگر می توان از حداکثر ظرفیت های معدنی کشور بهره مند شد.

در بخش مهمی مانند معدن نمی شود فقط به یک جزء آن اتکا کرد. گاهی نگاه ما به معدن نگاه سیاسی است، نه نگاه فنی که از ظرفیت های بومی و آمایش سرزمینی بهره مند می شود. این نوع نگاه باعث ایجاد عدم تعادل و توازن در چرخه معدن و اکوسیستم می شود. امسال هم که سال دانش بنیان ها و تولید بوده، ما در مجموعه خودمان نگاه ویژه ای به دانش بنیان ها داشتیم که البته امیدواریم این نگاه و حمایت ها رها نشود و در حد شعار سال نباشد. رویدادی

هم که برگزار کردیم، با تمرکز بر حوزه فرآوری محصولات معدنی، جهت اتصال شرکت های دانش بنیان به حوزه معدن تلاش داشته است. امیدواریم به واسطه حضور این شرکت ها بتوانیم جای خالی نوآوری را در چرخه فرآوری محصول و زنجیره معدن پر کنیم، اما به شرط اینکه آنها را جدی بگیریم و باور کنیم.

فعالان حوزه معدن، سیاست گذاران، ذی نفعان و بازیگران بزرگ این حوزه باید برای نوآوری هزینه و ریسک کنند. به واسطه گسترش زیرساخت های آنلاین مرزهای دانش شکسته شده و برخی شرکت های نوآور داخلی در لبه فناوری روز دنیا حرکت می کنند. دانش و توانمندی وجود دارد، اما باور به آنها وجود ندارد. ضروری است که شرکت های بزرگ معدنی این نکته را در نظر بگیرند و در حمایت از این شرکت ها کمر همت ببندند. بسیاری از شرکت های دانش بنیان حتی نمی توانند یک درخواست جلسه داشته باشند. ما حتی در قانون گذاری هم مشکلی نداریم. رگولاتور این بخش حمایتی را به خوبی دیده است، منتها در اجرای قوانین با مشکل مواجه هستیم؛ چراکه دستگاه های ذی ربط هماهنگی لازم برای ایجاد یک زنجیره درست را ندارند یا آن را پیش بینی نکرده اند.

معضل فعلی بخش معدن در ایران چیست و شرکت های نوآور چه کمکی می توانند به آن کنند؟ اولین بخش در چرخه معدن اکتشاف است. در مرحله بعد استخراج و در نهایت فرآوری این چرخه را کامل می کند، اما فرآوری که در انتهای چرخه معدن قرار دارد، در کشور ما مغفول واقع شده است. دلیل آن هم این است که خام فروشی وجود دارد، یعنی مستقیماً از چرخه استخراج اقدام به صادرات کرده ایم. وقتی به خودمان آمدم، دیدیم که بسیاری از منابع را با ارزش افزوده اندک صادر کرده ایم. فرآوری نتوانست آن ارزش افزوده ایده آل را به این چرخه اضافه کند؛ چراکه ما روش های نوین فرآوری را تجربه نکرده ایم. نداشتن فناوری روز دنیا و دانش در این حوزه باعث شد فرآوری را نادیده بگیریم. از طرف دیگر حجم بالای خام فروشی اجازه انتقال ارزش افزوده به حلقه بعدی یعنی حلقه فرآوری را نداده است. ما معمولاً واردکننده فناوری از کشورهایمانند آلمان هستیم. فرایندهای فرآوری را تحت پروژه های مگاسایز و گذار می کنیم و این باعث می شود که به اصل دانش دسترسی نداشته باشیم. امروز ما با وجود شرکت های نوآور این سد تا حدی شکسته شده است. حالا که جوانان کشور و نیروی متخصص بومی پا به این میدان گذاشته، باید از آنان حمایت کنیم.

بسیاری مهم ترین مرحله چرخه معدن را اکتشاف می دانند که درست هم هست؛ اما فرآوری به مراتب مهم تر از این مرحله است. لزوماً داشتن ماده اولیه، ملاک و ارزش نیست. عربستان که یک کشور دارای گاز است، به خاطر برتری در حوزه انرژی از غنا بوسکتیت وارد کرده و با انرژی گاز آن را به آلومینیوم تبدیل می کند. ما علاوه بر ذخایر انرژی، ۶۸ نوع ماده معدنی داریم، اما تا امروز نتوانسته ایم از این ظرفیت ها بهره ببریم.

مدیریت ناکارآمد و عدم بهره مندی از دانش روز باعث شده حوزه فرآوری معدن مغفول بماند. در چرخه معدن نمی توان یک بخش مهم مانند فرآوری را نادیده گرفت. اکتشاف، استخراج و فرآوری مانند اجزای یک ساختمان باید با هم همگرا شوند، وگرنه نمی توان از ظرفیت های آن بهره مند شد. از لحظه اکتشاف باید به فکر

سنگین به حساب می آید، در اثر سوختن عناصر سنگین موجود در پسماند، قابل استحصال می شود. وجود مشتری خارجی برای این پسماندها، اجازه بهره برداری داخلی از این ماده را به شرکت های دانش بنیان مانند ما نمی دهد. ما باید با شرکت های خام فروشی که این ماده را صادر می کنند، رقابت کنیم. حتی در مزایده های دولتی هم از دانش بنیان ها حمایت نمی شود. از طرفی ضعف کارشناسی درست گمرک برای موادی که از مرز خارج می شود، از دیگر معضلات ماست. نبود نظارت بر خرید و فروش شرکت ها و فرایندهای عرضه و تأمین کالا را هم می توانید به این چالش ها اضافه کنید. شرکت هایی وجود دارند که مجوز تولید محصول ما را دارند، اما ترجیح می دهند ماده اولیه را صادر کنند. امیدوارم ساز و کارهایی برای حمایت بیشتر شرکت های دانش بنیان به وجود بیاید.

محمدرضا خالصی

رئیس هیئت مدیره شرکت طلاوران

دانش بنیان خصوصی در برابر دانش بنیان دولتی!

شرکت ما در زمینه هوشمندسازی معادن و تولید نرم افزارهای تخصصی فرآوری مواد معدنی فعالیت دارد که البته در کنار این فعالیت کار اجرایی مشاوره و مهندسی هم انجام می دهد. یکی از مهم ترین مشکلات شرکت های نوآور که به صورت خصوصی و به معنای واقعی خصوصی هستند، این است که با شرکت های دانش بنیان دولتی در حال رقابت اند که دولتی هستند. شرکت های بزرگی نظیر فولاد، گلگهر و... شرکت هایی با چنددهه هزار میلیارد سرمایه برای خودشان یک شرکت دانش بنیان تأسیس می کنند تا چالش هایشان را برطرف کنند؛ به این ترتیب امکان رقابت شرکت های دانش بنیان در بخش خصوصی با این شرکت های دولتی از بین می رود. ما برای اینکه مثلاً یک سال بتوانیم پرسنل نخبه خودمان را که عموماً دستمزد بالاتری نسبت به عرف دریافت می کنند، نگه داریم، با چالش های زیادی روبه رو هستیم. در صورتی که همین سطح از مدیران و کارکنان، می توانند در شرکت های دانش بنیان دولتی ۱۰ سال هیچ خروجی نداشته باشند و حقوق چندبرابری نسبت به پرسنل ما دریافت کنند.

اگر قرار است عرصه نوآوری به بخش های دولتی سپرده شود، نتیجه ای نخواهد داشت و فقط یکسری کارمند جدید به ادارات جدید اضافه می شود. باید اجازه دهیم شرکت های نوآور خصوصی، شرکت های کوچکی که از دل دانشگاه بیرون می آیند، در تعامل و همکاری با شرکت های بزرگ، هم چالش ها را رفع کنند و هم اجازه رشد داشته باشند و به کار آفرینی و ثروت آفرینی کمک کنند. باید اجازه داد نیازهای فناورانه شرکت های بزرگ با آزمون و خطای دانش بنیان ها مرتفع شود. این آزمون و خطا در نوآوری لازم است. باید اجازه دهیم این شرکت ها نقش خودشان را در توسعه فناوری ایفا کنند. از طرفی سال ها این ایراد را به دانشگاه ها می گرفتیم که ارتباط بین دانشگاه و صنعت را که همان حلقه مفقوده رشد و تجاری شدن فناوری است، برقرار نکرده اند. طبیعی هم هست. در جهان هم دانشگاه ها بازیگر خلق فناوری نیستند. آنها دانش را در مرز فناوری خلق می کنند و بازیگر دیگری نیاز است تا این دانش را به فناوری تبدیل کند. خود این فناوری ها قابلیت صادرات دارند. حالا اگر این فناوری ها در چرخه فرآوری تریق شود و بتواند ارزش افزوده معنادار ایجاد کند، خودبه خود خام فروشی بی معنا خواهد شد، اما متأسفانه شرکت های بزرگ این اعتماد و باور را نسبت به دانش بنیان ها و فناوری های بومی ندارند و ترجیح می دهند فناوری را وارد کنند.

شکل بگیرد و معدن داران به دانش بنیان ها اعتماد کنند.

محمد سلیمیان

مدیرعامل شرکت رازان اکسیر شریف

باید برای خلق دانش هزینه کرد



شرکت ما در زمینه بازیابی، تخلیص و فرآوری فلزات گران بها فعالیت می کند. مسئله اصلی ما معرفی خدمات و محصولات مان به فعالان و معدن داران است. هر چقدر بیشتر بتوانیم خودمان را به بازیگران گوناگون معرفی کنیم، موفقیت های بیشتری به دست خواهیم آورد. این امر برای شرکت های دانش بنیان مسئله ای مهم و حیاتی است که با استفاده از رویدادها و شبکه سازی ها کمک بزرگی به ما می شود تا از نزدیک با شرکت ها و معدن داران در ارتباط باشیم. حضور در این رویدادها برای ما بسیار تأثیرگذار و مثبت خواهد بود.

مهم ترین مسئله در خام فروشی نبود زیرساخت فرآوری است و مهم ترین مسئله در فرآوری دانش است. اگر دانش و فناوری مرتبط با فرآوری وجود داشته باشد، چرا خام فروشی؟ باید از شرکت های دانش بنیان و شرکت هایی که در زمینه تولید و توسعه فناوری فعالیت می کنند، حمایت شود، چراکه تحقیق و توسعه و خلق دانش بسیار هزینه بر است. خود من برای این پروژه با هزینه شخصی نزدیک به چهار میلیارد تومان هزینه کرده ام تا بتوانم آن را پیش ببرم. اگر این حمایت از یک نهاد سرمایه گذاری بود، قطعاً سرعت عمل بیشتری داشتیم و نتایج بهتری می گرفتیم. هر چقدر برای حمایت دانش بنیان ها سرمایه گذاری کنیم، همان قدر هم از خام فروشی فاصله می گیریم. تأمین مالی یکی از دغدغه های مهم برای تولید دانش است. اگر این پروژه ها به صورت شخصی تریق مالی شود، بسیار زمان بر خواهد شد و به همان مقدار از کیفیت کار هم کاسته خواهد شد. سرمایه گذاری در فرآوری به همراه به کارگیری دانش بومی که توسط دانش بنیان ها خلق شده، مزیت های رقابتی متنوعی را ایجاد می کند که یکی از آنها محصول ارزان قیمت با کیفیت بالاست. وقتی شما چنین محصولی خلق کنید، مشتری بان خودشان تحریم را دور می زنند و از شما خرید می کنند.

شایا شریف جواهریان

مدیر اجرایی و تحقیق و توسعه شرکت سرآمد استیل

ایرانیان

نوآوران حتی در مزایده های دولتی اولییتی ندارند



ما در حوزه استحصال و انادایوم از پسماند سوخت مازوت نیروگاهی فعالیت داریم. مسئله اصلی ما در تأمین مواد اولیه است. شرکت های خام فروش اصلی ترین رقیب ما در تأمین مواد اولیه هستند. با اینکه دانش بنیان هستیم، هیچ حمایتی از ما در تأمین مواد اولیه نشده است. به همین دلیل در تأمین مواد اولیه خط تولید دچار مشکل می شویم. مسئله بعدی مشکلات در حوزه صادرات محصول به بازارهای جهانی است که سال هاست گریبان شرکت های داخلی را گرفته است. ما از شروع فعالیت مان توانسته ایم حدود ۱۰۰ تن محصول پنتاکسید و انادایوم را صادر کنیم. مشکلات تحریمی و بالابودن ریسک خریداران خارجی از جمله مشکلات ما در بخش صادرات محصول است و از طرفی برای رقابت در بازار جهانی باید ظرفیت بالای تولید را مدنظر قرار داد تا بتوانیم سهم بازار بیشتری را نصیب کشور کنیم که این مسئله نیازمند تأمین ماده اولیه پایدار است. برای سال های زیادی پسماند مازوت امحا می شد، اما رفته رفته خریدارانی از خارج کشور برای خرید این ماده اعلام آمادگی کردند. از آنجایی که نفت ایران، نفت



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی
سال دوم





درباره کارن لینچ

رتبه اول مدیران عامل زن

«کارن لینچ» مدیرعامل یک شرکت دارویی و بهداشتی با ۳۰۰ هزار کارمند است. امسال او رتبه اول مدیران عامل زن در فهرست فورچون ۵۰۰ را به دست آورد. لینچ در ۳۰ دسامبر ۱۹۶۳ در ماساچوست متولد شد. در دانشکده مدیریت کارول در کالج بوستون تحصیل کرد و مدرک کارشناسی حسابداری دریافت کرد و توانست گواهینامه حسابدار عمومی را اخذ کند. پس از فارغ التحصیلی، او شغل اول خود را در دفتر بوستون شرکت مشاوره مدیریت ارنست اند یانگ آغاز کرد و در بخش مالی و بیمه مشغول شد.

او ۱۰ سال کار کرد و تصمیم گرفت در رشته MBA ادامه تحصیل دهد. این بازگشت به تحصیل عجیب بود، اما لینچ می گوید: «من می خواستم دانش تجاری خود را گسترش دهم تا بیشتر در معرض جنبه های تجاری اداره یک شرکت قرار بگیرم». در سال ۲۰۰۴، لینچ به عنوان رئیس «سیگنا دنتال» منصوب شد و تا سال ۲۰۰۹ در سیگنا کار کرد و پس از آن وارد شرکت مازلان شد. او توانست ریاست بخش خدمات بهداشتی مازلان را بر عهده بگیرد. تا سال ۲۰۱۲ در کنار مازلان ماند تا اینکه به عنوان معاون اجرایی و رئیس بخش تخصصی محصولات به ایلتنا پیوست.

لینچ در سال ۲۰۱۵، اولین مدیرعامل زن ایلتنا شد و در این نقش توانست ایلتنا را به قیمت ۷۰ میلیارد دلار به CVS Health بفروشد و این نقش را حفظ کند و بعد از مدتی خود لینچ مدیر اجرایی شرکت CVS Health شد. پس از بازنشستگی مدیرعامل شرکت، کارن لینچ مدیرعامل جایگزین وی شد که بالاترین رتبه مدیران عامل در فهرست فورچون ۵۰۰ است. او به عنوان هشتمین زن قدرتمند جهان در سال ۲۰۲۲ معرفی شد و اولین زن موفق در کسب و کار در همین سال نامیده شد.



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی
سال دوم



تفریح قدیمی شغل فعلی

گفت و گو با ماریا محمدیان که به شکل حرفه ای به آموزش پخت نان می پردازد و نوآوری هایی در زمینه پخت نان های گوناگون دارد



گفتگو
INTERVIEW

نان یک محصول باستانی و قدیمی است که معمولاً نامش در کنار نوآوری نمی آید، اما در این شماره با بانوی کارآفرینی آشنا می شویم که در زمینه پخت نان های گوناگون نوآورانه عمل می کند و این نوآوری ها را به هنرجویانش نیز انتقال می دهد؛ ماریا محمدیان که استاد آشپزی با تمرکز بر پخت نان است. او متولد شهر ساری است و تا ۱۸ سالگی نیز در ساری زندگی کرده است. با وجود اینکه دیپلم خود را در رشته ریاضی فیزیک اخذ کرده، اما می گوید از کودکی به کار شیرینی پزی علاقه زیادی داشته، ولی همیشه این کار برایش تفریح به حساب می آمده و فکر نمی کرده بتواند شغل آینده اش را بر اساس این علاقه مندی انتخاب کند. در این مسیر باشد.

چه شد که به سمت شیرینی پزی رفتید؟
من در ۱۸ سالگی ازدواج کردم و به شهر مشهد مهاجرت کردم. جوان بودم و چون از ساری به مشهد آمده بودم، خیلی تنها و غریب بودم و زمان بیکاری زیادی داشتم. به همین دلیل دلم نمی خواست زمانم هدر برود و عمرم را از دست بدهم. تصمیم گرفتم در زمینه مورد علاقه ام کاری کنم؛ بنابراین با شوق و علاقه فراوان در یکی از بهترین آموزشگاه ها ثبت نام کردم و آموزش دیدم.

شبانروز تمرین و تکرار می کردم تا بتوانم حرفه ای شوم، اما متأسفانه بنا بر دلایلی که دوست ندارم راجع به آن توضیح دهم، مجبور شدم با تمام عشق و علاقه ای که داشتم، این کار را متوقف کنم. اگرچه آشپزی و شیرینی پزی هرگز تعطیل نمی شد و من مدام در حال تمرین و تکرار بودم. از مجله و کتاب و سایت های مختلف آشپزی دستور پخت پیدا می کردم و آن شیرینی را می پختم و اشکالات و نکات آن کار را کشف می کردم. از سایر آشپزان کمک می خواستم تا از تجربه آنان مطلع شوم و بار بعدی محصول بهتری خلق کنم.

من بدون ابزار و ترازو شب های عید هر سال، شیرینی خانگی می پختم و طعم ها و شکل های مختلف را تست می کردم. همان دوران نیز مشتریانی برای شیرینی ها داشتم و کسب درآمد می کردم. گاهی نامید می شدم، اما به دلیل علاقه زیاد بازمی گشتم و سال هایی که در زمینه شیرینی های خشک نوروزی فعالیت کردم، درآمد داشتم.

ایده اولیه کار چطور شکل گرفت؟

اکنون من در زمینه تولید نان و آموزش نان فعالیت دارم. این بخش از کار من بعد از کرونا بسیار جدی شد. پنج سال پیش مجدداً به بستر حرفه ای آموزش بازگشتم و آموزش های حرفه ای را پشت سر گذاشتم. تولیداتم را ارتقا دادم تا اینکه کرونا از راه رسید و تب پخت نان در منزل بالا گرفت. از آنجا

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 اینشورتک**، 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.



نگاه مسئولان به همه کسب و کارها به مثابه شغل کارمندی است که مقررری ماهیانه اش هیچ ارتباطی به مدیریت بهینه هزینه های سازمان و رضایت مشتری ندارد

ایده هایی که در نطفه خفه شدند

که حتی پخت یک کلوچه خانگی قابل عرضه به بازار و مشتری، بدون شناخت و اطلاع از آخرین ابزارها، متد و طرز تهیه محصول، به احتمال زیاد شکست خواهد خورد و زمان و هزینه ما را هدر خواهد داد و تضمینی برای موفقیت در بازار عرضه محصول نخواهد داشت؛ روش هایی که پیش از ما فردی هم صنف ما آن را امتحان کرده و اگر بخوایم پیشرفت کنیم و مسیر را ادامه دهیم، نمی توانیم از آنها گذر کنیم. شاید این هم صنف زنی میانسال در آفریقا یا آسیای شرقی باشد.

این تُنگی که از میان اقیانوس کسب و کارهای جهانی و انسانی برای کسب و کارهای ایرانی ساخته ایم، حتی برای بررسی های اولیه نیاز بازار و بازخورد مخاطب و نحوه مواجهه مشتریان بالقوه با ایده های کسب و کار ما بسیار تنگ است. این حرفی ساده و بدیهی است که شاید لازم نباشد بارها و بارها به طرق مختلف و توسط افراد متعدد در لایه های متنوع کسب و کار مطرح شود، اما به نظر می رسد که مشکل اصلی اینجاست که مسئولان تصمیم گیر هرگز خودشان محصولی خلق نکرده اند، برای شروع کسب و کاری با سرمایه اندک، به تحقیق و بررسی نپرداخته اند، محصولی نفروخته اند و کسب و کاری را مدیریت نکرده اند.

نگاه مسئولان به همه کسب و کارها به مثابه شغل کارمندی است که مقررری ماهیانه اش هیچ ارتباطی به کیفیت محصول ارائه شده، مدیریت بهینه هزینه های سازمان و میزان فروش نهایی و رضایت مشتری ندارد. با این نگاه نه تنها کسب و کارهای نوپا و نوجوان را کشته ایم، بلکه بسیاری از ایده های کسب و کاری را در دوران جنینی از هستی ساقط کرده ایم.

کسب و کارهای نوپای زنان، نه تنها قربانی شرایط فعلی شده اند، بلکه اکثر ایده های کسب و کاری نیز در نطفه خفه شده اند، زیرا مشخص نیست با ادامه یافتن سیاست هایی که یکی از زیرساخت های شروع هر کسب و کاری، اینترنت را نشان داده، چگونه می توان برای شروع و رشد کسب و کار برنامه ریزی یا هزینه کرد.

فضای کسب و کار همواره آبیستن ایده های نو و جدید است که این ایده ها در شرایط سخت و دشوار فرصت تولد و تبلور پیدا نمی کنند. ثبات و روشنی مسیر پیش رو موجب زایش ایده ها و شتاب مسیرهای آزمون و خطای مربوط به کسب و کار می شوند. به باور کارشناسان، در شرایط دشوار و بی ثبات کمتر سرمایه گذاری حاضر است دست به ریسک بزند و روی این ایده های نو سرمایه گذاری کند. بحران تأمین مالی که از پی این اتفاق می آید، راه را بیش از پیش برای نوآوران دشوار خواهد کرد. به خصوص از آنجا که در شرایط معمول هم سرمایه گذاران کمتر به بنیان گذاران زن اعتماد می کنند، شرایط برای زنان کارآفرین به مراتب سخت تر خواهد شد.

البته ممکن است معتقد باشیم که شرایط فعلی کسب و کارها عادی است و کسانی که توانمند هستند، در همین شرایط ایده های مناسبی را طرح و اجرا می کنند و مغلوب شرایط فعلی نمی شوند. حتی با فرض اینکه برخی افراد این ویژگی را دارند، این سؤال اساسی مطرح می شود که آیا برای هر کسب و کاری، چه کوچک و چه بزرگ، باید چرخ را از ابتدا اختراع کنیم؟ آیا حتی یک کسب و کار کوچک خانگی مثلاً در زمینه گلدوزی، می تواند بدون اتصال به طرح ها و نحوه دوخت های جدید و امتحان شده در سراسر دنیا، محصول مناسب و قابل عرضه ای ارائه دهد؟

اگر دستی بر آتش داشته باشیم، می دانیم

و به روز کردن چنین مستندی دشوار است و این مستند نیز جزء تفاوت های کار من است و باعث شده کارم بهتر و بیشتر دیده شود.

چه چشم اندازی برای آینده کسب و کارتان

دارید و چه مشکلاتی پیش روی شماست؟

من به آموزش علاقه مند هستم و اینکه چه برنامه ای برای آینده داشته باشم، خیلی به شرایط کشور بستگی دارد؛ چرا که در شرایط فعلی کشور، هم تبادل اطلاعات با سایرین سخت شده و هم بسترهای پرمخاطب معرفی محصول فیلتر شده است. وقتی کاری نوآورانه انجام می شود باید مخاطبان در تعداد زیاد و به تکرار فراوان آن کار را ببینند و با آن آشنا شوند تا به آموزش دیدن در آن زمینه علاقه مند شوند یا به استفاده از آن محصول روی بیاورند.

دوست دارم یک آکادمی آموزش داشته باشم که در آن آموزش واقعی به مخاطبان ارائه دهم و مشکلی که پیش

روی رسیدن به این چشم انداز دارم این است که متأسفانه در کشور ما به دلیل تخصص اندک نهادهای نظارتی، بسیاری از آموزش های غلط یا کم ارزش با هزینه های گزاف به هنرجویان ارائه می شود که گاهی موجب دلسردی و ضربه به اعتماد به نفس افراد می شود و این تنها وجدان مدرس است که باید ناظر بر خدمات ارائه شده به مشتریان شان باشد، ولی متأسفانه اهداف فقط مالی است و این بزرگ ترین ضربه به کسب و کارهای واقعی و مشتریان آنان است.

شاید اصلی ترین دلیل من برای این چشم انداز این است که خودم آموزش های زیادی دیدم و به دلیل نادرست یا ناکافی بودن برخی آموزش ها، هر بار ناامید و خسته می شدم و با وجود تمرین و تکرار زیاد نتیجه نمی گرفتم.

چه توصیه ای به زنانی دارید که

می خواهند کسب و کار خود را راه بیندازند؟

اولین توصیه من این است که از بیکاری فرار کنید، به هر هنری علاقه دارید زودتر شروع کنید و حتماً هدف داشته باشید. هدف تان حتماً شامل کسب درآمد نیز باشد تا بتوانید ادامه دهید.

به سرمایه کلان نیز نیازی نیست. از سرمایه کم شروع کنید و کم کم آن را افزایش دهید و حتماً به صورت تخصصی آموزش ببینید تا در مسیر حرفه ای قرار بگیرید. اما توصیه بعدی من این است که ادامه دهید. یک جمله معروف است که می گوید «افراد زیادی هستند که شروع می کنند، اما عده کمی دوام می آورند و ادامه می دهند». لطفاً با همه توان مبارزه کنید و رو به جلو بروید؛ این رمز موفقیت است.

که برایم عادت شده بود تحقیق کنم و در زمینه آشپزی به بهترین دستورالعمل ها برسم، وارد دنیای نان شدم و از وسعت این حرفه و طعم های مختلف نان در دنیا متعجب شدم. تصمیم گرفتم نزد استادان حرفه ای این کار آموزش ببینم و دنیای نان برایم جدی شد. البته نان های خمیر ترش که هم ارگانیک هستند، هم بسیار خوشمزه، بیش از سایر نان ها مرا به خود جذب کرد. تصمیم گرفتم در المپیاد نان کشوری شرکت کنم تا خودم را محک بزنم. در المپیاد نان مقام ششم کشوری را به دست آوردم.

بعد از کسب این مقام کم کم تماس ها برای درخواست آموزش زیاد شد و من به صورت حرفه ای وارد کار تدریس شدم و اکنون علاوه بر تدریس و برگزاری ورک شاپ های شخصی، در آموزشگاه های دیگر نیز به عنوان استاد مدعو کار می کنم.

چه سرمایه ای برای این کار صرف کردید؟

سرمایه اولیه شغل هایی مانند آشپزی در درجه اول آموزش دیدن و تمرین و تکرار زیاد است. محال است کسی بتواند بدون تمرین و تکرار محصول خوبی تولید کند، زیرا همه آموزش های درست در کنار تجربه آشپزی می تواند باعث خلق یک محصول بدون اشکال شود. من در ابتدا سرمایه ای نداشتم، اما با فروش محصولات، ابزارهای مورد نیاز را تهیه کردم تا بتوانم نان های بهتری عمل بیاورم و به لطف خدا تاکنون توانسته ام ابزارهای لازم را نیز تهیه کنم.

چه نوآوری ای در کسب و کارتان می بینید؟

من سعی کرده ام در بخش تولید به روزترین روش ها و دستور پخت ها را امتحان کنم و محصول نهایی را با توجه به این روش به بهترین کیفیت برسانم که نسبت به محصولات قدیمی تفاوت و نوآوری زیادی دارد.

در زمینه آموزش نیز برای هر ورک شاپ برنامه ریزی دقیق دارم تا بتوانم قبل شروع یک نمونه جدید تولید کنم و عکاسی انجام دهم و سعی می کنم هر بار ایتم های جدید و تکنیک های نو به کارم اضافه کنم تا ورک شاپ ها همیشه حرف جدیدی برای گفتن داشته باشند و علاوه بر تکرار، محصولات نیز به روزتر شوند.

از طرفی تعامل با هنرجویان و رفع اشکال در سایر مراحل کارشان نیز باعث استقبال بیشتر مخاطبان می شود. علاوه بر آموزش در ورک شاپ یک پکیج مستند به هنرجویان ارائه می دهم که شامل یک جزوه کامل، پشتیبانی جهت آموزش، شرح انواع تکنیک های خمیرگیری، مدل های طراحی و البته انواع پخت است. در آموزش نوآورانه تهیه



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم



دیجیتال

رسانه صنعت بیمه و اینشورتک ایران



اندازه بازار تجهیزات
پزشکی در سال ۲۰۲۲
وروندهای آینده

کرونا و رشد بازار تجهیزات پزشکی

بازار تجهیزات پزشکی در سال ۲۰۲۲ حدود ۴۴۲/۴۲ میلیارد دلار برآورد شده بود و پیش‌بینی می‌شود با نرخ رشد مرکب سالانه ۷/۵۴ درصد برای سال‌های آینده بزرگ‌تر هم بشود. همه‌گیری کرونا به شدت بر کل بازار تجهیزات پزشکی تأثیر گذاشت و بخش‌های مختلف، تأثیرات گسترده‌ای را تجربه کردند.

تأثیر کووید ۱۹ بر رویه‌های تصویربرداری تشخیصی در امارات متحده عربی، نشان می‌دهد در طول همه‌گیری، در مقایسه با زمان قبل از کووید، حدود ۸۰ درصد کمتر تصویربرداری رادیولوژیکی انجام شده است. این کاهش تعداد روش‌های رادیولوژیکی باعث کاهش بیشتر تقاضا برای دستگاه‌های پزشکی شده است.

با این حال، بازار مورد مطالعه تأمین تجهیزات بیمارستانی برای مدیریت کووید ۱۹، مانند تجهیزات حفاظت فردی (PPE)، ونتیلاتورها و تجهیزات بیمارستانی عمومی، افزایش فروش را تجربه کرد تا تقاضای بسیار زیاد آن را برآورده کند. به‌عنوان مثال، برای ونتیلاتورها در طول همه‌گیری تقاضای زیادی به وجود آمد. برای نمونه در مارس ۲۰۲۰، تولید ونتیلاتور بیش از ۴۰ درصد افزایش یافت.

عواملی مانند شیوع فزاینده بیماری‌های مزمن و مرتبط با آن در سال‌های زندگی پس از بهبود، پیشرفت‌های فناوری در دستگاه‌های پزشکی و افزایش مداوم جمعیت سالمند، رشد بازار تجهیزات پزشکی را تقویت می‌کنند. پیش‌بینی می‌شود در آینده، بخش دستگاه‌های قلب و عروق سهم عمده‌ای در بازار تجهیزات پزشکی داشته باشد. همچنین انتظار می‌رود آمریکای شمالی به دلیل عواملی مانند شیوع روبه‌رشد بیماری‌های مزمن، هزینه‌های بالای مراقبت‌های بهداشتی و حضور بازیگران کلیدی، یک بازار مهم مصرف و فروش تجهیزات پزشکی شود. افزایش جمعیت سالمندان هم یکی دیگر از عوامل رشد این بازار خواهد بود.



شماره ۷۹
دی ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: پریا امیرحاجلو

معادلات کف بازار را بشناسیم

گفت‌وگو با مریم توحیدی، بنیان‌گذار نانوبافت‌سازه که از چالش‌های رگولاتوری در حوزه تجهیزات پزشکی می‌گوید و البته ضعف کارآفرینان و نوآوران این حوزه که بازار و نیازهای آن را به درستی تشخیص نمی‌دهند

یکی از اجزای مهم اقتصاد سلامت، حوزه تجهیزات پزشکی و مواد مصرفی این بخش است. این تجهیزات و مواد مصرفی گاهی با وجود امکان تولید در داخل، معمولاً از خارج کشور وارد می‌شوند. یکی از این مواد مصرفی مش‌های جراحی است که حین عمل جراحی مورد استفاده قرار می‌گیرد. حالیکه شرکت ایرانی بر اساس این نیاز شکل گرفته است. در این شماره از کارنگ به سراغ شرکت استارت‌آپی نانوبافت‌سازه رفته‌ایم که بنیان‌گذارش مریم توحیدی است. او متولد ۱۳۵۵ در محله تهرانپارس و مادر سه فرزند است. در سال ۱۳۷۴ به سراغ طراحی کشتی رفت، اما یک سال بعد تغییر رشته داد و رشته مهندسی پزشکی بیوالکتریک را برای تحصیل انتخاب کرد. پس از دریافت مدرک کارشناسی وارد بازار شد و از سال ۱۳۸۰ در بخش خصوصی کار می‌کند. با او درباره چالش‌های شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های حوزه تجهیزات پزشکی صحبت کرده‌ایم.

هزینه‌های بازاریابی نیاز ندارد و بازار آن از قبل شناسایی شده و خریدار آن هم آماده است تا در هر زمان که به تولید انبوه رسیدیم، اقدام به خرید کند.

چه میزان سرمایه برای راه‌اندازی خط تولید نیاز دارید و فکر می‌کنید در چه بازه‌ای به نقطه سر به سر برسید؟ سهم بازاری که برای خودتان پیش‌بینی کرده‌اید چند درصد از کل بازار خواهد بود؟

میزان مش مصرفی کشور طبق آمار اداره کل تجهیزات

PP تولید می‌شده است. این محصول در جراحی‌هایی مورد استفاده قرار می‌گیرد که امحا و احتشای داخلی بدن نیاز به فیکس شدن دارد. البته مش‌های جراحی مدل‌های مختلفی دارد و به‌طور کلی به دو دسته مش‌های جذبی و غیرجذب‌ی تقسیم می‌شوند. حتی مش‌هایی از جنس فلز وجود دارد که در جراحی فک و صورت از آنها استفاده می‌شود. اما مش‌های ما از مواد پلیمری هستند. محصول نمونه‌ای که تولید کردیم، آماده تجاری‌سازی است و در این مرحله به جذب سرمایه و راه‌اندازی خط تولید نیاز داریم. یکی از مزایای محصول این است که به

از نانوبافت‌سازه و استارت‌آپ‌تان برای ما بگویید؛ محصول شما چیست و در چه مرحله‌ای قرار دارد؟

ایده ساخت مش‌های جراحی از نیاز بازار شکل گرفت. یکی از دوستان ما که ۸۰ درصد نیاز بخش سلامت را از طریق واردات این محصول تأمین می‌کرد، به ما پیشنهاد داد تا بررسی کنیم و ببینیم آیا می‌توانیم این محصول را در داخل تولید کنیم یا نه؟ مش‌های جراحی یک بافت است که مانند پارچه با تاروپود بافته می‌شود. اولین نسل مش‌های جراحی با مواد پلی‌پروپیلن یا همان



چهار فناوری که در آینده تجهیزات پزشکی نقش بازی می کنند

روندهای آینده

۱. فناوری های 5G

شبکه های 5G انتقال داده ها را در زمان واقعی ساده می کند که برای تشخیص سریع و دقیق بسیار مهم است. یک دستگاه 5G دو تا پنج برابر سریع تر از دستگاه مبتنی بر وای فای یا 4G است. به طور کلی، شبکه های 5G امکانات نظارت از راه دور بیمار را گسترش داده اند. به طور معمول، برنامه های 5G برای افراد آسیب پذیری است که در مناطق روستایی زندگی می کنند که اتصال وای فای محدود است و همچنین برای افراد مسن که ترجیح می دهند در خانه های خود درمان شوند.

۲. دستگاه های چاپ سه بعدی

طبق گزارش ها، انتظار می رود تا سال ۲۰۲۶، بازار جهانی تجهیزات پزشکی پرینت سه بعدی به ۴/۵ میلیارد دلار با نرخ رشد سالانه ۱۳ درصد برسد. بیمارستان ها و مراکز درمانی می توانند برای جایگزینی تجهیزات پزشکی وارداتی، قطعات و تجهیزات لازم را در داخل بیمارستان تولید کنند. با استفاده از پرینترهای سه بعدی، پزشکان به همراه مهندسان زیست پزشکی به صورت دیجیتالی پروتزهای سفارشی، کاشت مفاصل و ابزارهای جراحی را ایجاد می کنند.

۳. هوش مصنوعی و یادگیری ماشین

در میان روندهای فعلی در صنعت تجهیزات پزشکی، هوش مصنوعی و الگوریتم های یادگیری ماشین نیز نقش بسزایی دارند. با افزایش تعداد وسایل پزشکی در مراکز بهداشتی، ضرورت استفاده از این فناوری ها بیشتر می شود.

۴. رباتیک پزشکی

۵۲ درصد از پرستاران ایالات متحده به دلیل بارهای کاری سنگین و فرسودگی شغلی به ترک شغل خود فکر کرده اند. به کارگیری ربات ها در یک مرکز مراقبت های بهداشتی، کارکنان پزشکی را از انجام وظایف معمولی مانند انجام رگ گیری، نظارت بر شرایط حیاتی بیمار، بلند کردن افراد مسن از تخت و ضد عفونی کردن اتاق های بیمارار معاف می کند.

بارداری ضدامواج تولید کردند که از لحاظ علمی بسیار دقیق و کارا بود و قیمت معقولی هم داشت. مشکل سقط جنین در کشور متأسفانه رایج شده و یکی از عوامل آن هم وجود امواج مضر است. با اینکه این محصول یک نیاز واقعی و مبرم را در جامعه هدف گرفته بود، اما نتوانست بازار را قانع کند و درست معرفی نشد و متأسفانه شکست خورد. من در سال ۱۳۷۵ مدرک کارشناسی گرفتم و وارد بازار کار شدم و بعد از ۲۰ سال یعنی در سال ۱۳۹۵ دوباره به کسب علم روی آوردم، اما این بار با ارتباطات و نیازهایی که در بازار شناسایی کردم، به تحصیل ادامه دادم. علم باید در کنار بازار باشد و بازار در کنار علم. اگر نیاز را دقیق و درست شناسایی نکنیم، شانس زیادی برای دانش محور بودن نداریم. دانشجویان را باید با بازار درگیر کرد. من برای تهیه پلیمر به بازار ناظم الاطبا در بهارستان می روم. باید دانشجویان را به این مکان ها برد؛ به جاهایی که بازار، زنده و پویا و در حال فعالیت است.

حلقه مفقوده بین بازار و دانشگاه خود ما هستیم. ما به عنوان کسانی که دانش و راه حل را در اختیار داریم، باید با بازار درگیر شویم. فعالیت ما در نانو بافت سازه شاهد مثال خوبی است. ما از طریق تعامل با بازار بود که نیاز و اندازه این نیاز را درک کردیم و بر اساس موقعیت تجاری و اقتصادی در کنار مسئله خودکفایی آن، اقدام به تولید کردیم. یکی از این راه ها طرح های کارورزی است که دانشجویان کمتر به آن اهمیت می دهند. این کم کاری از سمت دانشجو وجود دارد، اما ۲۰ درصد سهم آنهاست. ۸۰ درصد مشکل نظام آموزشی ماست. به طور مثال عرض می کنم شما با این زحمت نشریه را پیش می برید که مطالب آن برای دانشجویان بسیار راهگشاست. چند استاد دانشگاه را می شناسید که این هفته نامه را با خود سر کلاس ببرند و با مطالب آن چراغ هایی را بالای سر دانشجو روشن کنند؟ من در تعامل با چند تن از دانشجویان فقط سرخ هایی به آنها دادم و آنها را با مباحث مرتبط با نیاز بازار آشنا کردم و فقط طعم و دغدغه کارآفرینی را به آنها چشاندم. باید بیابید و ببینید چگونه پیشتاز شده اند و با انرژی بالا پیگیری می کنند و کسب و کار خودشان را راه انداخته اند. بستر مناسب چیز پیچیده ای نیست. حمایت می تواند از این جنس باشد. اگر این بستر فراهم باشد، آن ۲۰ درصد سهم دانشجو هم حل می شود. یک مثال دیگر؛ وقتی یک بازی فوتبال، پرهیجان و پر از انرژی پیش می رود، حتی تماشاچیان هم دوست دارند به زمین بیایند و بازی کنند.

به عنوان پایان بندی کمی هم درباره کسب و کارتان در این روزها برای ما بگویید.

فضای کسب و کار کشور که اصلاً حال و روز خوشی ندارد. تحریم داخلی و خارجی، گمرک، لجستیک، مجوز، سرمایه و هزاران عامل دیگر عرصه را بر کسب و کارهای تولیدی مانند ما تنگ کرده است. ما در حد توان خودمان تاب آوری داریم. وقتی شرایط مناسب نیست و چشم اندازی وجود ندارد، حتی اگر خودمان هم نخواهیم، باید برای آینده فرزندان مان زندگی در کشورهای دیگر را انتخاب کنیم. چند تیم را می شناسم از دوستان خودم که بر اساس پتانسیل های آنلاین، خصوصاً شبکه های اجتماعی، سبدی از محصولات مراقبتی و بهداشتی را تولید می کردند و راه ارتباطی و تحقیقات بازارشان همین شبکه های اجتماعی بود. به سادگی در عرض چند روز این تیم از بین رفت. اینها دیده نمی شود و اثرات آن در بلندمدت گریبان اقتصاد ما را خواهد گرفت. نبود افق دید برای کسب و کارها، ابهام برای آینده و ازدست رفتن چشم اندازها موجب ایجاد موج های سنگین مهاجرت و خالی شدن کشور از کارآفرینان خواهد شد.

ارزآوری این بخش از اقتصاد بر کسی پوشیده نیست، ولی ما در رگولاتوری و هماهنگی دستگاه های ذی ربط نقص داریم. الان که با کاهش شدید ارزش پول ملی مواجه هستیم، بهترین موقعیت است که این بستر ارزآور را تسهیل کنیم. سیاست گذاری درست در این مسیر ما را از اتکا به نفت و خام فروشی بی نیاز خواهد کرد.

نوآوری برنتابیدن

کلیشه های موجود است و همواره با ساختار شکنی بروز و جلوه می کند. این باعث می شود نهاد رگولاتور و قانون گذار همواره چند گام از نوآوری عقب باشد. شما به عنوان یک نوآور چه رفتاری ها و مشکلاتی را در مسیر خود تجربه کرده اید؟ ما به طور کلی با اداره کل تجهیزات پزشکی سروکار داریم. هر محصول را به صورت MVP آماده می کنیم و برای اخذ مجوز آن توسط این اداره کل اقدام می کنیم، اما مسیر اخذ این مجوزها به قدری پیچیده و کند و پر از دست انداز است که در نهایت عطایش را به لقایش می بخشیم. تولیدکننده به این نتیجه می رسد که اگر این محصول را از چین وارد کند، کم در دستر است و سریع تر به سود خواهد رسید. تشریفات گسترده و قوانین دست و پاگیر انگیزه تولیدکنندگان را می کشد. زمان پارامتری است که در سازوکارهای اداری کوچک ترین اهمیتی به آن داده نمی شود. همین می شود که اکثر دوستان و هم کلاسی های من چمدان به دست راهی کشورهای مختلف هستند و می بینید که در بسیاری از پروژه های نوآورانه همین حوزه سلامت، رد پای ایرانی ها را هم می شود دید. این یعنی باید یکی از عوامل مهاجرت را وجود همین بوروکراسی های دست و پاگیر و مقررات ناکارآمد دانست. به طور مثال نماینده و کارشناس نهاد قانون گذار که قرار است فعالیت شما را تأیید کند و به شما مجوز بدهد، کوچک ترین فهم و دانشی نسبت به زمینه فعالیت مورد نظر ندارد. شما وقتی زبان مشترکی با این بزرگوار نداشته باشید، چطور می خواهید با او تعامل کنید! الان ارزیابی شرکت های دانش بنیان در کشور ما به یک معضل تبدیل شده؛ زیرا این حوزه هم متأسفانه درگیر رانت شده است. کارشناس و نماینده هر نهاد تنظیم گر و قانون گذار باید با شرکت ها زبان مشترک داشته باشد، اما متأسفانه فعلاً این زبان مشترک شکل نگرفته است.

شما گفتید که با توجه به نیاز بازار و به پیشنهاد واردکننده، استارتاپ خود را راه اندازی کرده اید و این یعنی دیگر دغدغه ای برای بازاریابی و فروش ندارید. پاشنه آشیل بسیاری از استارتاپ ها و شرکت های نوآور کوچک و نوپا همین مسئله بازار و فروش است. شما چه بینش هایی از این تجربه کسب کرده اید؟ بگذارید با یک مثال از این مشکل بگویم. یکی از استادان من که سوابق بسیار درخشانی دارند، یک کمر بند

پزشکی ۹۲ هزار مش در سال است. ما قرارداد تولید تا ۸۰ درصد از این میزان مصرف را با واردکننده بسته ایم. با مرحله اول راه اندازی خط تولید، ماهانه چهار هزار مش تولید خواهیم کرد که این عدد در گام های بعد و با افزایش ظرفیت تولید بیشتر خواهد شد، اما در همان مرحله نخست یعنی با توان تولید چهار هزار مش در ماه ۲۵ تا ۳۰ درصد نیاز بازار را پوشش خواهیم داد.

خوشبختانه مواد اولیه این محصول در کشور موجود است. بر اساس طرح کسب و کاری که برای نانو بافت سازه نوشته شده، ما به حدود ۲۱ میلیارد تومان سرمایه نیاز داریم که ۳۰ درصد از این مبلغ را هم به عنوان سرمایه گذاری شخصی در نظر گرفته ایم. مکاتباتی هم با نهادها و سازمان های مختلف داشتیم و قول هایی هم برای سرمایه گذاری گرفته بودیم که به خاطر شرایط اخیر کشور خلف وعده شد. هنوز نتوانسته ایم با سرمایه گذاران خطرپذیر وارد مذاکره شویم. یکی دو مورد گفت و گو داشتیم که سهم زیادی یعنی بیش از ۶۰ درصد را مطالبه می کردند که منطقی نبود. با راه اندازی خط تولید تا یک سال و دو ماه بعد به نقطه سر به سر خواهیم رسید. برای تولید منتظر جذب سرمایه نماندیم؛ به خاطر همین شرایطی که گفتم، اعضای تیم در حال تدوین یک مدل تولید با استفاده از پرینترهای سه بعدی هستند، اما هنوز به قطعیت نرسیده ایم، زیرا تولید با دستگاه های نساجی این مش ها به مراتب از سرعت بالاتری برخوردار است، ولی تولید با پرینترهای سه بعدی را هم به عنوان یکی از راه حل ها در نظر گرفت.

برای تولید منتظر جذب سرمایه نماندیم؛ به خاطر همین شرایطی که گفتم، اعضای تیم در حال تدوین یک مدل تولید با استفاده از پرینترهای سه بعدی هستند، اما هنوز به قطعیت نرسیده ایم، زیرا تولید با دستگاه های نساجی این مش ها به مراتب از سرعت بالاتری برخوردار است، ولی تولید با پرینترهای سه بعدی را هم به عنوان یکی از راه حل ها در نظر گرفت.

با توجه به اینکه شما یک تیم دانش محور در تولید محصول مرتبط با سلامت هستید، به نظر شما فناوری ها و محصولات دانش محور و به روز چه نقشی در اقتصاد سلامت دارد؟

به نظر من فناوری روز چه در تجهیزات پزشکی و چه در روش های پزشکی یکی از عوامل مهم اقتصاد سلامت است. کافی است نگاهی به کشورهای اطراف بیندازیم.

ایران از لحاظ دانش و تبحر و خوشنامی پزشکی به مراتب از دیگر کشورها برتر است، اما در حوزه های ارزآور مانند گردشگری سلامت این هند و ترکیه هستند که با تکیه بر فناوری و تجهیزات پزشکی گوی سبقت را از ما ربوده اند. علاوه بر مزیت های پزشکی موجود در کشور ما پتانسیل های اقلیمی بسیار بالایی داریم. کلاردشت، کیش و قشم بیشترین حجم اکسیژن را در هوا دارند و یکی از بهترین مناطق برای ریکاوری

و فرایندهای پسادرمان هستند. اقتصاد سلامت، زنجیره ای از زیرساخت ها را نیاز دارد که هر کدام از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند. اگر تجهیزات روز را در اختیار داشته باشیم، اما از لحاظ زیرساخت های سیاسی بستر لازم را برای ورود گردشگران سلامت مهیا نکنیم، سرمایه گذاری ها به هزینه تبدیل خواهد شد. یکی از این زیرساخت ها هم استانداردهای و کنترل کیفی فرایندهاست که متأسفانه مغفول مانده است.



عباس عین علی



abbas.einali@gmail.com

شما گفتید که با توجه به نیاز بازار و به پیشنهاد واردکننده، استارتاپ خود را راه اندازی کرده اید و این یعنی دیگر دغدغه ای برای بازاریابی و فروش ندارید. پاشنه آشیل بسیاری از استارتاپ ها و شرکت های نوآور کوچک و نوپا همین مسئله بازار و فروش است. شما چه بینش هایی از این تجربه کسب کرده اید؟

بگذارید با یک مثال از این مشکل بگویم. یکی از استادان من که سوابق بسیار درخشانی دارند، یک کمر بند



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی ۴
سال دوم



«این رایید» نیم میلیارد دلار
برای کامیون‌های باری برقی
جذب سرمایه کرد

استارت‌آپ سوئدی حمل بار

شرکت فناوری حمل و نقل سوئدی «این رایید» (Einride)، در ماه می ۲۰۲۱، پس از جذب سرمایه ۱۱۰ میلیون دلاری در سری B، اکنون با افزایش و جذب سرمایه نیم میلیارد دلاری در بخش حمل و نقل برقی بار با دست پرتی بازگشته است. این بودجه شامل ۲۰۰ میلیون دلار سرمایه نقدی و یک تسهیلات بدهی ۳۰۰ میلیون دلاری است.

در حال حاضر کل سرمایه جذب شده این استارت‌آپ به ۶۵۲٫۳ میلیون دلار رسیده است. بخشی از افزایش سرمایه این شرکت توسط صندوق بازنشستگی سوئد و وی‌سی‌هایی چون EQT Ventures، نورث‌زون و پولار استراکچر تأمین شده است.



ملیکا نظری

melikanazari1919@gmail.com

همچنین این شرکت ۳۰۰ میلیون دلار توسط نهاد مالی معروف اروپا یعنی بارکلیز به‌عنوان وام دریافت کرده که این رقم بزرگ‌ترین تسهیلات بخش نوآر و حمل و نقل الکتریکی سنگین تا به امروز بوده است. ۱۵۰ میلیون دلار از این وام از ژانویه ۲۰۲۳ در اختیار این استارت‌آپ قرار می‌گیرد تا حضور «این رایید» برای مدت طولانی در این صنعت تضمین شود.

«رابرت فالد»، مدیرعامل و بنیان‌گذار در این خصوص گفته است: «اکنون زمان آن است که نه تنها برای توسعه، بلکه برای سرعت بخشیدن به فناوری‌ای که راهی تمیزتر، ایمن‌تر و کارآمدتر برای جابه‌جایی کالاها ارائه می‌دهد، اقدام کنیم. ما اکوسیستم این رایید را ایجاد کرده‌ایم تا انعطاف‌پذیرترین و مطمئن‌ترین راه‌حل را برای حمل بار توسط کامیون‌های برقی ارائه دهیم. با حمایت سرمایه‌گذاران و اعتقاد مشترک به این مأموریت، ما به ایجاد تغییرات در حمل و نقل جهانی ادامه خواهیم داد.»



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی ۴
سال دوم



تصویر: پریا امیرحاجلو

تانوآور شدن این بازار سنتی راه زیادی مانده

گفت‌وگو با پیمان کرمی، مدیرعامل شرکت بازرگانی وانیکس درباره حمل و نقل بین‌المللی خرده‌بار

گفتگو
INTERVIEW

در کشوری که گفته می‌شود بخش اعظم کالاهای موجود در بازار مصرف، وارداتی است و حتی کالاهایی که برچسب تولید داخل خورده‌اند، اغلب مواد اولیه خارجی دارند، می‌توان تخمین زد سالانه میلیون‌ها تن کالا در کشور جابه‌جا می‌شود تا به دست مصرف‌کننده برسند. بالطبع با توجه به نوسانات ارزی حاکم بر کشور، دغدغه جدایی‌ناپذیر در این بازار مسئله‌ای به نام لجستیک است. شرکت‌های واردکننده برای رساندن کالاهای خود به دست مصرف‌کننده باید در تعامل و مراوده با بخش لجستیک راه طولانی را طی کنند و البته چالش‌های زیادی را هم پشت سر بگذارند.

این روزها شرکت‌های لجستیکی زیادی روی موضوع حمل و نقل بین‌المللی و تحویل محموله از یک کشور به کشوری دیگر تمرکز کرده‌اند، اما این بازار، هم در حال رشد است و هم در حال پوست‌اندازی. خدمات لجستیکی خرده‌بار و پست مرسوله به کشورهای دیگر و خدمات واردات و صادرات کالاها کم‌کم در حال شناختن بازرگانی است که تلاش دارند از روش‌های خلاقانه‌تری در فعالیت خود استفاده کنند؛ هرچند بازار فعلاً سنتی است. در این شماره از کارنگ برای شناخت بهتر این بخش از بازار لجستیک به سراغ شرکت بازرگانی وانیکس رفته و با پیمان کرمی، مدیرعامل آن گفت‌وگو کرده‌ایم.

در باره فراز و فرودهای کسب‌وکاری تان تا رسیدن به تأسیس شرکت واردات و لجستیک وانیکس بگویید.

قبل از آنکه وانیکس متولد شود، کسب‌وکارهای مختلفی را در دوران دانشجویی تجربه کردم. من دانش آموخته رشته مهندسی برق در دانشگاه امیرکبیر تهران هستم و بعد از پایان مقطع کارشناسی با رتبه ۱۳ در آزمون ارشد همان رشته در دانشگاه شریف پذیرفته شدم. اما ترم سوم دانشگاه، با دانشجویان مقطع دکتری این رشته ارتباط نزدیک داشتم و در گفت‌وگو با آنان دریافتم آینده روشنی برای کار در رشته برق برایم وجود ندارد. به همین دلیل تصمیم گرفتم در همان ترم سوم انصراف دهم و وارد بازار کار شوم. سال ۱۳۹۵ در آزمون کنکور دیگری شرکت کردم و در دانشگاه خوارزمی در رشته MBA پذیرفته شدم و این رشته را به اتمام رساندم و از همان سال ۱۳۹۵، مدت‌زمان کوتاهی با یکی از دوستانم در حوزه برش و حکاکی با دستگاه لیزر به صورت شراکتی مشغول شدم. سپس به پیشنهاد یکی دیگر از دوستانم، دست‌به‌کار راه‌اندازی یک استارت‌آپ به نام تارزان در حوزه سوپرمارکت آنلاین شدیم. آن زمان هنوز بخش سوپرمارکت دیجی‌کالا و اسنپ فعال نشده بود. چند ماهی برای راه‌اندازی این استارت‌آپ تلاش کردیم، اما متأسفانه به نتیجه‌ای نرسیدیم، زیرا دوستی که در این کار سرمایه‌گذار بود، قصد داشت امتیاز این استارت‌آپ را قبل از راه‌اندازی بفروشد، ولی این موضوع را با من در میان نگذاشته بود و انتظار اعضای تیم برای راه‌اندازی این استارت‌آپ طولانی شده بود و در نهایت نیز کار به کلی متوقف شد. بعد از آن در حوزه غذا و رستوران با یکی از دوستان قدیمی‌ام شریک شدم. با سرمایه‌اندکی که وام بانکی بود، امتیاز یک رستوران را به صورت اشتراکی خریدیم. پس از چند ماه فعالیت، متوجه شدم روحیه رستوران‌داری ندارم و با انجام این کار حتی اگر به سود درآمد بالایی رسیدم، اما حال دلم با این کار مساعد نبود؛ در نتیجه این کار را نیز رها کردم و به حوزه واردات ورود کردم.

چرا حوزه واردات را انتخاب کردید؟

ورود من به این حوزه به آشنایی قبلی و سابقه کاری تعدادی از اقوام نزدیکم در این کار بازمی‌گردد و دورنمایی کلی از این بازار داشتم. با اینکه سال ۱۳۹۷ که به این کار وارد شدم، سرمایه زیادی در اختیار نداشتم و سختی‌های زیادی جلوی پایم بود، اما به کار ادامه دادم. در ابتدا به حوزه واردات کنسول‌های بازی مثل پلی‌استیشن ورود کردم و سپس به سمت واردات دوربین‌های عکاسی آمدم. تا آن زمان هنوز شرکتی را به ثبت



افزایش سرمایه ۲۱ میلیون یورویی استارت‌آپ آلمانی اونوموشن دو چرخه‌های منعطف حمل بار شهری

خود را از طریق اضافه کردن ویژگی‌های جدید و ساخت نمونه‌های نوین ارتقا بخشیم. همچنین با جذب سرمایه‌ای که کرده‌ایم، به سرمایه‌گذاری روی تیم بازاریابی و فروش علاقه‌مند هستیم.»

به مشتریان کمپانی اونوموشن پیشنهاد شده ماهیانه مبلغی را بابت استفاده از وسایل نقلیه، کانتینرها و همچنین نگهداری و سرویس آنها پرداخت کنند. علاوه بر این، این شرکت، نرم‌افزارهایی مانند مدیریت ناوگان و به‌روزرسانی بی‌سیم را برای این موتورهای برقی تهیه کرده است.

مدیر این کمپانی می‌گوید: «به دلیل سیستم یکپارچه شرکت، آنها کار طراحی و مونتاژ این موتورها را خودشان بر عهده دارند و این ویژگی به آنها این اجازه را می‌دهد تا محصولات خود را بر اساس نیازهای مختلف مشتریان بسازند.

برای مثال یک مشتری در حوزه آبی‌تی برای حفظ ایمنی لپ‌تاپ‌ها و سایر گجت‌ها از کانتینرهایی که با محافظه خاصی طراحی شده بود، استفاده می‌کند.»

اکثر مشتریان اونوموشن، تحویل سواران مخصوص به خود را دارند، اما این استارت‌آپ به آرامی در حال رشد واحد تجاری دیگری است که یک تیم عملیات و گروه اجرای لجستیکی را ارائه می‌دهد.

مدیر کمپانی اونوموشن می‌گوید ۱۵ تا ۲۰ درصد از درآمد سالانه آنها از خدمات لجستیکی به‌عنوان یک سرویس تأمین به دست خواهد آمد. او می‌افزاید: «بسیاری از مشتریان ما اظهار داشته‌اند که یافتن راننده و سازمان‌دهی لجستیک لس‌ت‌مایل دلیوری (تحویل درب منزل) مشکلی بزرگ برای این مجموعه‌ها به حساب می‌آید. بدین خاطر ما برای برخی مشتریان خود هر اقدامی اعم از ارائه وسیله نقلیه تا فرستادن راننده را انجام خواهیم داد.»

او اضافه می‌کند: «آنها قصد دارند خدمات خود را به شهرهای آلمان به‌جز برلین و هامبورگ که در حال حاضر در آنجا حضور دارند، گسترش دهند.» او گفته برای خدمات خود، صفی از مشتریان جدید دارند.

کمپانی اونوموشن مستقر در برلین، برای توسعه انجام لجستیک شهری هوشمند، وسایل حمل‌ونقل برقی کوچکی روانه بازار کرده که قابلیت بزرگ شدن یا کم و زیاد شدن دارند. این شرکت، موتورهای برقی دارای یک محفظه درونی و کانتینری قابل اتصال دارد، چند صد دستگاه وسیله نقلیه را توسط شرکای لجستیکی خود مانند UPS، DPD و هرمس، روانه جاده‌های آلمان کرده و گفته این رقم تا چندین هزار دستگاه در سراسر اروپا و آمریکای شمالی قابل افزایش است.

اونوموشن تأمین مالی شش میلیون یورویی سری A خود را هم انجام داده و در حال راه‌اندازی توزیع اوراق قرضه برای کسب ۱۵ میلیون یورویی دیگر با همراهی بانک GLS است. سرمایه‌گذاران سری A این استارت‌آپ عبارت‌اند از: پروزا ونچرز، zu na mi، شورای نوآوری اروپا (EIC) و چند سرمایه‌گذار دیگر. اونوموشن پس از شروع تولید در مقر اصلی خود در برلین، اکنون می‌خواهد ظرفیت‌های تولید و همچنین توزیع دوچرخه برقی برای حمل بار را افزایش دهد و به بازارهای بیشتری ورود کند. در نتیجه، انتظار می‌رود فروش این دوچرخه‌ها به میزان قابل توجهی افزایش یابد.

به گفته مؤسس کمپانی، آنها بدهی خود را پس از هفت سال و با نرخ بهره ۵٫۵ درصد باز پس خواهند داد. بنیان‌گذار این مجموعه اذعان داشت که آنها به واسطه وامی که دریافت می‌کنند، عملکرد خود را با تولید بیشتر وسایل نقلیه ارتقا خواهند داد.

این شرکت به دنبال یافتن راه‌حلی مؤثر و پایدار برای تأمین منابع مالی از دیگر شرکت‌های لجستیکی شهری جهت تحویل بسته‌ها به نواحی پرجمعیت شهری است و می‌گوید این هدف زمانی به دست می‌آید که شهرها و شرکت‌های لجستیک بیشتری به سمت راه‌حل‌های پایدارتر و کارآمدتر برای تحویل بسته‌ها در مراکز شهری شلوغ رفته باشند.

بنیان‌گذار این کمپانی در مصاحبه‌ای می‌گوید: «ما می‌خواهیم به بازارهای بین‌المللی اروپا از جمله شهرهایی چون بروکسل و پاریس و به دنبال آن ایالات متحده و کانادا ورود کنیم.» او ادامه می‌دهد: «ما خواستار آن هستیم وسایل نقلیه

مزیت رقابتی شما نسبت به سایر شرکت‌های وارداتی که کار حمل و لجستیک انجام می‌دهند، چیست؟

پروسه‌ای که برای انجام یک حمل بین‌المللی پیش‌بینی می‌شود، یک بازه زمانی یک تا سه‌ماهه است که در طول این مدت با توجه به نوسانات بالای قیمت ارز، شرکت‌های وارداتی و سفارش‌دهندگان کالا را در حالت سردرگمی قرار می‌دهد. یکی از ابتکارات وانیکس کمپانی برای ثابت ماندن بهای تمام‌شده هزینه واردات این بوده که قیمت را برای مشتریان ثابت نگه دارد و با نرخی که در همان روز انعقاد قرارداد تعیین می‌شود، کار را پیش ببرد. چه قیمت ارز بالا رفته باشد و چه پایین آمده باشد، قیمت برای سفارش‌دهنده ثابت می‌ماند و وانیکس کمپانی هر نوع ریسک افزایش احتمالی هزینه‌ها را متحمل می‌شود و مشتری با نوسان قیمت‌ها کاری ندارد.

در چه شهرهایی در ایران و خارج از ایران دفتر کار دارید؟

در ایران در شهرهای تهران و شیراز دفتر داریم و در شهر گوانگ‌ژو، چین و در شهر دوی، امارات دفتر اشتراکی داریم و کارهای خود را پیش می‌بریم.

چشم‌انداز شما برای آینده چیست؟ برای من از ابتدای تحصیل تاکنون که صاحب کسب‌وکاری هستم، رقابت در کسب‌وکار، نه از حیث مادی، بلکه از حیث ارزش معنوی، جذابیت زیادی داشته است.

آنچه دوست دارم در سه سال آینده به آن دست یابم، این است که هر کس در حوزه واردات و صادرات کار می‌کند، اسم شرکت وانیکس را به‌عنوان شرکای حرفه‌ای که در رأس این کار قرار دارد، شنیده باشد. چیزی که مدنظر شرکت وانیکس است، اینکه تا سه سال آینده ۱۰ تا ۱۵ درصد از سهم لجستیک و حمل‌ونقل در حوزه‌های واردات و صادرات را داشته باشیم.

با اینکه خودتان سابقه استارت‌آپی داشته‌اید، اما به نظر می‌رسد وانیکس استارت‌آپ یک شرکت بازرگانی کاملاً سنتی باشد. چرا؟

بازار حمل، بازاری سنتی است و به این دلیل که ذهنیت من ریشه در پیش‌زمینه قبلی‌ام یعنی استارت‌آپ دارد، در مدل کسب‌وکارمان شباهت‌های زیادی به استارت‌آپ‌ها داریم و فرهنگ کسب‌وکاری که راه‌اندازی کرده‌ایم، فرهنگ استارت‌آپی است. کما اینکه بازار خشک و سنتی باشد، اما مشتریان را از آن دست انتخاب می‌کنیم که با فرهنگ استارت‌آپی جفت‌وجور شوند. می‌توانم بگویم چیزی بین استارت‌آپ و سنتی هستیم و البته این موارد شاید زیاد مهم نباشد و در نهایت کسب‌وکارشان هر اسمی داشته باشد، باید به شکل واقعی کار کند و چرخش بچرخد.

آیا تمایل دارید که با ورود نرم‌افزار به این حوزه خدمات خود را از طریق پتل یا اپلیکیشن ارائه دهید؟

مشتریانی که کار واردات انجام می‌دهند، شیوه‌های سنتی کار را برای ارتباط‌گیری با ما انتخاب می‌کنند و تمایل دارند اطمینان خاطر خود را از آنچه سفارش می‌دهند از طریق تلفنی یا جلسه حضوری کسب کنند و تمایلی به انجام این فرایندها از طریق اپلیکیشن و نرم‌افزار ندارند. اما با این حال ما در حال آماده‌سازی زیرساخت‌هایی هستیم که بتوانیم به مشتریان قیمت خدمات را به‌صورت اینترنتی اعلام کنیم و مشتری در تمام مراحل انجام کار بتواند محموله خود را رصد کند و تخمین بزند که چه موقع کالا به دستش می‌رسد. برای انجام این کار به مشتریان نسل جدیدتر نیاز داریم و برآورد من این است که تا سال ۱۴۰۳ این خدمت را محقق کنیم.

نرسانده بودم، اما به‌صورت شخصی برخی کالاها را که نیاز بازار بود، وارد می‌کردم و به دست مشتری می‌رساندم تا اینکه ریسک بزرگی در این کار کردم و متأسفانه با شکست مواجه شدم.

واردات سختی‌های خاص خود را دارد، چگونه توانستید با این سختی‌ها کنار بیایید و مرحله ورشکستگی را چگونه از سر گذرانید؟

در آن سال‌ها بیت‌کوین در حال جافتادن در بازار بود و بالطبع دستگاه استخراج بیت‌کوین یا همان ماینر نیز مشتریانی داشت. آن زمان هنوز خریدوفروش این دستگاه‌ها غیرقانونی بود، ولی من با قرض و وام، چند پارت دستگاه ماینر را به‌صورت پیش‌تولید سفارش دادم. هم‌زمان با سفارش ماینرها، از نظر خودم شرایط را در حدی مساعد می‌دیدم که بخواهم دفتر کار اجاره کنم. اما شهریور ۱۳۹۸ روزی که در حال نوشتن قرارداد برای اجاره دفتر کار بودم، خبر دادند دستگاه‌های ماینر همگی ضبط شده و بار دیگر نه تنها همه سرمایه‌ام از دست رفت، بلکه به‌جز مبلغ بازپرداخت وام، ۱۰۰ میلیون تومان نیز بدهی بالا آورده بودم.

با این حال، تصمیم گرفتم اجاره دفتر کار را متوقف نکنم و مجدداً یک وام ۱۰۰ میلیونی تومانی و بعد از دو ماه یک وام ۱۰۰ میلیونی دیگر از بانک گرفتم و کار را ادامه دادم.

چه زمانی به حوزه لجستیک ورود کردید؟

از تیرماه ۱۳۹۹ با بررسی پتانسیل بازار و نگاهی به آینده، تصمیم گرفتم فعالیت مجموعه را در دو حوزه گسترش دهیم؛ یک حوزه، واردات کالاها و قطعات بیمارستانی و اکسسوری دیجیتال و...

بود و حوزه دیگر، حمل‌ونقل و لجستیک کالاهای وارداتی مورد سفارش. این کار را در سال ۱۳۹۹ آغاز کردیم، اما به دلایلی در مقطعی از راه، فعالیت‌مان را کاهش داده یا متوقف کردیم. اما دوباره آبان ۱۴۰۰ تصمیم گرفتیم حوزه لجستیک را پر قدرت‌تر ادامه دهیم.

روند کار شما در حوزه لجستیک و حمل کالاهای وارداتی به چه صورت است؟

روند کار به این صورت است که پس از درخواست مشتری، شرکت خارجی تأمین‌کننده کالا را پیدا کرده و بعد از برآورد قیمتی، وجه ریالی را از مشتری دریافت و حواله خرید ارز (دلار یا یوان) را برای خرید آن کالا ارائه می‌دهیم. پس از این خدمات یعنی پیدا کردن تأمین‌کننده خارجی و انتقال پول، کار حمل کالاهای وارداتی را از کشور مبدأ به انبار مشتری در ایران به‌صورت صفر تا صد انجام می‌دهیم. یعنی مشتریان ما پس از اعلام کالای وارداتی مدنظر خود به شرکت ما، در هیچ‌کدام از مراحل بعدی دغدغه‌ای نخواهند داشت.

لطفاً در مورد استراتژی خود در بازار لجستیکی که بسیار هم سنتی است، بیشتر توضیح دهید؟

بعد از آنکه کار لجستیک را مجدداً شروع کردیم، مقداری در استراتژی‌های خود بازنگری کردیم و جامعه هدف و خواسته‌های مشتری را مورد بررسی قرار دادیم و متوجه شدیم در این حوزه دو پارامتر بسیار مهم است. یکی از پارامترهای مهم این بازار شناخت و دسته‌بندی مشتریان مختلف با توجه به حجم واردات آنهاست. بعد از بررسی این پارامتر تصمیم گرفتیم تمرکز خود را به مشتریانی که خرده‌بار دارند، اختصاص دهیم. در این مارکت، خرده‌بار به بارهایی گفته می‌شود که تعداد و حجم زیادی ندارند. مثلاً ممکن است مشتری ما توانایی واردات یک کانتینر و یا ۵۰۰ کارتن از یک کالا را نداشته باشد و بخواهد مجموعاً واردات ۵ یا ۱۰ کارتن از یک کالا را انجام دهد؛ ما بهترین خدمات را به این دست مشتریان ارائه می‌دهیم.



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم





چرا فینوتک؟

فینوتک فعالیت خود را سال‌ها پیش به عنوان واحدی در شرکت ارتباط فردا آغاز کرد اما زمان زیادی نگذشت که توانست به شکل شرکتی مستقل کار خود را ادامه دهد و هم‌اکنون با شرکت‌هایی چون وندار، جیبیت، زرین پال، تخفیفان، سینماتیک، اتاقت و بسیاری از صرافی‌های رمزارزی و شرکت‌های حوزه لندتک همکاری دارد.

علت اینکه فینوتک توانسته به عنوان پلتفرم بانکداری باز با کسب‌وکارهای متفاوت و کوچک و بزرگی همکاری داشته باشد، به زبان ساده این است که خدمات این شرکت، کار را برای این کسب‌وکارها ساده و کم‌هزینه می‌کند. سعید قدوسی نژاد، مدیرعامل فینوتک می‌گوید در جایی مانند اتحادیه اروپا که پایه فینوتک نیز بر اساس استانداردهای آن ایجاد شده، همه بانک‌ها ملزم به ارائه API هستند. همین الزام سبب شده تا شرکت‌های کوچک و بزرگ فراوانی از این امکان استفاده کنند و در این بستر شکل بگیرند. اما در ایران نه تنها خبری از الزامات این چنینی نیست، بلکه رگولاتور یا وارد نمی‌شود یا اگر هم به این حوزه ورود می‌کند، رویکردی محدودکننده دارد، نه رشددهنده.

قدوسی نژاد می‌گوید در حال حاضر آن قدر تعداد بازیگران این عرصه محدود است که رقابت معنای چندانی ندارد. با وجود اینکه مدیرعامل فینوتک حجم بازار بانکداری باز را معادل حجم بازار PSPها می‌داند، اما معتقد است به دلیل ابهام و ریسکی که در این فضا وجود دارد، کمتر کسی حاضر است کسب‌وکاری در این زمینه راه بیندازد، مگر اینکه پشتوانه قوی و خوبی داشته باشد. او می‌گوید چنانچه فضایی ایجاد شود که ابهام و ریسک کمتری داشته باشد، رقبای بیشتری پا به عرصه می‌گذارند و این اتفاق ضمن اینکه آگاهی عمومی را افزایش می‌دهد، سبب افزایش کیفیت و تنوع سرویس‌ها نیز خواهد شد.

قدوسی نژاد معتقد است کسب‌وکارها در حال حاضر بیش از اینکه از اختلالات اینترنت متضرر شوند و آسیب ببینند، از بحران ناامیدی در جامعه رنج می‌برند. در فضایی که امید در آن گم شده، انجام هر کار نوآورانه‌ای بی‌معنا به نظر می‌رسد.

موانع بانکداری باز

گفت و گو با سعید قدوسی نژاد، مدیرعامل فینوتک؛ او می‌گوید فضای مبهم فعالیت در حوزه بانکداری باز و ریسک‌های فراوانش سبب شده کمتر بازیگری وارد این بخش شود

در حالی که کسب‌وکارهای فین‌تکی در دنیا با استقبال کاربران عادی و شرکتی مواجه می‌شوند و رگولاتورها تلاش دارند مسیر فعالیت این کسب‌وکارها را تسهیل کنند و در عین حال فضایی امن برای شرکت‌ها و مردم فراهم سازند، در ایران هنوز وجوه این کسب‌وکارها نه به طور کامل شناخته شده و نه از آن بهره‌گیری شده است. سعید قدوسی نژاد، مدیرعامل پلتفرم بانکداری باز فینوتک می‌گوید با وجود اینکه شش سال از فعالیت‌شان می‌گذرد، هنوز برخی شرکت‌های بزرگ با خدمات و فعالیت‌های آنها آشنا نیستند و از روش‌های قدیمی که هزینه و زمان زیادی به شرکت تحمیل می‌کند، استفاده می‌کنند. او معتقد است اگر رگولاتور با اقدامات درست از ابهام و ریسک این فضا کم می‌کند و بانک‌ها ملزم به همکاری بودند، باز یگران بیشتری در این فضا فعالیت می‌کردند. بازیگران بیشتر نیز به معنای افزایش آگاهی عمومی جامعه از خدمات بانکداری باز و استفاده بیشتر از آن است. با قدوسی نژاد درباره فعالیت‌های فینوتک و مشکلاتی که در این مسیر برایشان ایجاد شده، گفت‌وگو کردیم؛ پلتفرمی که اساس کارش بر پایه اینترنت است، اما مدیرعامل آن می‌گوید چیزی که بیشتر از اختلالات اینترنت به فینوتک و سایر کسب‌وکارها آسیب می‌زند، فقدان امید در جامعه است.

هستند که به آنها اشاره کردم. وندار، جیبیت، زببال، زرین پال، پی‌دات‌آر، پی‌پینگ و ایزی‌پی مشتریان ما در این بخش هستند. یکسری مشتری احرار هیت داریم مثل اکثر فروشگاه‌ها و صرافی‌های رمزارز. بسیاری از صرافی‌های رمزارز با ما کار می‌کنند. یکسری پلتفرم هم داریم که اینها عملیات تسویه را انجام می‌دهند، مثل تخفیفان، سینماتیک و اتاقت. اینها کسب‌وکارهایی هستند که پولی را از مشتری دریافت کرده‌اند و می‌خواهند به حساب کسب‌وکار دیگری واریز کنند. برای این کار به آنها API می‌دهیم. گروه دیگری هم هستند که در اعتبارسنجی به آنها کمک می‌کنیم، مثل لیزینگ‌ها و لندتک‌ها. سرویس‌های عمومی‌تری هم داریم مثل قبض و اس‌ام‌اس. اینها نیازهای عام‌تری را پوشش می‌دهند. اکثر اپ‌ها به آن نیاز دارند. مشتریانی مثل همراه‌کارت و دیجی‌پی از این سرویس ما استفاده می‌کنند.

یکسری مشتری بسیار مهم هم داریم که محصول نرم‌افزاری ارائه می‌دهند، مثل «رایان هم‌افزا». این شرکت نرم‌افزارهای صندوق‌های معاملات کارگزاری را در اختیار کارگزاری‌ها قرار می‌دهد. در این نرم‌افزار بخشی وجود دارد که شما به‌عنوان مشتری نهایی می‌خواهید صندوق‌تان را بفروشید و پول‌تان را دریافت کنید. این کار تا به حال با فایل و واتس‌آپ و ایمیل انجام می‌شد یا لیستی را به شعبه می‌بردند و کارمند شعبه یکی‌یکی واریز می‌کرد. کاری که ما کردیم، این بود که برای صندوق این امکان را فراهم کردیم که فرایند آنلاین انجام شود. یعنی شما یونیت صندوق را می‌فروشید، طی فرایندی احرار هیت می‌شوید، شماره شبای شما از سجام استخراج می‌شود و API به حساب صندوق وصل و از آنجا واریز انجام می‌شود.

کاری دیگری نیز در حوزه چک با نرم‌افزارهای حوزه پخش انجام داده‌ایم. از این نرم‌افزارها برای مدیریت عملیات شرکت‌های پخش استفاده می‌شود. یکی از کارهایی که شرکت‌های بزرگ پخش انجام می‌دهند این است که ویزیتور یا موزع آن دم مغازه‌ها می‌رود و چک فروش را دریافت می‌کند. قانون جدید چک می‌گوید که شما باید چک را ثبت کنید و کسی که چک را دریافت می‌کند، استعلام بگیرد و تأیید کند. از آنجا که چک‌ها در وجه

می‌خواهید اکانت فیلیموتان به شکل مرتب شارژ شود یا می‌خواهید قبض موبایل‌تان خودبه‌خود پرداخت شود. برای این کار زمانی که می‌خواهید به محیط بانک یا پرداخت وارد شوید، باید از محیط اول خارج شوید. ما با API این فرایند را در محیط مشتری می‌بریم، یعنی شما روی خود فیلیمو می‌توانید دایرکت دبیت را برقرار کنید. فیلیمو هم راضی است، چون نیازی ندارد دائماً شما را پوش کند که روی درگاه پرداخت بروید و اشتراک خود را تمدید کنید. حتی حاضر است به شما تخفیف دهد، زیرا هزینه‌اش پایین آمده و شما کاربر وفادارتری هستید. در

مورد فیلیمو به این شکل است که این API را در اختیار یک شرکت واسط (در اینجا وندار) قرار می‌دهیم و آنها رویش پروداکت دایرکت دبیت می‌نویسند و در اختیار فیلیمو قرار می‌دهند. امثال این مورد فراوان است. هر کاری که شما در شعبه یا اینترنت بانک انجام می‌دهید، ما می‌توانیم در محیط خودتان یا جایی که مشتری‌اش هستید، ببریم. مثل گرفتن شماره شبای از روی شماره کارت، فهمیدن اینکه شماره شبای متعلق به چه کسی

است، احرار هیت، اعتبارسنجی برای گرفتن وام و... ایده‌آل ما این است که هر کاری که از بانک می‌خواهید، بتوانید در محیط خودتان انجام دهید.

مدل بانکداری باز، تبادلات مالی در حجم بالا را هم که دشوار یا گاه ناممکن بود، ممکن و ساده کرده است. فرض کنید می‌خواهید به‌عنوان یک شرکت روزانه دو هزار واریز انجام دهید. چند نفر را باید استخدام کنید که اینها را یکی‌یکی وارد کنند؛ به شکل اتوماتیک هم که شدنی نیست. ما مشتری‌ای داریم که روزانه ۲۰ هزار تراکنش دارد. این که اصلاً شدنی نیست. باید یک گروه را برای این کار استخدام کند، ضمن اینکه همه‌شان باید دسترسی به اینترنت بانک شرکت داشته باشند که کار امنی نیست، ولی می‌توانید با API این کار را انجام دهید. به‌طور کلی ادغام (Integration) و اتوماسیون دوازش API به معنای عام هستند.

مشتریان شما چه شرکت‌هایی هستند؟

ما چند گروه مشتری داریم. یک گروه پرداخت‌یارها

فینوتک چه سالی کار خود را آغاز کرد و در حال حاضر چه خدماتی ارائه می‌دهد؟

تقریباً شش سال از شروع به کار فینوتک می‌گذرد. اول واحدی در شرکت ارتباط فردا بود و بعدتر به‌عنوان یک شرکت مستقل کار خود را ادامه داد. فینوتک پلتفرم بانکداری باز است، به این معنی که سرویس‌ها و خدمات بانکی را که مورد استفاده مشتری معمولی یا شرکتی است، در محیطی که مشتری می‌خواهد به او ارائه می‌دهیم. یعنی شما مجبور نیستید خدمات بانکی را صرفاً در محیط بانک اعم از اینترنت بانک یا شعبه دریافت کنید، بلکه این امکان وجود دارد که در محیطی که لازم دارید، از آن خدمات بهره ببرید. استفاده کنید. این کار بسیار به بهبود تجربه مشتری کمک می‌کند و ضمناً بسیاری مواردی که قبلاً ممکن نبود، شدنی می‌کند.

چه کارهایی می‌توانید با مثال بیشتر در این باره توضیح دهید؟

مدل کاری ما B2B است و کمتر با مشتری عادی روبه‌رو هستیم، ولی ممکن است مدل کاری مشتری‌مان B2C باشد و با همین واسطه خدمتی که ارائه می‌دهیم، به کاربر عادی می‌رسد. مثلاً شما به‌عنوان کاربر بانک به‌شکل روزمره می‌خواهید پول‌هایی را از حساب‌تان جابه‌جا کنید؛ یا کارت‌به‌کارت می‌کنید یا برای مبلغ بزرگ‌تر، از پایا و ساتنا استفاده می‌کنید. برای این کار هم باید به محیط بانک رجوع کنید. ممکن است از اینترنت بانک استفاده کنید یا به شعبه بروید یا... حالا وقتی ما همین سرویس را تبدیل به API می‌کنیم، می‌توانید این کار را بدون خروج از محیط خودتان انجام دهید. مثلاً کسب‌وکاری هستید و در این کسب‌وکار تبادل مالی دارید. می‌توانید از این API در نرم‌افزار حسابداری‌تان استفاده کنید. راه معمول این است که در محیط بانک تبادل مالی‌تان را انجام دهید و سند را به نرم‌افزار حسابداری بیاورید. ما می‌گوییم کار تبادل مالی را در همان نرم‌افزار انجام دهید و از آنجا که اطلاعات همان‌جا وجود دارد، به جابه‌جایی سند نیازی نیست. این کار را عمدتاً پرداخت‌یارها انجام می‌دهند به این معنی که پرداخت‌یار API ما را می‌گیرد و روی آن سرویسی در محیط خودش توسعه می‌دهد. مثالی که به B2C نزدیک‌تر باشد، دایرکت دبیت است. مثلاً شما



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم



تکس؛ حامد کریم زاده

کشیده، به ما گفت ما نمی فهمیم شما چه کار می کنید. اینکه اصلاً چرا باید کسی بفهمد من چه کار کنم و بعد اینماد را بدهد، یک مسئله است، اینکه بعد از این همه کار برندیگ هنوز افراد مهم و تصمیم گیر نمی دانند من چه کار می کنم، مسئله دیگری است.

گاهی وارد سازمان ها و شرکت های بزرگ می شویم و می بینیم فرایندی که به راحتی از سمت ما انجام می شود، در آنجا به سختی با نرخ خطای زیاد و زمان و هزینه بالا اتفاق می افتد. شرکت های کوچک بهتر هستند، زیرا دائماً به دنبال بهینه کردن خدمات خود هستند و بالاخره راهش را پیدا می کنند، ولی شرکت ها و سازمان های بزرگ به روندی عادت می کنند و به ندرت به دنبال راه های جدید می گردند. از طرفی ما API ارائه می دهیم و باید در آن سازمان کسی باشد که بتواند آن API را پیاده سازی کند و ممکن است برای آن شرکت بزرگ راه اندازی واحد تک یا بستن قرارداد با یک شرکت تک کار چالش برانگیزی باشد. به هر حال یک مانع بزرگ آگاهی عمومی است.

نکته دیگر این است که وقتی تمرکز ما روی ارائه API است، باید درآدمان را هم از این طریق تعریف کنیم. به همین خاطر کارمزد خدمات مان را می گیریم. گاهی بانک ها چون از جایی دیگر درآمد دارند و مدل درآمدی شان با شرکتی مانند ما متفاوت است، همین سرویس را رایگان ارائه می دهد. به این ترتیب هم نمی توانند دوام داشته باشد، هم بازار را خراب می کنند. از طرفی مشتری برای دستیابی به آن سرویس رایگان به همه این بانک ها مراجعه می کند و در یک فرایند طولانی و زمان بر با آنها به نتیجه نمی رسد و بعد به سراغ ما می آید.

ادامه در صفحه ۳۱

ما رگولاتور سختی هم داریم. از طرفی کانال ارتباطی ما با بانک مرکزی بسیار محدود است و با شرکتی مثل ما که چند سال است کار می کند و دو سهام دار بانکی هم دارد، ارتباط نمی گیرد، چه رسد به شرکت های کوچک تر. از سویی دیگر بانک مرکزی از رگولیشن به عنوان ابزار کنترل بهره می برد، نه ابزار رشد. دیدگاه رگولاتورهای پیشرو این گونه است که می بیند فضایی فراهم است، چند قانون می گذارد که کسب و کارها بتوانند در مسیر جدیدی با سرعت بیشتر و بهتری فعالیت کنند. رگولاتور ما در بیشتر

مواقع اجازه می دهد شرکت ها کارشان را پیش ببرند و ببیند در ادامه چه می شود و جایی به عنوان عامل محدود کننده و کنترل کننده وارد می شود. رگولاتور ما بیشتر نقش کنترلگری دارد تا فرصت سازی که این هم یک چالش است. من باید سال ها در ابهام کار کنم (ابهام فنی، رگولیشنی، کارمزدی و...) تا ببینم بعدتر رگولاتور چه کار می کند. حتی در مورد موجودیت خودمان هم دچار ابهام هستیم. مثلاً چند ماه اخذ اینماد برایمان طول

کشید. لازم هم نداریم، چون B2C نیستیم که مشتری نهایی بخواهد با کارت به ما پول بدهد و نحوه تعامل مان با شرکت ها به گونه دیگری است. از یکی از کارمندان مرکز توسعه پرسیدیم که چرا چند ماه روند دریافت اینماد طول

قرارداد ببندد. برای ما این کار پر از ابهام است. اولاً برگزاری جلسه با بانک ما اجرا دارد و ثانیاً اینترنتی کردن به این سادگی ها نیست. معمولاً هم دیدگاه بانک ها این است که اگر سرویس من را می خواهید، باید برای من باشید و طبیعتاً یک کسب و کار نمی تواند با ۳۰ بانک قرارداد انحصاری داشته باشد. هر چند تلاش هایی در این راستا انجام شده و کنسرسیوم هایی ایجاد کرده اند که برای چند بانک باشد.

به خاطر این حجم از ابهام، بازیگران کمتری در این فضا هستند، زیرا با بالا رفتن ابهام، ریسک کسب و کار نیز

افزایش می یابد. ایده آل ما این است که بوم شبیه به ما بسیار فراوان باشد تا صنعت شکل بگیرد، ولی این طور نیست. بعضی بانک ها می گویند خودمان می توانیم همین سرویس را ارائه دهیم، ولی وظیفه و تمرکز اصلی بانک، بانکداری است، نه ارائه سرویس فنی. هرچند ممکن است تیمش را داشته باشد و بتواند، ولی در تمرکز کاری اش نیست. برای همین ممکن است از بین برود یا خدمتی که مشتری می خواهد، ارائه نشود. کار ما این است که

بخش زیادی از انرژی مان صرف جمع آوری نیازمندی مشتری می شود. گاهی مشتری اصلاً خدمت پیچیده و هزینه بری نمی خواهد و ما کوچک ترین و ساده ترین سرویس های مورد نیاز مشتری را هم ارائه می دهیم.

حساب شرکت کشیده می شود، موزع دسترسی به حساب شرکت ندارد و نمی تواند استعلام بگیرد. ما با کمک پارتنر نرم افزاری مان (شرکت مینا) کاری کرده ایم که با احراز هویتی که خود شرکت پخش انجام می دهد، موزع هم می تواند چک شرکت را استعلام کند.

در کشورهای پیشرفته از مفهوم بانکداری باز و ظرفیت هایش به چه شکل استفاده می شود و ما چقدر از آنها فاصله داریم؟ علت آن چیست؟

وضعیت دنیا در کشورهای مختلف متفاوت است. مطالعه ما بیشتر روی اتحادیه اروپاست و از آن الگو گرفته ایم و اساس فینوتک را هم بر پایه استاندارد اتحادیه اروپا بنا کرده ایم. البته انگلیس، شرق آسیا و آمریکا هم در این زمینه کارهای خوبی انجام داده اند. در اروپا به این شکل است که رگولاتور استاندارد به نام PSD2 ایجاد کرده است. خلاصه این رگولیشن این است که بانک ها موظف اند API ارائه دهند. برای همین در اروپا اینترنتی کردن با یک بانک (مذاکره با یک بانک و بستن قرارداد و دریافت API) کار چندان پیچیده ای نیست. حالا می توانید روی آن بستر کارهای دیگری انجام دهید. به عنوان مثال در ایران دایرکت دبیت تا حدودی به بن بست می خورد، زیرا اینترنتی کردن با بانک ها کار سختی است و جایی مثل وندار هم که پروداکت دایرکت دبیت دارد، همه بانک ها را پوشش نمی دهد. بانک های مهمی هم اینجا غایب هستند. ولی در اروپا بانک ها ملزم هستند این همکاری را انجام دهند. این کار باعث می شود هزینه پیاده سازی سرویس پایین بیاید و ضمناً ابهام هم کم می شود. فرد می داند اگر چنین کسب و کاری را شروع کند، می تواند با بانک ها بدون دردسر



ما چند گروه مشتری داریم. یک گروه پرداخت یارها هستند که به آنها اشاره کردیم. وندار، جیبیت، زیبال، زرین پال، پی دات آی آر، پی پینگ و ایزی پی مشتریان ما در این بخش هستند



امکانات جدید
برای احراز هویت کاربران

رونمایی از پل جدید پی فا

پی فا، شرکت تقریباً نوپایی است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۹ در حوزه پرداخت یاری آغاز کرد و در مدت زمان اندکی توانست جایگاه خود را در صنعت پرداخت الکترونیک تثبیت کند. این مجموعه با هدف توسعه، نوآوری و ایجاد ارزش افزوده در خدمات صنعت پرداخت الکترونیک کشور شکل گرفت تا فرایندهای مالی کسب و کارهای بزرگ و کوچک را تسهیل کند.

این شرکت در بهر روزرسانی اخیر خود، خدمات نوینی در حوزه مالی ارائه داده و انعطاف پذیری خود را در طراحی سرویس های متنوع و متناسب با نیاز کسب و کارها نشان داده است.

در این بهر روزرسانی، پی فا با طراحی نوین خود که مطابق با آخرین روش ها و اصول تجربه و رابط کاربری است، جذابیت محصولات و خدمات خود را افزایش داده است. این طراحی رابط کاربری به شکلی ایجاد شده که هر فرد با هر میزان اطلاعات قادر به استفاده از آن باشد. پل جدید پذیرندگان پی فا به کاربر این امکان را می دهد که در هر ساعت از شبانه روز، کسب و کار خود را بررسی کند و گزارش کاملی از تراکنش هایش را مشاهده کند.

هدف از این بهر روزرسانی، توجه به نیاز پذیرندگان و رفع آنها بوده است. کاربران با استفاده از پل پذیرندگان این مجموعه می توانند در تمامی ساعات شبانه روز، گزارش های لحظه ای مالی و فروش مربوطه را مشاهده کنند.

نسخه تحت وب پی فا که در این بهر روزرسانی از آن رونمایی شده، واکنش گرا (Responsive) است. این ویژگی باعث می شود کاربران بتوانند با دستگاه های مختلف (کامپیوتر، تبلت و موبایل) کسب و کار خود را در هر لحظه از شبانه روز مدیریت کنند. در نسخه جدید پی فا، مجموعه خدمات احراز هویت تمامی کاربران طبق آخرین اصول و قوانین KYC انجام می شود.



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی
سال دوم



ورود دو طرح به سندباکس بانک مرکزی

چهاردهمین نشست کارگروه سندباکس بانک مرکزی برگزار شد

چهاردهمین نشست کارگروه سندباکس بانک مرکزی دوشنبه ۲۸ آذر با حضور علی عبداللهی، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک و رئیس کارگروه؛ صادق فرامرزی، نماینده سازمان نصر در سندباکس بانک مرکزی؛ محمدحسین ابراهیم خان، نماینده فراسندباکس وزارت اقتصاد؛ بیات، نماینده بانک مرکزی در کارگروه سندباکس؛ نوری، نماینده مرکز ملی فضای مجازی در سندباکس و جعفر مرتضویان، مدیر نوآوری و مطالعات راهبردی ملی انفورماتیک برگزار شد. طبق گفته رئیس کارگروه از بین طرح های ارسالی، دو طرح در حوزه لندتک و کیف پول الکترونیکی در این مرحله پذیرفته شد.



زهرا اقبانی

Zahraghorbani
19991999
@gmail.com

آزمون، معافیت هایی که کسب و کار متقاضی در ازای همکاری با سندباکس از آن برخوردار می شود، همچنین محدودیت هایی که می پذیرد و تحولاتی را که به آنها وارد می شود، مورد بررسی قرار می دهیم.»

او درباره معیارهای کلیدی عملکرد نیز گفت: «برنامه زمانی آزمون و معیارهای کلیدی عملکرد ما طی این دوره از طریق یکسری شاخص ها باید بررسی شود؛ از جمله اینکه آن کسب و کار در حال جذب چه تعداد مشتری است، چه تعداد خدمات ارائه می دهد، چه مقدار سرمایه روی کسب و کارش جذب کرده و... این شاخص ها طی دوره آزمون به صورت مداوم و هفتگی مورد بررسی و پایش قرار می گیرد و یکسری گزارش های مالی وجود دارد که کسب و کارهای حوزه فین تک باید ارائه دهند تا رفتار مالی آنها مشخص باشد.»

شجاعت بانک مرکزی برای ورود به بحث سندباکس

در این نشست صادق فرامرزی، نماینده سازمان نصر در سندباکس بانک مرکزی با اشاره به اینکه نوآوری مهم ترین مشخصه تحول دیجیتال است، گفت: «چیزی که در این انقلاب صنعتی به عنوان شاخص می توان مطرح کرد، عدم قطعیت در پیش بینی است. ما نمی دانیم چند ماه دیگر چه اتفاقی ممکن است در فناوری رخ دهد. یکی از مهم ترین شاخصه های تحول دیجیتال، نوآوری است. نوآوری هم یک ویژگی دارد که عمدتاً زمانی برنده است که از رگولاتور جلوتر باشد و در واقع قبل از رگولاتوری اتفاق بیفتد.»

بیات، نماینده بانک مرکزی در کارگروه سندباکس نیز در این جلسه گفت: «اگر می خواهیم در کنار فناوری راه برویم، باید بر آن مسلط باشیم.» محمدحسین ابراهیم خان، نماینده فراسندباکس وزارت امور اقتصادی و دارایی گفت: «در سال ۱۳۹۸ در شورای عالی فضای مجازی مصوب شد سندباکس در ایران تشکیل شود.» او با اشاره به پیگیری برای راه اندازی سندباکس بیمه ادامه داد: «یکسری جلسات در وزارت اقتصاد برگزار شد و سندباکس بانک مرکزی، بازار سرمایه و... راه اندازی شد و پیگیر هستیم که سندباکس بیمه هم

راه اندازی شود.»

نوری، نماینده مرکز ملی فضای مجازی در سندباکس نیز در این نشست با اشاره به اینکه سندباکس روزنه امیدی است در دل کسب و کارها گفت: «به طور سنتی کسب و کارها ناراحتی هایی از نهاد رگولاتوری دارند که بسیاری از آنها بحق است، به هر حال آنها می خواهند یک کسب و کار را جلو ببرند و ما شاهد موانعی هستیم. این نگاه به بحث سندباکس روزنه امیدی است برای کسب و کارها تا بتوانند آن فعالیت را که می خواهند، پیش ببرند.»

نوری ادامه داد: «رگولاتور باید پیاموزد که بحث های نوآوری نیازمند قوانین دوطرفه است؛ در نتیجه رگولاتور باید خودش را به بخش خصوصی نزدیک کند.»

سندباکس؛ بحثی فراتر از تسهیلگری

جعفر مرتضویان، مدیر نوآوری و مطالعات راهبردی شرکت ملی انفورماتیک و کارشناس حوزه سندباکس در این باره گفت: «موضوع سندباکس بحثی فراتر از بحث تسهیلگری است.» به عقیده او یکی از موضوعات مهم، نظارت بر ریسک است و در این مورد تصریح کرد: «هر پدیده ای که ریسکی ایجاد می کند، به اندازه میزان ریسک حساسیت دارد. اگر بتوانیم این اختلاف را قائل شویم، در نظام تنظیم گری بین پدیده ریسک آفرین کوچک و بزرگ نگاه تنظیم گری خوبی خواهیم داشت.»

مرتضوی ادامه داد: «دور اول فراخوان سندباکس در زمان قابل قبولی پیش رفت و ما امیدواریم شاهد رشد پدیده های بزرگتری مثل نئوبانک ها و بانک های دیجیتال باشیم.»

در پایان نشست افراد حاضر در جلسه به سؤال خبرنگار «راه پرداخت» درباره اینکه اگر پس از پایان سه یا شش ماه در باره طرح، جمع بندی صورت نگیرد، چه اتفاقی برای طرح می افتد، این گونه پاسخ دادند: «بعد از گذشت شش ماه سندباکس باید به نتیجه برسد، اما اگر به نتیجه نرسیده باشد، می تواند به دلایل مختلفی باشد؛ از جمله اینکه متقاضی به خاطر محدودیت هایی که به آنها وارد می شود یا... از همکاری با سندباکس صرف نظر کرده باشد. همچنین عدم تطبیق با قوانین و مقررات و اختلاف با نهادهای نظارتی می تواند از جمله دلایل به نتیجه نرسیدن یک طرح باشد.»

فرصت‌های سهام عدالت برای فین تک‌ها

کیپا، بیمه دانا و خدمات بیمه‌ای سهام عدالت قرارداد همکاری امضا کردند

مراسم انعقاد قرارداد همکاری مشترک سه‌جانبه میان بیمه دانا، کیپا و خدمات بیمه‌ای سهام عدالت، ۲۸ آذرماه

در آستانه پنج‌سالگی کیپا برگزار شد. در این مراسم یک بیمه‌نامه حوادث انفرادی به‌صورت نمادین با حضور مدیران و رؤسای شرکت کیپا، شرکت خدمات بیمه‌ای سهام عدالت کشور، شرکت سرمایه‌گذاری تعاونی‌های سهام عدالت کشور و بیمه دانا، صادر و طرح عملیاتی شد.

کیپا یکی از لندتک‌های ایرانی است که دو ماه پیش به جمع شرکت‌های دانش‌بنیانی پیوسته و مجوز پرداخت یاری خود را دریافت

کرده است. کیپا اخیراً برنده مناقصه بانک سپه شده و بانک‌های قرض الحسنه مهر ایران، رفاه کارگران و دی را در شبکه خود دارد. این لندتک بیش از ۷۰۰ هزار کاربر فعال دارد و تاکنون بیش از ۲۲ هزار میلیارد ریال خرید اعتباری در شبکه پذیرندگان خود داشته است. کیپا اخیراً از کیف پول اعتباری خود رونمایی کرد تا تمام کارمندان دولتی و کارکنان بخش خصوصی بدون پشتوانه سازمانی، بدون ضامن و به‌صورت کاملاً آنلاین کیف پول خود را فعال کنند.

کیپا که ارائه‌دهنده اعتبار بدون بهره است، یکی از اهداف خود بعد از انعقاد تفاهم‌نامه مشترک با بیمه دانا و شرکت خدمات بیمه‌ای سهام عدالت را پوشش ۵۵ میلیون نفر صاحب سهام عدالت معرفی کرده و گفته هدف این است که آن ۵۵ میلیون نفر، کاربر کیف پول اعتباری کیپا شوند. کیپا نزدیک به پنج سال است که در زمینه لندتک فعالیت می‌کند و در حال حاضر ۱۰ هزار نقطه به سوئیچ مالی کیپا متصل هستند. در نتیجه انعقاد این تفاهم‌نامه، در مراحل ابتدایی صدور بیمه بدنه و شخص ثالث امکان‌پذیر است، اما در قدم‌های بعدی سایر دسته‌ها اضافه خواهند شد.

بیمه دانا یکی از پوشش‌دهنده‌های بزرگ بیمه درمان است و کیپا با آگاهی از اینکه بسیاری از مردم به دلیل مشکلات معیشتی در زمینه درمان با سختی روبه‌رو هستند، صدور بیمه درمان را در دستور کار خود قرار داده است. این لندتک که هفته گذشته با وزارت صمت برای ارائه خدمت به کارمندان، قرارداد همکاری منعقد کرده، به دنبال

گسترش خرید اعتباری در لایه‌های تأمین‌کننده کالا با برات الکترونیکی است.

در ادامه مراسم عسگر توکلی، مدیرعامل شرکت خدمات بیمه‌ای سهام عدالت کشور درباره اهمیت فروش آنلاین و شبکه اعتباری صحبت کرد. او با تأکید بر همکاری شرکت کیپا با بیمه دانا که پیشگام شبکه فروش آنلاین بازار بیمه بوده، ابراز امیدواری کرد که این تفاهم‌نامه موضوع وام سهام‌داران عدالت را که دغدغه نظام است، رفع کند.

احمد جوادی پور، قائم‌مقام بیمه دانا بیان کرد که امروز، روز بسیار مبارکی است و امیدواریم با توجه به هم‌اندیشی برای سهام عدالت ارزش آفرین باشیم. به گفته او، برند بیمه دانا تقویت شده، درخواست‌ها افزایش یافته و مدتی است شرکت به‌صورت سنتی اداره نمی‌شود و این موضوع به کاهش ۹۰ درصدی تماس‌های شعب با ستاد مرکزی منجر شده است.

او با اشاره به هوشمندسازی عملیات بیمه‌گری و اهمیت آن گفت: «برنامه هوشمندسازی و ارائه خدمات در یک پلتفرم از ابتدای سال در دستور کار بیمه دانا قرار گرفته و اکنون بخش‌های مرتبط با بیمه درمان و شخص ثالث آماده شده و سایر رشته‌ها به‌مرور اضافه خواهند شد.» قائم‌مقام بیمه دانا معتقد است با انجام تمام فعالیت‌ها در یک پلتفرم، خطاهای انسانی به‌طور چشم‌گیری کاهش پیدا می‌کند.

او در بخش دیگری از صحبت‌هایش به ظرفیت‌های سهام عدالت اشاره کرد و گفت: «۵۵ میلیون نفر سهام عدالت دارند و شرکت خدمات سهام عدالت این پتانسیل را دارد که چندبرابر شرکت‌های ازکی و بیمیتو تولید داشته باشد و امروز سرآغاز این مهم است.» جوادی پور در ادامه از کیپا درخواست کرد با توجه به توانمندی‌هایشان با ارائه خدمات نوین برای ایرانیان ارزش آفرینی کنند.

بر اساس گفته‌های او، بیمه دانا در اسفند سال گذشته مالک هفت درصد سهم بازار بوده، اما امسال این عدد به ۱۳٫۹ درصد رسیده و این شرکت در جایگاه دومین شرکت بیمه‌ای بازار ایران قرار گرفته است.



غزل یگانگی

Ghazal28yeganeh@gmail.com



اوضاع پی‌اس‌پی‌ها در موضوع اپلیکیشن چطور است؟ همه می‌خواهند سوپراپ باشند!

۷۲۴

اپلیکیشن ۷۲۴ شرکت پرداخت الکترونیک سامان راه، هم‌بر مبنای آمارها و هم بر مبنای تاریخی می‌توان جدی‌ترین رقیب آپ دانست. این اپلیکیشن نیز همچون دیگر رقبای سرسختش از تجربه کاربری یکپارچه و کاربرپسندی بهره می‌برد و طراحی فعلی آن را می‌توان یکی از مینیمال‌ترین طرح‌ها در بین رقبای دانست که تعداد دانلود آن در کافه‌بازار بالغ بر چهار میلیون بار است. افراد می‌توانند آن را از طریق کافه‌بازار، مایکت، گوگل پلی، ایران‌اپس و چارخونه برای سیستم عامل اندروید و همچنین از طریق سیب‌اپ و سیب ایرانی برای سیستم عامل آی‌اواس خود دانلود و نصب کنند. ۷۲۴ نیز سطح گسترده‌ای از خدمات متنوع را به کاربران ارائه می‌دهد؛ سرویس‌هایی مانند کارت‌به‌کارت و استعلام موجودی کارت، گردونه، خرید شارژ، خرید بسته اینترنت، پرداخت قبض، سامانه صیاد، احسان، بازار سرمایه، سپ‌کارت، شارژ تپ‌سی، خودرو، سفر و گردشگری، بیمه، اعتبارسنجی، فروش سیم‌کارت و... که از طریق آنها مشغول خدمت‌رسانی به کاربران خود است.

ایوا

اپلیکیشن ایوا متعلق به شرکت پرداخت الکترونیک سداد و یکی از گزینه‌های جدی مدعی جایگاه دومی در بین پی‌اس‌پی‌هاست. جهت دانلود و نصب این اپلیکیشن برای

سیستم عامل اندروید، می‌توان به کافه‌بازار، مایکت و گوگل پلی مراجعه کرد. نکته قابل توجه برای این اپلیکیشن افزایش تعداد دانلودهای آن طی یک سال گذشته است. در سال گذشته یک میلیون و ۷۰۰ هزار بار از طریق دو مارکت کافه‌بازار و مایکت دانلود شده بود که این عدد، امسال افزایش چشم‌گیری داشته و فقط در کافه‌بازار چهار میلیون بار دانلود شده است. ارائه برخی سرویس‌های خاص برای اولین بار توسط این اپلیکیشن، همچون نشان‌بانک، پرداخت عوارض خروج از کشور، خدمات گواهی امضا و افتتاح حساب بانک ملی و مواردی از این دست، باعث شده این اپ نیز در بین رقبای جدی مدعی جایگاه دوم بایستد. علاوه بر این موارد خدمات دیگری نیز به کاربران خود ارائه می‌دهد که عبارت‌اند از: پرداخت قبض، کارت‌به‌کارت، خرید شارژ، موجودی کارت، خرید اینترنت، خرید بلیت مترو و اتوبوس درون شهری، ثبت چک صیادی، خرید بیمه، فروش سهام عدالت، خدمات گردشگری، خرید سیم‌کارت، خرید طرح ترافیک و پرداخت خلاقی، پرداخت سازمانی، وجوه شرعی، ملی بازار، کارت هوشمند و پیشخوان هوشمند.

اپلیکیشن‌ها امروزه دیگر یک بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره مردم شده‌اند و از همین رو نمی‌توان نقش و اهمیت‌شان را نادیده گرفت. یکی از حوزه‌هایی که مردم هر روز با آن سروکار دارند و از اپلیکیشن‌های آن حوزه بسیار استفاده می‌کنند، اپلیکیشن‌های پرداختی است. پرداخت موبایلی و ارائه اپلیکیشن پرداخت، یکی از حوزه‌هایی است که بسیاری از شرکت‌های پی‌اس‌پی کشور در طول سال‌ها فعالیت خود با توجه جدی به آن، سعی در گرفتن بخشی از سهم بازار آن داشته‌اند. بررسی اپلیکیشن‌های شرکت‌های پی‌اس‌پی کشور به خوبی نشان از روند سوپراپلیکیشن‌شدن این اپلیکیشن‌ها دارد. سوق دادن مشتری به استفاده از محصولات متنوع، فلسفه سوپراپ‌شدن است و شرکت‌های پی‌اس‌پی نیز در ارائه خدمات‌شان در حال پیروی از این مسیر هستند. در هفته‌های آینده اپلیکیشن‌های پی‌اس‌پی‌ها را هم بررسی خواهیم کرد.

آپ

اپلیکیشن آپ محصول شرکت آسان‌پرداخت پرشین است که با ارائه خدمات متنوع به یکی از محبوب‌ترین اپلیکیشن‌های صنعت پرداخت تبدیل شده است. این اپلیکیشن علاوه بر اینکه تجربه کاربری راحت و دلچسبی را برای کاربران خود فراهم کرده، یکی از فعال‌ترین اپ‌های پرداختی در کمپین‌های تبلیغاتی و تشویقی در صداوسیما، مطبوعات و نمایشگاه‌ها بوده و توانسته سهم قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص دهد. آپ تا به امروز ۲۰ میلیون دانلود از کافه‌بازار داشته و از طریق کافه‌بازار، مایکت و گوگل پلی برای سیستم عامل اندروید و از طریق نسخه تحت وب برای کاربران سیستم عامل آی‌اواس، قابل دانلود و نصب است.

خرید شارژ، کارت‌به‌کارت، خرید بسته اینترنتی، استعلام موجودی، خرید بلیت و رزرو هتل، پرداخت عوارض و خلاقی خودرو، ثبت چک صیادی، سجام و احراز هویت، سفارش غذا و تاکسی از اسنپ، خرید از هایپرستار، تالی، ارائه خدمات مربوط به سلامت، خدمات بیمه، خرید بلیت سینما، امور مربوط به سرمایه‌گذاری و خیریه، حمل‌ونقل شهری، خرید سیم‌کارت، پرداخت مستقیم، خدمات قوه قضائیه، آپتل، قیمت کالا و خدمات، تست کرونا در ترکیه و... از جمله خدمات این اپلیکیشن هستند. به نظر می‌رسد این سوپراپلیکیشن تقریباً توان پاس‌خوبی به تمامی نیازهای یک کاربر را نه تنها در حوزه پرداخت، بلکه در سایر حوزه‌های مورد نیازش دارد و جای شکی نیست که چرا این اپلیکیشن توانسته تا به امروز باز یگر شماره ۱ این حوزه باشد.



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم



نیلوفر نادری

info@karangweekly.ir





وثیقه سنگین سم بنکمن ←
سم بنکمن فرید فعلاً با یک وثیقه ۲۵۰ میلیون دلاری از زندان آزاد شده و حق دارد فقط با والدینش زندگی کند و منتظر دادگاهش به اتهام کلاهبرداری مالی بماند.



جشن آرژانتین ادامه دارد ←
اتحادیه ملی فوتبال آرژانتین اعلام کرده قصد دارد در همکاری با پلتفرم آپلند متاورس، ادامه جشن قهرمانی در جام جهانی را در این فضای مجازی برگزار کند!



فیوچرز را جمع کنید! ←
«ساشا ایوانوف»، بنیان گذار ویو از صرافی های متمرکز همچون بایننس و کراکن خواسته تا بازارهای فیوچرز خود را برای توکن های بلاکچین غیرمتمرکز متوقف کنند.



از بلاکفای به گوگل ←
«مریل لینچ» و «ریسی رامچاندی»، دو مدیر ارشد پلتفرم ورزشکسته بلاکفای به کسب و کار ابری وب ۳ گوگل ملحق می شوند تا این بخش را در منطقه آسیا-پاسیفیک توسعه دهند.



شماره ۷۹
دوره ۱۴۰۱
سال دوم



خیز توسعه در روزهای رکود

مدیران سابق شرکت جنسیس صندوق جدید دارایی های دیجیتال هانتینگ هیل را مدیریت می کنند. هانتینگ هیل از سال ۲۰۲۰ فعالیت های رمزآرزی خود را آغاز کرده و اکنون در حال راه اندازی صندوق جدیدی در این حوزه است

بر اساس گزارش ها، هانتینگ هیل گلوبال کپیتال، یک صندوق تأمین تریدفای، قصد دارد ریسک بیشتری به جان بخرد و معاملات رمزآرزی خود را دوبرابر کند. در همین راستا این شرکت در حال استخدام نیروهای کلیدی و جدیدی است؛ چنانچه این شرکت دو مدیر اجرایی سابق شرکت جنسیس و یکی از مدیران ارشد گلکسی دیجیتال را استخدام کرده است.

همان طور که می دانید در شرایط نزولی بازار، اغلب کارفرمایان و کارکنان به دلیل کاهش شدید دستمزدها آسیب دیده اند. شرکت های جنسیس و گلکسی هم از این موضوع مستثنی نیستند و طبیعی است که کارکنان آنها به دنبال فرصت های بهتری باشند. «مارتین گارسیا»، یکی از همین افراد است که بیش از دو سال و نیم در شرکت جنسیس مشغول به کار بود و اکنون برای موقعیت مدیر ارشد سرمایه گذاری در هانتینگ هیل جذب شده است. در واقع گارسیا از آگوست ۲۰۲۱ جنسیس را ترک کرده و به دنبال فرصت شغلی بهتری بود.

وی اکنون با «آدام گورین» (عکس همین مطلب)، بنیان گذار و مدیر ارشد سرمایه گذاری هانتینگ هیل همکاری می کند و قرار است صندوق جدیدی را در این شرکت راه اندازی کند. این صندوق جدید که هنوز نامی برای آن انتخاب نشده، قرار است روی دارایی های دیجیتال سرمایه گذاری کند. گورین هم نقش مدیر اجرایی این صندوق را ایفا می کند. به علاوه،

«آدام جنلو» یکی دیگر از تریدرهای هانتینگ هیل نیز به این تیم دوفره اضافه می شود و مدیریت پورتفولیوی این صندوق جدید را بر عهده می گیرد.

صندوق جدید سرمایه گذاری هانتینگ هیل دیجیتال، حالا چرا!؟

به نظر می رسد دلیل اینکه هانتینگ هیل صندوق سرمایه گذاری روی دارایی های دیجیتال را زودتر راه اندازی نکرد، نابسامانی های بازار کریپتو بود. ظاهراً وضعیت عجیب و غریب بازار باعث شده گارسیا و گورین تا همین اواخر فرصت مناسب برای راه اندازی صندوق پیدا نکنند. در واقع هانتینگ هیل فعالیت های کریپتویی خود را از سال ۲۰۲۰ با راه اندازی صندوق فرصت های رمزنگاری هانتینگ هیل آغاز کرده بود. هرچند اطلاعات زیادی از فعالیت های هانتینگ هیل در صندوق نام برده در دسترس نیست، اما به گفته دو منبع آگاه به نظر می رسد نتایج این فعالیت ها بالاتر از حد انتظار بوده، زیرا در غیر این صورت گورین به راه اندازی صندوق جدید چراغ سبز نشان نمی داد.

تلاش برای به کارگیری تاکتیک های سرمایه گذاری ارزهای دیجیتال در تریدفای

هانتینگ هیل از زمانی که در سال ۲۰۱۰ آغاز به کار کرد، سعی بر گسترش استراتژی های مالی خود داشت. همین

امر باعث شد که دارایی های شرکت افزایش یابد و در زمان ریزش بازار کریپتو هم متحمل ضرر و زیان چشم گیری نشود. بر اساس گزارش ها صندوق هانتینگ هیل اکنون حدود ۵۰ میلیون دلار دارایی دارد.

صندوق جدید این شرکت نیز که قرار است تحت مدیریت گورین و گارسیا فعالیت کند، احتمالاً در پایان فصل اول یا ابتدای فصل دوم سال ۲۰۲۳ شروع به کار خواهد کرد. هنوز زود است که در مورد آینده این صندوق نظری داد، اما به نظر می رسد هانتینگ هیل در حال مذاکره برای جذب حامی است. یکی از منابع آگاه به اتفاقات هانتینگ هیل می گوید: «گارسیا و گورین سعی دارند با بخش های سنتی تر شرکت رقابت کنند. ظاهراً گارسیا قبل از پیوستن به هانتینگ هیل زمانی در شرکت سکندمارکت متخصص دارایی های غیرنقدی بوده و تلاش می کند از تجربیات خود برای پیشبرد اهداف این صندوق بهره گیرد. سکندمارکت شرکتی است که اوراق قرضه، مشتقات، ETF و سهام معامله می کند.»

هنوز جزئیات استراتژی هانتینگ هیل دیجیتال مشخص نیست، اما تا جایی که اطلاعات نشان می دهند، قرار نیست به یک تحلیلگر داده و پیش بینی کننده بازار تبدیل شود. به هر حال هانتینگ هیل راه سختی را برای جذب سرمایه در پیش دارد؛ زیرا چشم حامیان مالی به روند بازارهای کریپتو است و با وجود نوسانات بازار به راحتی نمی توان آنها را به سرمایه گذاری ترغیب کرد.

رگولاتوری گنسلر برای رمزارزها ادامه دارد...

کمیسیون اوراق بهادار ایالات متحده توکن برای حل معضل صرافی ورشکسته اف تی ایکس گفته می‌خواهد توکن FTT آن را به عنوان اوراق بهادار معرفی کند این کمیسیون معتقد است برای محافظت از سرمایه گذاران باید توکن های رمزنگاری را بر اساس قوانین اوراق بهادار رگوله کرد

کمیسیون اوراق بهادار ایالات متحده روز چهارشنبه ۲۰ دسامبر در دعوی دیگری علیه صرافی اف تی ایکس اعلام کرد توکن FTT یک اوراق بهادار محسوب می‌شود. در این شکایت ذکر شده که توکن FTT به عنوان یک قرارداد سرمایه گذاری معامله می‌شده پس یک اوراق بهادار است. گری گنسلر رئیس کمیسیون در توییتی ضمن تأیید این موضوع اظهار داشت تا زمانی که پلتفرم ها با قوانین اوراق بهادار مطابقت داده نشوند، سرمایه گذاران ارزهای دیجیتال همچنان با خطرهای زیادی مواجه هستند. او در این باره گفته است: «اولویت کمیسیون به کارگیری تمام ابزارهای موجود برای تطبیق صنعت کریپتو با قوانین اوراق بهادار است.»

لازم به ذکر است که FTT قبل از سقوطش، بیست و سومین ارز دیجیتال بزرگ از نظر ارزش بازار محسوب می‌شد و بیش از ۳/۴ میلیارد دلار ارزش داشت؛ اما وقتی سقوط کرد بیش از ۹۰ درصد ارزش خود را از دست داد.

تحلیل کارشناسان از این اقدام تازه رگولاتور آمریکایی

ابیل گارسیا، یک تحلیل گر بازار و یکی از شرکای شرکت کسلمن و استاکینگر اند برنتلی می‌گوید: «طبقه بندی توکن FTT به عنوان اوراق بهادار دور از ذهن نیست؛ زیرا قبلاً کمیسیون همین کار را در مورد توکن های ریپل و LBRY نیز انجام داده بود. در نتیجه قابل درک است که کمیسیون توکن های رمزنگاری را جز اوراق بهادار بداند و بخواهد بر این

موضوع پافشاری کند.» در واقع، با نگاهی به شکایت های قبلی در حوزه رمزارزها به نظر می‌رسد که کمیسیون اوراق بهادار آمریکا ترجیح می‌دهد این گونه به رمزارزها نگاه و آنها را کنترل کند. برای مثال در شکایتی که ماه ژوئیه علیه یکی از کارمندان سابق کوین بیس ارائه شد، تمام توکن های رمزنگاری که آنها صادر کرده بودند، به عنوان اوراق بهادار در نظر گرفته شد. در واقع نبرد کمیسیون مرتبط با کوین بیس با توکن XRP (توکن شبکه ریپل) هم از همین نحوه طبقه بندی توکن های رمزنگاری آغاز شد. در نتیجه این نبرد توکن XRP ذیل دسته اوراق بهادار قرار نگرفت و کوین بیس مجبور به حذف این توکن شد. کمیسیون همین کار را با پروژه LBRY هم کرد و از این پروژه به دلیل این که توکن های خود را بدون ثبت اولیه در کمیسیون عرضه کرده بود، شکایت کرد.

بعد از FTT نوبت بقیه هم می‌رسد؟

اگر در مورد جزئیات دسته بندی توکن های رمزنگاری شفافیتی صورت نگیرد، از این به بعد تمام صرافی ها و صادرکنندگان توکن باید گوش به زنگ باشند و خود را برای دعاوی کمیسیون اوراق بهادار ایالات متحده آماده کنند. گارسیا در این باره می‌گوید: «تا زمانی که دعوی مطرح شده توسط کمیسیون در دادگاه برنده می‌شود، تمام معامله گران رمزنگاری باید دارایی های خود را بررسی کنند و ببینند توکن آنها در تعاریف و دسته بندی کمیسیون اوراق بهادار آمریکا می‌گنجد یا خیر.»

Bloomberg
Businessweek

The Crypto Story

Your guide to where it came from,
what it all means, and why it still matters

By Matt Levine

به زودی منتشر می‌شود

داستان کریپتو به روایت بلومبرگ

راهنمایی برای اینکه بدانید رمزارزها از
کجا آمده اند، چه کاربردی دارند و چرا هنوز
اهمیت دارند؟

به نظر می‌رسد رمزارزها با وجود اینکه بخش زیادی از ارزش خود را از دست داده اند، اما آمده اند تا در این دنیا بمانند و دنیای مدرن را بسازند. به همین خاطر مجله بلومبرگ بیزینس ویک طرح جلد شماره ۳۱ اکتبر خود را به «داستان کریپتوها» اختصاص داده تا به خوانندگان و علاقه مندان به این حوزه بگوید این فناوری اغلب دیوانه کننده، اکترا عجیب و همیشه جذاب چیست و در آینده به کجا خواهد رسید. اگر کریپتوها قرار نیست از بین بروند، بهتر است درک مناسبی از آنها به دست آوریم؛ به همین خاطر مانیز این شماره از مجله بلومبرگ را کامل ترجمه کرده ایم و ضمیمه شماره ۶۵ ماهنامه عصر تراکنش توزیع خواهد شد.



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم





۱/۹ میلیون پوند برای رانا

استارت‌آپی زیر چتر ورزشکاران

جاشوا پترسون، ستاره سابق چلسی و رکورددار جهانی و استفانی دیویس، دونه المپیک ماراتن و بازیکن اتحادیه راگی ایرلندی می‌گویند استارت‌آپ رانا در مسیر درستی قرار دارد و به همین دلیل از آن حمایت کرده‌اند.

رانا یک اپلیکیشن ورزشی است که می‌تواند جایگزین یک مربی دوندگی برای مخاطب خود باشد. دفتر این اپلیکیشن در لندن مستقر است و اخیراً توانسته ۱/۹ میلیون پوند سرمایه جذب کند. این سرمایه‌گذاری برای کمک به رانا برای گسترش حضورش در بازار و ورود به بازارهای ایالات متحده در سال ۲۰۲۳ در نظر گرفته شده است. رانا در سال ۲۰۲۱ هم در اولین دور جذب سرمایه خود موفق به جذب ۶۵ هزار پوند شده بود و اکنون با جذب ۱/۹ میلیون پوند توانسته سرمایه خود را به ۲/۵۵ میلیون پوند افزایش دهد. این دور سرمایه‌گذاری جدید توسط «جان کاکر»، هم‌بنیان‌گذار اکا و نچرز، رهبری و مشارکت افراد دیگری چون «مارک کوهن»، «جاشوا پترسون»، ستاره سابق چلسی؛ «استفانی دیویس»، دونه المپیک ماراتن و بازیکن اتحادیه راگی ایرلندی انجام شد. «دام ماسکل» و «بن پارکر»، بنیان‌گذاران رانا، به خاطر عشقی که به دویدن دارند، این اپلیکیشن را طراحی کرده‌اند. آنها این اپلیکیشن همه‌جانبه را به شکلی طراحی کرده‌اند که پاسخگوی تمام نیازهای یک دونده باشد. رانا می‌تواند نقش یک مربی تمام و کمال را برای مخاطب خود ایفا و بر اساس شرایط دونده به او برنامه و تمرینات مناسب ارائه دهد. در واقع هر کاربر تجربه منحصر به فرد خود را با رانا خواهد داشت.



کارنگ



شماره ۷۹
دی ۱۴۰۱
سال دوم

سال دوم



گزارش
REPORT



دیلینی پلن A را به متا ترجیح داد

یک مدیر سابق فعال در شرکت‌های بزرگ فناوری به یک استارت‌آپ اقلیمی پیوسته است؛ دلایل او چیست؟

مهارت‌ها، اشتیاق و حرفه یک فرد با خیر عمومی همسو است. همین مفهوم او را به سوی ایفا کردن نقشی جدید در فناوری اقلیمی سوق داده و باعث شده که او این نقش را به ایفای نقش در یک شرکت مشهور بیگ تکی ترجیح دهد. او گفته است: «من می‌خواستم در بخش فروش باقی بمانم، زیرا به این حوزه علاقه دارم. من مهندس کربن خوبی نمی‌شوم، اما امیدوارم که بتوانم به توسعه یک تیم فروش کمک کنم تا بتوانیم به مشتریانمان خدمات‌رسانی کنیم.»

او گفته که تخصص او طراحی فرایندهای فروش است و به تکرارپذیری و پیش‌بینی‌پذیری آنها کمک می‌کند تا بتواند در نهایت به بزرگ شدن کسب‌وکارها یاری رساند؛ این کاری است که او در پلن A انجام می‌دهد.

محدودسازی کربن و یک بازار روبه‌رشد

دیلینی در سال ۲۰۰۸ به بخش جدید گوگل پیوست و گفت که این بخش به دلیل تمرکز بر رایانش ابری که در آن زمان در حال رشد بود، همچون یک استارت‌آپ تلقی می‌شد. پس از یک دهه او به اسلک پیوست و سپس به متا نقل مکان کرد.

دیلینی گفته که هیچ شرکتی به اندازه کافی برای محدود کردن انتشار کربن خود کاری انجام نمی‌دهد، از جمله شرکت‌های بیگ تک. به نظر او این حسن نیت این شرکت است که می‌خواهد کاری در این زمینه انجام دهد.

به نظر او کسب‌وکارها باید در آینده کربن‌زدایی کنند یا هزینه انتشار گازهای گلخانه‌ای را از طریق مالیات بپردازند. او افزود: «اگر شرکت‌ها چنین تغییری را انجام ندهند، در رقابت با دیگر شرکت‌ها ضعف خواهند داشت.» پلن A در سال ۲۰۱۷ تأسیس شد و شرکت‌های N26، بی‌ام، آلبیون کپیتال (Albion Capital) و همچنین اتحادیه اروپا را در زمره مشتریان خود به حساب آورد. انتظار می‌رود که موج بعدی یونیکورن‌های فناوری در حوزه فناوری اقلیمی باشد. دیلینی پلن A را یکی از این شرکت‌ها می‌داند، البته تا زمانی که به گفته او بتواند نقش خود را به خوبی ایفا کند.

یا همان شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری را دارد و اکنون به عنوان مدیر ارشد درآمد به شرکت محیط زیستی که در برلین روی مفهوم «کربن صفر» کار می‌کند، پیوسته است. دیلینی می‌گوید خانواده‌اش به کاری که انجام می‌دهد، حساس هستند و دخترانش دلیل پیوستن او به این شرکت‌اند. او در این باره گفته است: «من آماده بودم کاری متفاوت انجام دهم، با یک هدف واقعاً نیرومند. چند شرکت با من تماس گرفتند. با دخترانم در مورد این گزینه‌ها صحبت کردم.»

دختران دیلینی اصرار داشته‌اند که به باید به پلن A بپیوندند و گفته‌اند که مقابله با تغییرات اقلیمی مهم‌ترین موضوع این روزهای ما در این سیاره است.

پلن A، ۱۳ میلیون دلار سرمایه از سرمایه‌گذارانی از جمله سافت‌بانک و اچ‌وی کپیتال (HV Capital) جمع‌آوری کرده است. این استارت‌آپ به شرکت‌ها کمک می‌کند که میزان انتشار کربن خود را محاسبه کنند و آن را کاهش دهند و میزان کاهش را هم به ذی‌نفعان خود گزارش دهند.

توجه کردن به حال خوب در کار خوب

دیلینی به مفهوم ژاپنی ایکیگای اشاره کرده که در آن

یکی از مدیران سابق فروش در شرکت‌های بیگ تک که سابقه فعالیت در متا، اسلک و گوگل را دارد، به استارت‌آپ «پلن A» تحت حمایت سافت‌بانک (SoftBank) پیوسته است. موضوعی که نشان می‌دهد حوزه محیط زیست و تغییرات اقلیمی به شدت در دنیای نوآوری مورد توجه مدیران و چهره‌های برجسته قرار گرفته است.

این استارت‌آپ، یک استارت‌آپ شمارش یا ردیابی کربن است. نیل دیلینی (Neil Delaney) که به عنوان مدیر ارشد درآمد به این استارت‌آپ پیوسته، اخیراً شرکت متا را ترک کرده است. او که پدر سه فرزند است، گفته که دخترانش به او در اخذ این تصمیم کمک کرده‌اند.

دیلینی که یک ایرلندی است، پیش‌تر نیز گوگل را ترک کرد تا در سمت‌های مدیریتی شرکت‌های اسلک و متا کار کند. او در متا سمت مدیر فروش جهانی را داشت و بعد چیز دیگری توجهش را جلب کرد؛ فناوری‌های اقلیمی.

پیشنهاد خانواده برای کار در

یک کسب‌وکار محیط زیستی
دیلینی ۱۵ سال سابقه کار در بازار بیگ تک



استارت‌آپ اسپانیایی قصد دارد مردم را به نصب پنل‌های خورشیدی بر پشت بام خانه‌هایشان ترغیب کند

جذب سرمایه ۴٫۵ میلیون یورویی سامارا

اهداف سامارا

سامارا توسط «ایوان کابزوئلا»، مدیر پروژه سابق آمازون و مدیر عملیات سابق اوبر و «مانل پوژول اولیوئارس»، مدیر سابق اوبر اینترنشنال تأسیس شده است. کابزوئلا در مورد اهداف سامارا می‌گوید: «هدف ما رشد تصاعدی است که در این شش ماه اتفاق افتاد. هدف ما افزایش گستره جغرافیایی این استارت‌آپ است و می‌خواهیم برای کمک به مشتریان و بهینه‌سازی مصرف، راه‌حل‌های دیجیتالی ایجاد کرده و توسعه دهیم. برای ما، برقراری روابط بلندمدت با کاربران و شریک کردن آنها در انتقال انرژی مهم است.» او می‌افزاید: «قصد ما ترغیب افراد بیشتری به استفاده از پنل‌های خورشیدی، باتری‌ها و شارژرهای وسایل نقلیه الکتریکی و در نهایت پذیرش هرچه بیشتر انرژی پاک است. در نتیجه، مصرف‌کنندگان کم‌کم از انرژی‌های فسیلی دورتر می‌شوند و تولید کربن را کاهش می‌دهند. به علاوه سامارا با تجهیز پنل خورشیدی به یک رابط دیجیتالی، مصرف‌کننده را قادر می‌سازد تا مصرف انرژی را لحظه‌به‌لحظه دنبال و کنترل کند.»

اسپانیای آفتابی

میزان انرژی تولیدشده خورشیدی در شبکه برق اسپانیا در سپتامبر ۲۰۲۲ به ۱۷۱۰۰ مگاوات رسید. علاوه بر آن، ۲۵۰۰ مگاوات هم خارج از شبکه اصلی توسط پنل‌های خورشیدی بر پشت‌بام خانه‌ها تولید و مصرف شد. در واقع اسپانیا یکی از تولیدکنندگان اصلی انرژی خورشیدی در اروپاست و سالانه سه هزار ساعت هوا آفتابی است؛ هرچند در سال‌های اخیر ایتالیا از اسپانیا در تولید انرژی خورشیدی پیشی گرفته است. لازم به ذکر است اسپانیا ظرفیت خوبی برای تولید انرژی بادی دارد، ولی تمایل بیشتری به بازار انرژی خورشیدی دارد، زیرا تولید انرژی هزینه کمتری دارد و می‌توان با نصب پنل بر پشت‌بام خانه‌ها به راحتی به این انرژی دست یافت.

سامارا یک استارت‌آپ در حوزه فناوری خورشیدی است که قصد دارد خانوارهای اسپانیایی را متقاعد کند تا روی پشت‌بام‌هایشان پنل خورشیدی نصب کنند. به نظر می‌رسد قبلاً هم شرکت‌های دیگری در این راستا تلاش کرده‌اند، اما نتیجه مطلوبی نگرفته‌اند، ولی سامارا این بار می‌خواهد با روش‌های جدیدی این مسئله را یک بار برای همیشه در اسپانیا حل کند.

پنل‌های خورشیدی سامارا به نرم‌افزارهای آنلاین متصل می‌شوند که مصرف‌کننده را قادر می‌سازند تا همه چیز را تحت کنترل داشته باشند. مصرف‌کننده با کمک این نرم‌افزار می‌تواند میزان مصرف برق خود را مشاهده و راحت‌تر برای صرفه‌جویی در انرژی برنامه‌ریزی کند. ناگفته نماند که تمام این موارد در نهایت به کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای منجر خواهند شد.

به علاوه، مهندسان و طراحان داخلی سامارا در نصب و استفاده از این پنل و نرم‌افزارها به مصرف‌کنندگان کمک می‌کنند. به گفته سامارا در اسپانیا افراد کمی می‌توانند پنل‌های خورشیدی نصب کنند، اما این استارت‌آپ برنامه دارد تا افرادی برای این کار آموزش دهد و در نتیجه شغل‌های جدیدی ایجاد کند.

جذب سرمایه بذری ۴٫۵ میلیون یورویی

سامارا اخیراً موفق به جذب سرمایه ۴٫۵ میلیون یورویی در مرحله بذری خود شده است. این استارت‌آپ می‌خواهد از این سرمایه جهت ایجاد چندین مرکز نصب پنل خورشیدی در سراسر اسپانیا استفاده کند. لازم به ذکر است که این سرمایه‌گذاری توسط دو شرکت سیا و پلیون گرین فیوچر انجام شده که قبلاً هم در ماه ژوئن ۲۰۲۲ دور سرمایه‌گذاری دیگری را برای این استارت‌آپ رهبری کرده بودند. این سرمایه‌گذاران پس از اینکه شاهد پیش‌فروش دو میلیون یورویی سامارا بودند، بار دیگر پس از شش ماه به سراغ این استارت‌آپ رفتند.

حمایت ۶۰ میلیون یورویی پورشه از کاستوم سلز

استارت‌آپی که در راستای مقابله با انتشار کربن توسط صنعت هوانوردی می‌خواهد روی هواپیماهای برقی تمرکز کند

شود. به نظر می‌رسد این شرکت برای اطمینان از کیفیت محصول خود در حال همکاری با برندهای پیشرو هواپیمایی است و قصد دارد هر چیزی را که مسئول انتشار این دو درصد کربن است، از کره خاکی محو کند. «درک آندروث»، مدیرعامل کاستوم سلز اظهار می‌دارد: «هدف ما ایجاد یک بخش منحصربه‌فرد و جدید در بازار بین‌المللی سلول‌های باتری است. در این بخش باتری‌هایی تولید خواهند شد که مطابق با نیازهای روز مشتریان صنعت هوانوردی هستند. ما قصد داریم این دستاورد را که کمک بزرگی به چالش کربن‌زدایی در جهان می‌کند، با دیگران به اشتراک بگذاریم.»

همان‌طور که می‌دانید، صندوق جهانی تنها روی فناوری‌های حوزه آب‌وهوا که بتوانند در حذف ۱۰۰ میلیون تن کربن از جو تا سال ۲۰۴۰ مؤثر باشند، سرمایه‌گذاری می‌کند. طبق محاسبات این صندوق، باتری‌های کاستوم سلز می‌توانند نقش بسزایی در کاهش انتشار کربن در صنعت هوانوردی داشته باشند. چنانچه «داریا ساهاروو»، از مدیران صندوق جهانی می‌گوید: «صنعت هوانوردی مسئول بیش از دو درصد انتشار کربن در جهان است. مقابله با این مسئله نبرد بزرگی است که در عین حال پاداش بزرگی هم دارد. ما بسیار خوشحال و هیجان‌زده‌ایم که در این راه همراه کاستوم سلز باشیم و از این شرکت در راستای نوآوری‌اش حمایت کنیم.»

در حال حاضر بیش از دو درصد از کربن در جهان توسط صنعت هوانوردی منتشر می‌شود، اما شرکت کاستوم سلز، توسعه‌دهنده ذخیره‌ساز انرژی و باتری به مقابله با این وضعیت برخاسته است. لازم به ذکر است که کاستوم سلز یکی از شرکت‌های زیرمجموعه فرانهوفر گزلفاشافت است. کاستوم سلز قصد دارد به سمت تولید باتری برای صنعت هواپیمایی حرکت کند و از انتشار کربن توسط این صنعت بکاهد.



راضیه مینایی

Razieh.minaei995@gmail.com

این شرکت موفق شده در راستای محقق ساختن اهدافش ۶۰ میلیون یورو جذب سرمایه کند. این شرکت قصد دارد از سرمایه خود برای تحقیق و توسعه روی تولید باتری برای صنعت هوانوردی استفاده و از این طریق به بازارهای ایالات متحده و آسیا راه پیدا کند. قابل توجه است که این دور سرمایه‌گذاری که اولین دور جذب سرمایه کاستوم سلز هم بود، با رهبری صندوق جهانی و مشارکت برند خودروسازی پورشه، آباکون کپییتال و ویسکارد ونچرز انجام شد.

در واقع کاستوم سلز به دنبال هواپیماهای الکتریکی است. بالاخره بعد از خودروهای الکتریکی و سایر وسایل نقلیه زمینی باید نوبت به هواپیماهای الکتریکی هم برسد. باید یک روزی با آن آگروزهای غول‌پیکر و پرسرودای هواپیماها هم خداحافظی کنیم. به لطف کاستوم سلز دور نیست روزی که برای تأمین سوخت هواپیماها بیشتر از بنزین از برق باتری‌ها کمک گرفته



شماره ۷۹
۴ دی ۱۴۰۱
سال دوم





ویژگی‌های سالنامه
جدید رصدخانه مهاجرت
پس از سه سال تجربه
چیست؟

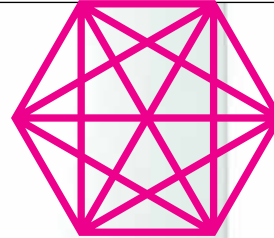
تجربه سه سال رصد

سالنامه رصدخانه مهاجرت ایران پیمایش‌هایش را در سال ۱۳۹۹ با ۱۰۰۰ نفر شروع کرد. در سال ۱۴۰۰ به تعداد ۳۰۰۰ نفر و این عدد در سالنامه جدید رصدخانه به ۹۰۰۰ نفر رسید. هرچند برای اینکه نمونه‌های رصدخانه مهاجرت تعمیم‌پذیر شوند و قابلیت قیاس با کل جامعه ایران را داشته باشند، راه طولانی در پیش دارد، ولی در روند بهبود یافته در هر شماره نشان می‌دهد که این مرکز در مسیر درستی حرکت می‌کند. در شماره اول این سالنامه‌ها، شاخص‌هایی تحت عنوان چشم‌انداز و جاذبه‌های سرزمینی به چشم می‌خورد که به این نکته اشاره دارد که جوانان و نیروی انسانی‌ای که آماده ورود به بازار کارند، چقدر امیدوار هستند که بتوانند ایفای نقش کنند؛ چقدر می‌توانند اثرگذار باشند و اصلاً چقدر می‌توانند جای پای پیدا کنند. این شاخص‌ها از ابتدای فعالیت رصدخانه مورد توجه بود و از ابتدای کار اندازه‌گرفتن این شاخص‌ها صورت گرفت و امروز می‌توان با نمای نسبتاً دقیقی گفت که متأسفانه وضعیت روبه‌خامت است. این روبه‌خامت بودن هم صرفاً از منظر دغدغه‌انگاری نیست؛ چراکه مجموعه رصدخانه مهاجرت ایران در کنار سیاست‌های پیشنهادهی حوزه مهاجرت به دولت، همواره بر مسئله افزایش ضریب چشم‌انداز و جاذبه سرزمینی و امیدآفرینی تأکید داشته است. چنین سالنامه‌ای که با توجه به شواهد موجود و پیمایش‌های میدانی تدوین شده، سعی دارد در یک دید کلی، از وضعیت مهاجرت ایران تصویری درست بسازد و همزمان تحلیل خود را هم ارائه دهد؛ تا پیش از شروع توفان، هشدارهای لازم را داده باشد. ولی آنچه امروز از وضعیت مهاجرت ایران درک می‌شود، این است که ظاهراً هشدارهای پیشین هم جدی گرفته نشده‌اند. وضعیت و چالشی که امروز گریبان کسب‌وکارها، بهداشت و کشاورزی را گرفته، موضوعی بوده که در شماره‌های قبلی سالنامه نسبت به آنها اعلان خطر داده شده بود و این نتیجه تغییر مسیر شاخص‌های این سالنامه از رویکرد پسینی به رویکرد پیشینی و پیش‌بینی‌کننده است.



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی
سال دوم

گفتگو
INTERVIEW



عکس: پریا امیرحاجلو

مهاجرت

از پزشکان تا استارت‌آپی‌ها

گفت‌وگو با بهرام صلواتی، رئیس رصدخانه مهاجرت ایران به بهانه انتشار سومین سالنامه مهاجرت

مسئله مهاجرت خصوصاً مهاجرت کسب‌وکارها و نیروهای فنی و متخصص یکی از معضلات کشور بوده و هست. خالی شدن کشور از نسلی که یاد گرفته بود با مشکلات مبارزه کند و همواره در افق تیره‌وتار کسب‌وکار، کورسوی امیدی را بهانه می‌کرد تا ادامه دهد، اکوسیستم کسب‌وکار کشور را به سرزمینی متروک بدل خواهد کرد که هیچ چشم‌انداز امیدسازی برای ساخت و ترمیم آن وجود نخواهد داشت. سومین سالنامه رصدخانه مهاجرت ایران گواه خطرات و چالش‌هایی است که پیش روی جامعه کارآفرین و کسب‌وکاری کشور قرار دارد. در حاشیه مراسم رونمایی از این سالنامه گفت‌وگویی با بهرام صلواتی، رئیس رصدخانه مهاجرت ترتیب دادیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

شماره دوم داشته‌ایم. بخش‌های مهمی به سالنامه مهاجرت ۱۴۰۱ اضافه شده است. یکی از مهم‌ترین بخش‌ها، بخش مهاجرت‌های اقلیمی است که اثرات و شواهد آن را امروز در جامعه می‌بینیم که در اثر آلودگی، خشکسالی و کم‌آبی اتفاق افتاده است. این برای جامعه ۸۵ میلیون نفری ایران - حتی اگر فرض کنیم قصد خروج از مرزها را نداشته باشند و مهاجرت در داخل کشور را انتخاب کنند - یک چالش بزرگ است؛ بنابراین ما یک معضل جدی درباره تغییرات اقلیمی و مسائل محیط زیستی داریم که تاکنون من مستنداتی در این زمینه به

آقای صلواتی امروز شاهد انتشار سومین سالنامه مهاجرت هستیم. لطفاً به ما بگویید که در چند سال گذشته و با انتشار دو شماره قبل چه بینش‌هایی از تدوین این سالنامه‌ها کسب کردید و چه تأثیری در پایش‌ها و روش‌های شما داشته است. به‌طور مختصر کلیدی از آنچه در شماره جدید سالنامه منتشر شده، بیان کنید.

قطعاً شماره فعلی دارای پختگی و بهبودهای قابل توجهی نسبت به شماره‌های قبلی است. هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی بهبودهای زیادی نسبت به شماره اول و حتی

شکل شواهد محور ندیده‌ام. ما همیشه در بخش اول و در پیشانی سالنامه، پیام‌های اصلی و نکات کلیدی را، فارغ از مسائل و داده‌های آماری درج می‌کنیم. هشدار بسیار جدی داده شده که بحث تغییرات اقلیمی را جدی بگیریم. این مسئله جابه‌جایی‌های جدی‌ای را ایجاد خواهد کرد؛ از روستاها به شهرها، از شهرها به کلان‌شهرها، مسائل مربوط به حاشیه‌نشینی، بحث تأمین زیرساخت‌ها و تأمین انرژی و مباحث مرتبط با آلودگی، همگی از پیامدهای مهاجرت‌های اقلیمی است که باید به آن توجه ویژه‌ای شود. بخش دیگری که امسال با همکاری دانشگاه علوم پزشکی کرمان به سالنامه اضافه کردیم، مربوط به مهاجرت پرسنل و کادر بهداشت و درمان است. ما در سال گذشته نیز به این موضوع پرداختیم، اما متدولوژی امسال قطعاً نسبت به سال گذشته قوی‌تر است. با همکاری آقای حق‌دوست، معاون سابق آموزشی وزارت بهداشت و همکاران‌شان تحقیقاتی درباره اثرات و پیش‌بینی وضعیت سرمایه انسانی در بخش بهداشت و درمان صورت گرفت. بخش دیگری که بیشتر به هفته‌نامه شما مربوط است، بخش مهاجرت کسب‌وکارهاست. در این بخش علاوه بر آمارها، به اثرات مهاجرت روی کسب‌وکارها و وضعیت سرمایه انسانی در بخش کسب‌وکار پرداخته‌ایم. با همکاری جاب‌ویژن یک پیمایش شش هزار نفری انجام شده و نتایج قابل توجهی از این پیمایش‌ها گرفته‌ایم که می‌تواند به صاحبان کسب‌وکار، مدیران و حتی پرسنل کمک کند؛ اینکه آنها در مورد موضوع مهاجرت چه فکر می‌کنند؟ چه برنامه‌ای دارند؟ متأسفانه خبر بد این است که کسب‌وکارهای ما و بخش منابع انسانی ما برای موضوع مهاجرت سرمایه انسانی نه تنها برنامه جدی، بلکه حتی برنامه درون‌سازمانی نیز ندارند. نمی‌گویم برنامه بخشی، ملی یا فراملی، نه! حتی برنامه درون‌سازمانی مشخصی در این باره وجود ندارد. بسیاری از کسب‌وکارهای معظم و به‌روز دنیا گزارشی سالانه با عنوان تلنت موبیلیتی یا لیبر موبیلیتی ارائه می‌دهند که در آن به وضعیت سرمایه انسانی‌ای که با آنها کار می‌کنند، می‌پردازند و بررسی می‌کنند که سرمایه انسانی آنها چقدر تحت تأثیر شرایط داخلی و شرایط جذاب خارجی، به مسئله مهاجرت فکر می‌کنند. شما بهتر می‌دانید که فضای رقابت کسب‌وکار



از شش هزار کسب و کار فعال در کشور ۷۰ درصد به مهاجرت تمایل دارند

آمارهای رصدخانه مهاجرت چه می گویند؟

منطقه خاورمیانه است. بخش مهاجرت‌های اقلیمی، موضوعی است که در کشور به شدت مغفول مانده و کسی به دنبال داده‌های اقلیمی نیست.

شیوه حکمرانی و مملکت داری، بی‌ثباتی اقتصادی، وجود فساد نهادینه شده در کشور، شرایط تحریم ایران و نوسان قیمت ارز، تورم و شرایط اقتصادی مهم‌ترین علت تمایل به مهاجرت ایرانیان است. تاکنون گزینه «فرار از وضعیت موجود» در پاسخ پیمایش‌های میل‌سنجی مهاجرت وجود نداشته، اما در این سال‌ها اضافه شده است.

ایرانی‌ها دهمین ملیت از نظر تعداد یونیکورن‌های تأسیس شده در آمریکا هستند. همچنین در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ مجموعاً هزار و ۶۶۱ شرکت با مشارکت اتباع ایرانی در ترکیه تأسیس و در کل ۲۲ میلیون و ۱۹۰ هزار و ۶۳ دلار برای ثبت شرکت هزینه شده است. طبق سرشماری سال ۲۰۱۸ آمریکا ۲۹ هزار ایرانی در کل بخش بهداشت و درمان آمریکا فعال بوده‌اند که ۲۴ هزار نفر آنها در مشاغل تخصصی و پنج هزار نفر آنها در مشاغل مراقبتی مشغول بوده‌اند. در میان آنها هشت هزار نفر پزشک و جراح بوده که ۲۶ درصد فعالان ایرانی در بخش سلامت آمریکا را تشکیل می‌دهند.

آمارهایی که رصدخانه مهاجرت منتشر کرده، می‌گوید با وجود رتبه ۱۰۲ در قدرت نفوذ گذرنامه میان ۱۱۶ کشور، با تجمیع انواع آمار مهاجران ایرانی، سالانه حداقل ۶۵ هزار نفر از کشور مهاجرت می‌کنند. این رصدخانه تأکید کرده ایران در حوزه مهاجرت در حال رکوردزنی است و ترازهای آماری رار کرده است. به گفته این نهاد تحقیقاتی ایجاد سد آزادسازی مدرک، سیگنالی برای کاهش سن مهاجرت و نکته‌ای است که نباید فراموش شود.

در جدیدترین آمارها ۸۶ هزار ویزا و اقامت غیرتوریستی در بازه ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱ صادر شده است. جمعیت ایرانیان متولد ایران در ۲۰ کشور با بیشترین جمعیت ایرانی در جهان، حدود دو میلیون نفر تخمین زده می‌شود و آمریکا، کانادا، آلمان، ترکیه و انگلستان مهم‌ترین کشورهای مقصد مهاجران ایرانی بوده‌اند. در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱ به‌طور متوسط سالانه حدود ۸۶ هزار ویزا یا اجازه اقامت غیرتوریستی برای ایرانیان در اروپا، آمریکای شمالی، استرالیا، ترکیه و سایر کشورهای OECD صادر شده است. در ۱۲ سال اخیر ۱۶ هزار ویزای تحصیلی و ۱۲ هزار ویزای کاری داشته‌ایم.

بر اساس آمارهای این سالنامه در سال ۲۰۲۰، رتبه مهاجرفرستی ایرانیان در میان کشورهای دنیا ۵۴ و رتبه مهاجرپذیری ایرانیان ۲۳ بوده است. در حالی که رتبه ایران در پذیرش و ارسال مهاجر به جهان در چارک اول قرار دارد و رتبه دانشجویپذیری و دانشجویفرستی کشور تقریباً برابر است، اما در شاخص‌هایی چون رقابت‌پذیری استعدادها و فرار مغزها، ایران در رتبه‌های پایینی قرار گرفته است. این مسئله به‌نوعی بیانگر کیفیت مهاجران ورودی و خروجی کشور است.

همچنین در برخی مقاصد به شکل سنتی ایران مهاجر فرستاده و پیوندهای خانوادگی به شکل آهن‌ربا در آن کشورها عمل خواهد کرد، یعنی مثلاً هرچه تعداد ایرانی‌ها در ترکیه بیشتر باشد، آمارها شاهد افزایش آنها در سال‌های آینده در همان کشور خواهد بود شد. ایران با افزایش ۲٫۶ درجه سانتی‌گراد میانگین دما و کاهش ۳۵ درصدی بارندگی در دهه‌های بعدی مواجه می‌شود. این یعنی بر اساس تغییر اقلیمی کنونی و حقایق گرمایش در ایران، واقعیت تغییر اقلیم ایران شدیدتر از

می‌بینیم. به همین دلیل است که جای تعجب ندارد اگر امروز در پیمایش‌ها میل بالایی نسبت به مهاجرت یا اقدام به مهاجرت را می‌بینیم. پیام اصلی من این است که «این ماشین، این قطار راه افتاده است. ما باید انرژی زیادی صرف متوقف کردن آن کنیم. به نظر می‌رسد این انرژی می‌تواند صرف ریل‌گذاری، هدایت و بهره‌مند کردن کشور از مزایای مهاجرت شود». انگاره و ذهنیت حاکمیت و مدیران ما نسبت به مهاجرت دچار یک سوءتفاهم تاریخی است.

در واقع نگاه ما فرار مغزها، جابه‌جایی نیروی کار مربوط به قبل از قرن بیستم است. فرصت‌های بسیاری در موضوع مهاجرت وجود دارد، منتها ما آنها را نمی‌بینیم و به همین دلیل زیرساخت‌هایمان را آماده نکرده‌ایم و دائماً نگاه انفعالی به این موضوع داریم. در این دو، سه سال و در این شماره از سالنامه در بخش تجویز خلاصه حرف‌هایم را گفته‌ام؛ رویکرد فعالانه، پیش‌دستانه و بهره‌مند کردن کشور از مزایای مهاجرت. کشوری مانند چین، کشوری مانند قطر، کشورهای حاشیه خلیج فارس، آمریکا و تقریباً تمام جامعه بین‌الملل تلاش می‌کنند از سرمایه‌های انسانی بومی و غیر بومی در راستای استراتژی‌های صنعتی، تولیدی و فناوری خودشان بهره‌مند شوند. به‌طور مثال آمارهای پذیرش دانشجویان خارجی در

ایران رشد قابل توجهی داشته، اما زیرساخت‌های ما برای به‌کارگیری این نیروها آماده نیست. ما به گذرگاهی تبدیل شده‌ایم که آنها بیایند از ظرفیت‌های آموزشی ما استفاده کنند و پرورش‌شان دهیم و در عین حال کسب و کارهای ما دچار چالش فقدان نیروی انسانی باشند. استراتژی اصلی کشورهای دانشجویپذیر، آماده کردن دانشجویان برای ورود به بازار کار است. چرا برای کارفرمای کشور میزبان سخت‌ترین کار این

است که نیروی کاری که مدرکش را خارج از کشور گرفته، زبان فنی و فرهنگی آن کشور را نمی‌داند، بلاواسطه و بلافاصله جذب شود. این کشورها به جای این کار دو الی سه سال در نظام آموزشی، آموزش می‌بینند و با فرهنگ و شرایط جامعه کشور میزبان آشنا می‌شوند و مدرکی را می‌گیرند که برای بازار و صنعت قابل ارزیابی است و بعد می‌توانند به‌عنوان نیروی کار ماهر وارد بازار شوند. دانشجویپذیری، اکوسیستم اقتصاد آموزش عالی را در این کشورها رونق می‌بخشد و خروجی آن هم نیروی کار آماده ورود به بازار است که می‌تواند خلأهای نیروی انسانی را در بخش‌های مختلف پر کند. ما نزدیک به ۱۳۰ هزار دانشجوی بین‌المللی داریم.

آموزش‌های ما به زبان فارسی است و آنها که عموماً عرب‌زبان هستند با گوگل ترنسلیت مباحث درسی را پیش می‌برند. ببینید تا چه حد زیرساخت‌های ما فراهم نیست. اصلاً برنامه‌ای برای جذب این دانشجویان در بازار کار ما وجود دارد؟ در حالی که دانشجویان ما با فرآیند زبان انگلیسی سر‌یغاً جذب می‌شوند. مادر پیام‌های اصلی که در سالنامه منتشر کرده‌ایم، سعی داشتیم تا بر اساس شواهد و آمارهای درست به سیاست‌گذار، مدیران کسب و کار، طراحان استراتژی و حتی خانواده‌ها بپیمایش مهاجرت بدهیم. این به معنای توصیه برای مهاجرت کردن یا مهاجرت نکردن نیست و صرفاً تشریح موقعیت و بیان آماری وضعیت است. ما اولاً حوزه مهاجرت در کشور را شواهدمحور می‌کنیم و دوماً تلاش‌مان این است که اگر تحلیلی ارائه می‌دهیم، این تحلیل‌ها مستند و فرصت‌ساز باشند.

روزبه‌روز سخت‌تر می‌شود. فارغ از وضعیت انگیزشی داخلی، بسیاری از شرکت‌ها به دنبال شکار استعدادها و افراد توانمند هستند. این وظیفه‌ای است که در منابع انسانی ما کلاً نادیده گرفته شده است. بخش دیگر، بخش روندها و ابروندهای آینده کسب و کار است؛ یعنی چیزی که «ورد اکونومی فروم» هر سال تحت عنوان آینده کسب و کار و مشاغل منتشر می‌کند. ما باید اثرات این داده‌ها را در استراتژی‌ها و برنامه‌های سرمایه‌انسانی ببینیم. ما در این حوزه نیز عقبیم و این گفتمان در کشور رایج نیست. بحث دیگر هم بحث تله‌ورکینگ و مهاجرت مجازی است که در دوره کرونا با آن مواجه شدیم. بسیاری از کشورها از مهاجرت مجازی به‌عنوان یک ظرفیت استفاده می‌کنند. خصوصاً در بخش آی‌سی‌تی از این ظرفیت در بخش اشتغال فراسرزمینی استفاده می‌شود. از این ظرفیت، هم برای امکان ارسال نیروی کار برای کسب آموزش و تخصص و هم جهت به‌کارگیری نیروی کار فراسرزمینی استفاده می‌شود. این موضوع برای بسیاری از کسب و کارهای ما ممکن است بلندپروازی به‌شمار رود، اما بازار کار جهانی روزبه‌روز به هم پیوسته‌تر می‌شوند و در عین حال هم‌افزایی دارند. ما در این حوزه مشکلاتی داریم و به همین دلیل در بخش پنجم به شکل جدی روی روندهای کسب و کار و تغییرات فناوری و تغییراتی

که قرار است روی مشاغل اثرگذار باشد، داده و تحلیل ارائه دادیم و در انتهای همین بخش هم به مهاجرت‌های بخش کسب و کار اشاره کردیم. این داده‌ها در کنار بخش‌های سنتی که هر سال ارائه می‌شود، مانند مهاجرت‌های تحصیلی، کاری و پناهجویی با داده‌های کامل‌تر ارائه شده است. وقتی شما سه سال روندها را رصد می‌کنید، امکان مقایسه سالیانه دارید که به نظر من نکته مثبت چنین گزارش‌هایی در ادامه و استمرار آن است.



خبر بد این است که کسب و کارهای ما و بخش منابع انسانی ما برای موضوع مهاجرت سر ما به یه انسانی نه تنها برنامه جدی، بلکه حتی برنامه درون‌سازمانی نیز ندارند

با توجه به اینکه حوزه آی‌تی و کسب و کارهای آنلاین تاکنون بحران‌های مختلفی را پشت سر گذاشته و اولین شماره از سالنامه رصدخانه هم تجمیع و پیمایش داده‌های سال ۱۳۹۸ بوده و وضعیت کنونی کسب و کارها هم از جهاتی شبیه به آبان ۱۳۹۸ است، آیا در مقایسه آمار ۱۳۹۸ و اتفاقات اخیر به مشابهت و نکته قابل توجهی رسیده‌اید؟

بله! صددرصد. پیام اول و اصلی که حتی در پشت جلد سالنامه هم تکرار شده، همین نکته‌ای است که شما به آن اشاره کردید. سال ۱۳۹۸ کلان‌عوامل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی طوری رقم خوردند که جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای سرزمینی برای بخش‌های مختلف، نیروی کار، دانشجویان و حتی پناهجویان عوض شد. از همان سال و در سالنامه شماره اول نسبت به پدیده‌ای به نام مهاجرت توده‌وار یا مهاجرت عام هشدار کلی و جدی دادیم، فقط حوادث سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰، کرونا، بسته‌شدن مرزها و شرایط قرنطینه باعث شد این فنر فشرده‌تر شود. امروز در سال ۱۴۰۱ گویا در سال بعد از ۱۳۹۸ قرار داریم که انگار سد کرونا وجود ندارد و به همین دلیل با شیب و شتاب بالایی اثرات آن را می‌بینیم و بینش کلی این است که اگر دو سال پیش در مورد مهاجرت عام یا توده‌وار هشدار دادیم، امروز داریم شواهد آن را



شماره ۷۹
دوره ۱۴۰۱
سال دوم





روایت یک اخراج شادی و اندوه توأمان

← یک کودک شش ساله گفت که خوشحال است مادرش شغل خود را در متا از دست داده است، زیرا آنها اکنون می‌توانند زمان بیشتری را با هم بگذرانند. شلی کالیش که در ژوئن سال گذشته به فیس بوک پیوست، یکی از ۱۱ هزار کارمندی بود که در ماه گذشته تحت تأثیر عملیات تعدیل نیرو متا اخراج شد.

← در حالی که این کاهش نیرو آنچنان غیرمنتظره نبود، اما برخی از مدیران گفتند که از تصمیم مارک زاکربرگ غافلگیر شده‌اند. کالیش می‌گوید ساعت ۶:۳۰ صبح روز ۱۱ نوامبر از خواب بیدار شد تا بفهمد آیا او جزو کسانی است که اخراج شده‌اند یا خیر.

← او می‌افزاید: «من خیلی سریع تلفنم را چک کردم. یک ایمیل برای من فرستاده بودند. اما صادقانه بگویم، من از چند جمله اول جلوتر نرفتم، زیرا آنجا اعلام کرده بودند من هم اخراج شده‌ام. من تلفنم را خاموش کردم، به شوهرم زنگ زدم و او و بچه‌هایم وارد اتاق شدند. آنها به سمت من هجوم آوردند و مرا در آغوش گرفتند.»

← کالیش در عصر همان روز پیاده‌روی برد و به او گفت که کارش را از دست داده است. دخترش پرسید: «چرا آنها دیگر به تو نیاز ندارند؟» چند دقیقه بعد اضافه کرد: «هورا! حالا می‌توانی زمان بیشتری را با من بگذرانی.»

← کالیش که مادر دو فرزند است، می‌گوید با شنیدن این جمله لیخنر بر لبانش نقش بسته و به دخترش گفته: «من بسیار هیجان زده هستم که وقت بیشتری برای تو و خواهرت دارم، اما کار کردن را دوست دارم و کار باعث خوشحالی من می‌شود. بنابراین امیدوارم به‌زودی شغل جدیدی پیدا کنم.»

← کالیش می‌گوید در حالی که از دست دادن شغلی که انجام‌دانش را دوست داشت سخت بود، پاسخ دخترش به او کمک کرد تا از منظر متفاوتی به وضعیت نگاه کرده و این خبر را پردازش کند. این کودک شش ساله همچنین گفت: «متأسفم که شغل را از دست دادی، اما تو هنوز بهترین مادری.»



شماره ۷۹
۱۴۰۱ دی ۴
سال دوم



تغییر اتفاق افتاده است

بخش فزاینده‌ای از نیروی کار آمریکا در حال تشکیل اتحادیه‌ها و پیوستن به آنها هستند و مدیران شرکت‌ها از این موضوع خوشحال نیستند

معتقدند وجود اتحادیه‌ها عملکرد شرکت را کند کرده و تجربه مشتری را تغییر می‌دهند. در همین حال مقامات فدرال کارگری، اپل را به اقدامات ضد اتحادیه‌ها متهم کرده‌اند و کارگران در چیبوتله از آنچه به‌عنوان اقدامات

مدیرعامل آمازون و هاوارد شولتز، مدیرعامل موقت استارباکس از پرسروصداترین افرادی بودند که به مخالفت با این روند برخاستند. آنها در به صدا درآوردن زنگ خطر این جنبش نقشی اساسی داشته‌اند و

نیروی کار آمریکا روز به روز بیشتر به اتحادیه‌ها می‌پیوندند و در حال تشکیل اتحادیه‌های جدیدتر هستند. این موضوعی است که به‌خصوص مدیران شرکت‌های بزرگ را نگران کرده است. اندی جاسی،

آیا ماسک زن ستیز است؟

زنان بیشتر از مردان
از توییت‌های اخراج می‌شوند

کارمندان سابق توییت‌ها بر عهده دارد، ارائه شده است. این شکایت تا حدی بر اساس تحلیل جدیدی است که بررسی می‌کند از زمان به قدرت رسیدن ماسک، چه کسانی هدف اخراج قرار گرفته‌اند. طبق اسناد دادگاه که توسط اینسایدر بررسی شد، مشخص شد نرخ از دست دادن شغل برای زنان به‌گونه‌ای است که احتمال تصادفی بودن یا اخراج مبتنی بر عملکرد را بسیار بعید می‌کند.

لیس ریوردان در بیانیه‌ای ایمیلی به اینسایدر گفت: «زمانی که ایلان ماسک تصمیم به خرید شرکت گرفت، زنان کارمند توییت‌ها دیگر هیچ شانسی برای برخوردی منصفانه نداشتند. در عوض، آنها صرف نظر از استعداد و میزان مشارکت‌شان هدف اخراج قرار گرفتند. آنها بیشتر در معرض خطر از دست دادن شغل خود نسبت به مردان

دوزن که شغل خود را در توییت‌ها به دلیل تعدیل نیرو توسط ایلان ماسک از دست داده بودند، شکایتی را تنظیم کردند و مدعی شدند که کارکنان زن به‌طور نامتناسبی هدف اخراج قرار گرفته‌اند. کارولینا برنال استریفلینگ و ویلورن تورکال به‌طور مشترک این شکایت را ثبت کردند. در این بیانیه آمده است که ۵۷ درصد از کارمندان زن توییت‌ها در ۴ نوامبر اخراج شدند، اما این نسبت برای کارکنان مرد تنها ۴۷ درصد بود. بر اساس دادخواست دادگاه، استریفلینگ از میامی فلوریدا در ژوئن ۲۰۱۵ به توییت‌ها پیوست، در حالی که تورکال که در سن خوزه واقع در کالیفرنیا زندگی می‌کند، در ژوئن سال گذشته (۲۰۲۱) شروع به کار کرد.

این آخرین ادعای گروهی است که توسط وکیل مدافع شانون لیس ریوردان که وکالت تعدادی از

ضد اتحادیه شناخته می‌شود، شکایت کرده‌اند.

با تغییرات هماهنگ شوید

موج اتحادیه‌سازی آمریکا نشانه‌ای از کم‌رنگ شدن بروز نمی‌دهد و به نظر می‌رسد که بهتر است مدیران عامل سبک رهبری خود را برای هماهنگی با آن تنظیم کنند؛ به خصوص که جدال برای به خدمت گرفتن نیروهای مستعد همچنان ادامه دارد. کارفرمای مدل جدید باید به مکالمات و خواسته‌های کارگران خود گوش دهد و به اصطلاح با آنها دمخور شود. در غیر این صورت متوجه می‌شود که به کارمندان بی‌اعتماد و ناراضی خیره شده است. بهترین رهبران سازگارترین آنها هستند. در بازار کار فشرده امروز، شرکت‌ها باید سخت‌تر تلاش کنند تا افرادی را که می‌خواهند و به آنها نیاز دارند، حفظ کنند.

کیت برونفینر، مدرس ارشد و مدیر تحقیقات آموزش کار در دانشکده روابط صنعتی و کار کورنل می‌گوید که مؤثرترین رهبران، قراردادهای جدید و در حال تحول کارمند - کارفرمای آمریکا را به رسمیت خواهند شناخت. برونفینر به اینسایدر می‌گوید: «شخصی کردن این فرایند اشتباه بزرگی بوده که کارفرمایان مرتکب شده‌اند. اتحادیه‌سازی معیاری برای شکست کارفرما نیست. این یعنی کارگران چیزهایی می‌خواهند که کارفرمایان نمی‌توانند به آنها بدهند و فقط اتحادیه توانایی برآورده کردن آنها را دارد.»

نیروی کار شادتر و توانمندتر

بر اساس نظرسنجی گالوپ، لفاظی‌های ضد اتحادیه همیشه در ایالات متحده، کشوری با آرمان‌های فردگرا، جایگاه خود را داشته، اما حمایت از اتحادیه‌ها به بالاترین حد خود در ۵۷ سال گذشته رسیده و بیش از ۷۰ درصد آمریکایی‌های مورد بررسی گفته‌اند که موافق آن هستند. ممکن است حمایت‌ها افزایش یابد، اما آمار فدرال نشان می‌دهد که عضویت در اتحادیه در میان کارگران ایالات متحده در سال ۲۰۲۱ به ۱۰/۳ درصد رسیده است که تقریباً هنوز نصف آن چیزی است که در اوایل دهه ۱۹۸۰ بود.

مدیران عامل که کارگران از زمان شروع همه‌گیری به طور فزاینده‌ای آنها را مسئول اتفاقات ناخوشایند می‌دانستند، در حال نادیده گرفتن احساسات فزاینده درباره پیوستن به اتحادیه‌ها هستند. کارمندان در رسانه‌های اجتماعی درباره تجربیات بد در محل کار صحبت می‌کنند و مشاغلی را که نیازهای آنها را برآورده

بودند. این چهارمین شکایت فدرال است که ماعلیه توییت‌ها ماسک ثبت کرده‌ایم و چون می‌دانیم که او فکر می‌کند بالاتر از قانون است، انتظار ندارم این آخرین مورد باشد.» این شکایت بر اطلاعات عمومی مانند شکایت علیه تسلا، شرکت دیگر تحت کنترل ماسک نیز متکی است. اسناد دادگاه طبق تحلیلی از اخراج‌های مستند به اضافه شکایات قبلی، تصویری را نشان می‌دهد که در آن زنان به‌طور نامتناسبی هدف اخراج قرار گرفته‌اند و بیشتر از مردان از شرکت خارج شده‌اند.

لیس ریوردان در یک شکایت علیه تبعیض به‌صورت جداگانه، شکایت اصلاح‌شده دیگری نیز علیه توییت‌ها ارائه داد. بر این اساس ادعا می‌شود کارمندی (چه زن و چه مرد) که در آستانه رفتن به مرخصی بارداری بودند، به‌طور نامتناسبی هدف اخراج قرار گرفته‌اند.

نمی‌کند، ترک می‌کنند. استعفای بزرگ به قدرتمندی سابق نیست، اما از بین نرفته است.

نمی‌توانید بی‌توجه بمانید

آدام لاشینسکی، سردبیر سابق مجله فورچون در مقاله‌ای در مورد سازمان‌دهی کارگری نوشت مدت‌هاست مدیران عامل اتحادیه‌ها را موضوعی نفرت‌انگیز می‌دانند که نیازی به پرداختن به آن نیست. اما ممکن است این روند به‌زودی تغییر کند و آنها به فکر کردن در مورد اتحادیه‌ها وادار شوند.

او نوشته است: «در بازارهای کار فشرده‌تر امروز، شرکت‌ها باید سخت‌تر تلاش کنند تا افرادی را که می‌خواهند و نیاز دارند، حفظ کنند. این ممکن است به معنای یافتن شرکا در جایی باشد که کمتر انتظارش را دارند. ایجاد نگرش نشنیدن و ندیدن اتحادیه و بی‌توجهی به آن چیزی نیست که بتوانند از عهده‌اش برآیند.»

دستمزد بیشتر باعث افزایش ماندگاری کارگران می‌شود و اتحادیه‌ها نیز خواهان افزایش دستمزدها هستند. اداره آمار کار آمریکا گزارش داده کارگرانی که به اتحادیه‌ای تعلق ندارند، فقط ۸۳ درصد از درآمد کارگران اتحادیه‌ای را دریافت می‌کنند.

ژانل جونز، اقتصاددان ارشد وزارت کار، در وب‌سایت این وزارتخانه نوشت: «وقتی

کارگران بیشتری اتحادیه دارند، دستمزد کارگران اتحادیه و غیر اتحادیه افزایش می‌یابد. عکس آن نیز صادق است؛ وقتی تراکم اتحادیه کاهش می‌یابد، دستمزد کارگران نیز کم خواهد شد.»

داده‌هایی که دولت بریتانیا در ماه می منتشر کرد، نشان می‌دهد که احتمال ماندن کارگران اتحادیه‌ای در یک شرکت نسبت به کارگران غیر اتحادیه، ۱۰ سال یا بیشتر است.

به گفته پژوهشکده چپ‌گرای مؤسسه بروکینگز، پذیرفتن اتحادیه‌ها به‌طور بالقوه می‌تواند به مدیران عامل در مبارزه با کمبود و حفظ نیروی کار کمک کند. در یک بازار کار که هنوز هم فشرده است و کارگران ممکن است در مورد ترک کار تردید داشته باشند، شرکت‌ها نمی‌توانند چاره‌ای جز پذیرش خواسته‌های کارکنان داشته باشند. برونفینر می‌گوید: «آیا اتحادیه برای شرکت هزینه خواهد داشت؟ بله. اما اقدامات دیگری نیز وجود دارد. اگر اتحادیه داشته باشید، گردش مالی کمتری خواهید داشت، کارگران بازدهی بیشتری خواهند داشت و کمتر احتمال دارد که بهترین کارگران تان شما را ترک کنند.»



پدیده گوستینگ در آمریکا و کانادا رو به افزایش است

غیب شدن بی‌سروصدا

هستند و کارمندان می‌دانند که فرصت‌های شغلی بسیاری بیرون از شرکت انتظارشان را می‌کشد. در نتیجه شاید آنها کمتر نگران آسیب احتمالی به شهرت خود باشند.»

کارگران جوان کارفرمایی همسو با ارزش‌های خود می‌خواهند

نیکول گری، یک بازاریاب ۲۷ ساله در لندن، خود را یک «گوستر سریالی» توصیف می‌کند. او می‌گوید: «من جوان کلاسیک میلنیال هستم و در مورد آنچه که دوست دارم و دوست ندارم، بسیار فکر می‌کنم.»

گری به اینسایدر می‌گوید که او اخیراً تشخیص پیش‌فعالی گرفته و ممکن است الگوی تکرار شونده او در گوستینگ به این تشخیص برگردد؛ اما او به این موضوع که چقدر حواسش به این است که آیا یک شرکت با ارزش‌های او همسو است یا خیر، افتخار می‌کند.

گری همیشه قبل از پذیرش شغل، شرکت‌ها را در سایت‌هایی مانند گلس دور و پروفایل‌های رسانه‌های اجتماعی تیم رهبری ارشد را بررسی می‌کند. این گاهی اوقات او را وادار می‌کند که درخواستش را پس بگیرد یا حتی آن را رها کند.

گری یک بار پس از مصاحبه اولیه، کارفرمای احتمالی‌اش را دید. او متوجه شد که مدیر شرکت یک نظر عجیب و توأم با بی‌احترامی درباره زنان را در لینکدین پسندیده است. او همچنین پس از تجربیات منفی مصاحبه، به گوستینگ روی آورده است. گری گفت یک بار مصاحبه‌کنندگان در مقابل من رزومه شخص دیگری را نقد می‌کردند و تمام اشتباهات املائی او را مسخره می‌کردند. گری پس از مصاحبه به تیم استخدام پاسخی نداد. او می‌گوید این شرکت به سرعت از فهرست من حذف شد.

مصاحبه‌کننده دیگری او را حدود ۴۰ دقیقه منتظر نگه داشت و هیچ عذرخواهی یا توضیحی ارائه نداد. گری می‌گوید: «این شرکتی نیست که من بخواهم در آن کار کنم.» او به اینسایدر می‌گوید که در تلاش است تا خود را اصلاح کند و اگر احساس می‌کند کارفرمایی مناسب نیست، آگاهانه برای ارائه بازخوردی خاص خود را آماده کند. با این وجود او در مورد اعمال گذشته خود احساس گناه نمی‌کند.

اکثر جویندگان کار داستان ناامیدکننده‌ای در مورد از دست دادن ناگهانی ارتباط با یک شرکت آینده‌دار دارند. اما شیخ‌سازی یا گوستینگ (عمل قطع کردن تمام ارتباطات بدون هشدار یا توضیح) در فضای حرفه‌ای برای هر دو طرف اتفاق می‌افتد.

گوستینگ زمانی یک پدیده نادر بود. کاندیداهای فرصت‌های شغلی در بازار کار فشرده پس از شرکت در مصاحبه‌ها، به‌طور فزاینده‌ای حتی پس از پذیرش یک پیشنهاد شغلی رسمی، کارفرمایان را بدون هیچ توضیحی رها می‌کنند.

زیپ ریکروتر از ۲۵۵۰ ساکن ایالات متحده که در شش ماه گذشته شغل جدیدی را شروع کرده بودند، نظرسنجی کرد. در نظرسنجی ماه اکتبر، ۲۱/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان گفتند که در آخرین جست‌وجوی شغل خود، یک کارفرمای احتمالی را ناگهانی رها کرده‌اند.

کارگران جوان بزرگ‌ترین مقصر این فضا سازی هستند. در نظرسنجی زیپ ریکروتر، افرادی که در گروه سنی ۱۸ تا ۳۴ سال بودند، سه برابر بیشتر از کارگران بالای ۵۵ سال، یک کارفرما را در اوج کار رها کرده‌اند.

چه چیزی به افزایش گوستینگ حرفه‌ای منجر شده است؟

شرکت‌ها به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک‌تر احساس ضعف می‌کنند. یک سوم کسب‌وکارهای کوچکی که در کانادا اخیراً مورد نظرسنجی قرار گرفته‌اند، گفته‌اند افرادی را استخدام کرده‌اند که هرگز در محل کار حضور پیدا نکردند یا مدت کوتاهی پس از شروع کار دیگر سر کار نیامده‌اند. بر اساس تحقیقات اتحادیه تجارت مستقل کانادا، برخی به‌سادگی تمام ارتباطات را حین فرایند درخواست قطع می‌کنند.

دن کلی، رئیس اتحادیه تجارت مستقل کانادا گفته که افزایش «گوستینگ حرفه‌ای» ممکن است یک علامت ماندگار از همه‌گیری کووید ۱۹ باشد. او گفته بسیاری از شرکت‌ها در میان قرنطینه‌های پی‌درپی کارکنان خود را اخراج و دوباره استخدام کردند و اعتمادبه‌نفس کارکنان در مورد اینکه کارفرمایانشان کار باثباتی برایشان فراهم می‌کند، به‌طور قابل‌توجهی کاهش یافته است.

کلی فکر می‌کند کمبود نیروی کار در ایالات متحده و کانادا به کارگران قدرت می‌دهد تا ارتباطات را قطع کنند. نرخ بیکاری ایالات متحده از زمان پایان محدودیت‌های ناشی از بیماری همه‌گیر به‌طور مداوم پایین بوده و در طول سال ۲۰۲۲ زیر ۴ درصد باقی مانده است. کلی می‌گوید: «کارفرمایان از کارکنان خود ناامید



شماره ۷۹
دوره ۱۴۰۱
سال دوم





کاهش فروش ماهانه
افزایش فروش سالانه

اقتصاد در رکود نیست

تخفیف‌های بالا، فروش خرده‌فروشان را در ماه اکتبر افزایش داد، اما آنها با نتایج ضعیف‌تر از حد انتظار در ماه نوامبر بهای آن را پرداختند.

اداره سرشماری ایالات متحده روز پنجشنبه گزارش داد با وجود ترافیک بالای فروشگاه‌ها و فروش آنلاین در دوره جمعه سیاه تا دوشنبه سایبری، فروش خرده‌فروشی در ماه نوامبر نسبت به اکتبر ۰/۶ درصد کاهش یافته است. این بزرگ‌ترین کاهش درآمد ماهانه در خرده‌فروشی از دسامبر ۲۰۲۱ بود.

خرده‌فروشان که مشتاق کاهش موجودی مازاد ناشی از مشکلات زنجیره تأمین بودند، یک ماه زودتر از حد معمول، در ماه اکتبر تخفیف‌هایی در سطح تخفیف‌های جمعه سیاه ارائه دادند. این تخفیف‌ها خریداران را متقاعد کرد تا خرید کرده و فروش اکتبر را با افزایش غیرمنتظره ۱/۳ درصد مواجه کند. آمازون دومین رویداد پرایم‌دی را در یازدهم و دوازدهم ماه اکتبر برگزار کرد. والمارت، تارگت و بسیاری از خرده‌فروشان دیگر نیز به معاملات رقیب خود پیوستند.

اتحادیه ملی خرده‌فروشی آمریکا متذکر شد که بر اساس معیار سالانه، فروش نوامبر همچنان رشد سالمی را نشان می‌دهد، یعنی ۶/۵ درصد نسبت به نوامبر ۲۰۲۱ افزایش یافته است. اتحادیه خاطر نشان کرد این سطح از رشد چشم‌گیر است.

اتحادیه ملی خرده‌فروشی آمریکا و بسیاری از خرده‌فروشان نیز انتظار دارند دسامبر امسال قوی‌تر از سال ۲۰۲۱، زمانی که مصرف‌کنندگان به دلیل نگرانی‌های زنجیره تأمین زودتر خرید کردند، باشد. آنها می‌گویند که مصرف‌کنندگان قصد دارند امسال خرید بیشتری از فروشگاه‌ها و همچنین خریدهای لحظه آخری بیشتری انجام دهند.

اتحادیه ملی خرده‌فروشی آمریکا انتظار دارد فروش تعطیلات در ماه‌های نوامبر و دسامبر امسال ۶ تا ۸ درصد رشد کند. جک کلینهنز، اقتصاددان ارشد نیز می‌گوید: «مقایسه سال به سال مهم‌تر از کاهش ماهانه است و این به وضوح نشان می‌دهد که اقتصاد در رکود نیست.»



KARANG



شماره ۷۹
دی ۱۴۰۱
سال دوم



لطفاً بیشتر خرید کنید!

بررسی چند راهکار ساده اما تأثیرگذار والمارت
در جذب مشتری

◀ ترفند قیمت‌گذاری زوج و فرد

دلیل بزرگی که بسیاری از مردم برای خرید به والمارت هجوم می‌آورند، علاوه بر راحتی خرید، قیمت‌های پایین است. قیمت‌های بسیاری از اقلام روی تابلوهای بزرگ در سراسر فروشگاه درج شده و آنها معمولاً اعداد کامل مانند ۱۰ دلار، ۲۵ دلار و... نیستند. بیشتر اوقات، آنها اعداد زوج و فرد هستند مانند ۷/۸۲ دلار یا ۲۹/۹۳ دلار.

مطمئناً والمارت می‌تواند آنها را به اعداد کامل گرد کند، اما قیمت‌گذاری زوج و فرد در خرده‌فروشی یک ابزار بازاریابی قدرتمند است که برای فروش بیشتر از روان‌شناسی استفاده می‌کند. بیش از ۹۰ درصد قیمت‌ها در تبلیغات به این صورت درج می‌شود و همه اینها به نحوه خواندن از چپ به راست در زبان انگلیسی مربوط می‌شود. به همین دلیل رقم اول قیمت بیشترین وزن را در ذهن دارد و ۷/۹۵ دلار معامله بهتری نسبت به ۸ دلار به نظر می‌رسد، حتی اگر تنها چند پنی بین این دو قیمت اختلاف وجود داشته باشد.

البته والمارت تنها از این استراتژی قیمت‌گذاری استفاده نمی‌کند، اما این استراتژی قدرتمند است و در ترغیب خریداران به صرف پول بیشتر برای آنچه که چشمان‌شان به عنوان یک معامله خوب می‌بیند، بسیار مؤثر است.

◀ یادآوری قیمت‌های پایین روزمره

قیمت‌های پایین همان چیزی است که والمارت چندین دهه از آن برای جلب نظر مشتریان استفاده کرده است. شاید فروشگاه‌های خانوادگی و کوچک نام مشتری را می‌دانستند و می‌توانستند از این طریق به مشتری حس خوبی بدهند، اما نمی‌توانستند با آن قیمت‌های پایین روزمره رقابت کنند.

والمارت می‌خواهد مطمئن شود که مشتریان می‌دانند درون بهشتی با قیمت‌های پایین هستند و با چسباندن این پیام‌ها در سراسر فروشگاه آن را ملکه ذهن مشتریان

جذب کرده بود.

فروشگاه‌های گول‌بیکر والمارت تقریباً همه چیز برای فروش دارند و به دلیل داشتن قیمت‌های پایین‌تر از سایر رقبای، در خرده‌فروشی شهرت پیدا کرده‌اند. آنها همچنین در آدا کردن مردم به خرج کردن پول بسیار خوب عمل می‌کنند. والمارت زمان زیادی برای اصلاح ترفندهای بازاریابی خرده‌فروشی خود در اختیار داشته و چند استراتژی بسیار مؤثر را در ۵۰ سال که در عرصه تجارت فعالیت داشته، انتخاب کرده است.

برخی از مردم حوصله ندارند زحمت یک سفر کوتاه به والمارت را بکشند، در حالی که برخی دیگر برای خرید همه چیز، از خواربار گرفته تا هدایا و خریدهای تعطیلات خود به فروشگاه‌های بزرگ مراجعه می‌کنند. واقعیت این است که اکثر مردم حداقل گاهی اوقات از والمارت خرید می‌کنند. بر اساس یک مقاله تحقیقاتی در سال ۲۰۱۷، ۹۵ درصد از آمریکایی‌ها در سال ۲۰۱۶ در والمارت پول خرج کردند. والمارت حتی از امپراتوری قدرتمند جف بزوس، آمازون نیز خریداران بیشتری را



کمستری جذب سرمایه کرد

بهره‌گیری از اتوماسیون

«کمستری» استارت‌آپی با هدف افزایش کارایی تحقیقات و تولید مواد شیمیایی که در انگلستان مستقر است، افزایش بودجه اولیه در راستای سرعت‌بخشیدن به تحقیق و توسعه برای پروژه‌های مواد شیمیایی در مقیاس کوچک و متوسط را تأیید می‌کند.

کمستری یک نمونه اولیه از فناوری اتوماسیون مواد شیمیایی خود را ارائه داده و اکنون قصد دارد تعداد کارمندان خود را افزایش دهد و در عین حال محصول اصلی خود را نیز تولید کند. پلتفرم اتوماسیون مواد شیمیایی کمستری در بریتانیا مبلغی چند میلیون پوندی را در دور اولیه خود جمع‌آوری کرده است.

بر اساس بیانیه مطبوعاتی این شرکت، علم شیمی ۹۶ درصد از کل کالاهای تولیدی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تکنسین‌های آزمایشگاهی در تحقیقات پزشکی و مواد، ساعت‌های بی‌شماری را صرف آزمایش ترکیبات شیمیایی می‌کنند تا تأثیر آنها را بر موارد مصرفی خاص بسنجند و زمینه‌ای را برای اتوماسیون فراهم کنند. کمستری توسط مدیرعامل آن، دکتر آنا آندرتو، متدولوژیست شیمی و فارغ‌التحصیل دکتری دانشگاه کمبریج، همراه با مدیر ارشد فناوری، استفان گلاتزل، محقق سابق دانشگاه گلاسکو تأسیس شد.

هدف این استارت‌آپ استفاده از اتوماسیون برای تغییر روند تولید، تحقیق و توسعه خروجی‌های شیمیایی سطوح کوچک تا متوسط است. کمستری امیدوار است با انجام این کار به کمبود پرسنل آزمایشگاهی که بر صنایع شیمیایی و دانشگاه تأثیر می‌گذارد، رسیدگی کند. یک نمونه اولیه از ابزارهای اتوماسیون قبلاً ارائه شده و اکنون کمستری قصد دارد جذابیت بازار را با نمونه بعدی آزمایشی خود به نمایش بگذارد. این بودجه صرف جذب کارکنان و توسعه محصول خواهد شد.

دکتر آنا آندرتو گفته که این شرکت در حال آماده‌شدن برای افزایش چهار برابری تعداد کارمندان است و به‌زودی برای حمایت از تحقیقات خودکار در زمینه مواد شیمیایی به ساختمان‌های از پیش طراحی شده نقل مکان می‌کند و در عین حال به دنبال گسترش عرضه محصولات خود است.

جوان‌تر، رفتن به یک فروشگاه غول‌پیکر فقط برای خرید یک یا دو کالا بسیار مشکل است. راه‌حل و المارت برای جذب این مشتریان، پیکاپ کنار خیابان است. و المارت تنها فروشگاه نیست که پیکاپ کنار خیابان را انجام می‌دهد، اما پرچمدار این روش است. کل استراتژی و المارت برای سرویس پیکاپ کنار خیابان این است خریداران را متقاعد کند به‌خاطر راحتی فناوریانه، بیشتر هزینه کنند. به این ترتیب دیگر نیازی به مسیریابی در فروشگاه نیست. مشتریان به‌سادگی آنلاین خرید می‌کنند، سپس خرید خود را در فروشگاه، حتی بدون اینکه از ماشین خود پیاده شوند، دریافت می‌کنند. اگر مشتریان نخواهند وارد پارکینگ شلوغ و المارت شوند، می‌توانند بسته خود را از محل تعیین شده فدکس تحویل بگیرند. این به و المارت کمک می‌کند تا از هزینه‌ای که ارسال رایگان برایش ایجاد می‌کند، جلوگیری کند.

بوی نان تازه محیطی پذیرا ایجاد می‌کند

همه جنبه‌های استراتژی و المارت برای جذب چند دلار اضافی از مشتریان شامل فناوری یا قیمت‌گذاری استراتژیک نیست. و المارت می‌داند که چگونه حواس دیگر شما را نیز جذب کند، مانند جذابیت بخش موسیقی از طریق بلندگوهای فروشگاه. در مورد حس بویایی شما، همه چیز مربوط به نانواپی است.

تجارت مواد غذایی برای فروش و المارت بسیار خوب بوده و ۵۶ درصد از درآمد آن را تشکیل می‌دهد. یک جزء کلیدی در ایجاد محیطی مناسب برای فروش مواد غذایی، بخش نانواپی فروشگاه است. به گفته انجمن نانوایان آمریکا، بوی نان‌های پخته‌شده ارتباط عاطفی را بیدار کرده و یک محیط خرید دلپذیر ایجاد می‌کند که به افزایش فروش کمک خواهد کرد. به همین دلیل است که و المارت و بسیاری از خواربارفروشی‌های دیگر نانواپی را در جلوی فروشگاه‌های خود قرار می‌دهند.

جذابیت نانواپی در فروشگاه باعث می‌شود برخی خریداران مواد غذایی، آن اقلام دلپذیر را نه در راهروهای مرکزی، بلکه در حین گشت‌و‌گذار در نانواپی موجود در فروشگاه خریداری کنند.

نرم‌افزار و المارت یک ماشین فروش است

همان‌طور که با اشاره به مرجوعی آسان و پیکاپ در کنار خیابان متوجه شده‌اید، اپلیکیشن و المارت عاملی تغییردهنده در بازی خرده‌فروشی بوده است. در سال ۲۰۱۹ و المارت با ۵۸ میلیون دانلود، از استارت‌آپ‌ها قدرتمند پیشی گرفت و به‌عنوان محبوب‌ترین برنامه پرداخت تلفن همراه معرفی شد. غول خرده‌فروشی برنامه خود را طوری مهندسی کرده که تا حد امکان برای خریدار راحت باشد و نتایج فروش قابل توجهی را به همراه داشته است.

یکی از محبوب‌ترین ویژگی‌های این برنامه، عملکرد «سیوینگ کچر» آن بود که اساساً یک ابزار تطبیق قیمت بود. اگر کاربران در جای دیگری قیمت ارزان‌تری پیدا می‌کردند، و المارت مابه‌التفاوت را به آنها پرداخت می‌کرد. سیوینگ کچر صرفاً نمونه‌ای از نحوه استفاده و المارت از برنامه خود برای افزایش فروش است. جست‌وجوی فروشگاه من در این برنامه به مشتریان امکان می‌دهد یک کالا را جست‌وجو کنند و فوراً مکان راهرو آن را پیدا کنند یا به‌سادگی آن را به سبد خرید خود اضافه کنند تا تحویل بگیرند.

به گفته واندا یانگ، معاون بازاریابی دیجیتال و المارت، افرادی که این اپلیکیشن را دارند، دو برابر افرادی که از آن استفاده نمی‌کنند، از فروشگاه بازدید می‌کنند و ۴۰ درصد بیشتر هزینه می‌کنند.

یادآوری می‌کنند. طبق وب‌سایت شرکتی و المارت، این زنجیره می‌تواند با اشتراک‌گذاری اعلان‌های متمرکز بر مشتری تجربه بهتری ایجاد کند. بنابراین نه‌تنها موسیقی با صدا و تمپوی عالی مردم را تشویق به خرید می‌کند، بلکه مشتریان با معاملات و تخفیف‌هایی که خیلی خوب هستند، مباران می‌شوند.



ترانه احمد دوست



taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

دارای ۱۱ کالا است) و این به دلیل چیدمان فروشگاه است. اقلامی که همه به آنها نیاز دارند مانند نان، شیر و دستمال توالت - همان‌هایی هستند که ترافیک‌ساز نامیده می‌شوند - همیشه در قسمت انتهایی فروشگاه چیده می‌شوند.

همه اینها بخشی از استراتژی و المارت است. و المارت روی مشتریانی که در مسیر توقف می‌کنند تا ۸۰ هزار کالای موجود دیگر را بررسی کنند، حساب باز می‌کند. چیدمان فروشگاه به‌گونه‌ای است که خریداران را در مسیری خلاف جهت عقربه‌های ساعت قرار دهد، زیرا متوجه شده‌اند که این مسیر باعث می‌شود مردم دو دلار بیشتر خرج کنند.

سیاست مرجوعی و المارت

هیچ کسب‌وکاری نمی‌خواهد مشتریانش محصولی را بخرند و آن را برگردانند. با این حال کسب‌وکارهای خرده‌فروشی می‌خواهند مشتریان باور کنند که می‌توانند محصولی را بخرند و در صورت تمایل آن را بدون دردسر بازگردانند. اگر فروشگاه‌های بخواد فروش خود را افزایش دهد، ارائه یک سیاست مرجوعی آسان و اغلب طولانی روش مؤثری است. اگر مشتری بداند که می‌تواند چیزی بخرد و سپس به‌راحتی آن را برگرداند، به احتمال زیاد آن کالایی را که از خریدش مطمئن نیست نیز در سبد خرید خود قرار می‌دهد. این یک تاکتیک فروش بسیار خوب است تا مشتری را به سوی خرید بیشتر سوق دهد.

و المارت در سال ۲۰۱۷ اعلام کرد که در حال ساده‌سازی فرایند مرجوعی کالا است و به مشتریان اجازه می‌دهد از طریق برنامه تلفن همراه خود بدون آنکه در صف انتظار بکشند و عودت مبلغ در روز بعد اتفاق بیفتد، مراجعه به بخش کالاهای مرجوعی را دور بزنند. و المارت با اعلام اینکه برخی از اقلام خریداری شده به‌صورت آنلاین ممکن است اصلاً نیازی به بازگرداندن نداشته باشند، جذابیت فرایند مرجوعی بسیار آسان خود را افزایش داد.

ممکن است به نظر برسد این اقدام برای و المارت هزینه دارد، اما همیشه این‌طور نیست. نیک اگلانین، تحلیلگر خرده‌فروشی می‌گوید خرده‌فروشان گاهی اوقات با پس‌نگرفتن اقلامی خاص، پول کمتری از دست می‌دهند. هنگامی که خرده‌فروشان مجبور به پرداخت هزینه حمل‌ونقل مرجوعی هستند، ضرر و زیان‌شان افزایش می‌یابد.

خدمات پیکاپ و المارت

با وجود این واقعیت که ۹۰ درصد از جمعیت ایالات متحده در فاصله ۱۰ مایلی و المارت زندگی می‌کنند، برخی مردم دوست ندارند از فروشگاه‌های بزرگ خرده‌فروشی خرید کنند. برای بسیاری از خریداران

می‌کند. بیزینس اینسایدر نزدیک به دو ساعت را در یک شعبه و المارت سپری کرد و گزارش داد که حدود ۱۰۰ تابلو تبلیغاتی با این پیام را مشاهده کرده است. شاید شما فقط برای خرید یک جفت جوراب برنامه‌ریزی کرده باشید، اما وقتی قیمت‌ها بسیار پایین است، چرا یک جفت اضافی نگریید؟ این نوع تبلیغات واقعاً می‌تواند در ناخودآگاه خریداران نفوذ کند و به سودهای عمده در فروش منجر شود.

همان‌طور که مجله استراتژی «پلاس بیزینس» اشاره داشته، پیام قیمت‌های پایین روزانه به ایجاد وفاداری مشتری کمک می‌کند و به نوبه خود به فروش بیشتر می‌انجامد. سام والتون، بنیان‌گذار و المارت در ابتدا می‌دانست که حتی اگر به اندازه رقیبش از فروش سود نداشته باشد، در نهایت می‌تواند با عرضه کالا با قیمتی کمتر و حجم بسیار زیاد فروش آنها را شکست دهد. ممکن است و المارت راه‌های مبهمی برای تضمین قیمت‌های پایین داشته باشد، اما این یکی از قدیمی‌ترین تاکتیک‌های آنها برای وادار کردن مشتریان به خرج کردن پول بیشتر است و هنوز هم جواب می‌دهد.

قیمت‌گذاری کاهشی و المارت و احساس فوریت

چه چیزی بهتر از قیمت‌های پایین روزانه است؟ البته این قیمت‌ها حتی پایین‌تر هم خواهند آمد و این دقیقاً همان چیزی است که و المارت از شما می‌خواهد باور کنید. این اقلام معمولاً فقط برای مدت معینی با قیمت قبلی فروخته می‌شوند و این انگیزه بیشتری برای مشتری ایجاد می‌کند تا کالا را در زمانی که علامت‌گذاری شده است، بخرد.

مدیرعامل سابق و المارت، گرگ فوران در سال ۲۰۱۶ گفت معمولاً کاهش قیمت یا بازگشت به قیمت قبلی زمانی اعمال می‌شود که کاهش فروش پیش آمده، اما و المارت مطمئن است اگر آن محصول با قیمت پایین‌تری ارائه شود، مشتریان به خانواده و دوستان خود اطلاع‌رسانی خواهند کرد و فروش واحد افزایش می‌یابد. کارول اسپیکرمن، تحلیلگر خرده‌فروشی می‌گوید از آنجا که مشتریان و المارت می‌دانند این بازگشت به قیمت قبلی موقتی است، احساس فوریتی در آنها ایجاد می‌شود که به فروش بیشتر خواهد انجامید.

با این حال، این استراتژی قیمت‌گذاری کاهشی همیشه باب طبع مشتریان نبوده و حتی به شکایت‌هایی منجر شده که در آنها ادعا می‌شود و المارت از این روش برای گمراه کردن خریداران خود استفاده کرده است.

دی‌جی رادیویی و المارت و محصولات ویژه فروشگاه

احتمالاً می‌توان تصور کرد که هیچ‌کس به و المارت نمی‌رود تا آهنگ‌هایی را که از بلندگوهای فروشگاه پخش می‌شود، گوش کند. با این حال تصادفی نیست که و المارت هنگام خرید، موسیقی پخش می‌کند. در واقع تلاشی است برای وادار کردن مشتریان به سپری کردن زمان بیشتر و در نتیجه پرکردن سبد خریدشان. اجرای موسیقی برای نگه‌داشتن مردم در فروشگاه‌ها و خرید چیز جدیدی نیست و مطالعات روی آن به دهه ۱۹۶۰ برمی‌گردد. موسیقی در حال پخش نه باید خیلی سریع و نه زیاد بلند باشد. بر اساس گزارش رادیو ملی عمومی ایالات متحده، مراکز خرید و فروشگاه‌های خرده‌فروشی مختلف می‌توانند لیست‌های موزیک انتخابی متناسب با حال‌وهوای مشتری‌های خود را خریداری کنند، اما و المارت همه‌چیز را یک قدم جلوتر برده است؛ آنها دی‌جی‌های واقعی دارند.

رادیو و المارت دی‌جی‌های خاص خود را دارد که بین آهنگ‌های مختلف (از طریق تجربه مشتریان خرده‌فروشی) محصولات ویژه فروشگاه را به مشتریان



شماره ۷۹
دی ۱۴۰۴
سال دوم



درس‌های رکود دهه ۱۹۳۰ برای مدیران کسب‌وکار

رکود بزرگ نوآوری

در سال ۲۰۰۸ و همزمان با بحران اقتصادی در آمریکا، با افزایش شدید قیمت نفت و مواد غذایی، کاهش ارزش خانه‌ها و بحران اعتباری که اثرگذاری آن بر اقتصاد ایالات متحده شروع شده بود، زمانی وحشتناک برای تلاش در مسیر گسترش مشاغل یا نوآوری بود. اما بر اساس برخی گزارش‌ها، بدترین دوران اقتصادی یعنی رکود بزرگ، در واقع یک دوره سرشار از ابتکارات مدیریتی است.

کارولین برد در کتاب «زخم ناپیدا» در سال ۱۹۶۶ توصیفی بسیار دقیق از چگونگی تأثیر افسردگی بر زندگی آمریکایی‌ها دارد که شامل فصلی جذاب از تغییراتی است که در دهه ۱۹۳۰ در شرکت‌ها رخ داد؛ تا زمانی که مدیریت حرفه‌ای شکلی پایدار یافت و کارکردهایی مانند بازاریابی، روابط عمومی و تبلیغات جایگاه خود را یافتند.

شرکت‌های استاندارد اوپل مزیتی ماندگار را با گسترش شدید شبکه‌های ایستگاه‌های خدمات خود ایجاد کردند. شرکت دیپوینت چیرگی خود بر بازار را با معرفی نایلون و سایر محصولات جدید به بازارهای مصرف افزایش داد. در حالی که مونته‌گومری ضعیف می‌شد، سیریز با نوآوری‌هایی مانند یخچال‌های ارزان قیمت و بیمه نامه پستی خودرو و دو برابر کردن تعداد فروشگاه‌هایش رونق گرفت و آنگاه که وال استریت تحقیر شده بود، مریل لینچ متوجه شد که فرصتی برای دلانان شریف وجود دارد. تمرکز بر مشتری به سرمایه‌گذاران کارآفرین (مانند کارول و گود هیومر) و کلابرول (تولیدکننده رنگ مو) و A. C. Nielsen (اطلاعات خرده‌فروشی) و Chock Full O' Nuts (کافی‌شاپ) اجازه داد تا به فرصت‌های بزرگ دست یابند. دهه ۱۹۳۰ چه درس‌هایی برای آموختن به مدیران

دارد؟ نکته اصلی اینکه موج کنونی تحولات و تغییرات بازار فرصت‌هایی را برای نوآوری و رشد فراهم می‌کند. برداشت‌های خود درباره نیازهای مشتری را آزمایش کنید: درباره داده‌هایی که در حال کار روی آنها هستید و چگونگی دسته‌بندی مشتریان تجدید نظر کنید. این کار به‌ویژه برای شرکتی که مستقیماً به کاربران نهایی خدمات نمی‌دهد، چالش برانگیز است، اما انواع روش‌های کمی و شیوه‌های کیفی (مانند گذراندن یک روز در زندگی مشتری یا بارش فکری خلاقانه) می‌تواند کمک کند.

نوآوری‌های محصول / خدمات را برای بازارهای جهانی در نظر بگیرید: چگونگی طراحی پیشنهاددهی کم‌هزینه یا خوب برای مشتریان در بازارهای نوظهور و طراحی مجدد آنها برای مشتریان در اقتصادهای بالغ را شناسایی کنید. غول‌های نوظهور از کشورهای در حال توسعه را که به نیروهای جهانی تبدیل شده‌اند، الگوی خود قرار دهید. روی پیمان‌های شراکت راهبردی سرمایه‌گذاری کنید: به موارد ناملموس و ضروری برای ایجاد پیوندهای کاری تسلط پیدا کنید. شناخت شرکا و شفاف‌سازی رابطه کاری در این زمینه مفید است. بازآموزی را در سازمان خود دنبال کنید: افراد با استعدادی را که برای آینده خود نیاز دارید، در اختیار بگیرید تا گروه کارکنان با استعداد مورد نیازتان را ایجاد کنید. آن‌گونه که پیتر کاپلی پیشنهاد می‌کند: «برای پیش‌بینی و پاسخگویی به چنین نیازهایی برنامه رسمی تهیه کنید.»

در بسیاری از شرکت‌ها به این حوزه‌ها توجه نکرده‌اند یا به‌خوبی مدیریت نشده، شاید به یک دوره رکود خوب نیاز باشد تا این موارد را به بالای فهرست بیاورد.



نبوغ برای دگرگون کردن جهان کافی نیست

انسان‌ها به دنبال چیزهای نوپدید هستند اما روشن است که می‌توانیم روی طرح‌هایی تمرکز کنیم که بیشتر از آنکه به جهان آسیب برسانند کمک می‌کنند



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم

همکاری و اثرگذاری متقابل

اما باقیمانده «گونه‌های فراری» در این باره روشن‌نگری می‌کنند، مانند سه مطلب «واقعاً برقی کردن» که تاریخچه‌ای کامل از برق است (نوشته کرگ روچ) و «پنجاه اختراع که اقتصاد مدرن را شکل داد» که مجموعه مقالاتی کوتاه درباره موضوعاتی از پلاستیک تا ثبت املاک است (نوشته تیم هارفورد و سونیش) و بررسی ژرف و گهگاهی طنزآمیز ۱۰ زمینه تحقیقاتی نوظهور نوشته دانشمند زیست‌شناس کلی واینراسمیت و همسر کاریکاتورچیست وی.

به شکلی عاقلانه هیچ‌یک از این نویسندگان برای پاسخ به پرسش نخست «کدام اختراع بیشتر اهمیت دارد یا خواهد داشت؟» تلاشی نکرده‌اند. درباره برتری لامپ و موتور بخار بر سفرهای فضایی و جست‌وجوی گوگل باید فیلسوفان بحث کنند، اما بررسی اینکه چرا برخی از طرح‌ها توانستند کسب‌وکار، فرهنگ و جامعه را دگرگون سازند، در حالی که دیگران قادر به انجام آن نبودند، مفیدتر است.

ممکن است بررسی هر چهار نوشته، خواننده را به این باور برساند که اختراعات درجه‌یک با نبوغ فردی شروع می‌شود و به پایان می‌رسد؛ برانت و ایگلمن اغلب به پیکاسو اشاره می‌کنند. در فهرست مطالب کتاب روچ این عناوین دیده می‌شود: یادبادک بنجامین فرانکلین، تلگراف

چرا گاو‌ها قادر به طراحی رقص نیستند؟ چرا تمساح‌ها نمی‌توانند قایق‌های تندرو اختراع کنند؟ اینها پرسش‌های آنتونی برانت (آهنگساز) و دیوید ایگلمن (متخصص علوم اعصاب) است که در فصل نخست کتاب‌شان «گونه‌های فراری» (The Runaway Species) پرسیده و بلادرنگ نیز به آنها پاسخ داده‌اند. آنها می‌گویند به دلیل وجود «دگرگونی روبه‌پیشرفت در الگوریتم‌های هدایت‌کننده مغز ما»، حیوانات قادر به رقابت با نبوغ انسان نیستند. ما متفاوت هستیم، زیرا جهان را نه تنها آن‌گونه که هست، بلکه آنسان که می‌تواند باشد، می‌بینیم. ما می‌پرسیم «اگر... چه؟» و بنابراین می‌توانیم آینده خود را پدید آوریم، همان‌گونه که ابزار زندگی خود را از گذشته تاکنون ساخته‌ایم مانند زبان و حسابداری، چرخ و گاو آهن، واکسن‌ها و داروها، سینما و آسمان‌خراش‌ها، ماهواره‌ها و گوشی‌های هوشمند. البته حتی طرح‌هایی که به وسیله بهترین ذهن‌های جهان شکل گرفته و توسعه یافته‌اند، به‌ندرت در آن سطح به پیشرفتی معنادار منجر می‌شوند. بنابراین کدام اختراعات بیشترین کارکرد را داشته‌اند و چرا؟ آن اختراعات چه چیزی را می‌توانند درباره نوآوری‌هایی به ما بیاموزند که موجب تغییر روندها شده؟ و علم و فناوری چگونه پس از این زندگی ما را دگرگون خواهد کرد؟



ادامه از صفحه ۱۷

موانع بانکداری باز

است، خودش هم کنترل می‌کند که چنین اتفاقی رخ ندهد. رگولاتور باید تا جایی وارد شود و مسئولیت‌ها را توزیع شده بداند و بعد هم راه را باز بگذارد.

این را بگویم که ما در سرویس‌های مختلف رگولاتورهای متفاوتی داریم، ولی از آنجا که تمرکزمان بر بانکداری باز است، رگولاتور اصلی‌مان هم بانک مرکزی است. چیزی که ما تا اینجا به آن برخوردیم، این بوده که در روند جذب مشتری یا مثلاً برای دریافت این‌ها به ما می‌گویند مجوزتان را بیاورید. ما مجوز دقیقی نداریم، چون اصلاً مجوزی وجود ندارد که بتوانیم دریافت کنیم. برای همین ما همه مجوزها را گرفته‌ایم و عضو همه‌جا هستیم که برایمان مشکلی پیش نیاید. چالش دیگر هم این است که کلاریسک کارمان بالاست. از آنجا که رگولیشن وجود ندارد، باید سلف‌رگولیشن انجام دهیم. معمولاً سلف‌رگولیشن سخت‌گیرانه‌تر است. این ما را محدود می‌کند چون هر کاری که می‌خواهیم انجام دهیم، باید همه جوانب و حتی احتمالات بسیار دور را در نظر بگیریم و سخت‌گیری کنیم. همین روند کار ما را کند، مبهم و باریسک بیشتر همراه می‌کند.

کسب‌وکار شما و مشتریان‌تان بر بستر اینترنت قرار دارد. اختلالات ماه‌های اخیر و برنامه‌هایی که برای اینترنت ملی وجود دارد، چقدر روی فینوتک تأثیر گذاشته است؟

مسئله بسیار بزرگ ما در حال حاضر، جو عمومی جامعه است. بله، کل کسب‌وکار ما روی اینترنت است و مهم‌تر از آن کسب‌وکار مشتری‌مان بر همین بستر قرار می‌گیرد، اما مهم‌تر از اینترنت، امید است. گاهی که به مشتری پیشنهاد می‌دهیم فلان کار را انجام دهد، می‌گوید دل خوش سبزی چندان امید است که باعث می‌شود خدمتی را که وجود ندارد، ایجاد کنیم و هر روز خدمات بیشتری ارائه دهیم. امید نباشد، سایر کارها بی‌اهمیت است.

ما این همه فرایند چیده‌ایم، اگر تراکنشی نباشد، به چه کاری می‌آید؟ همه زحمت‌هایمان با فقدان امید از بین می‌رود. انگار جسمی باشد که خونی در آن جریان ندارد. امید خون در رگ‌های آن جسم است. مسئله ما در حال حاضر افت درآمدهای مقطعی نیست. به هر حال اینها را به شکلی می‌توان حل کرد و وقتی وارد سختی‌های این چینی می‌شوید و زنده از آن بیرون می‌آید، قوی‌تر می‌شوید. ولی اگر امید نباشد، دیگر چیزی معنی ندارد. حاکمیت باید روی این موضوع تمرکز داشته باشد.

حجم بازار را چه میزان برآورد می‌کنید و سهم شما از این بازار چقدر است؟

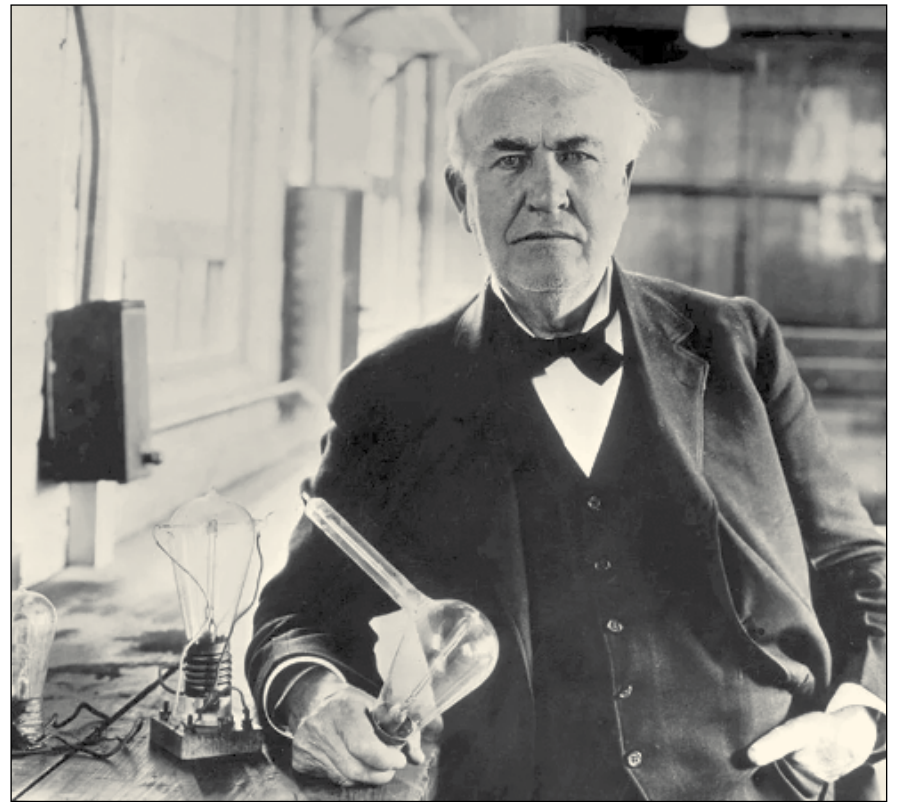
تصور ما این است که حجم این بازار به صورت بالقوه می‌تواند به اندازه حجم بازار PSPها باشد. تقریباً هر کاری که شما با کارت انجام می‌دهید، به شکل دیگری روی حساب نیز می‌توانید انجام دهید. اما بازار بالفعل بسیار کوچک‌تر است. برای همین چیزی که الان محقق کرده‌ایم، درصد ناچیزی از کل بازار است و به همین دلیل تنه‌مان به تنه رقیبان نمی‌خورد. جا برای رشد همه بسیار زیاد است. ما حواس‌مان به رقیبانمان هست، ولی در حدی نشده که سر به دست آوردن یک مشتری با هم جدال داشته باشیم. در نتیجه رقابت چندان معنا ندارد نیست.

گفته می‌شود رگولاتور در ایران به جای اینکه مشخص کند چه چیزهایی برایش اهمیت دارد، ابزار و مسیر را مشخص می‌کند. در حالی که وظیفه رگولاتور چنین چیزی نیست. شما چه مشکلاتی با این ویژگی رگولاتور دارید؟

اینکه رگولاتور باید چه کارهایی انجام دهد، موضوعی مفصل است. ممکن است رگولاتور فضایی فراهم کند و اتفاقاتی بیفتد که رگولاتور حتی فکرش را هم نمی‌کرده است. به طور کلی نوآوری باز چنین ویژگی‌ای دارد. شما سرویس‌ها را باز می‌گذارید و نمی‌دانید قرار است از اینها چه استفاده‌هایی شود و فقط مطمئن هستید که فضا امن است. بعد استفاده‌هایی می‌شود که شما تعجب می‌کنید. نوآوری فرای ذهنیت کسی که فضای نوآوری را ایجاد کرده، عمل می‌کند.

اما اینکه رگولاتور تا چه حد باید وارد شود، موضوع متفاوتی است. مثلاً رگولاتور اتحادیه اروپا می‌گوید برای فلان روند باید احراز هویت دوامی وجود داشته باشد. ما سه عامل داریم؛ چیزی که شما هستید مثل اسم‌تان، چیزی که شما دارید مثل گوشی یا توکن‌تان و چیزی که می‌دانید مثل اینکه می‌پرسند اسم اولین معلم‌تان چه بوده است. احراز هویت دو فاکتوری یعنی از دو عامل از این سه عامل استفاده شود. حالا اینکه آن شرکت به چه شکل و از کدام فاکتورها استفاده می‌کند، در اختیار خودش است.

حالا اگر احراز هویت ناقصی انجام شد و مشکلی به وجود آمد، مسئولیتش با چه کسی است؟ با همان شرکتی که آن احراز هویت را انجام داده است. پس کسی که مسئولیت دارد، باید اختیار هم داشته باشد. وقتی شرکت مسئول پیشگیری از تقلب و جبران خسارت



اولیه دستگاه مکش جیمز ادیسون می‌گویند و نقل قولی جذاب از ادیسون را بازگو می‌کنند: «آنگاه که بررسی همه احتمالات را پایان دادید، به یاد داشته باشید که کاری نکرده‌اید.» آنها یادآوری می‌کنند که موضوع نه تنها تحمل شکست بلکه انتظار آن است، زیرا گزینه‌های زیادی خلق کرده‌اید که برخی از آنها باید پیش از برآمدن بهترین‌ها کنار گذاشته شوند.

این ویژگی را سونیش به طور کامل نشان می‌دهد. هر فصل از کتاب او یک هدف پیچیده و فناوری‌های مختلفی را شرح می‌دهد که برای دستیابی به آن توسعه می‌یابند. به عنوان مثال دانشمندان در حال کار روی شش امکان برای دسترسی ارزان به فضا هستند؛ موشک‌های قابل استفاده مجدد، راکت/ هواپیماهای فضایی هواسوز، ابرتفنگ‌هایی که موشک پرتاب می‌کنند، احتراق لیزری، پرتاب از ارتفاع بسیار بالا (از طریق فرودگاه فضایی، بالن یا هواپیما) و آسانسورهای فضایی. زمان نشان خواهد داد که کدام یک از این طرح‌ها (در صورت وجود) به نتیجه می‌رسند. در این کتاب توصیه‌های دیگری نیز بیان می‌شوند که عبارت‌اند از: درک آنچه نیازها و مشغله‌های زمان است (روچ)، ایجاد فرصت‌هایی برای آموزش با تأکید بر حل مسئله، راه‌اندازی مسابقات نوآوری، سرمایه‌گذاری بیشتر در علم محض.

در نهایت همه این نویسندگان تأکید می‌کنند که نوآوری به بهترین وجه از طریق آن چیزی دیده می‌شود که روچ آن را «عدسی زاویه باز»، پیدایش، توسعه و پیامدها می‌نامد. آن گونه که هارفورد می‌گوید: «اختراعات به روش‌هایی غیرقابل پیش‌بینی زندگی ما را شکل می‌دهند. همان زمان که مشکلی را برای کسی حل می‌کنند، اغلب برای شخص دیگری مشکل ایجاد می‌کنند.» بنابراین با هر طرح جدید «منطقی است که دست‌کم از خود پرسیم چگونه می‌توانیم سودمندی‌ها را ببینیم و زیان‌ها را کمینه کنیم.» و اینرسیسمیت برای هر فناوری که پوشش می‌دهد «راه‌هایی که ممکن است همه چیز را وحشتناک کند و راه‌هایی که ممکن است چیزها را شگفت‌انگیز کند» بیان می‌کند. انسان‌ها به دنبال چیزهای نوپدید هستند، اما روشن است که می‌توانیم روی طرح‌هایی تمرکز کنیم که بیشتر از آنکه به جهان آسیب برسانند، کمک می‌کنند.

ساموئل مورس و نور توماس ادیسون. از طرف دیگر هارفورد تمرکز خود را بر افرادی گذاشته که پشت صحنه طرح‌هایی هستند که اقتصادشان را شکل داده و واینرسیسمیت با گروهی از دانشمندان عجیب «گفت‌وگو کرده است. اما مطالعه دقیق‌تر نشان از تأکید بر همکاری و اثرگذاری متقابل بین کارشناسان رشته‌های گوناگون، پژوهشگران و فناوران، کارآفرینان و سرمایه‌داران، بخش‌های خصوصی و دولتی دارد. برانت و ایگلمن معتقدند خلاقیت عمل ذاتی اجتماعی است. درست همان گونه که هنر بزرگ از «خم کردن، شکستن و ترکیب کردن» کارهای قبلی به دست می‌آید، «فناوری‌های پیشگامانه... نتیجه کار مخترعانی است که «بهترین طرح‌های قهرمانان خود را به کار می‌گیرند».

واینرسیسمیت با تمام وجود با این دیدگاه موافق است و یادآور می‌شود: «جهش‌های ناپیوسته بزرگ مانند لیزر و رایانه اغلب به پیشرفت‌های نامربوط در زمینه‌های مختلف بستگی دارد.» یکی از فصل‌های جذاب که در کتاب روچ آمده بیان می‌کند که چگونه جورج وستینگ‌هاوس دانش تجاری خود را با علم نیکولا تسلا «درخشان و عجیب و غریب» برای ساخت یک سامانه تجاری برق جریان متناوب ترکیب کرد و هارفورد یادآور می‌شود فناوری آیفون بدون آزمایش‌هایی که هزینه آن را دولت پرداخت کرده بود، امکان‌پذیر نمی‌شد.



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

شجاعت مخاطره

شجاعت برای مخاطره‌کردن و شکست خوردن یکی دیگر از موضوعات کلیدی بیان شده در این کتاب هاست. هارفورد می‌گوید بهترین راه برای تقویت نوآوری آینده ممکن است این باشد که «واقعاً به افراد باهوش اجازه دهیم تا کنجکاوی فکری خود را دنبال کنند، بدون اینکه درباره سرانجام آن دیدگاه روشنی وجود داشته باشد.» روچ از دو مردی یاد می‌کند که الکترومغناطیس را مهار کرده و توضیح دادند: «مایکل فارادی» و «جیمز کلرک ماکسول». آنها را به دلیل «گرایش به گام نهادن در مسیر متضاد با نظریه‌های پذیرفته‌شده آن دوره» ستایش می‌کنند. برانت و ایگلمن درباره آزمایش‌های برادران رایت روی ۳۸ سطح مختلف بال هواپیما و ۵۱۲۷ نمونه



شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم

دیدن بعضی صحنه‌ها برای همه مجاز نیست

وقتی از شما می‌پرسند ای نازنینان عرصه سیاهکاری و قالتاق بازی! اگر کرمی در نهانگاه خود جاساز نکرده‌اید، برای چه به برنامه‌های جایگزین وطنی سر نمی‌زنید، شما چه جوابی دارید که بدهید؟

یعنی چطور از سد فیلتر گذشته؟ لیست فیلتر شکن‌هایش چیست؟ چرا به بله و ای‌تا و اینا سر نزده؟ خب لا کردارها! شما نمی‌آید روی این داخلی‌ها که آنها هم بیایند!

۱

ضمن اینکه شما اصلاً برای چه خودتان را با بعضی عزیزان رده‌بالا مقایسه می‌کنید؟ در سیستم کاستی... ببخشید، طبقاتی، طبقه شما و آن عزیز مورد تأیید و بلا مانع فرق دارد. طبقه بالاها همیشه پنتهاوس داشته‌اند، پد هلیکوپتر داشته‌اند، باغ داشته‌اند و کلی چیزهای دیگر. اگر باورتان نمی‌شود بروید و چند تا آگهی فروش خانه‌های خفن را در دیوار ببینید تا بدانید که اهل طبقه روم به دیوار زیر زمین با اهل پنتهاوس فرق دارد. اگر قبول نداشته باشیم می‌آیند و فرقش را می‌کنند تو چشم‌مان تا بلکه ببینیم و غرضاً اضافه‌نزنیم.

۲

عزیزم بی خیال مهر و دی شو خفن توی بم و ازناوری شو به شدت نات‌اوکی هستی هم‌اکنون بیا با ما شو و آنگه اوکی شو

بی‌قیدی را حاضر کرده‌اند، چت‌های شما را نخوانند و دورهمی به چک و چانه شما با طلبکارها پتان و لیست خرید همسرتان و بعضی چیزهای دیگر که رویم نمی‌شود بگویم، نخندند؟

۳

می‌دانم که الان با خودتان و با من می‌گویید: یعنی چه که وقتی ما عضو شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی می‌شویم، می‌شوند بده‌واخ، اما مسئولان عزیز اگر عضو همین شبکه‌ها باشند که هستند، می‌شوند چیز خوب و جنس اعلا! اصلاً خود مسئولان کجای این برنامه‌های داخلی قرار دارند؟ خب اولاً باید عرض کنم که بروید و خودتان ببینید که چه کرمی ریخته‌اید و چه کرده‌اید که این برنامه‌ها برایتان مفید نیست. ثانیاً مگر شما ندیده‌اید یک محصول فرهنگی مثل فیلم و بازی و غیره رده‌بندی سنی دارد و دیدن بعضی صحنه‌ها برای همه مجاز نیست؟

۴

اگر می‌بینید مسئولان عزیز هم بیشتر در بستر همین شبکه‌های اجتماعی خارجکی فعال‌اند، هی با خودتان نگویند:

«امنیت سایبری ما چه می‌شود؟» این سؤال است که بعضی از کاربران محترم شبکه‌های نامحترم مجازی خارجی سؤال می‌کنند. یعنی جوری حق به جانب می‌پرسند که آدم خیال می‌کند حق با اینهاست، در حالی که این طور نیست. این دوستان عزیز فریب خورده انگار یادشان رفته که همین طوری خالی خالی دارند قانون شکنی می‌کنند و صرف اینکه در آن خراب‌شده‌ها حضور دارند، غیرقانونی است. حالا راه افتاده‌اند و دارند سیاه‌نمایی می‌کنند که چه؟ که «صفحه شخصی ما متعلق به خود ماست و قرار نیست به



عبدالله مقدمی

@moghaddamy0007

کوچک‌ترین بهانه‌ای باروش‌های فنی! یوزر پسورد را توی سینی ازمان بگیرند و بعد برای سرگرمی توی ساعت‌های اضافه‌کاری چت ما را با دیگر فیلتر شکن داران قانون شکن بخوانند.»

۲

این حرف حتی در ظاهر هم درست نیست. از کجا می‌دانید که همین الان که با هزار ترفند و دودر بازی موفق شدید این برنامه‌های شیطانی را باز کنید و شروع کردید به شیطانی کردن، آن پاول دوروف شیطان و مارک زاگربرگ قالتاق و ایلان ماسک سیاهکار نشسته باشند و در حالی که چیپس و پفک و باقی اسباب

HINT نکته



نصایح ملک الشعراء بهار منما تهی گلستان را

شاعر، ادیب، سیاست‌مدار و روزنامه‌نگار ایرانی، محمدتقی بهار ملقب به ملک الشعراء (۱۳۳۰-۱۲۶۳ شمسی) در مشهد به دنیا آمد و پس از فوت پدر، ملک الشعراء دربار مظفرالدین شاه شد. وی شش دوره نماینده مجلس و سال‌ها استاد دوره دکتری ادبیات دانشسرای عالی و دانشکده ادبیات دانشگاه تهران بود. او را به دلیل پیوستن به مشروطه‌طلبان و آزادی خواهان چند بار تبعید و زندانی کردند، اما سال‌های زندان و تبعید از پربارترین سال‌های زندگی ادبی وی شد. دیوان اشعار و سبک‌شناسی (در سه جلد درباره سبک نوشته‌های مثنوی فارسی) از شناخته‌شده‌ترین آثار بهار است. تاریخ احزاب سیاسی، تصحیح برخی از متون کهن مانند تاریخ سیستان و مجمل‌التواریخ و القصص و تاریخ بلع می از دیگر آثار اوست.



طنز و حکمت
HUMOR & WISDOM

شماره ۷۹
۱۴۰۱
سال دوم

فریاد از این جهان و از این دنیا
وین رسم ناستوده نازیبا
بر یاد رفته قاعده موسی
واژ یاد رفته توصیه عیسی
تورات گشته تور به بدعت
انجیل گشته واسطه دعوا
خُلق محمدی شده مستنکر
دستور ایزدی شده مستثنی
هامون به خود نبیند جز گوشش
دریا به خود نبیند جز غوغا
گرد قتل خیزد از این هامون
توفان مرگ خیزد از این دریا
قومی پلنگ خوی ز هر گوشه
درهم فتاده‌اند پلنگ آسا
ای خود بر نهاده پی پر خاش
وی تیغ برکشیده پی هیجا
این باغ ایزد است و درختانش
با دست حق دمیده چنین زیبا
مشکن درخت یزدان را، مشکن
منما تهی گلستان را، منما



فراخوان زمستانه

جذب طرح‌های استارت‌آپی در حوزه‌های

فین تک، تجارت الکترونیک

بلاکچین، هوش مصنوعی و بیگ دیتا

مهلت ارسال طرح‌ها
۲۸ آذرماه الی ۲۸ دی‌ماه

izicenter.ir

مرکز نوآوری ایران زمین
IRAN ZAMIN INNOVATION CENTER

