



گفت و گو با زهرا سلطانی فر  
هم‌بنیان‌گذار  
استارت‌آپ نوروکید  
**هدف ما کمک به  
خانواده‌های  
سرگردان است**

گفت و گو با هاشم آقازاده، دستیار معاون علمی  
فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری

# از بانک تا کِراد فاندینگ

REPORT

فینوتکس؛ رویدادی که به دنبال  
متنوع‌سازی مسیرهای تأمین مالی است

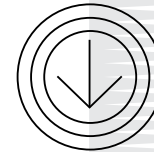
## زنگ‌ها برای چه کسی به صدا درمی‌آیند؟

رویدادهای نمایشگاهی اکوسیستم آماده‌برگزاری می‌شوند؛ آیا  
مخاطبان هم آماده‌اند؟ صاحبان کسب‌وکارها پاسخ می‌دهند



 <b>گزارش</b> REPORT <b>نئوبانک اپل</b>	 <b>گفتگو</b> INTERVIEW <b>پر کردن شکاف بزرگ</b>	 <b>خبر</b> NEWS <b>دریافت اینماد بامعرفی‌نامه</b>
همکاری اپل و گل‌دمن برای ایجاد قدرتمندترین فین‌تک آمریکا	گفت و گو با امیرحسین صادقی عضو تیم اجرایی رویداد فینوتکس	همکاری دولت بایبخش خصوصی برای رگولاتوری کسب‌وکارهای رمزآزری
۱۸	۶	۲۱

## خطر حذف ایران از بازار نوآوری منطقه



## بازار بزرگ گردشگری و آنچه از نمایشگاه ATM 2023 نصیب ما شد خطر حذف ایران از بازار نوآوری منطقه

هفته گذشته از روز دوشنبه تا پنجشنبه، رویداد ATM یا همان بازار گردشگری عربی در مرکز تجارت جهانی دوی برگزار شد؛ رویدادی که امسال سی امین دوره آن بود و ویژه‌تر از همیشه، برگزاری ۳۰ ساله یک رویداد بزرگ، آن هم در حوزه گردشگری که شاید ۳۰ سال پیش کمترین جاذبه و زیرساخت آن در شهری چون دوی بهیچ‌گونه نبود، یک ریل‌گذاری برای رسیدن به یک آینده بوده است؛ آینده‌ای که این روزها این شهر و امارات متحده عربی میوه آن را می‌چیند.

رویدادی که امسال بیش از ۲۲۰۰ نفر در بخش نمایشگاهی آن حضور داشتند و برندهای مختلفی از کشورهای مختلف دنیا پر قدرت تلاش کرده بودند داشته‌های خود را در صنعت روبه‌رشد گردشگری به نمایش بگذارند. یکی از بخش‌های جذاب این نمایشگاه برای شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان هم بخش فناوری‌های حوزه سفر بود؛ بخشی که تقریباً هیچ شرکتی از ایران در آن حضور نداشت. اگر دوری در این نمایشگاه بزرگ می‌زدید، اولین نکته حضور چشم‌گیر شرکت‌های اروپایی و هندی در این بخش بود؛ شرکت‌هایی که تلاش ویژه‌ای برای گرفتن بازار خاورمیانه داشتند، اما وقتی محصولات و خدمات این شرکت‌ها را بررسی می‌کردید، متوجه می‌شدید فناوری و نوآوری چندان هم در بساط ندارند. در واقع قدرت اصلی آنها

دسترسی به بازار و مشتریان بود تا یک فناوری خاص در بازار گردشگری. آنجا بود که حسرت حضور شرکت‌های نوآور و استارت‌آپ‌ها و ایده‌پردازان ایرانی بیش از همیشه می‌شد. اینکه دور ماندن از بازار جهانی چقدر ساده و تلخ می‌تواند فرصت‌های کسب‌وکاری و سرمایه‌پذیری را از ایرانی‌ها بگیرد.

این حسرت وقتی صدچندان می‌شد که می‌دیدیم عربستان امسال یکی از مهم‌ترین شرکت‌کنندگان این نمایشگاه بود؛ کشوری که با برندهای مختلف خود، از ایرلاین‌هایش گرفته تا کسب‌وکارها و رسانه‌هایش در این نمایشگاه حضور پیدا کرده بود تا روی این شعار کلیدی تأکید کند که آینده گردشگری خاورمیانه در این کشور رقم خواهد خورد!

نیازی به گفتن نیست که وقتی داشته‌های گردشگری ایران و ظرفیت‌های نوآورانه تیم‌های مستعد آن را با عربستانی‌ها مقایسه کنید، آن وقت به این نتیجه می‌رسید که در حال واگذار کردن چه فرصت‌هایی به کشورهایی هستیم که به شکل سنتی رقیب منطقه‌ای ایران هستند. خطر بزرگ حذف شدن ایران و کسب‌وکارهایش از بازار منطقه را می‌شد با یک گشت چندساعته در این نمایشگاه دید. نه تنها صحبتی از گردشگری ایران و ظرفیت‌های آن نبود، بلکه از بازار فناوری گردشگری منطقه هم سهمی به ما نرسیده است. این دیگر نه یک حسرت که یک خطر بزرگ است...



رضا جمیلی  
سرمدیر  
@rezajamili

## واکنش استارت‌آپ‌های کاریابی به راه‌اندازی سامانه شغل توسط وزارت کار نقش دولت رگولاتوری است نه رقابت با بخش خصوصی

راه‌اندازی این سامانه به باور مدیران این سرویس‌های استارت‌آپی، دخالت دولت در بازار کار و از بین بردن نظم آن است. آن‌ها معتقدند این اتفاق درحالی می‌افتد که دولت باید در این زمینه تنها نقش رگولاتور را بازی کند. مدیرعامل «جاب‌ویژن» باور دارد که ورود وزارت کار با ایجاد سامانه کاریابی، نمونه‌ای از ورود مستقیم نهادی بالادستی به موضوعی خرد است که اقدام متداولی در سایر کشورها به شمار نمی‌آید. او می‌گوید: «این سامانه با رصد اطلاعاتی، تحلیل میزان عرضه و تقاضا و نیز حقوق و دستمزد می‌تواند مشکلات موجود در زمینه بیکاری را سامان دهد، اما رویکرد این سامانه خلاف این موارد است.» از سوی دیگر مدیرعامل پلتفرم «جاب‌ینجا» هم ایجاد سامانه شغل‌یابی وزارت کار را امری غیرضروری و بی‌ثمر می‌داند و بر این باور است که هدف از ورود وزارت کار به این حوزه نامعلوم و به نوعی رقابت با بخش خصوصی است.

سال‌هاست که دولت‌های مختلف وعده‌های گوناگونی برای حل مشکل بیکاری در کشور ارائه می‌دهند. شاید از مشهورترین این وعده‌ها ایجاد یک میلیون شغل در سال باشد؛ وعده‌ای که تاکنون به حقیقت تبدیل نشده است. در این میان دولت سعی کرده از راه‌های مختلف مشکل بیکاری در کشور را حل کند که یکی از این راه‌ها کمک گرفتن از فناوری اطلاعات است. به تازگی سامانه جست‌وجوی شغل با هدف حل دغدغه‌های مدیران دفاتر مشاوره شغلی و کاریابی، بهبود ارائه خدمات آن‌ها و ایجاد شفافیت در بازار کار با نسخه به‌روزشده‌تر توسط وزارت کار آغاز به کار کرده و در اختیار کارجویان و کارفرمایان قرار گرفته است. این سامانه در حالی راه‌اندازی می‌شود که ده‌ها سایت کاریابی در کشور توسط استارت‌آپ‌های مختلف راه‌اندازی شده و مشغول فعالیت هستند.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

### گزارش شاخص‌های بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات منتشر شد

## رشد منفی توسعه اینترنت ثابت در کشور

مقایسه روند رشد ضریب نفوذ پهنای باند اینترنت ثابت در زمستان سال ۱۴۰۱ در مقایسه با سال گذشته آن نشان می‌دهد که همچنان رشد اینترنت ثابت در کشور به کندی صورت می‌گیرد و حتی رشد در این زمینه منفی است. طبق گزارش فصلی رگولاتوری در حالی که ضریب نفوذ پهنای باند ثابت اینترنت در زمستان سال ۱۴۰۰ برابر با ۱۳/۱۵ درصد گزارش شده بود، این میزان در زمستان سال گذشته به ۱۳/۰۵ درصد رسیده، یعنی منفی ۷/۶ درصد کاهش داشته است. براساس این گزارش، مشترکان پهنای باند ثابت نیز تنها ۰.۰۴ درصد رشد داشته و از ۱۱ میلیون و ۵۰ هزار و ۲۹ مشترک در زمستان سال ۱۴۰۰ به ۱۱ میلیون و ۵۴ هزار و ۴۵۳ مشترک در زمستان سال ۱۴۰۱ رسیده است. رشد منفی و کند اینترنت ثابت در کشور در حالی رخ می‌دهد که وزیر ارتباطات دولت سیزدهم پیوسته و از زمان روی کار آمدن در این وزارتخانه وعده داده که توسعه شبکه اینترنت ثابت با کمک پروژه فیبر نوری را در رأس کارهای خود گذاشته است. طبق گزارش رگولاتوری، سهم مشترکان پهنای باند ثابت بر اساس فناوری فیبر نوری (FTTH) تنها ۲ درصد است و همچنان سهم بیش‌تر در این زمینه به فناوری X-DSL با ۷۷ درصد سهم بازار می‌رسد. در این بین سهم فناوری TD-LTE هم ۱۸ درصد است. ۴۹ درصد بازار پهنای باند ثابت هم در اختیار مخابرات است و در این بین سهم شرکت‌های دارنده پروانه FCP به ۳۰ درصد می‌رسد.

مقایسه روند رشد ضریب نفوذ پهنای باند اینترنت ثابت در زمستان سال ۱۴۰۱ در مقایسه با سال گذشته آن نشان می‌دهد که همچنان رشد اینترنت ثابت در کشور به کندی صورت می‌گیرد و حتی رشد در این زمینه منفی است. طبق گزارش فصلی رگولاتوری در حالی که ضریب نفوذ پهنای باند ثابت اینترنت در زمستان سال ۱۴۰۰ برابر با ۱۳/۱۵ درصد گزارش شده بود، این میزان در زمستان سال گذشته به ۱۳/۰۵ درصد رسیده، یعنی منفی ۷/۶ درصد کاهش داشته است. براساس این گزارش، مشترکان پهنای باند ثابت نیز تنها ۰.۰۴ درصد رشد داشته و از ۱۱ میلیون و ۵۰ هزار و ۲۹ مشترک در زمستان سال ۱۴۰۰ به ۱۱ میلیون و ۵۴ هزار و ۴۵۳ مشترک در زمستان سال ۱۴۰۱ رسیده است. رشد منفی و کند اینترنت ثابت در کشور در حالی رخ می‌دهد که وزیر ارتباطات دولت سیزدهم پیوسته و از زمان روی کار آمدن در این وزارتخانه وعده داده که توسعه شبکه اینترنت ثابت با کمک پروژه فیبر نوری را در رأس کارهای خود گذاشته است. طبق گزارش رگولاتوری، سهم مشترکان پهنای باند ثابت بر اساس فناوری فیبر نوری (FTTH) تنها ۲ درصد است و همچنان سهم بیش‌تر در این زمینه به فناوری X-DSL با ۷۷ درصد سهم بازار می‌رسد. در این بین سهم فناوری TD-LTE هم ۱۸ درصد است. ۴۹ درصد بازار پهنای باند ثابت هم در اختیار مخابرات است و در این بین سهم شرکت‌های دارنده پروانه FCP به ۳۰ درصد می‌رسد.

# کارنگ

شماره ۹۴ | ۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ: هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد  
مدیر فنی: علیرضا کیوان  
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی  
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو  
نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور  
سایت: راضیه مینایی  
شبکه‌های اجتماعی: محمد قربانی  
چاپ: هنر اشکان  
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸  
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی  
سرمدیر: رضا جمیلی  
  
دبیر تحریریه: المیرا حسینی  
تحریریه: رضا امیرزاده، مهران امیری  
عبدالله مقدمی، نگار قانونی، عباس عین‌علی  
ترانه احمددوست  
زهره دودانگه  
ویراستار: یلدا شایسته‌فر



**دوره‌های هاروارد در ایران**  
دوره‌های مبنای برنامه‌نویسی دانشگاه «هاروارد» در ایران با تمرکز روی پایتون و هوش مصنوعی برگزار می‌شود.



**انتصاب اعضای صندوق نوآوری**

رئیس جمهور در حکمی عرب نیا، شوال پور، قانع، جبل عاملی، زمانیان و سرفراز را به عنوان اعضای هیئت عامل صندوق نوآوری منصوب کرد.



**اصلاح قوانین باهوش مصنوعی**  
رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس از راه‌اندازی فاز اول سامانه هوشمند تنقیح قوانین، پس از شش دهه خبر داد.



**همکاری تپسی با تارا**  
کاربران «تارا ۳۶۰» می‌توانند با اعتبار سازمانی خود «تپسی» بگیرند و دو ماه بعد بدون کارمزد پرداخت کنند.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم



مسئله این است که اکوسیستم در حال بزرگ شدن است و نیازمند روش‌های جدید سرمایه‌گذاری و وثیقه‌گذاری هستیم.»  
او ادامه داد: «یکی از برنامه‌های راهبردی که در معاونت انجام می‌شود این است که بتوانیم با استفاده از ارزش‌گذاری فناوری‌ها و دارایی‌های نامشهود شرکت‌ها، زیرساختی برای جذب تسهیلات آماده کنیم. تسهیلات وجود دارد، اما تسهیلات بانکی است و بانک هم قضاوت و راه و روش خودش را برای پرداخت دارد. برای آنکه بشود این دور را به هم نزدیک کرد، دو کار می‌شود انجام داد: یکی اینکه سعی کنیم بانک را پای کار بیاوریم و الزامات بانک را اصلاح کنیم و از طرفی در پایین‌دست سعی کنیم نظامات وثیقه‌گذاری شرکت‌ها را تقویت کنیم. این برنامه جدی در حال جلو رفتن است و پیگیر آن هستیم و قانونی هم که از طرف کمیسیون اقتصاد دنبال می‌کنیم این است که دارایی‌های نامشهود برای وثیقه‌گذاری شرکت‌ها گذاشته شود. اگر این اتفاق بیفتد، بخش بزرگی از مشکل جذب تسهیلات بانکی توسط شرکت‌های دانش‌بنیان حل خواهد شد.»

تسهیلات پرداخت کرده که این میزان نسبت به سال ۱۴۰۰ و ۱۳۹۹ کاهش قابل توجهی داشته است. در سال ۱۴۰۰ میزان تسهیلات پرداختی صندوق برابر با ۴ هزار و ۹۱۶ میلیارد تومان بوده که نسبت به امسال کاهش تقریباً ۵۴ درصدی را نشان می‌دهد.  
این تسهیلات به راحتی هم در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان قرار نمی‌گیرد و این شرکت‌ها تا تصویب و پرداخت آن باید زمان طولانی‌ای سپری کنند. به گفته اکثر شرکت‌های دانش‌بنیان، اگر هم صندوق نوآوری شکوفایی تسهیلات در قالب پرداخت وام را برای این شرکت‌ها تصویب کند، در مرحله بعدی یعنی پرداخت آن از سوی بانک به مشکل برخورد می‌کنند.  
دهقانی فیروزآبادی در مورد این مشکل و راه‌حل رفع آن به «کارنگ» گفت: «صندوق نوآوری و شکوفایی در طول زمان فعالیتش مخصوصاً در چهار سال اخیر، قریب به ۲۸ هزار میلیارد تومان مجموعه تسهیلاتی ارائه داده که در چهار سال گذشته این میزان پرداخت بیشتر بوده است. بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان ضمانت‌نامه صندوق در سال گذشته با کمک معاونت علمی فراهم شده است. مسئله تسهیلات نیست؛

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در اولین نشست خبری با اصحاب رسانه خبر داد:

# دارایی‌های نامشهود وثیقه بانک می‌شوند

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در اولین نشست خبری خود از ارتقای شیوه ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان و تغییر دسته‌بندی آن‌ها خبر داد و اعلام کرد که با این ارزیابی جدید، میزان رشد شرکت‌های دانش‌بنیان بهبود می‌یابد.  
روح‌الله دهقانی فیروزآبادی از ورود ابزارهای جدید برای جذب سرمایه بخش خصوصی برای تأمین مالی اکوسیستم دانش‌بنیانی کشور گفت و افزود: در تلاش هستیم با تشکیل صندوق‌های خطرپذیر مردمی، سرمایه بخش خصوصی سنتی را در کنار سرمایه دولتی وارد این اکوسیستم کنیم.  
از سوی دیگر او در واکنش به محدودیت‌های اینترنتی که باعث مشکلات زیادی برای تیم‌های دانش‌بنیانی و استارت‌آپی شده، اعلام کرد که با همکاری وزارت ارتباطات در حال شکل دادن به مراکز نوآوری در مناطقی مانند پارک پردیس یا منطقه ویژه پیام هستند تا تیم‌های علاقه‌مند به صورت کاملاً حرفه‌ای از بالاترین سطح شبکه ارتباطی کشور استفاده کنند.  
طبق اعلام فیروزآبادی، صندوق نوآوری شکوفایی تا پایان آذر سال گذشته سه هزار و ۱۸۸ میلیارد تومان

## تأثیر اجرای طرح کارمزد بر صاحبان کارت‌خوان‌ها

# پی‌اس‌پی‌ها هزینه کارمزد پذیرندگان پرتراکنش را تقبل می‌کنند؟

طرح اصلاحیه نظام کارمزد قرار است پذیرندگان را هم وارد سیستم پرداخت کارمزد کند. بر اساس گزارش «راه پرداخت»، قرار است پذیرنده‌ها (پایانه‌های فروش) به ازای تراکنش‌های کمتر از ۶۰۰ هزار تومان مبلغ ثابت ۱۲۰ تومان کارمزد و به ازای تراکنش‌های بیش از ۶۰۰ هزار تومان، ۰/۰۰۲ (دو دهم درصد) مبلغ تراکنش تا سقف چهار هزار تومان کارمزد پرداخت کنند.



غزل یگانگی  
Ghazal28yeganeh@gmail.com

رئیس کمیسیون نرم‌افزارهای پخش، فروشگاه‌های و اصناف سازمان نصر تهران در این خصوص پیش‌بینی می‌کند حدود ۷۵ درصد از کارت‌خوان‌های بازار تعداد تراکنش بالا دارند و با اجرای این طرح باز هم پی‌اس‌پی‌ها هزینه‌های کارمزد آن‌ها را متحمل خواهند شد.

اولین نکته‌ای که اصناف و ذی‌نفعان نظام کارمزد در سمت پذیرندگان نسبت به آن گلایه دارند این است که چرا سهم مشورتی و هم‌اندیشی در جریان تدوین طرح اصلاح کارمزد نداشته‌اند.  
نکته دیگری که طرح اصلاحیه کارمزد در صورت اجرایی شدن ممکن است با آن مواجه شود، بحث عملکرد پذیرندگان با تراکنش بالاست.  
بانک مرکزی پیش‌بینی کرده بعد از اجرای دستورالعمل اصلاح نظام کارمزد، ۴۱ درصد از کل پایانه‌های فروش فعال در کشور (هشت میلیون و ۱۰۰ هزار پایانه)، کارمزد پرداختی روزانه زیر هزار تومان و ۶۲ درصد از کل ترمینال‌ها (پایانه‌های فروش)، کارمزد پرداختی روزانه زیر دو هزار تومان خواهند داشت؛ این

۶۲ درصد در واقع پایانه‌های فروشگاه‌های خرده‌فروشی هستند که تعداد تراکنش بالا و حجم مبلغ تراکنش پایین دارند. ۳۸ درصد از مجموع پایانه‌های فروش که شامل کارت‌خوان‌های با حجم تراکنش بالا هستند، کارمزد روزانه بالای دو هزار تومان خواهند داشت.  
اما این پیش‌بینی‌ها در عمل سوبیه‌های دیگری نیز خواهد داشت و آن هم نوع ارتباط پی‌اس‌پی‌ها و پذیرندگان است. در حال حاضر برخی پی‌اس‌پی‌ها برای افزایش سهم تعداد تراکنش‌هایشان، با پذیرندگان اصلی و پرتراکنش معامله کرده، صندوق فروشگاه‌های و تجهیزات و نرم‌افزارهای فروشگاه‌های رایگان در اختیارشان گذاشته و حتی در ازای تراکنش، به آنها پول پرداخت می‌کنند. حالا با طرح جدید بانک مرکزی به جای پیشنهادهای تشویقی از آن‌ها پول درخواست می‌شود.



بهرروز فروتن، بنیان گذار صنایع غذایی بهروز:

## اگر کسب و کارهای نوآور نبودند، همین شرایط حداقلی را هم نداشتیم

«بهرروز فروتن»، کارآفرین برتر و بنیان گذار صنایع غذایی «بهرروز» در نشست «چهار کارآفرین؛ چهار تجربه» با اشاره به سختی شرایط و ناهنجاری های زیادی که در جامعه وجود دارد، می گوید: «اینکه در این نشست افرادی دور هم جمع شده اند تا به ارتقای جامعه کمک کنند، نشانه خوبی است.» این پیشکسوت عرصه کارآفرینی ترجیح می دهد به جای واژه «کارآفرین» که به گفته او، در برخی موارد استفاده نادرستی از آن در کشور می شود، از واژه «نقش آفرین» یا «ارزش آفرین» استفاده کند و معتقد است که تعریف نقش آفرینی تبدیل کردن اندیشه به عمل است. بهروز فروتن در حاشیه این نشست به کارنگ می گوید: «امروز در زمینه اراده، امید و تلاش بین جوانان ضعف وجود دارد که البته این موضوع به آنان بر نمی گردد بلکه مدیریت کلان کشور باید بتواند تسهیلات لازم را حداقل از نظر مشوق های اجتماعی برای نقش آفرینان فراهم کند. در گذشته ما بسیار تلاش می کردیم که به یک فرهنگ کارآفرینی برسیم که تا حدودی به آن رسیده ایم. امروز این تلاش باید بیشتر شود تا دولت مردان باور کنند که نقش آفرینان هویت اصلی جامعه هستند.» فروتن

درباره محدودیت های کسب و کارهای نوآور ایرانی مانند اینترنت و... باور دارد: «ما مثل آب هستیم و هر چند خیلی سخت اما راه را پیدا می کنیم.» او می گوید: «من با فضای کسب و کارهای نوآور و استارت آپی از نزدیک آشنا هستم و می دانم اگر همین تعداد محدود بچه های این حوزه نبودند، در حال حاضر این شرایط حداقلی را هم نداشتیم.»



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم



# محیط کسب و کار دستکاری شده

# آفت اقتصاد کشور

در نشست «چهار کارآفرین؛ چهار تجربه» کانون کارآفرینی تهران مطرح شد

اولین نشست انتقال تجربه کانون «کارآفرینی استان تهران»، با عنوان «چهار کارآفرین؛ چهار تجربه» روز چهارشنبه، ۱۳ اردیبهشت برگزار شد. در این نشست چهار تن از کارآفرینان که فارغ التحصیلان دانشگاه شریف بودند، تجربه های خود از مسیر طی شده را با مخاطبان به اشتراک گذاشتند و در بخش پرسش و پاسخ با حاضران در نشست به گفت و گو پرداختند.

## کارآفرینان باید یکدیگر را بشناسند

علی نقیب، کارآفرین و رئیس هیئت مدیره شرکت بهداشتی دکتر عبیدی، سخنران اول نشست با تأکید بر اهمیت کار تشکیلی و تأثیر آن بر رشد و تعالی تفکر کارآفرینان و جامعه می گوید: «ما در ایران کارآفرینان زیادی داریم که هر یک به تنهایی کار می کنند؛ اگر ما یکدیگر را بشناسیم، می توانیم سرعت کارآفرینی خود را افزایش دهیم.» او مخاطب هدف کانون کارآفرینی تهران را مدیران و افراد جوانی که می خواهند در کشور کسب و کار خلاق و نوآور داشته باشند، عنوان می کند. این کارآفرین در ادامه برخی از تجربه های خود در عرصه کارآفرینی را به اشتراک می گذارد و تأکید می کند که کسب و کارهایی که به صورت ایده مطرح می شوند، حتماً باید رقابت پذیر بوده و تجاری سازی شوند تا بتوانند موفق باشند.

## تحریم و فرصت سوزی برای کسب و کارهای داخلی

فرزاد سرلتی، رئیس هیئت مدیره شرکت نوین دانش آینده (ندا) دیگر سخنران این نشست با اشاره به تجربیات خود در حوزه طراحی و اجرای سیستم های کنترل با استفاده از PLC ها که از دهه ۶۰ آغاز شده و همکاری با شرکت های خارجی مانند زیمنس که بعدها به دلیل تحریم ادامه نیافت، می گوید که به دلیل عدم ارتباط با کشورهای دیگر، بهروز بودن برای شرکت های داخلی کار دشواری است. او ضمن اشاره به فرصت های خوبی که به علت تحریم امکان استفاده از آن را در مجموعه خود نداشته اند، تأکید می کند که هر وقت راهی برای ارتباط با کشورهای خارجی یافت شده، شرکت های ایرانی توانسته اند رشد کنند.

امید؛ مهم ترین چالش کارآفرینان امروز مسعود شاهمرادی، بنیان گذار و مدیرعامل شرکت تجارت خلاق هدف (فروشگاه اینترنتی خانومی) در صحبت های خود به مراحل رشد کسب و کارهای نوآور، چالش های این حوزه، تفاوت «اسکیل آپ» با «رشد» و همچنین مفاهیم «رهبری» و «مدیریت» در کسب و کارهای نوآور می پردازد.

شاهمرادی در حاشیه این نشست به کارنگ می گوید: «برگزاری رویداد انتقال تجربه فرصتی است که افرادی که مشغول کارآفرینی هستند یا می خواهند وارد این حوزه شوند، بتوانند تجربه های افرادی را که در این مسیر جلوتر هستند، بشنوند. زمانی که ما کسب و کار خود را آغاز

کردیم، کسی نبود که چنین تجربه هایی را در اختیار ما بگذارد. آن زمان ما خیلی چیزها را برای اولین بار در ایران تجربه می کردیم و همین امر باعث شد میزان سعی و خطایمان بالا باشد. این کارآفرین تأکید می کند که در حوزه کسب و کار نباید زمان تصمیم گیری ها اشتباه باشد و ادامه می دهد: «برای مثال ما در مجموعه خانومی دو سال دیر اقدام به دریافت سرمایه کردیم و اگر این کار زودتر انجام می شد، احتمالاً سرعت رشد مجموعه بالاتر از چیزی که هست، می بود.»

به گفته شاهمرادی بزرگ ترین چالش بچه هایی که این روزها وارد این حوزه می شوند، امید و نگرداشتن آن است. او با اشاره به نقل قولی از دکتر لشکر بلوکی تأکید می کند که باید امیدوار بود و کار را درست انجام داد، اما این امید باید بدون زمان باشد.

## باید آگاهی مردم نسبت به آفت «محیط اقتصادی دستکاری شده» بالا رود

مرتضی هداوندی، بنیان گذار و مدیرعامل شرکت رازین پلیمر راه ابریشم و برگزیده نشان امین الضرب با بیان بخشی از تجربه های خود در حوزه کسب و کار به این موضوع می پردازد که «محیط کسب و کار دستکاری شده»، دخالت های قیمتی دولت یا قیمت گذاری دستوری آفت اقتصاد کشور ماست و

تا زمانی که این آفت شناسایی و حل نشود و آگاهی مردم درباره آن افزایش نیابد، کشور در مسیر پیشرفت قرار نخواهد گرفت. او تأکید می کند که این آفت پیش از انقلاب هم وجود داشته و ادامه دارد. در این فضا نهادهایی شکل گرفته اند که با نام حمایت از تولید و کمک به رشد یک محصول، امتیازاتی از دولت می گیرند، اما این امتیازات باعث رشد آن کسب و کار نمی شود، بلکه تنها صاحبان آن را ثروتمند می کند.

هداوندی در ادامه با اشاره به مثال هایی در صنعت نشر کتاب و دام و طیور می افزاید: «این اتفاق باعث شده که افراد به جای تمرکز بر کسب و کار خود و رشد آن به این مشغول می شوند که چیزی را ارزان

## بزرگ ترین چالش بچه هایی که این روزها وارد حوزه کارآفرینی می شوند، امید و نگرداشتن آن است

بخرند و در بازار آزاد گران تر بفروشند.» به گفته هداوندی «محیط کسب و کار دستکاری شده» در حوزه های مختلف از جمله شرکت های دانش بنیان هم وجود دارد و نتیجه آن این است که این شرکت ها به جای تمرکز بر تولید محصول خوب و باکیفیت، موضوعات دانش بنیان شدن، وام گرفتن و... را در مرکز توجه خود قرار می دهند. این موضوع به نوعی منبع خلق ثروت است، بدون آنکه نیازی به کار، فعالیت و تولید محصول باشد. هداوندی آفت اول چنین سیستمی را ائتلاف توان و انرژی نیروهای مولد عنوان می کند، به این شکل که کسب و کارها بعد از مدتی می بینند پول سازی در جایی که محصول خوب و باکیفیت می سازند، نیست؛ بلکه جایی است که شرکت ها در حال دریافت امتیازات دولتی هستند. آفت دوم این سیستم از نگاه این کارآفرین، فساد اداری است. او در این باره می گوید: «وقتی شما چیزی را با یک گپ زیاد (در قیمت) توزیع می کنید، هر چقدر هم نهادهای ناظر و کنترل کننده بگذارید، فساد راه خودش را باز می کند.» هداوندی ادامه می دهد که با این سیستم کار و فعالیت از بین می رود و در نتیجه کشور مستهلک و کهنه می شود. او باور دارد: «۹۰ درصد بنگاه های اقتصادی که در ایران شکل گرفته اند، کارشان این است که چیزی را از دولت ارزان بگیرند و گران بفروشند؛ زیرا با این روش به سوددهی می رسند، نه با تولید محصول باکیفیت.»

# «شاید موافق نباشید!»

هر شنبه، تحلیل خبرهای اکوسیستم با رضا جمیلی

بسندگی کردن به سخت خبرها که صرفاً تیرها را به شما می دهند چیز زیادی از واقعیت ماجراها نصیبتان نمی کند. اگر در دام نرم خبرها و داستان هایی که برندها برای خودشان می سازند هم بیفتید که تأکید اول و آخرشان این است که «ما خوبیم» یا «همه عالم سر ناسازگاری با ما دارند...» یک چاه ویل دیگر است. سردبیر کارنگ می گوید در این برنامه تلاش دارد تحلیل وقایع و اتفاقات را برای خبرها و اهداف منتشرکنندگان آنها با شما در میان بگذارد.

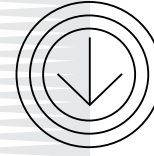
از انتخابات رستا تا بحث بر سر آینده اکوسیستم  
در برنامه این هفته



اسکن کنید

استودیو راهکار





## گفت‌وگو با سجاد عباسی فشمی دبیر دوازدهمین نمایشگاه اینوتکس اینوتکس؛ متفاوت از گذشته

مهم‌ترین رویداد حوزه کسب‌وکارهای نوآور در هفته پیش رو، نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری (اینوتکس) است که ۱۹ تا ۲۲ اردیبهشت در محل پارک فناوری پردیس برگزار می‌شود. این جشنواره امسال با تغییراتی همراه بوده که برای اطلاع از جزئیات آن به سراغ دبیر اجرایی این رویداد رفتیم.

سجاد عباسی فشمی، دبیر دوازدهمین نمایشگاه اینوتکس درباره تغییرات این رویداد نسبت به سال‌های گذشته به کارنگ می‌گوید: «مهم‌ترین تغییر در نمایشگاه امسال، همزمانی آن با اولین دوره رویداد تأمین مالی نوآوری و فناوری (فینوتکس) است. فینوتکس هم توسط معاونت علمی برگزار می‌شود؛ در واقع موضوعات مرتبط با حوزه مالی در سالنی به نام فینوتکس بررسی خواهد شد که شامل بخش‌ها و برنامه‌های مختلفی است، اما نمایشگاه به صورت یکپارچه برگزار خواهد شد.»

عباسی فشمی می‌افزاید: «نمایشگاه امسال به لحاظ مترژ و فیزیکی نیز با توسعه همراه بوده و می‌توان گفت نسبت به سال گذشته ۵۰ الی ۶۰ درصد افزایش فضا و ظرفیت داشتیم. با وجود این توسعه و افزایش فضا، ظرفیت نمایشگاه پیش از تحویل سال به صورت کامل توسط شرکت‌ها رزرو شد.»

دبیر اجرایی اینوتکس در این باره ادامه می‌دهد: «امسال ظرفیت این رویداد ۴۵۰ مشارکت‌کننده است، اما تعداد تقاضا برای

شرکت در این نمایشگاه بسیار بیشتر از این ظرفیت بوده و در حال حاضر با وجود اینکه فهرست رزرو تکمیل شده، اما همچنان شاهد درخواست‌های جدید از سوی شرکت‌ها برای حضور هستیم. هرچند متأسفانه امکان اینکه بتوان ظرفیت نمایشگاه را افزایش داد، وجود ندارد.»

به گفته سجاد عباسی فشمی در زمینه تقاضاهای حضور در رویداد اینوتکس برای جلوگیری از بروز حواشی، گزینشی عمل نشده، بلکه ملاک اولویت در زمان ثبت نام بوده، به این صورت که هر کس زودتر ثبت نام کرده، استقرار آن قطعی و در محل خود جانمایی شده است.

دبیر دوازدهمین دوره اینوتکس با اشاره به نظرسنجی‌هایی که در سال‌های گذشته صورت گرفته، می‌گوید: «موردی که تا سال گذشته مخاطبان را کمی سردرگم می‌کرد و عده زیادی در نظرسنجی‌ها به آن اشاره کرده بودند، عدم تفکیک هویت‌های مختلف در نمایشگاه بود. با توجه به اینکه نمایشگاه در حوزه نوآوری است، این انتظار می‌رفت که بخش‌های مختلف این حوزه از هم تفکیک شوند؛ در رویداد امسال این مسئله حل شده و بخش‌هایی مانند استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده‌ها، شرکت‌های فناوری، سرمایه‌گذاران خطرپذیر و... هر کدام یک سالن اختصاصی دارند.»

او تأکید می‌کند: «یکی از اتفاقات مهم دیگری که امسال در نمایشگاه اینوتکس رقم خورده، اپلیکیشن نمایشگاه است که سعی کردیم با تمرکز بر آن دیگر چاپ‌زمانی رویدادها را به صورت فیزیکی نداشته باشیم. لینک این اپلیکیشن در سایت اینوتکس موجود است و بازدیدکنندگان می‌توانند با مراجعه به آن اطلاعاتی مانند موضوع و زمان برگزاری رویدادها و سخنرانی‌ها را مشاهده کنند. همچنین در این اپلیکیشن مراجعان می‌توانند از امکانات دیگری از جمله ارتباط با مخاطبان، غرفه‌داران و ارتباط تصویری شبکه‌سازی استفاده کنند که برای اولین بار در این رویداد اتفاق می‌افتد. استفاده از اپلیکیشن به جای نسخه‌های چاپی در رویدادهای بزرگ دنیا نیز مرسوم است.»

سجاد عباسی فشمی درباره ارائه خدمات رفاهی در این رویداد می‌گوید: «امسال با تأمین‌کنندگان مختلفی صحبت کردیم و بر این اساس در محیط نمایشگاه دو فضای «فود کورت» برای استفاده مخاطبان و بازدیدکنندگان اینوتکس در نظر گرفته شده؛ در این فضاها سعی شده غذاها و نوشیدنی‌های متنوع و باکیفیتی ارائه شود.»

# پیرکردن شکاف بزرگ

امیرحسین صادقی، عضو تیم اجرایی رویداد فینوتکس از افزایش تعداد سرمایه‌گذاران و حجم سرمایه‌گذاری در این رویداد خبر داد

فینوتکس برمی‌شمارد و می‌افزاید: «یکی دیگر از اهداف ما این است که جریان‌های جدید مالی را به اکوسیستم وارد کنیم و همچنین بتوانیم آنهایی را که از قبل با این حوزه آشنایی دارند، بیشتر تشویق کنیم. در همین راستا بخشی به نام «جشنواره تأثیرگذاران حوزه تأمین مالی نوآوری و فناوری» در نظر گرفتیم تا در آن با هدف تجلیل و تشویق بتوانیم شرایطی را فراهم کنیم که این عزیزان معرفی شوند؛ در این جشنواره بحث رتبه‌بندی مطرح نیست. هدف بیشتر همان انگیزه‌بخشی به این عزیزان است تا موجب شود در این حوزه بیشتر فعالیت کنند و همچنین بخش‌هایی از این حوزه را که کمتر شناخته شده‌اند، معرفی کنیم تا شاهد حضور پررنگ‌تر ایشان در فضای تأمین مالی اکوسیستم نوآوری باشیم. زمان برگزاری این جشنواره، روز افتتاحیه رویداد اینوتکس در نوزدهم اردیبهشت خواهد بود.»

### برگزاری نشست‌های گوناگون

به گفته او بخش جشنواره فینوتکس برای اولین بار است که به این شکل برگزار می‌شود. فینوتکس همچنین یک بخش نمایشگاهی دارد که در آن از نهادهای سرمایه‌گذار در سطوح مختلف مانند وی‌سی‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و نهادهای مالی اثرگذار برای حضور در آن دعوت شده است. برای این نمایشگاه فضایی در کنار فضای اینوتکس

در نظر گرفته شده که مخصوص حوزه‌های تأمین مالی است.

این کارشناس حوزه سرمایه‌گذاری و توسعه کسب‌وکار بین‌المللی می‌گوید:

«بخش دیگری که در این رویداد به دنبال آن بوده‌ایم، بررسی چالش‌ها و ظرفیت‌هایی است که در این حوزه وجود دارد و می‌توان از آن استفاده کرد. در این راستا سه نشست داریم که روز آخر رویداد برگزار می‌شوند و در آنها به موضوع‌های مختلفی مانند «IPO»

و «PIPO» پرداخته خواهد شد. در این نشست‌ها نهادهای مختلف، شرکت‌ها، کارآفرینان، نهادهای ناظر، رگولاتور و افراد کارشناس حضور خواهند داشت. موضوع دیگری که در نشست‌های فینوتکس به

امسال قرار است اولین دوره رویداد بین‌المللی تأمین مالی نوآوری و فناوری در ایران با نام «فینوتکس» برگزار شود تا بستری برای آشنایی بیشتر سرمایه‌گذاران با اکوسیستم نوآوری کشور فراهم آورد. در دوره‌های پیشین «اینوتکس» بخش‌هایی مانند «کافه سرمایه» سعی در ایجاد چنین فضایی داشتند، اما امسال با توجه به اهمیتی که موضوع جذب سرمایه برای کسب‌وکارهای نوآور پیدا کرده، فینوتکس به عنوان رویدادی اختصاصی در این حوزه همزمان با اینوتکس کار خود را آغاز خواهد کرد.

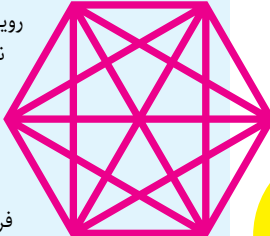
### جمع کردن بازیگران یک اکوسیستم

امیرحسین صادقی عضو تیم اجرایی رویداد «فینوتکس» به کارنگ می‌گوید: «با توجه به شعاری که اینوتکس دارد: «اکوسیستم نوآوری زیر یک سقف»، ما نیز در فینوتکس به دنبال این هستیم که تمام بازیگران حوزه تأمین سرمایه نوآوری و فناوری را زیر یک سقف گرد هم بیاوریم و هر سال این رویداد را بزرگ‌تر و مؤثرتر برگزار کنیم.» امیرحسین صادقی ادامه می‌دهد: «پیش از این هم یکی از بخش‌های رویداد اینوتکس، موضوع سرمایه‌گذاری بوده است. ما با توجه به چالش‌هایی که اکوسیستم نوآوری در حوزه تأمین مالی با آن مواجه

است، نیاز به رویدادی تخصصی در این زمینه را احساس می‌کردیم. در حوزه تأمین مالی ما شاهد شکاف بزرگ میان عرضه و تقاضا هستیم؛ به این معنا که تعداد افراد، تیم‌ها و مجموعه‌هایی که نیاز به تأمین سرمایه دارند، بیشتر از افراد و نهادهایی است که به سرمایه‌گذاری علاقه‌مند هستند؛ بنابراین دوست داشتیم شرایط را به نحوی فراهم آوریم که بازیگران تأمین سرمایه در حوزه نوآوری و فناوری دور هم جمع شوند.

بازیگران عمده این حوزه بازارهای پولی و بانکی، بازار بیمه و بازار سرمایه (بورس و فرابورس) هستند که هر سه در رویداد فینوتکس حضور خواهند داشت.» او ایجاد هم‌افزایی در حوزه تأمین مالی را از اهداف رویداد

گفت‌وگو  
INTERVIEW

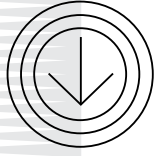


شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سوم



رضا امیرزاده

Amirzadeh.reza@gmail.com



## نگاهی به اولین دوره رویدادی که همزمان با اینوتکس دوازدهم برگزار می‌شود فینوتکس؛ بستری برای جذب سرمایه

منابع اغلب از سمت دولت به این اکوسیستم تزریق می‌شده است. این منابع هم از طریق مکانیسم‌هایی مانند معاونت علمی و فناوری، صندوق نوآوری و شکوفایی و مکانیسم‌های دیگر در اختیار فعالان اکوسیستم دانش‌بنیان کشور قرار می‌گرفته، اما این منابع به خاطر وابستگی‌ای که به بودجه دارند، محدود هستند و از طرف دیگر نیاز فعالان این اکوسیستم به منابع مالی و سرمایه‌ای در حال گسترش است و همین امر شرایط تأمین بودجه را سخت می‌کند.

سیاوش ملکی فر، معاون توسعه صندوق نوآوری و شکوفایی نیز باور دارد نهادهای تأمین مالی باید همزمان با رشد شرکت‌های دانش‌بنیان توسعه یابند، اما این اتفاق در کشور رخ نداده است.

به گفته ملکی فر از سال ۱۳۹۲ (شکل‌گیری صندوق نوآوری و شکوفایی) تاکنون تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان از مرز ۸۳۰۰ شرکت فراتر رفته، اما منابع این شرکت‌ها همزمان با این میزان رشد، افزایش پیدا نکرده است. تا جایی که منابعی که صندوق نوآوری و شکوفایی به‌عنوان یک صندوق دولتی باید در اختیار این بازار می‌گذاشت، در گام اول سه هزار میلیارد تومان بود که این میزان تأمین نشد. منابعی که دولت به این صندوق اختصاص داده، همان ۲٫۶ همت باقی مانده است.

او در ادامه گفته است: «صندوق نوآوری ۲٫۶ همت بیشتر سرمایه نداشته، ولی تاکنون ۳۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان به شرکت‌های دانش‌بنیان خدمات ارائه داده است. چگونه یک صندوق دو هزار و ۶۰۰ میلیارد تومانی می‌تواند بیش از ۳۷ هزار میلیارد تومان به شرکت‌های دانش‌بنیان خدمات مالی ارائه دهد؟ پاسخ آن روشن است: از طریق همکاری با سایر بازیگران.»

اولین دوره «فینوتکس»، رویداد بین‌المللی تأمین مالی نوآوری و فناوری کشور قرار است همزمان با رویداد «اینوتکس» از ۱۹ تا ۲۲ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۲ در محل پارک فناوری پردیس برگزار شود. معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری هدف اصلی از برگزاری این رویداد را «معرفی ظرفیت‌های تأمین مالی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای رشد حداکثری تولیدات دانش‌بنیان و جذب منابع مالی جدید به عرصه اقتصاد دانش‌بنیان» عنوان کرده است.

پیش از این روح‌الله دهقانی، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری در نشست شورای سیاست‌گذاری فینوتکس با بیان اینکه وجود یک نظام تأمین مالی نوآورانه و منسجم نیاز اصلی زیست‌بوم فناوری و نوآوری است، گفته است: «شرکت‌های دانش‌بنیان بسیاری هستند که علاوه بر رسیدن به تولید و عرضه محصول به سودآوری و خلق ارزش نیز رسیده‌اند، اما برای تأثیرگذاری در اقتصاد و جامعه، نیازمند یک نظام تأمین مالی مبتنی بر ماهیت و ساختار زیست‌بوم فناوری و نوآوری هستند.»

او از تأمین مالی جمعی به‌عنوان یکی از الگوهای راهگشا در جذب سرمایه‌ها به حوزه علم، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان یاد و تأکید کرده که باید برای سرمایه‌های سرگردان و حجم قابل توجه نقدینگی، برنامه‌ریزی جدی صورت بگیرد. دهقانی فینوتکس را رویدادی دانسته بود که می‌تواند در این هدف‌گذاری، اثرگذار باشد، به‌طوری که سیل سرمایه‌های در دست مردم را به سمت و سوی توسعه فناوری و نوآوری هدایت کند.

به گفته هاشم آقازاده، دستیار معاونت علمی و فناوری، در یک دهه اخیر روال و فرایند تأمین مالی در اکوسیستم بر این مبنا بوده که

اینوتکس برگزار می‌شود، به حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی اختصاص خواهد داشت که سرمایه‌گذاران و سرمایه‌پذیران می‌توانند در آن حضور داشته باشند. همچنین بخشی ویژه برای بازی‌های حوزه مالی طراحی شده که در آن مخاطبان نمایشگاه و سرمایه‌گذاران می‌توانند با مفاهیم این حوزه آشنا شوند. این بازی‌ها از سویی می‌توانند مسیر را به سرمایه‌گذاران نشان دهند یا روی طرز تفکر آنها تأثیر بگذارند و همچنین افراد را با اجزای گوناگون حوزه زیست‌بوم تأمین سرمایه آشنا کنند. امیرحسین صادقی می‌گوید: «در حال حاضر حدود ۱۱۰ تیم و شرکت به کافه سرمایه ما ورود کرده‌اند و تقریباً حدود ۶۰ سرمایه‌گذار برای حضور درخواست داده‌اند که این آمار در حال به‌روزرسانی و افزایش است. در این میان تیم‌هایی که بررسی کردیم و حضورشان در کافه سرمایه قطعی شده، حدود ۷۰ تیم است که البته این آمار به‌روز خواهد شد.»

### تمرکز بر افزایش سهم شرکت‌های نوآور از تولید ناخالص داخلی

بر اساس گفته‌های صادقی تیم‌های شرکت‌کننده در این رویداد از ۲۰ استان کشور هستند که مانند همیشه بیشترین حضور مربوط به استان تهران است. همچنین تیم‌هایی از استان‌های اصفهان، خراسان رضوی، سیستان و بلوچستان، کرمان و... در فینوتکس شرکت دارند. به‌طور کلی این تیم‌ها از پارک‌های علم و فناوری، مراکز توسعه کسب‌وکار، کارخانه‌های نوآوری، شتاب‌دهنده‌ها، مراکز نوآوری و فضای کار اشتراکی می‌آیند و همچنین شاهد حضور تعدادی از تیم‌های استارت‌آپ استودیویی در این رویداد خواهیم بود.

آموزش، آی‌تی و نرم‌افزار، تجهیزات پزشکی، فناوری مالی، گردشگری و حمل‌ونقل، فناوری‌های زیستی، حوزه ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته، حوزه محیط زیست و کشاورزی، هنر و رسانه و... نیز از جمله حوزه‌هایی است که این تیم‌ها در آن فعالیت دارند که نشان‌دهنده تنوع در فضاهای ارائه‌شده در این رویداد است. صادقی تأکید می‌کند حوزه هنر و رسانه از موضوعاتی است که دوست داریم بیشتر روی آن کار کنیم.

او اضافه می‌کند: «۲۰ الی ۲۵ درصد از این تیم‌ها نمونه اولیه دارند، ۴۰ درصد دارای کاربر و درآمد هستند و به عبارتی وارد بازار شده‌اند و ۴۰ درصد از این تیم‌ها هم روند راه‌اندازی را پشت سر گذاشته و در مراحل اولیه کار هستند.» این کارشناس حوزه سرمایه تأکید می‌کند که موضوع تأمین مالی یکی از موضوعات جدی کشور است و باید به آن نگاه جدی‌تری داشت. با توجه به اتفاقاتی که در فضای اکوسیستم افتاده و ظرفیتی که برای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان شکل گرفته، به‌منظور اینکه سهم شرکت‌های نوآور در تولید ناخالص داخلی افزایش یابد، باید نهادهای سرمایه‌گذار و بازیگران این حوزه بیشتر وارد این فضا شوند. صادقی باور دارد: «باید شرایطی را فراهم آورد که سرمایه‌گذاران بتوانند به این فضا برای سرمایه‌گذاری اعتماد کنند؛ چراکه شاهد اتفاقات و تغییرات بزرگی در کشور بوده‌ایم. شاید ۱۰ سال پیش کسی فکر نمی‌کرد کسب‌وکارهایی راه‌اندازی شوند که بتوانند هزار نفر یا حتی چند هزار نفر را ذیل خودشان در فضای اکوسیستم نوآوری به کار بگیرند، اما امروز شاهد اتفاقاتی از این دست هستیم. شرایط باید به گونه‌ای باشد که ما بتوانیم در این سیستم خروج موفق داشته باشیم و سرمایه‌گذاران نگاه جدی‌تری به این فضا داشته باشند. همچنین باید بتوانیم فضاهای جدید در حوزه سرمایه‌گذاری مانند معدن، فناوری‌های دارویی، امنیت غذایی و غذا و در مجموع حوزه‌هایی را که بازارهای جدیدی دارند و کسب‌وکارها کمتر به سراغشان رفته‌اند، پررنگ‌تر کنیم.»

آن پرداخته‌ایم، قانون جهش دانش‌بنیان است که ظرفیت‌هایی را برای تأمین مالی داشته و می‌توانسته در این حوزه کمک‌کننده باشد. همچنین نشست دیگری داریم که در آن نهادهای گوناگون پولی، بانکی و بیمه‌ای را در کنار هم خواهیم داشت تا بتوانیم نوعی هم‌افزایی را در آنجا شکل دهیم.» به گفته صادقی کارگاه‌هایی که در فینوتکس برگزار می‌شود، بر اساس نیازهای احصا شده از زیست‌بوم نوآوری و فناوری در حوزه تأمین سرمایه است و برگزارکنندگان سعی کرده‌اند موضوعاتی در این کارگاه‌ها مطرح شود که مخاطبان ویژه خود را دارند. یکی از موضوعاتی که در این کارگاه‌ها به آن پرداخته می‌شود، مالکیت معنوی در حوزه سرمایه‌گذاری است که با مخاطبان متفاوت طی روزهای رویداد برگزار خواهد شد.

### کافه سرمایه؛ پررنگ‌تر از همیشه

این عضو تیم اجرایی فینوتکس درباره بخش «کافه سرمایه» که برای جذب سرمایه در نظر گرفته شده، می‌گوید: «این بخش در سال‌های گذشته نیز با همین نام کافه سرمایه در اینوتکس برگزار می‌شده است. امسال اما در فینوتکس سعی کردیم در این بخش علاوه بر افزایش تعداد سرمایه‌گذاران،

حجم سرمایه‌گذاری هم بیشتر از گذشته باشد و امیدواریم با برگزاری این رویداد شاهد نتایج خوبی در این بخش باشیم.» بر اساس گفته‌های امیرحسین صادقی بخش دیگری که همراه با پویون منتورها و مشاوران



شماره ۹۴  
اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم





## تأمین مالی مهم ترین مسئله اکوسیستم نوآوری

هاشم آقازاده، دستیار معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری می گوید رویکرد این دوره از معاونت علمی، بیشتر از اینکه حمایتی باشد، بر مبنای بازدهی اقتصادی است. به همین دلیل مذاکراتی با بخش های مختلف اقتصادی و بازارهای گوناگون داشته اند تا بتوانند مشکل تأمین نقدینگی شرکت های دانش بنیان و نوآور را نه با پول دولتی که با پول های سرگردان سازمان ها و نهادها و سرمایه بخش خصوصی حل کنند. بازار بورس، نظام بانکی، بیمه ها، شرکت های بزرگ صنعتی، وزارتخانه ها، سازمان هایی چون ستاد اجرایی فرمان امام، بنیاد مستضعفان و... همگی در این فهرست قرار دارند و حتی قرار است از رویکرد کراذفاندینگ یا همان تأمین مالی جمعی نیز در خصوص برخی پروژه ها بهره برده شود.

آقازاده می گوید در رویداد فینوتکس، جشنواره ای به نام جشنواره تأثیرگذاران تأمین مالی فناوری و نوآوری دارند و می خواهند از کسانی که تا به حال در این بخش زحمت کشیده اند و تأثیرگذاری بیشتری داشته اند، تجلیل کنند. «به دنبال رتبه بندی هم نیستیم. در هر دسته ای مثل بانک، بیمه، شتاب دهنده، صندوق پژوهش و فناوری، وی سی و... از چند مجموعه که فعالیت بیشتری داشته اند، تقدیر می شود. برای این کار هم یک کمیته علمی تشکیل داده ایم و با رعایت همه موضوعات تخصصی، فنی و علمی، شاخص هایی تعیین کرده ایم و بر این اساس شاخص جامعی به نام دانش بنیان یاری ایجاد کردیم که با آن میزان مشارکت و اثرگذاری را می سنجیم. در کنار جشنواره نیز کافه سرمایه را پیش بینی کردیم که جلسات B2B بین سرمایه گذاران و سرمایه پذیران انجام می شود. متقاضیان از پیش ثبت نام و وقت خود را رزرو می کنند. جالب است بدانید ظرف همین مدت کم اطلاع رسانی، بیش از هزار میلیارد تومان هم از سوی عرضه کنندگان منابع مالی و هم از طرف تقاضا کنندگان درخواست آمده است.» بخش دیگر فینوتکس تأمین مالی جمعی حین رویداد است. به گفته آقازاده چند پروژه شناسایی شده اند و در فینوتکس معرفی می شوند و در همان رویداد، مردم این امکان را دارند که سرمایه گذاری خود را انجام دهند.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

# از بانک تا کراذفاندینگ متنوع سازی مسیرهای تأمین مالی

گفت و گو با هاشم آقازاده، دستیار معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری درباره اولین دوره رویداد فینوتکس و رویکردهای این معاونت در حوزه تأمین مالی شرکت های دانش بنیان و نوآور

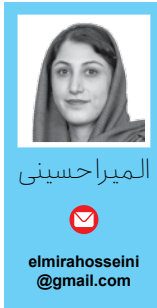


با توجه به تورم مهارگسیخته ای که طی سال های اخیر با آن مواجه بوده ایم، صاحبان سرمایه در میزان هزینه کرد خود در بخش های مختلف دقیق تر شده اند. همین امر باعث شده سر حوزه پرریسکی مانند کسب و کارهای نوآور و دانش بنیان تا حدود زیادی بی کلاه بماند؛ به خصوص که دست اندازهای تنظیم گری می تواند روند فعالیت این شرکت ها را با چالش مواجه کند و بر ریسک فعالیت آنها بیفزاید. شاید بتوان گفت در حال حاضر مهم ترین مسئله زیست بوم نوآوری همین موضوع تأمین مالی باشد. بر همین اساس، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهوری اولین دوره رویداد فینوتکس را با تمرکز بر تأمین مالی کسب و کارها همزمان با دوازدهمین دوره رویداد اینوتکس برگزار خواهد کرد. این معاونت پیش تر هم نشان داده بود که روی موضوع تأمین مالی تأکید بسیار دارد و به خصوص تمرکز بر تأمین کنندگانی است که تا امروز نقش چندانی در سرمایه گذاری روی کسب و کارهای دانش بنیان و نوآور نداشته اند؛ مانند بازار بورس، بانک، بیمه و... در گفت و گوی پیش رو هاشم آقازاده، دستیار معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری هم درباره رویکردهای جدید این معاونت در خصوص تأمین مالی توضیح می دهد و هم درباره چپستی و چرایی برگزاری رویداد فینوتکس توضیحاتی را مطرح می کند. وی دانشیار مدیرت بازرگانی دانشگاه تهران و رئیس دانشکده تجارت و مالیات این دانشگاه است و پیش از این در مقام معاون اجرایی پارک علم و فناوری دانشگاه تهران فعالیت داشته است.

معاونت علمی در دوره آقای دهقانی، بر گسترده شدن روش های تأمین مالی شرکت های دانش بنیان تأکید دارد. شما به عنوان دستیار ایشان، این گستردگی را چگونه می بینید؟

همان طور که می دانید متولی موضوع دانش بنیان، معاونت علمی و فناوری است. سال ۱۴۰۱ برای حوزه دانش بنیان دو اتفاق خیلی خوب افتاد. اول اینکه سال ۱۴۰۱ توسط مقام معظم رهبری با عنوان دانش بنیان نام گذاری شد. در اردیبهشت همان سال نیز قانون جهش تولید دانش بنیان به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. همچنین سال گذشته آیین نامه ها و دستورالعمل های بسیاری در این خصوص تصویب شد که بسیاری از آنها نهایی شده اند و برخی هم در حال نهایی شدن هستند. مضاف بر اینها، موضوع اقتصاد دانش بنیان به عنوان و مأموریت معاونت

علمی افزوده شد و نام معاونت به معاونت علمی و فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری تغییر یافت. دکتر دهقانی به عنوان معاون این نهاد دید بازی نسبت به اقتصاد دانش بنیان و عملیاتی کردن آن دارد؛ بنابراین از طریق تغییرات ساختاری در معاونت سعی کرده توسعه اقتصاد دانش بنیان را در مأموریت های این نهاد اعمال کند؛ برای مثال معاونت توسعه دانش بنیان و معاونت تأمین مالی و توسعه سرمایه گذاری در معاونت علمی ایجاد شد. در واقع تا به حال منابعی که به بحث تأمین مالی و سرمایه گذاری دانش بنیان اختصاص می یافت، محدود بود و عمدتاً مبتنی بر بودجه ای که از طرف دولت در اختیار صندوق نوآوری و شکوفایی و معاونت علمی قرار می گرفت. در چند سال گذشته پایه این منابع حدوداً سه هزار میلیارد تومان بود که البته تمام آن هم عملیاتی نمی شد. در واقع این منابع را با مکانیسم ها و فرایندهایی به شرکت ها و مؤسسات و تیم های فناوری و نوآور و دانش بنیان تزریق می کردند. به دلیل اتفاقاتی که در چهار، پنج سال گذشته رخ داد، وضعیت اقتصادی کشور نسبت به گذشته دشوارتر شد، اما منابع



المیرا حسینی



elmirahosseini@gmail.com

دولتی نه تنها افزایش پیدا نکرد، بلکه از حجم و قدرت اثرگذاری آن نیز کاسته شد. از آن سو تعداد و مبلغ مورد نیاز شرکت های دانش بنیان، خلاق و نوآور افزایش پیدا کرد. تورم و شرایط اقتصادی هم روی نیاز این شرکت ها تأثیر گذاشت. اما همان طور که گفتیم، منبع قابل تأمین از سمت دولت نتوانسته بود متناسب با تورم افزایش پیدا کند. این مسئله باعث شد شکاف نسبتاً جدی بین عرضه منابع و تقاضا ایجاد شود. راه حل این بود که ما به سمت بخش های واقعی اقتصاد برویم و از بازارهای مالی که بتوانند در این عرصه کاری کنند، کمک بگیریم. بخش هایی که شاید تا به حال کمتر در حوزه دانش بنیان کار کرده بودند. بر این اساس دستور کار معاونت تأمین مالی و توسعه سرمایه گذاری این بود که پای این بخش های فعال بازارهای مالی را به این بخش باز کند تا آنها منابع مالی مورد نیاز معاونت را تأمین و این شکاف را پر کنند. منطق معاونت در دوره جدید، اقتصاد مبتنی بر بازدهی است. رویکردی که در گذشته دنبال می شد، بیشتر حمایتی بود اما رویکرد فعلی بر مبنای بازدهی اقتصادی است. این مسئله باعث شد ما به سمت بازارها و نهاد های مالی برویم و از آنها بخواهیم تا در تأمین مالی نوآوری و فناوری کشور ایفای نقش کنند.

درباره این بازارها و نهادهای مالی بیشتر توضیح می دهید؟ چه بخش هایی را برای همکاری در نظر گرفته اید؟

یکی از این بازارها، بازار پول یا نظام بانکی است؛ یعنی تمام بانک ها و مؤسسات اعتباری که کار بانکداری می کنند و پول را از مردم می گیرند و در قالب تسهیلات در اختیار واحدهای اقتصادی قرار می دهند. یکی از اولویتهای ما این است که نظام بانکی و بازار پول به شکل گسترده و قابل ملاحظه ای در اقتصاد دانش بنیان کشور ایفای نقش کنند. یعنی نه تنها به این حوزه خدمات مالی ارائه دهد، بلکه روی آن سرمایه گذاری کند. دومین بازار، بازار

سرمایه یا بورس است که از جمله نهادهایی است که به شکل جدی می تواند در تأمین مالی زیست بوم ایفای نقش کند. اولویت ما در بازار سرمایه ایجاد یک بازار تخصصی دانش بنیان است. با بازار سرمایه توافق کرده ایم شاخص تخصصی دانش بنیان به رسمیت شناخته شود و روی تابلو بیاید. به علاوه یک هیئت تخصصی دانش بنیان در بازار بورس شکل گیرد که شرکت های دانش بنیانی را که می خواهند وارد بازار بورس شوند، پذیرش کند. قبلاً هیئتی که دانش بنیان ها را بشناسد، در بازار بورس وجود نداشت و دانش بنیان ها با نگاه سنتی ارزیابی می شدند. موضوع دیگری که در بازار سرمایه دنبال می کنیم، به رسمیت شناخته شدن دارایی های نامشهود است. به علاوه از بازار سرمایه خواسته ایم تا نهادهای مالی دیگر مانند صندوق های خطر پذیر یا صندوق های اختصاصی یا شرکت های سرمایه گذاری را سمت سرمایه گذاری بر شرکت های دانش بنیان، فناوری و نوآور سوق دهند.

بازار مالی سوم که در دستور کار ما قرار گرفته، بازار بیمه است. در اصل قصد داریم شرایطی را فراهم کنیم که شرکت های بیمه به دانش بنیان ها خدمات بیمه ای ارائه دهند. بیمه های سنتی ریسک های شرکت های دانش بنیان را به راحتی پوشش نمی دهند. شاید تا حدودی هم حق دارند، چون شناختی از این حوزه ندارند. ما در بازار بیمه به دنبال ایجاد شرکت بیمه اختصاصی هستیم که بتواند محصولات، سطح کیفیت و ریسک های شرکت های دانش بنیان و فناوری ها و نوآوری های آنها را پوشش دهد و بیمه کند. موضوع دیگر این است که شرکت های بیمه سرمایه گذاری بر دانش بنیان ها را در سرفصل سرمایه گذاری های خود قرار دهند. خواسته دیگر ما ارزیاب تخصصی در حوزه دانش بنیان هاست. ما در حوزه دانش بنیان ها ارزیاب تخصصی که خسارت ها را ارزیابی کند، نداریم. به صورت مشترک در بازارهای بانک، بیمه و بورس نیز به دنبال توسعه فناوری های نوین مالی یا همان فین تک هستیم. اساساً دستور کار ما حمایت از توسعه و افزایش رشد این فناوری های جدید در بازارهای





آنجا مراجعه می‌کنیم.

گفته می‌شود کسب و کارهای ما و زیست‌بوم به دلیل شرایط خاصی که برخی تأمین‌کنندگان دارند، آمادگی دریافت آن منابع را ندارد. اکوسیستم باید چه تغییری در خود ایجاد کند که پذیرای این سرمایه‌ها باشد؟

من معتقدم روند زیست‌بوم رو به رشد است و تقریباً تمام جهت‌گیری‌ها به این سمت است که واحدهای فناوری روزبه‌روز رشد و توسعه پیدا کنند. واقعیت این است که حرف شما درست است و هنوز قد و قواره واحدهای فناوری و نیازهای مالی و طرح‌هایشان متناسب با اندازه‌ای نیست که از بازارهای بزرگ تأمین مالی شود، اما رفته‌رفته اصلاح خواهد شد. ما در این خصوص نگران نیستیم، زیرا معتقدیم وقتی ما بخش تأمین‌کنندگان را ایجاد کرده باشیم و آنها اعلام آمادگی کرده باشند، خود اکوسیستم به آن سمت حرکت خواهد کرد تا بتواند منابع مالی را دریافت کرده و رشد کند.

چطور می‌خواهید این بخش‌های عرضه‌کنندگان منابع مالی را به شرکت‌های دانش‌بنیان وصل کنید تا همکاری‌شان شکل بگیرد؟

یکی از مأموریت‌های ما در معاونت، متصل کردن عرضه‌کنندگان منابع مالی و تقاضاکنندگان است. این تقاضاکنندگان چه کسانی هستند؟ شرکت‌های دانش‌بنیانی که از معاونت علمی تأییدیه گرفته‌اند و شرکت‌های خلاق و نوآور و شرکت‌هایی که

با ستادهای تخصصی معاونت علمی کار می‌کنند. به علاوه شرکت‌های فناوری که در مراکز رشد و پارک‌ها مستقر هستند و حتی فناوران و نوآوران که در مناطق محروم و کم‌پرخوردار ساکن هستند، در دسته تقاضاکنندگان قرار می‌گیرند. برای اینکه این هم‌رسانی‌ها اتفاق بیفتد، با نهاد ناظر دولتی تک‌تک اینها وارد مذاکره شده‌ایم و این مذاکرات ادامه دارد. برای این منظور قصد داریم یک زیرساخت سامانه‌ای فراهم کنیم که در آن سامانه همه کسانی که ازشان اسم بردم، هم در سمت عرضه و هم در سمت تقاضا، حضور داشته باشند و همدیگر را به راحتی پیدا کنند. هر جا هم نیاز به قانونی باشد، مصوباتش را می‌گیریم و آن را عملیاتی می‌کنیم. اساساً از مأموریت‌های معاونت، ترویج، اطلاع‌رسانی، شبکه‌سازی و خدمات مشاوره‌ای است که خیلی کم به آنها پرداخته شده است. منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای به صاحبان کسب‌وکار در حوزه تأمین مالی و سرمایه‌گذاران در حوزه سرمایه‌گذاری روی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و برگزاری سمینارها و رویدادهای آموزشی متفاوت است. بر همین مبنا یکی از کارهایی که اقدامات ترویجی متعارف است، برگزاری رویدادهای مناسبی است که این نهادها و افرادی که اسم بردم، بتوانند حین آن یکدیگر را بیابند و شبکه‌سازی کنند. ایده فینوتکس از همین جا شکل گرفت. رویدادی که هم حاکمیت در آن دخیل است، هم بخش خصوصی و هم زیست‌بوم نوآوری. اگر بخوایم جمع‌بندی از توضیحاتم تا اینجا ارائه دهیم، باید بگویم که ما در معاونت تأمین مالی و سرمایه‌گذاری معاونت علمی چهار مأموریت را دنبال می‌کنیم: یکی تأمین مالی و جذب منابع است که به سراغ عرضه‌کنندگان منابع مالی می‌رویم. دیگری شناسایی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری است برای همان سرمایه‌گذارانی که خدمت شما گفتم. مأموریت سوم ما ترویج و توسعه زیرساخت است که برگزاری رویداد و ارائه خدمات مشاوره و ایجاد سامانه و... در این دسته قرار می‌گیرد. چهارم هم پشتیبانی از فین‌تک‌ها و فناوری‌های نوین مالی در بازارهای مختلف است.

مختلف مالی قرار دارد. در این راستا کارگروه‌های مشترکی با این بازارها شکل داده‌ایم و به صورت مستمر این موضوعات را پیگیری می‌کنیم. یکی دیگر از بازارهایی که برای تأمین مالی اقتصاد دانش‌بنیان در نظر داریم، منابع خرد مردمی است. در این راستا از منابع قرض‌الحسنه، خیرین و نیکوکاران، سازمان‌های اوقاف و... استفاده خواهیم کرد. بخش دیگری که برای ما بسیار مهم است، تأمین مالی بین‌الملل است؛ بنابراین از ظرفیت ایرانیان مقیم خارج یا خارجی‌هایی که می‌خواهند در ایران سرمایه‌گذاری کنند، بهره می‌بریم. خط دیگری که دنبال می‌کنیم، تأمین مالی از طریق نهادهای عمومی است. نهادهای عمومی بزرگ مثل بنیاد مستضعفان، ستاد اجرایی فرمان امام، مجموعه اقتصادی بنیاد شهید، بنیاد تعاون نیروهای مسلح، شهرداری، کمیته امداد یا هر نهاد دیگری که منابعی برای سرمایه‌گذاری برای افراد تحت پوشش خود دارد. ما روی شرکت‌های بزرگ صنعتی هم تمرکز کرده‌ایم. شرکت‌های بزرگ و شناخته‌شده‌ای در کشور وجود دارند که هر ساله در فهرست ۱۰۰ شرکت برتر یا ۵۰۰ شرکت برتر قرار می‌گیرند و منابع مالی کافی دارند و می‌توانند روی طرح‌های خوب سرمایه‌گذاری کنند.



## شرکت‌های بزرگی داریم که هر ساله در فهرست ۱۰۰ یا ۵۰۰ شرکت برتر قرار می‌گیرند و منابع مالی دارند و می‌توانند روی طرح‌های خوب سرمایه‌گذاری کنند

بخش بزرگ و مهم دیگری نیز در کشور وجود دارد که تا به حال به حوزه دانش‌بنیان ورود نکرده و آن هم بخش تعاون است. بخش تعاون ظرفیت کاری، تخصصی و تأمین مالی بزرگی دارد. به علاوه، سازمان و دستگاه‌های مختلف کشور اولویت‌ها و برنامه‌هایی در حوزه تخصصی و فنی خودشان در تأمین مالی و سرمایه‌گذاری دارند، مثل وزارت نفت در حوزه

پتروشیمی، وزارت نیرو در حوزه انرژی، وزارت بهداشت در حوزه سلامت، یا وزارت صمت در حوزه‌های صنعتی و صنایع معدنی. این هم در دستور کار ما قرار دارد که با همکاری آنها این منابع مالی را به سمت شرکت‌های دانش‌بنیانی که در حوزه تخصصی هر کدام قرار دارند، ببریم. یک خط دیگر ما پارک‌های علم و فناوری و مراکز نوآوری کشور است که در اینها هم موضوعات تأمین مالی مطرح است و هم فناوران و شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در این مراکز را بررسی و شناسایی می‌کنیم تا بتوانیم با آنها همکاری داشته باشیم. مجموعه‌های دیگری هم هستند که پیش‌تر هم در این زیست‌بوم کار کرده‌اند و شناخته‌شده‌اند؛ مانند صندوق نوآوری و شکوفایی، صندوق کارآفرینی امید، صندوق‌های پژوهش و فناوری، سی‌وی‌سی‌ها، سی‌وی‌سی‌ها و صندوق توسعه ملی و صندوق‌های ضمانت صنایع کوچک و پیشرفته. اینها هم در بخش دیگری قرار دارند که در حوزه تأمین مالی با آنها کار خواهیم کرد. خط تأمین مالی جمعی را نیز در نظر داریم که خط مهمی برای تأمین مالی دانش‌بنیان‌هاست. روی این خط کم کار شده و باید در آینده تقویت شود. بخش دیگری که پیگیر همکاری با آنها هستیم، تسهیل‌گران تأمین مالی است که شامل شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری، ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود، اعتبارسنجی، ضمانت‌نامه‌ای و حقوقی می‌شود.

حضور برخی سرمایه‌گذاران در زیست‌بوم دانش‌بنیان نیازمند تغییراتی در رگولاتوری است. برنامه‌ای برای پیگیری این موارد دارید؟

شورایی تشکیل شده به نام شورای عالی فناوری‌ها و تولیدات دانش‌بنیان که رئیس‌جمهور ریاست آن را بر عهده دارد. این یک کارگروه دائمی دارد که همه رگولاتورها از اعضای آن به حساب می‌آیند. تمام موضوعات مقرراتی در همین شورا مطرح می‌شود و همگی برای رفع مشکل یا قانون جدید به



## درباره دایان هندریکس خودساخته‌ترین زن ثروتمند

«دایان هندریکس» در خانواده‌ای متوسط و دامدار در ویسکانسین به دنیا آمد و بزرگ شد. در دامداری سخت کار می‌کرد و آموختن نظم و رفتار کاری را از همان روزگار و از پدر و مادرش آغاز کرد. همسر او پیمانکار مصالح سقف ساختمان بود. آن دو مسیرشان را با فراز و فرود زیادی شروع کردند و توانستند بعد از چند سال شرکت مصالح ساختمانی abc SUPPLY را تأسیس کنند. پیش از سال ۱۹۹۴، شرکت آنها در ۱۰۰ منطقه در زمینه تأمین مصالح ساختمانی کار می‌کرد. چهار سال بعد، این شرکت به بیش از یک میلیارد دلار درآمد در سال رسید. در سال ۲۰۰۷، همسر دایان هندریکس از دنیا رفت و از آن زمان، او مدیریت شرکت abc SUPPLY را بر عهده دارد. اکنون این شرکت در بیش از ۸۴۰ نقطه خدمات و محصولاتش را عرضه می‌کند و بیست و سومین شرکت خصوصی بزرگ در جهان است.

در سال ۲۰۲۱، دارایی دایان هندریکس هشت میلیارد دلار تخمین زده شد. درآمد شرکت abc SUPPLY در سال ۲۰۲۱ به بیش از ۱۵ میلیارد دلار رسید.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم



# هدف ما کمک به خانواده‌های سرگردان است

گفت و گو با زهرا سلطانی‌فر، هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ نوروکید که یک پلتفرم شناختی در حوزه اتیسم است

ترکیب دانش و دغدغه اجتماعی همواره موجب خلق محصولات و خدماتی می‌شود که مشکلات واقعی مخاطبان را هدف قرار می‌دهد و علاوه بر رونق کسب و کار مشکلی اساسی را نیز حل می‌کند. زهرا سلطانی‌فر، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مهندسی پزشکی از دانشگاه علم و صنعت، مدرک کارشناسی ارشد دومش را در رشته روان‌شناسی گرفته است. او می‌گوید رشته مهندسی پزشکی را برای فعالیت در حوزه معلولان و بیماری‌های خاص انتخاب کرده و همیشه به فعالیت در این حوزه علاقه‌مند بوده است. از سال ۱۳۸۹، با مجموعه‌های مردم‌نهاد در این حوزه همکاری داشته و به صورت داوطلبانه به عضویت یک انجمن مردم‌نهاد اتیسم درآمده و به تدریج دوره‌های متعدد علمی و عملی را در این حوزه گذرانده و مدت کوتاهی متولی آموزش و پژوهش انجمن اتیسم ایران نیز بوده است. همین پیشینه باعث می‌شود تصمیم بگیرد با انجام پروژه ارشد در این حوزه، عملاً به صورت تخصصی وارد حوزه اتیسم شود و از سال ۱۳۹۴ به صورت جدی در بخش اختلالات اتیسم فعالیت می‌کند. او در سال ۱۳۹۸ وارد اکوسیستم استارت‌آپی شده و با تعدادی از متخصصان این حوزه که از بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها هستند، آشنا می‌شود و تصمیم می‌گیرد تحت نظارت متخصصان حوزه شناختی و با حمایت شتاب‌دهنده شناختی Cognotech اپلیکیشن‌ی در حوزه اتیسم پیاده‌سازی کند که در فضای آنلاین بتواند پاسخگوی بخشی از نیازهای این قشر باشد و اکنون از بنیان‌گذاران استارت‌آپ نوروکید، پلتفرم جامع شناختی در حوزه اتیسم است.

### نوروکید چیست؟

نوروکید نرم‌افزاری است که با هدف کمک به تشخیص زودهنگام اختلال طیف اتیسم و برطرف کردن نیازهای ضروری خانواده‌ها در بستر آنلاین تولید شده و هدفش ایجاد لحظات لذت‌بخش همراه با آموزش برای فرزندان

دارای این اختلال است. در اپلیکیشن نوروکید، چهار بخش پیاده‌سازی شده که در ادامه به آن می‌پردازم. **تست غربالگری اتیسم:** با جواب دادن به سؤالات چندگزین‌های، خانواده‌ها متوجه می‌شوند که آیا فرزندشان علائم هشداردهنده‌ای از اختلال طیف اتیسم دارد و آیا به

پیگیری توسط متخصصان نیازی هست یا خیر. **پزشک و مشاور:** خانواده‌های دارای فرزند اتیسم می‌توانند به خدمات پزشکی و توان‌بخشی که توسط متخصصان مجرب حوزه اتیسم ارائه می‌شود، دسترسی داشته باشند و برای ایشان وقت ویزیت تعیین خواهد شد.



## دوراهکار برای شناختن دنیای زنان

### برای کاهش شکاف جنسیتی چه کنیم؟

شاید این سؤال که برای کاهش شکاف جنسیتی چه اقداماتی لازم است، ساده به نظر برسد، اما در مورد کمک به افرادی که مورد تبعیض قرار می‌گیرند، همیشه یک ترس و ابهام وجود دارد. آیا آن فرد به کمک ما احتیاج دارد؟ آیا موقعیت او را به درستی درک کرده‌ایم و او مورد تبعیض قرار گرفته است؟ آیا حمایت ما به عزت نفس او ضربه می‌زند؟ آیا این رفتار ما در جهت کاهش شکاف جنسیتی، موجب سوءبرداشت می‌شود؟

آیا همکاران زن ما از ما انتظار کمک دارند یا این حمایت را حمل بر ناتوانی خود می‌کنند؟ اصلاً آیا رفتار حمایتی ما خود تشدیدکننده شکاف جنسیتی است؟

مشاهده کردید که سؤال راحتی نبود. برای افراد متوسط جامعه که نگران اثرگذاری رفتارهایشان هستند، همیشه این سؤال‌ها و تردیدها وجود دارد؛ برعکس افرادی که رفتارهایشان دستخوش ترندهای جامعه است و اهمیت خاصی به اثر رفتارشان نمی‌دهند. همین وسواس و ابهام موجب کند شدن مسیر حل تبعیض‌های جنسیتی می‌شود، اما واقعاً راه حل چیست؟ بی‌محابا و تحت تأثیر تب‌های جنسیتی به هر خانمی در محل کار کمک کنیم و از رفتارش دفاع کنیم؛ فقط به همین دلیل که یک خانم است؟ یا اینکه برای جلوگیری از سوءبرداشت یا سوءاثر نتیجه رفتارمان بر مسیر شغلی آن زن یا سایر زنان، دست روی دست بگذاریم و هیچ حرکتی نکنیم؟ «دیوید گلاسکو»، مدیر مرکز تنوع و برابری دانشکده حقوق دانشگاه نیویورک در مقاله‌ای که هاروارد بیزینس ریویو منتشر کرده، سه پیشنهاد برای رفع ابهام و حرکت عملی برای پرکردن شکاف جنسیتی ارائه می‌دهد. در ابتدا این مثال را مطرح می‌کند که افرادی که دارای محدودیت هستند، معمولاً از رفتار سایرین خوشحال نمی‌شوند؛ چراکه ممکن است در موقعیتی باشند که به کمک احتیاج نداشته باشند و این حمایت‌های بیهوده آنان را می‌رنجانند. در مورد زنان و گروه‌های خاص نیز همین امر اتفاق می‌افتد. گلاسکو می‌گوید برای از بین بردن شکاف جنسیتی این دو اصل را مدنظر داشته باشید:

#### ۱ یاد بگیرید:

خودمان به مطالعه، تحقیق و شنیدن و بررسی احتیاج داریم. چه برسد زمانی که می‌خواهیم دنیای یک فرد دیگر و با جنسیتی دیگر را بشناسیم و در آن دنیا زیست کرده و از او حمایت کنیم. خواندن مطلب پیرامون شرایط زنان، گوش دادن پادکست یا مطالعه مقاله می‌تواند به صورت ناخودآگاه جهان ما را شفاف کند و وسواس ما را به نسبت رفتارهای جنسیت‌زده بالاتر ببرد. درست است که ما هرگز نمی‌توانیم موقعیت و جهان افراد دیگر را درک کنیم و تبعیض‌ها همیشه وجود دارند، اما همین یادگیری‌ها باعث می‌شود نسبت به جهان جنسیت‌زده اطرافمان دید درست‌تری داشته باشیم و رفتار درست‌تری بروز دهیم. حتی خواندن یک جمله در روز یا گوش دادن یک پادکست در هفته می‌تواند رفتار ما را به سمت دنیای بدون تبعیض سوق دهد.

#### ۲ سؤال کنید:

برای حمایت و کمک به همکار خانم خود از او سؤال کنید. گاهی پیش می‌آید که ما بدون اینکه خواسته واقعی طرف مقابل را بدانیم، به او کمک می‌کنیم؛ در حالی که کمک ما اصلاً در راستای هدف او نبوده است. گلاسکو می‌گوید همیشه برای کمک کردن از طرف مقابل بخواهید که خواسته و نیازش را مطرح کند و از سؤالاتی که به حریم شخصی او تجاوز می‌کند، بپرهیزید و از سؤالاتی کلی پیرامون ناشناخته‌های دسته‌ای که فرد به آن تعلق دارد، دوری کنید.

شاید این سؤال که برای کاهش شکاف جنسیتی چه اقداماتی لازم است، ساده به نظر برسد، اما در مورد کمک به افرادی که مورد تبعیض قرار می‌گیرند، همیشه یک ترس و ابهام وجود دارد. آیا آن فرد به کمک ما احتیاج دارد؟ آیا موقعیت او را به درستی درک کرده‌ایم و او مورد تبعیض قرار گرفته است؟ آیا حمایت ما به عزت نفس او ضربه می‌زند؟ آیا این رفتار ما در جهت کاهش شکاف جنسیتی، موجب سوءبرداشت می‌شود؟

مشاهده کردید که سؤال راحتی نبود. برای افراد متوسط جامعه که نگران اثرگذاری رفتارهایشان هستند، همیشه این سؤال‌ها و تردیدها وجود دارد؛ برعکس افرادی که رفتارهایشان دستخوش ترندهای جامعه است و اهمیت خاصی به اثر رفتارشان نمی‌دهند. همین وسواس و ابهام موجب کند شدن مسیر حل تبعیض‌های جنسیتی می‌شود، اما واقعاً راه حل چیست؟ بی‌محابا و تحت تأثیر تب‌های جنسیتی به هر خانمی در محل کار کمک کنیم و از رفتارش دفاع کنیم؛ فقط به همین دلیل که یک خانم است؟ یا اینکه برای جلوگیری از سوءبرداشت یا سوءاثر نتیجه رفتارمان بر مسیر شغلی آن زن یا سایر زنان، دست روی دست بگذاریم و هیچ حرکتی نکنیم؟ «دیوید گلاسکو»، مدیر مرکز تنوع و برابری دانشکده حقوق دانشگاه نیویورک در مقاله‌ای که هاروارد بیزینس ریویو منتشر کرده، سه پیشنهاد برای رفع ابهام و حرکت عملی برای پرکردن شکاف جنسیتی ارائه می‌دهد. در ابتدا این مثال را مطرح می‌کند که افرادی که دارای محدودیت هستند، معمولاً از رفتار سایرین خوشحال نمی‌شوند؛ چراکه ممکن است در موقعیتی باشند که به کمک احتیاج نداشته باشند و این حمایت‌های بیهوده آنان را می‌رنجانند. در مورد زنان و گروه‌های خاص نیز همین امر اتفاق می‌افتد. گلاسکو می‌گوید برای از بین بردن شکاف جنسیتی این دو اصل را مدنظر داشته باشید:

#### ۱ یاد بگیرید:

خودمان به مطالعه، تحقیق و شنیدن و بررسی احتیاج داریم. چه برسد زمانی که می‌خواهیم دنیای یک فرد دیگر و با جنسیتی دیگر را بشناسیم و در آن دنیا زیست کرده و از او حمایت کنیم. خواندن یک جمله در روز یا گوش دادن یک پادکست در هفته می‌تواند رفتار ما را به سمت دنیای بدون تبعیض سوق دهد.

مشاهده کردید که سؤال راحتی نبود. برای افراد متوسط جامعه که نگران اثرگذاری رفتارهایشان هستند، همیشه این سؤال‌ها و تردیدها وجود دارد؛ برعکس افرادی که رفتارهایشان دستخوش ترندهای جامعه است و اهمیت خاصی به اثر رفتارشان نمی‌دهند. همین وسواس و ابهام موجب کند شدن مسیر حل تبعیض‌های جنسیتی می‌شود، اما واقعاً راه حل چیست؟ بی‌محابا و تحت تأثیر تب‌های جنسیتی به هر خانمی در محل کار کمک کنیم و از رفتارش دفاع کنیم؛ فقط به همین دلیل که یک خانم است؟ یا اینکه برای جلوگیری از سوءبرداشت یا سوءاثر نتیجه رفتارمان بر مسیر شغلی آن زن یا سایر زنان، دست روی دست بگذاریم و هیچ حرکتی نکنیم؟ «دیوید گلاسکو»، مدیر مرکز تنوع و برابری دانشکده حقوق دانشگاه نیویورک در مقاله‌ای که هاروارد بیزینس ریویو منتشر کرده، سه پیشنهاد برای رفع ابهام و حرکت عملی برای پرکردن شکاف جنسیتی ارائه می‌دهد. در ابتدا این مثال را مطرح می‌کند که افرادی که دارای محدودیت هستند، معمولاً از رفتار سایرین خوشحال نمی‌شوند؛ چراکه ممکن است در موقعیتی باشند که به کمک احتیاج نداشته باشند و این حمایت‌های بیهوده آنان را می‌رنجانند. در مورد زنان و گروه‌های خاص نیز همین امر اتفاق می‌افتد. گلاسکو می‌گوید برای از بین بردن شکاف جنسیتی این دو اصل را مدنظر داشته باشید:

#### ۲ سؤال کنید:

برای حمایت و کمک به همکار خانم خود از او سؤال کنید. گاهی پیش می‌آید که ما بدون اینکه خواسته واقعی طرف مقابل را بدانیم، به او کمک می‌کنیم؛ در حالی که کمک ما اصلاً در راستای هدف او نبوده است. گلاسکو می‌گوید همیشه برای کمک کردن از طرف مقابل بخواهید که خواسته و نیازش را مطرح کند و از سؤالاتی که به حریم شخصی او تجاوز می‌کند، بپرهیزید و از سؤالاتی کلی پیرامون ناشناخته‌های دسته‌ای که فرد به آن تعلق دارد، دوری کنید.

اکثر قریب به اتفاق این تیم که به تخصص‌هایشان اشاره شد، از کادر درمان بوده‌اند و هر یک از این اعضا به نحوی با خانواده‌های اتیسم در ارتباط هستند و این امر باعث شده مشکلات این خانواده‌ها را از نزدیک لمس کنند؛ البته این فقط درک و حس شخصی ما نبود، بلکه آمار روبه‌رشد و بالای شیوع اختلال طیف اتیسم و تشخیص دیر هنگام و همچنین سردرگمی بیش از حد خانواده‌ها پس از تشخیص فرزندان شان، مشکلاتی بود که کل تیم را در شتاب‌دهنده شناختی COGNOTECH کنار هم جمع کرد تا به‌عنوان یک استارت‌آپ در حوزه نوآوری اجتماعی به برطرف کردن بخشی از نیازهای این حوزه آسیب‌پذیر بپردازیم.

### رقبای شما چه کسانی هستند و چه مزیت رقابتی و نوآوری مشخصی برای کسب‌وکارتان دارید؟

در حوزه داخلی، ۲۸ اپلیکیشن و در حوزه بین‌المللی، بیش از ۲۰۰ اپلیکیشن موجود بازار، مورد بررسی ما قرار گرفت که البته موضوع اتیسم یکی از بخش‌های آنها بود. متأسفانه اپلیکیشن‌های داخلی، کیفیت‌های حداقلی لازم را در حوزه بازی‌های شناختی مناسب این افراد نداشته و در قسمت غربالگری نیز، به یک تست بسنده می‌کنند و برنامه‌ای جهت پیگیری و مشاوره نداشته‌اند. در مورد اپلیکیشن‌های بین‌المللی برای جامعه هدف خاص اتیسم، بازی‌های شناختی خوبی وجود دارد، اما تنها ۱۴ روز می‌توان از خدمات رایگان آن استفاده کرد و بعد از آن نیاز به خرید اشتراک است؛ البته در این برنامه‌ها نیز پیگیری مناسبی را تدارک ندیده‌اند و محتواهای متنی ثابت، بخش عمده‌ای از اپلیکیشن‌ها را تشکیل می‌دهد. ما بر کیفیت گرافیکی و عملکردی مناسب اپلیکیشن، جامع بودن فرایندهای تعریف‌شده در اپلیکیشن و پیگیری و ارائه راهکار عملی و صحیح تأکید و تمرکز داریم. به‌عنوان مثال، به جای انجام تست‌های استرس‌زا و ایجاد تنش در ذهن والدین و رها کردن خانواده پس از آن، چنانچه فرزندی مشکوک به اتیسم تشخیص داده شود، فرایند غربالگری رایگان برای خانواده برگزار و شناسنامه رشدی به ایشان داده می‌شود و نوروکید تا تعیین تکلیف تشخیص نهایی همراه خانواده می‌ماند و خانواده‌ها را به شبکه‌ای از متخصصان باتجربه در حوزه اتیسم متصل می‌کند تا فرایند توان‌بخشی فرزندان را شروع کنند.

### اندازه بازار و سهم شما از این بازار چقدر است؟

بازار هدف ما والدین کودکان بین دو تا هفت سال و همچنین والدین فرزندان طیف اتیسم هستند. طبق آخرین آمار سازمان بهزیستی کشور، از هر ۱۵۰ کودک، یک کودک مبتلا به اتیسم است، اما آمار تشخیص‌های رسمی بسیار پایین‌تر از این عدد است و در کل نزدیک به ۳۰ هزار تشخیص رسمی داریم. این مسئله نشان‌دهنده آن است که هنوز تعداد زیادی از کودکان مبتلا به اتیسم به دلایل مختلفی از جمله عدم آگاهی، مشکلات فرهنگی و... مورد تشخیص قرار نگرفته‌اند. ما اکنون با نصب بیش از سه هزار مورد، دومین اپلیکیشن تخصصی اتیسم در بازار هستیم و با توجه به کسب امتیاز ۵ از ۹۷ درصد کاربران، به نظر می‌رسد پتانسیل رشد خوبی نیز داشته باشیم.

### مدل درآمدی شما به چه شکل است؟

مدل درآمدی اپلیکیشن، دریافت کمیسیون کاری به ازای ارجاع به متخصصانی است که هر مخاطب نیازمند آن است (مثلاً فوق تخصص روان‌پزشک کودک و نوجوان)؛ بنابراین سیاست قیمت‌گذاری مبتنی بر هزینه تمام‌شده‌ای است که بر اساس تعرفه وزارت بهداشت تعریف شده است. لازم به ذکر است بخش تست‌های غربالگری، جلسه غربالگری و ارائه شناسنامه رشدی (در صورت مشکوک بودن به اتیسم) و بانک‌های اطلاعاتی و بخش بازی‌های شناختی به‌صورت کاملاً رایگان در اختیار خانواده‌ها قرار گرفته است.



عکس: نسیم اعتمادی

**بازی‌های شناختی:** ۱۵ بازی شناختی با بیش از ۲۰۰ مرحله با هدف ارتقای فرایندهای شناختی نظیر توجه، حافظه، یادگیری و حل مسئله کودکان، برای کودکان با اختلالات عصب‌رشدی و به‌ویژه کودکان اتیسم طراحی شده است. **بانک‌های اطلاعاتی:** خانواده‌های دارای فرزند اتیسم می‌توانند آدرس، تلفن و اطلاعات تمامی مدارس اتیسم و مراکز توان‌بخشی مربوط به اختلال اتیسم تحت نظارت بهزیستی را در شهر محل زندگی خود بیابند.

### از چه زمانی فعالیت خود را شروع کردید؟ سرمایه اولیه (مالی و مهارتی) را از کجا به دست آوردید؟

از اسفندماه ۱۳۹۸، کار ساخت نرم‌افزار آغاز شد و در مهرماه ۱۴۰۰ وارد بازار شدیم (در کافه‌بازار، مایکت و سیبچه حضور داریم و به‌تازگی وارد گوگل پلی نیز شده‌ایم) و در سوم آذرماه ۱۴۰۰، رونمایی رسمی این محصول در رویداد معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری رقم خورد و خبرگزاری‌های متعددی، خبر رونمایی رسمی این محصول را پوشش دادند.

سرمایه مالی اولیه این پلتفرم شامل هزینه تیم فنی بود که توسط هم‌بنیان‌گذاران بر اساس تقسیم سهام تأمین شد؛ البته جمع‌آوری تیم متخصصان شامل متخصصان حوزه شناختی، مدیریت، مهندسی، روان‌شناسان و روان‌پزشکان و همچنین دسترسی به گروه مشاوران، بخش بسیار مهمی از ملزومات اولیه کار بود.

### چه شد که به فکر راه‌اندازی این کسب‌وکار افتادید؟ پایش کدام نیاز شما را به این سمت کشید؟



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سوم



نگاهی به سه روند مهم

## هوشمندسازی بسته‌بندی غذایی

هوشمندسازی بسته‌بندی غذایی یکی از راه‌های افزایش کیفیت، ایمنی، ماندگاری و جذابیت محصولات غذایی است. در ادامه به پنج روند مهم در این حوزه پرداخته شده است.

### استفاده از مواد پلیمری هوشمند و تغییرپذیر

این مواد با قابلیت تغییر شکل و وضعیت در پاسخ به شرایط خارجی مانند دما، رطوبت و فشار، قابلیت ارائه پاسخ بهینه در محیط بسته‌بندی را فراهم می‌کنند. استفاده از مواد پلیمری هوشمند و تغییرپذیر، بهبود قابلیت بازیافت و بازیافت بسته‌بندی را نیز مهیا می‌کند.

### هوش مصنوعی و یادگیری ماشین

در روش هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، ابتدا داده‌های مربوط به خواص فیزیکی و شیمیایی مواد غذایی در محیط‌های مختلف ذخیره می‌شود. سپس با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین، رویکردی بهینه برای تشخیص و پیش‌بینی فاسد شدن غذا توسعه داده می‌شود. این روش می‌تواند در تشخیص فاسد شدن محصولات پروتئینی مانند گوشت و ماهی نیز مورد استفاده قرار گیرد. با استفاده از تحلیل اسپکترومی پراش ماهی، می‌توان به تشخیص و پیش‌بینی فاسد شدن ماهی‌ها پرداخت و از مصرف ماهی‌های فاسد جلوگیری کرد.

### بیوفناوری و نانوفناوری

استفاده از بیوفناوری در تولید بسته‌بندی هوشمند، به‌ویژه در صورتی که مواد بسته‌بندی از جنس بیولوژیکی باشند، می‌تواند امکانات بیشتری را برای تشخیص مواد غذایی فاسد یا ناسالم فراهم کند.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

# ویرا؛ محصولی از دل روزهای قرنطینه

گفت‌وگو با رضا احمدی، هم‌بنیان‌گذار برچسب هوشمند ویرا که می‌گوید محصول‌شان یک کار جدید در صنعت بسته‌بندی غذایی است



گفتگو

عکس: پریا امیرحاجلو

## گریز از بیماری

هوشمندی بسته‌بندی‌ها  
تا سال ۲۰۳۰

فروشگاه‌ها ایجاد می‌شوند.

در کشورهای در حال توسعه، بیماری‌های مرتبط با مواد غذایی به‌عنوان یک عامل مهم مرگ‌ومیر و از دست دادن سلامتی شناخته شده‌اند. در حدود ۴۰ درصد از موارد بیماری‌های مرتبط با مواد غذایی در اروپا، به‌دلیل نامناسب بودن شرایط نگهداری و انتقال غذاها در طول زنجیره تأمین و فروشگاه‌ها رخ می‌دهد. با توجه به این آمار، بهداشت عمومی و نظارت دقیق بر نگهداری و انتقال غذاها در فروشگاه‌ها و زنجیره تأمین بسیار حائز اهمیت است و باید توجه ویژه‌ای به آن شود. سازمان بهداشت جهانی همواره به پیشبرد پروژه‌هایی برای

سازمان بهداشت جهانی (WHO) برای مقابله با مسائل ایمنی مواد غذایی، نظارت بر نگهداری و انتقال غذاها در زنجیره تأمین و فروشگاه‌ها را یکی از موارد حیاتی در حفظ سلامت عمومی جامعه می‌داند. برخی آمارهای ارائه‌شده توسط WHO در این زمینه شامل موارد زیر است: ۱. هر ساله بیش از ۶۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به‌دلیل مسمومیت‌های غذایی بیمار می‌شوند. ۲. هر ساله بیش از ۴۲۰ هزار نفر به‌دلیل مسمومیت‌های غذایی جان خود را از دست می‌دهند. ۳. بیش از ۴۰ درصد از بیماری‌های مرتبط با مواد غذایی، به‌دلیل مشکلات در نگهداری و انتقال غذاها در زنجیره تأمین و





بی‌باک برای حذف  
ظروف یک‌بار مصرف  
می‌جنگد

## ابتکار استارتاپ فرانسوی

«بی‌باک» استارت‌آپی فرانسوی است که هدف خود را حذف استفاده از بسته‌بندی‌های یک‌بار مصرف پلاستیکی می‌داند و به جای آن، بسته‌بندی‌هایی با قابلیت استفاده مجدد برای غذاها پیشنهاد می‌دهد. این شرکت در جولای ۲۰۲۲، به میزان ۶٫۴ میلیون دلار سرمایه جذب کرد. بنیان‌گذاران فیوچرز فیوچر، ایمپکت مایف، سید وان، نوتوس تکنولوژی، سون کپیتال پارتنرز بلوآکین فاند و همچنین چند فرد فعال در صنعت، در جمع‌آوری سرمایه این استارت‌آپ مشارکت داشتند.

بی‌باک از سال ۲۰۱۸ با شرکت‌های خدمات تهیه غذا در فرانسه مانند سودکسو، کمپاس و اولیور همکاری می‌کرد. در حال حاضر، این شرکت نیز به بازار زنجیره‌های غذایی سریع مانند برگرکینگ می‌پردازد. به گفته بنیان‌گذاران بی‌باک، آنها به دنبال محوریتی هستند که در آن می‌توانند ارزش بیشتری را به ارمغان بیاورند، بنابراین از انجام هر کاری که هم‌راستا با اهداف‌شان نباشد، دوری می‌کنند. این شرکت به جای اینکه بر خرید دستگاه‌های شست‌وشوی حرفه‌ای توسط رستوران‌ها تمرکز کند، باور دارد که بیشتر بسته‌بندی‌های غذایی در رستوران‌ها شسته نمی‌شوند.

آنها می‌گویند که بی‌باک چند کار اصلی را انجام می‌دهد: اول، از طریق داده‌ها، پایداری و شفافیت را برای مشتریان فراهم می‌کند. مشتریان می‌توانند با استفاده از پلتفرم، موجودی ظروف خود را به‌صورت زمان واقعی مشاهده کنند، تعداد ظروف غذایی را که گم شده‌اند، محاسبه کنند، سیستم سپرده را ایجاد کنند و تأثیر زیست‌محیطی ظروف قابل استفاده مجدد را مشاهده کنند. دوم، در زمینه جمع‌آوری ظروف غذایی استفاده شده کمک می‌کند، امکان ارسال کیوسک‌های بازگشت هوشمند را فراهم می‌آورد و یک سیستم سپرده را برای رستوران خاص کاربر ایجاد می‌کند. سوم، بی‌باک امکاناتی دارد که می‌توان آن را با یک شرکت فین‌تک نیز دانست؛ چراکه می‌تواند سیستم پول نقد و پاداش را برای شما مدیریت کند.

این برچسب سه رنگ دارد؛ رنگ بنفش نشان‌دهنده سلامت محصول و سلامت شرایط حمل‌ونقل و نگهداری تا مصرف است. در واقع فروشنده با نگاه کردن به برچسب محصول می‌تواند متوجه شود که آیا محصولی که تحویل می‌گیرد، از سلامت کافی برخوردار است یا خیر و همین امر باعث می‌شود میزان مرجوعی به‌شدت کاهش یابد. اگر شرایطی که محصول در آن نگهداری یا حمل می‌شود، از استاندارد کافی برخوردار نبوده باشد، رنگ برچسب به رنگ خاکستری تغییر می‌کند و این یعنی محصول سالم است، اما باید هرچه زودتر مصرف شود و در صورتی که محصول از این مرحله عبور کند و دچار فساد و تغییر رنگ و مزه شود، رنگ آن زرد می‌شود و این یعنی محصول دیگر قابل استفاده نیست. در طراحی این رنگ‌ها به کسانی که دچار کورنگی هستند و شاید نتوانند رنگ‌های دیگر را تشخیص دهند، توجه ویژه‌ای شده است. مارنگ‌هایی را انتخاب کردیم که حتی این افراد هم بتوانند آن را تشخیص دهند.

در مورد تجاری‌سازی این محصول هم برابمان بگویید؟

یکی از چالش‌های تولید هر محصول نوآور، تجاری‌سازی و ورود آن به بازار است. من آشنایی چندانی با آن نداشتم و پس از جست‌وجو با مفاهیم استارت‌آپ آشنا شدم و فهمیدم باید برای ارائه یک محصول به بازار، یک تیم خوب تشکیل داد؛ از این رو با یکی از دوستانم به نام سیدمحمد رضا نجیبی صحبت کردم و هسته اولیه تیم ما با همراهی آقای نصیری‌نژاد و فرید نادری حقیقت شکل گرفت. از طریق اطلاع‌رسانی

کمپ زمستانی دیجی نکست ثبت‌نام و فرصت ارائه پیدا کردیم و خوشبختانه مورد استقبال واقع شد. آنها به ما پیشنهاد دادند به جای قرار گرفتن در مسیر مستقیم سرمایه‌گذاری از مسیر کمپ به سرمایه‌گذاران متصل شویم که هم ما با دیجی نکست بیشتر آشنا شده باشیم و همه آنها بتوانند ارزیابی بهتری از تیم ما داشته باشند؛ چراکه فرایند سرمایه‌گذاری بسیار فشرده است و معمولاً برای آن فرصت آشنایی وجود ندارد. البته هنوز سرمایه‌گذاری اتفاق نیفتاده و این مرحله از کسب‌وکار ما احتمالاً تا دو ماه دیگر شکل خواهد گرفت. محصول ما آماده ورود به بازار است و از مرحله نمونه اولیه گذشته و با همکاری یکی از بزرگ‌ترین برندهای تولید لبنیات توانسته‌ایم از مرحله آزمایش‌های واقعی برای محصول عبور کنیم و طبق گزارش آزمایشگاه کارخانه این برند، محصول ما با دقت بالای ۹۵ درصد جواب می‌دهد.

ماه زمان می‌برد، اما خوشبختانه پس از آن به نتیجه مثبت رسیدیم و توانستیم یک حسگر زیست‌تخریب‌پذیر تولید کنیم که به واسطه مواد اولیه، بسیار ارزان قیمت خواهد بود و تولید و استفاده از آن برای بسته‌بندی مواد غذایی توجیه دارد. برای اینکه زودتر به نتیجه برسیم و بتوانیم محصولی قابل استفاده برای صنعت تولید کنیم، تمرکز را روی محصولات لبنی گذاشتیم؛ چراکه فسادپذیری، حساسیت و مسمومیت ناشی از مصرف شیر، آمار بالایی دارد و همچنین از آن دست محصولاتی است که مرجوعی آن هم بسیار زیاد است. با این تمرکز توانستیم در ابتدای سال ۱۴۰۰ گواهی ثبت اختراع محصول را کسب کنیم.

ماهیت محصول شما چیست؟ چه نیازی را شناسایی کردید؟ تیم شما از چه زمانی شکل گرفت؟

تا به اینجای کار تیمی در کار نبوده و همه کارها را تا مرحله ثبت اختراع به تنهایی پیش برده‌ام. سؤالی که من همیشه در ارائه‌ها می‌پرسم، این است که چقدر می‌توانید به تاریخ انقضای درج‌شده روی بسته‌بندی مواد غذایی اعتماد کنید؟ مصرف‌کننده چالش‌های مختلفی هنگام خرید با تاریخ انقضا دارد. محل چاپ آن، مخدوش بودن آن، درج دو تاریخ مصرف و گمراه‌شدن مصرف‌کننده از جمله این چالش‌هاست و حتی ممکن است محصولی تاریخ انقضای آن نگذشته باشد، ولی طعم و رنگ آن تغییر کرده باشد یا حتی طعم و رنگ طبیعی داشته باشد، اما پس از مصرف آن دچار مشکل شود و حتی ممکن است

دچار مسمومیت‌های شدید غذایی شویم. اینها مشکلاتی است که مصرف‌کننده در ارتباط با تاریخ انقضای محصولات غذایی صنعتی با آن مواجه است و تاکنون راه‌حل درستی برای آن ارائه نشده است. در واقع تاریخ انقضا برآوردی است از بدترین شرایط نگهداری که ممکن است فقط چند شاخص را پیش‌بینی کند، اما نمی‌تواند تمام شرایط محیطی را در نظر بگیرد. راه‌حلی که ما ارائه داده‌ایم، یک برچسب هوشمند است که از کارخانه روی محصولات نصب می‌شود. این برچسب هوشمند، محیط داخلی بسته‌بندی را شبیه‌سازی می‌کند و این شبیه‌سازی بر اساس تمام شرایط فساد آن ماده بسته‌بندی شده روی برچسب تأثیر می‌گذارد.

مصرف‌کننده چطور باید متوجه شود که محصول سالم است؟ همچنین در مورد چگونگی کارکرد این برچسب توضیح دهید؟

محصولات خود به‌منظور افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان و بهبود سلامت جامعه و ارائه اطلاعات دقیق و کامل در مورد مواد غذایی برای مصرف‌کنندگان، از جمله مواد افزودنی، مشتقات چربی و مواد مضر برای بهبود سلامت مصرف‌کنندگان است. عدم آگاهی از سلامت مواد غذایی صنعتی می‌تواند هزینه‌های سنگینی را به خانواده‌ها، دولت و نظام سلامت تحمیل کند؛ از این رو به‌کارگیری نوآوری در تمام حلقه‌های زنجیره تأمین غذا، به‌منظور افزایش سطح سلامت و کیفیت برای سازمان بهداشت جهانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و به این منظور قوانین جدیدی را تصویب کرده است.

بسته‌بندی مواد غذایی، یکی از موارد مهم در صنعت غذایی است که برای حفظ کیفیت و افزایش ماندگاری محصولات غذایی بسیار حائز اهمیت است. عوامل مختلفی مانند نور، هوا، رطوبت، حشرات، باکتری‌ها و ویروس‌ها، می‌توانند در سلامت مواد بسته‌بندی شده تأثیرگذار باشد. یکی از چالش‌های مهم صنعت غذا، تاریخ مصرف محصولات است؛ شاخصی که بسیار نسبی است و گاهی همین نسبییت مشکلات زیادی را

برای مصرف‌کنندگان ایجاد می‌کند و باعث خدشه‌دار شدن تصویر برندهای سازنده هم خواهد شد. حالیکه استارت‌آپ با تولید یک حسگر زیستی می‌خواهد این چالش‌ها را حل کند.

رضا احمدی ۲۶ سال دارد. کارشناسی رشته شیمی کاربردی از دانشگاه ارومیه خوانده و در حال حاضر دانشجوی ترم آخر رشته شیمی دارویی از دانشگاه آزاد است. او با کمک استادان خود توانسته یک محصول را ثبت اختراع کند که برای اولین بار است در ایران و جهان تولید می‌شود.

لطفاً در مورد محصولتان بفرمایید و اینکه از چه زمانی روی این محصول کار کرده‌اید؟ ایده اولیه از کجا شکل گرفت و مسیر دستیابی به این محصول چگونه بود؟

حدود چهار سال پیش به واسطه ارتباط با استادان و عملیاتی شدن درس، ایده محصولی را به‌عنوان پی‌اچ‌سنج پیگیری کردم که نسبت به پی‌اچ‌سنج‌های موجود در بازار تفاوت‌های زیادی داشت. مهم‌ترین تفاوت آن این بود که این پی‌اچ‌سنج نوری بود و من به همین واسطه با پلیمرها آشنا شدم و کم‌کم ایده بسته‌بندی هوشمند و جدید مواد غذایی شکل گرفت. از دو سال پیش تحقیقات من در مورد بسته‌بندی هوشمند شروع شد. مقالات بسیار زیادی هم در جهان و هم در ایران در این مورد نوشته شده است. نمونه‌های خارجی بسیار زیادی هم وجود دارند که به دلایل مختلف نتوانسته‌اند در بازار نفوذ داشته باشند. این بود که با یکی از استادان دانشگاه، این موضوع را مطرح کردم و ایشان هم از ایده استقبال کردند و هم‌اکنون نیز جزء هم‌بنیان‌گذاران مجموعه ما هستند. آقای دکتر مجتبی نصیری‌نژاد، دکتری پلیمر دانشگاه امیرکبیر هستند و وقتی ایده را شنیدند بسیار خوش‌شان آمد و همراهی قابل توجهی داشتند. این موضوع مصادف شده بود با قرنطینه کرونا. دانشگاه و درس آن به‌صورت آنلاین برگزار می‌شد و من در خانه می‌توانستم روی ایده کار کنم و تست‌ها و آزمایش‌های مختلفی را در این فرصت انجام دهم. تعدادی از لوازم آزمایشگاهی را تهیه کردم و در خانه شروع به آزمایش روی مواد زیستی کردم و شاید نیاز بود بیش از هزار بار یک آزمایش را انجام دهم که حدود دو



عباس عین‌علی

abbas.einali@gmail.com



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سوم





استارتاپ سنگالی ۲/۵  
میلیون دلار سرمایه بذری  
جذب کرد

## شروع خوب برادران ندویه

مصطفی و آلیون ندویه، دو برادر سنگالی پس از اینکه استارتاپ هتلداری خود را در سال ۲۰۱۸ فروختند، به فکر ورود به حوزه دیگری و راه اندازی استارتاپ جدیدی شدند. آنها تصمیم گرفتند وارد حوزه لجستیک شوند و استارتاپ فناورانه «چارجل» را راه اندازی کنند. آنها می گویند: «لجستیک در سنگال از انسجام کافی برخوردار نیست و ناکارآمدی های زیادی دارد. بنابراین ما تصمیم گرفتیم قبل از اینکه دست به کار شویم، بازار و فرصت ها و چالش های آن را بشناسیم.»

چارجل قصد دارد شرکت های ترابری را با ترابران مرتبط سازد و تمام فرایندهای آفلاین را دیجیتالی کند. به علاوه فرستندگان می توانند کالاهای خود را ردیابی کنند و از تحویل آن مطلع شوند.

چارجل بالاخره سال گذشته متولد شد، اما هنوز به طور کامل راه اندازی نشده، اما با این حال توانسته شرکت های بسیار بزرگی مثل مرسک و گریمالدی را مشتری خود کند. به گفته برادران ندویه، چارجل از سال آینده برای مشتریان بیشتری در دسترس خواهد بود. چارجل اخیراً توانسته ۲/۵ میلیون دلار سرمایه بذری جذب کند. برادران ندویه می گویند: «ما قصد داریم از لحاظ جغرافیایی نیز کسب و کار خود را توسعه دهیم و به یک کشور آفریقایی فرانسوی زبان وارد شویم.» در حال حاضر، چارجل به کشورهای همسایه خدمات می دهد.

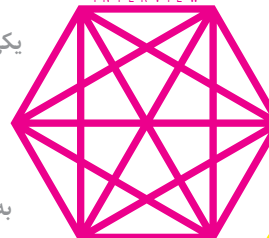


شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

# در انتظار تابستان داغ قیمت ها

صاحبان کسب و کارهای لجستیک می گویند افزایش هزینه های این صنعت بر قیمت نهایی کالاها تأثیر می گذارد

گفتگو  
INTERVIEW



یکی از زیرساخت های اساسی هر اقتصادی صنعت لجستیک است که از لحاظ تأثیر و اهمیت، بی شباهت به سیستم گردش خون

بدن نیست. توسعه بازارها و فرارفتن کسب و کارها از محدوده های محلی، به کمیت و کیفیت صنعت لجستیک و هزینه های که می تواند برای یک کسب و کار به همراه داشته باشد، بستگی دارد. طولانی شدن تحریم ها و تأثیری که در جنبه های مختلف لجستیک ایران از جمله فرسودگی ناوگان این صنعت داشته، هر سال

بیش از پیش نمایان می شود و هزینه آن خود را در قیمت تمام شده کالاها نشان می دهد. بر اساس آنچه فعالان این عرصه بیان می کنند، حال گردش خون اقتصاد ایران مانند بسیاری دیگر از بخش های خوب نیست و نیازمند و چشم انتظار تغییر رویکرد در سیاست های بالادستی کشور برای بهبود و رشد است.

## هر چقدر ناوگان لجستیک کهنه تر باشد، هزینه انجام کار بالاتر می رود

### بابک عقیلبی نسب

#### مدیرعامل شرکت پستکس

تورم بزرگ ترین چالشی است که صنعت لجستیک در سال ۱۴۰۲ با آن مواجه خواهد شد. اینکه تورم چه تأثیری بر شرایط تولید خواهد گذاشت و قیمت جابه جایی محصول چقدر خواهد بود، مسائلی هستند که ناگزیر لجستیک را تحت تأثیر خود قرار خواهند داد. بزرگ ترین پاشنه آشیل در حوزه لجستیک ایران این است که تأثیر لجستیک بر قیمت تمام شده کالا، حدود ۱۳ تا ۲۰ درصد قیمت تمام شده آن است که درصد بالایی به حساب می آید و

باعث می شود این صنعت در برابر تغییرات آسیب پذیر باشد. یکی دیگر از معضلاتی که پیش بینی می کنم امسال دامن گیر صنعت لجستیک کشور خواهد شد، افزایش قیمت سوخت و حامل های انرژی است؛ با گراهایی که از سوی دولت در خصوص افزایش تدریجی و

مرحله ای با شیب کم قیمت سوخت شاهدیم، باید منتظر اتفاق های ترسناک تری در این حوزه باشیم. به هر حال افزایش قیمت لجستیک در کشور تأثیر بسزایی در قیمت تمام شده کالا و در نهایت عرضه آن دارد. مصرف کننده ایرانی همین امروز هم توان خود را برای خرید کالا از دست داده است. از

سویی این یک ارتباط دوطرفه است و وقتی خرید وجود نداشته باشد، صنعت لجستیک هم بازار خود را از دست خواهد داد.

در عین حال یک موضوع دیگر که آن هم از اهمیت بالایی برخوردار است، بحث کهنگی ناوگان لجستیک کشور است. این مسئله نتیجه سیاست های غلط واردات خودرو و تأثیرات تحریم است. اگر این ناوگان به روز نشود، باید منتظر تأثیرات عمیق تری در قیمت تمام شده صنعت لجستیک باشیم؛ زیرا هر چقدر ناوگان شما کهنه تر باشد، هزینه انجام کار بالاتر می رود. خواه ناخواه تأثیر این جریان در همه بخش ها خودش را نشان خواهد داد. امسال به نظر من سالی است که اگر

لجستیکی ها در کشور نقدینگی نداشته باشند، بسیاری از آنها غرق خواهند شد.

در صنعت و تولید معمولاً با افزایش هزینه های بیشترین فشار را بر بخش لجستیک برای پایین نگه داشتن قیمت وارد می کنند. به همین دلیل نبودن نقدینگی در دست تولیدی ها و صنعتی ها در عمل به لجستیک تسری



رضا امیرزاده



Amirzadeh.reza@gmail.com

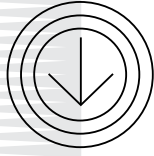
پیدا می کند و در چنین شرایطی اگر بخش مالی صنعت لجستیک نتواند عدم نقدینگی را کنترل کند، آن کسب و کار زمین خواهد خورد.

به طور طبیعی بخش بزرگی از صنعت لجستیک کشور درگیر اتفاقات قطعی و فیلترینگ اینترنت، تحریم و... شده است. مجموعه ما در شش ماه اول سال گذشته، تمام اهدافی را که برای طول سال ترسیم کرده بودیم، به دست آورد، اما بعد از اتفاقاتی که در سطح جامعه افتاد و قطعی و اختلال اینترنت و فیلترینگ اینستاگرام، ما حدود ۴۰ درصد بازار خود را در یک بازه زمانی سه ماهه از دست دادیم و همین باعث شد یک موج بزرگ تعدیل نیرو را در مجموعه خود تجربه کنیم. در نهایت با تصمیماتی که گرفتیم، با برخی قراردادهایی که توانستیم

با بزرگ ترین خرده فروشی های کشور امضا کنیم و ایجاد سرویس PUDO (توزیع حضوری) آن بخش از دست رفته بازار تا حد زیادی جبران شد و توانستیم هدف سال گذشته مان را که ۱/۵ میلیون مرسوله بود، تقریباً به دست آوریم و عملیات حدود یک میلیون و ۳۵۰ هزار مرسوله را انجام دادیم.

درباره اینکه امسال آیا قادر خواهیم بود به هدف خود که ارسال سه میلیون مرسوله است، برسیم؟ در این باره همه چیز به تابستان داغ قیمت های ایران بستگی دارد که آرام آرام خودش را نشان می دهد و اینکه آیا شاهد گشایشی در اقتصاد ایران خواهیم بود یا نه؟ از ابتدای سال تا الان شواهد نشان می دهد که رسیدن به این هدف برای مجموعه ما شدنی است، اما به هر حال اینجا کشوری است که تصمیم ها خلق الساعه است و اتفاقات قابل پیش بینی نیست.





## درباره شش استارت‌آپ لجستیکی در جهان با رشدهای فوق‌العاده

### فرا تر از انتظار

سال ۸۴۷ درصد رشد کند. ایرمی یک شرکت لجستیکی متخصص در حمل‌ونقل شهری است. این پلتفرم به برنامه‌ریزی تحویل و نظارت بر زمان ارسال کمک می‌کند. ایرمی ادعا می‌کند که با بیش از ۱۰۰ کسب‌وکار همکاری دارد.

#### اکسل‌هایر

اکسل‌هایر نیز به خرده‌فروشان و کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک خدمات دست‌میل ارائه می‌دهد. اکسل‌هایر به دلیل الگوریتم مسیریابی‌اش مورد توجه قرار گرفته است. این استارت‌آپ توانسته در پنج سال به رشد ۱۵۰۰ درصدی دست یابد.

#### سی‌کیپات اکسپرس

سی‌کیپات اکسپرس در سال ۲۰۰۴ در جاکارتا، اندونزی تأسیس شد. این استارت‌آپ توانسته در پنج سال به رشد ۳۸۰۰ درصدی دست یابد. سی‌کیپات اکسپرس خدمات مربوط به ذخیره‌سازی، انبار و دست‌میل‌دلیوری ارائه می‌دهد. پیش‌بینی می‌شود که ارزش بازار تجارت الکترونیک اندونزی با نرخ رشد مرکب سالانه ۲۱ درصدی تا سال ۲۰۲۵ به ۸۲ میلیارد دلار برسد. سی‌کیپات اکسپرس در دومین دور تأمین مالی خود توانست ۲۷۵ میلیون دلار سرمایه جذب کند.

#### پاک

پاک به کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک خدمات ارائه می‌دهد. تخصص این شرکت تحویل در همان روز یا روز بعد از ثبت سفارش به انتخاب مشتری است. علاوه بر کالاهای معمولی، پاک در ارائه خدمات تحویل سرد نیز فعالیت دارد. این استارت‌آپ در بارسلون، اسپانیا تأسیس شده و در حال حاضر در بیش از ۶۰ شهر در کشورهای اسپانیا، پرتغال، فرانسه و بریتانیا فعالیت می‌کند. این استارت‌آپ توانسته در پنج سال ۱۶۰۰ درصد رشد کند.

بازار زنجیره تأمین به سرعت در حال رشد است. پیش‌بینی می‌شود این بازار در سال ۲۰۲۳ به ۲۱/۹ میلیارد دلار برسد که حداقل شش میلیارد دلار بیشتر از ارزشی است که در سال ۲۰۲۰ تخمین زده شده بود. آنچه در پی می‌آید، فهرستی از شش استارت‌آپ لجستیکی است که رشد بالایی دارند و در تلاش‌اند صنعت لجستیک را دیجیتالیزه کنند.

#### فلاک فرایت

«فلاک فرایت» در سال ۲۰۱۵ در شهر انسیینیتاس در کالیفرنیا تأسیس شد. این استارت‌آپ کامیون‌های مشترک ارائه می‌دهد. یعنی بارهای چند شرکت با یک کامیون به مقاصد خود برده می‌شوند. این کار باعث می‌شود انتشار کربن کمتر و در هزینه‌ها نیز صرفه‌جویی شود. فلاک فرایت توانسته در پنج سال رشد ۲۶۰۰ درصدی داشته باشد. این شرکت در آخرین دور تأمین مالی خود ۲۱۵ میلیون دلار جذب کرد و ارزشش به یک میلیارد دلار رسید.

#### بادبی

بادبی نیز در سال ۲۰۱۵ در شهر استکهلم در سوئد تأسیس شد و توانست ظرف پنج سال ۱۲۷۵ درصد رشد کند. بادبی خدمات دست‌میل‌دلیوری به خرده‌فروشان و کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک ارائه می‌دهد؛ یعنی کالا را از نزدیک‌ترین مرکز توزیع به مقصد می‌رساند. نکته جالب در مورد بادبی این است که حمل‌ونقل را بدون استفاده از سوخت‌های فسیلی انجام می‌دهد. بادبی با برندهای معروفی مثل اچ‌ان‌ام، زالاندو و آسوس کار می‌کند. بادبی در چهار کشور فعالیت دارد و در ماه پیش از یک میلیون بسته تحویل می‌دهد.

#### ایرمی

ایرمی هم یک استارت‌آپ سوئدی است که در سال ۲۰۱۵ تأسیس شده و توانسته در پنج

## در ایران صنعت لجستیک بهینه نیست

محمد رضا قادری، عضو هیئت مدیره شرکت ملی

پست و رئیس مرکز نوآوری پست

اصلی‌ترین چالشی که در مسیر صنعت لجستیک کشور قرار دارد، بهینه نبودن آن به دلیل عدم هوشمندی سیستم است. امروزه شاهد رشد صنایع هستیم در حالی که هیچ نظام مدیریتی یکپارچه‌ای در حوزه لجستیک کشور اتفاق نیفتاده و این خلأ چالش‌های مختلفی مانند قیمت تمام‌شده بالا، ظرفیت نامتناسب و نامتوازن و... را در این حوزه به وجود آورده است. صنعت لجستیک در قیمت تمام‌شده کالا نقش مؤثری دارد. امروز مواردی مانند استهلاک تجهیزات صنعت و بالا بودن هزینه نگهداری آنها باعث افزایش هزینه در این حوزه شده و در نتیجه باعث افزایش تورم می‌شود که مانعی برای تولید است. در سال گذشته بیشترین نرخ تورم را در بخش لجستیک داشتیم. بخش زیادی از هزینه‌های لجستیک مربوط به هزینه‌های حمل‌ونقل می‌شود که متأثر از قیمت وسایل نقلیه است که در سال گذشته افزایش چشم‌گیری داشته و این افزایش قیمت را در زمینه لوازم یدکی، پشتیبانی و نگهداری هم شاهد بوده‌ایم. به طور کلی در ایران، به خاطر همان عدم بهینه بودن صنعت لجستیک سهم این حوزه در قیمت تمام‌شده کالا نسبت به سایر نقاط دنیا بالاست؛ به طوری که حدود دو برابر متوسط جهانی و شاید چند برابر کشورهای پیشرفته است. بنابراین اگر ما بتوانیم این صنعت را به سوی بهینه شدن و هوشمندسازی



شماره ۹۴  
اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

## تأثیر منفی خبرهای گرانی سوخت بر صنعت لجستیک

نوید صفوی، مدیرعامل شرکت کالارسانان چاپار

یکی از عمده‌چالش‌های که مجموعه ما با آن روبرو است، مواعینی است که برای قراردادهای و مجوزهایمان با نهادهای مختلف کشور داریم. ما همچنان به روال سال‌های گذشته قراردادهایمان در حوزه بین‌الملل کوتاه‌مدت است. قراردادهای و مجوزهای ما گاهی حتی یک ماهه بوده و بلندمدت‌ترین حالت آن نهایت شش ماهه و یک ساله بوده است. ما در حوزه داخلی و خارجی با این مشکل مواجه هستیم و برای فعالیت‌مان باید از چند ارگان و سازمان مختلف مجوز بگیریم. بیشترین چالش ما با سازمان تنظیم مقررات است که بخشی از مجوزهای حوزه کسب‌وکار ما به این سازمان مربوط می‌شود. سازمان هواپیمایی، معاونت حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران هم از دیگر نهادهایی هستند که باید از آنها مجوز بگیریم. در این میان «اتحادیه وانت‌بار» هم هر از چند گاهی می‌آید و مدعی می‌شود. گرفتن مداوم این تعداد مجوز از نهادهای مختلف زمان‌بر است و باید یک سری تمهیدات برای گرفتن هر کدام از این مجوزها در نظر بگیریم که مسائل خاص خود را دارد. از سویی برای مثال وقتی از سازمان تنظیم مقررات مجوز نداشته باشیم، در گمرک برای پست سریع بین‌المللی به مشکل برمی‌خوریم که می‌تواند خدمات ما را تحت تأثیر قرار دهد.

از سویی خبرهایی که درباره سوخت مطرح می‌شود، حتی اگر اجرایی هم نشود باز در صنعت لجستیک تأثیرگذار است. وقتی چنین بحثی در فضای جامعه مطرح است، افرادی که ما با آنها کار می‌کنیم، مانند راننده‌های درون‌شهری و برون‌شهری تحت تأثیر این قضیه قرار می‌گیرند و بالطبع کسب‌وکار ما را هم تحت تأثیر قرار می‌دهند. البته سوخت موضوعی است که همیشه به صورت مستقیم مطرح می‌شود، اما افزایش هزینه‌های نگهداری ماشین‌آلات هم برای ما یک چالش بزرگ است که هیچ‌جا به صورت رسمی درباره آن صحبت نمی‌شود.

با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از مشتریان ما را مشتریان





## نگاهی به گزارش سال ۱۴۰۰ تیپاکس جابه جایی بیش از ۱۹ میلیون بسته

چهار میلیون و ۴۰۰ تماس ورودی این شرکت پاسخ داده‌اند. تیپاکس اعلام کرده میزان رضایت مشتریان در اسفند ۱۴۰۰ از خدمات دریافت شده از پشتیبانی مشتریان این شرکت ۹۰ درصد بوده است. تیپاکس همچنین اعلام کرده که از هر هزار بسته ارسالی در سال ۱۳۹۹، ۹ مورد با ثبت شکایت همراه بوده‌اند که این میزان در سال ۱۴۰۰ به شش مورد کاهش یافته است.

این شرکت لجستیکی در بخش دیگری از این گزارش به توسعه نمایندگان خود اشاره کرده است. طبق این گزارش این شرکت در ۳۱ استان و شهرهایی با جمعیت ۳ هزار نفری نیز حضور دارد. گسترده‌ترین پوشش تیپاکس در استان‌های اصفهان، فارس و گیلان بوده و کم جمعیت‌ترین شهری که تیپاکس در آن نمایندگی افتتاح کرده نیز شهرهای مرو دشت، لیسار و بنجار بوده است. تیپاکس می‌گوید در سال ۱۴۰۰ نمایندگی بازار پاچنار بیشترین ارسال بسته را در بین نمایندگی‌های این شرکت داشته است. بر اساس اعلام تیپاکس، کل ناوگان لجستیک این شرکت برابر ۳ هزار و ۲۱۸ است که از این میان هزار و ۱۵۲ ناوگان بین شهری و دو هزار و ۶۶ ناوگان درون شهری است.

تیپاکس ادعا می‌کند که سعی کرده با کمک فناوری‌های روز صنعت لجستیک نوآوری‌های لازم را در شرکت خود پیاده‌سازی کند. این شرکت در توضیح عملکرد سامانه «مای تیپاکس» خود که در واقع اپ این شرکت است، گفته که در سال ۱۴۰۰ بیش از ۴۶۴ هزار نصب داشته که نسبت به سال ۱۳۹۹، ۵۰ درصد رشد داشته است.

مای تیپاکس ۱۳۹۸ فعالیت خود را در استان تهران آغاز کرد و تا پایان این سال ۲۰ استان دیگر نیز به دایره خدمات‌رسانی آن اضافه شدند. مای تیپاکس درگاهی برای ثبت سفارش‌ها به صورت آنلاین است و کاربران از این طریق قادر خواهند بود بسته را جلوی در منزل خود تحویل بدهند یا تحویل بگیرند.

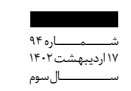
تیپاکس به عنوان یکی از شرکت‌های خصوصی فعال در حوزه پست، گزارش سالانه ۱۴۰۰ خود را منتشر کرده است. در این گزارش اعلام شده که این شرکت توانسته در سال ۱۴۰۰ بیش از ۱۹ میلیون بسته جابه‌جا کند و تعداد کاربرانش با رشد ۶۹ درصدی نسبت به سال گذشته به بیش از هشت میلیون رسیده است.

شرکت تیپاکس اعلام می‌کند بیش از ۵۴۵۰ نفر نیروی انسانی دارد و در سال ۱۴۰۰ موفق به ثبت رکورد جابه‌جایی ۱۵۰ هزار بسته در یک روز شده است. بر اساس اعلام تیپاکس، تعداد کل مشتریان تیپاکس در سال ۱۴۰۰ به هشت میلیون و ۹۱۶ هزار و ۷۱۱ نفر رسیده است. تیپاکس پیش‌بینی کرده که تعداد مشتریان در سال ۱۴۰۱ به رقم ۱۲ میلیون نفر کاربر رسیده باشد.

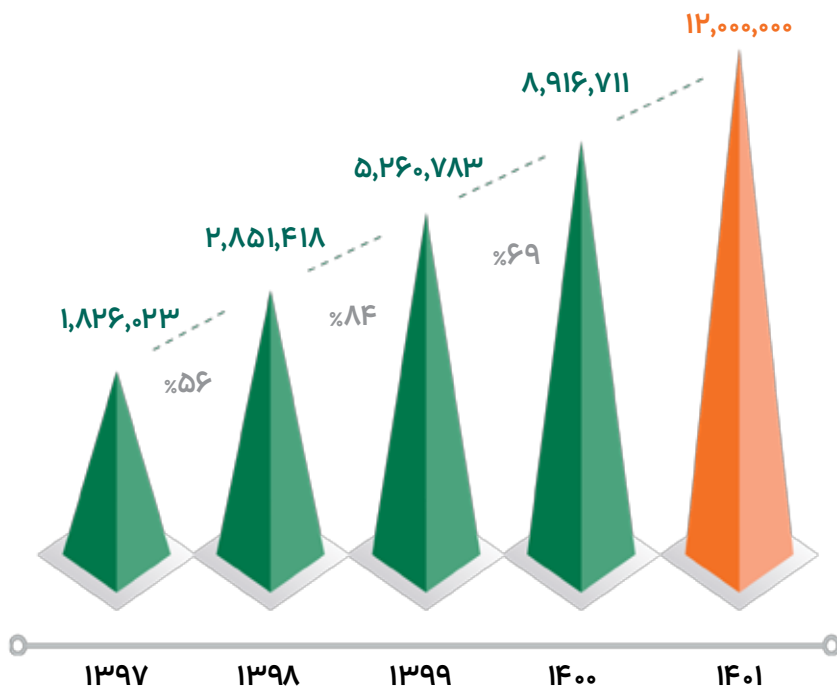
تعداد کل پاکت‌ها و بسته‌های جابه‌جا شده نیز برابر ۱۹ میلیون و ۵۴۲ هزار و ۹۱۳ بسته بوده است. تعداد کل ناوگان لجستیک این شرکت هم سه هزار و ۲۱۸ و تعداد کل نمایندگی‌های آن نیز به ۸۱۳ رسیده است. تعداد مشتریانی که با تیپاکس بسته ارسال کرده‌اند، با رشد ۳۴ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۹ به دو میلیون و ۴۷ هزار و ۸۵۸ نفر رسیده و تعداد مشتریانی که از تیپاکس بسته دریافت کرده‌اند نیز با ۵۱ درصد رشد به عدد شش میلیون و ۸۶۸ هزار و ۸۵۳ نفر رسیده است.

در این گزارش به مشتریان قراردادی تیپاکس هم اشاره و گفته شده که این مشتریان سازمان یا کسب‌وکارهایی هستند که به خاطر حجم بالای ارسال بسته‌های خود و برخورداری از شرایط ویژه، نسبت به عقد قرارداد اقدام می‌کنند. مشتریان قراردادی تیپاکس نیز طبق این گزارش از رقم ۱۸۳۵ مشتری در سال ۱۳۹۹ با ۳۰۰ درصد رشد در سال ۱۴۰۰ به پنج هزار و ۵۰۴ مشتری رسیده است.

بخش دیگر این گزارش به تعداد تماس‌های تلفنی مشتریان با تیپاکس اختصاص پیدا کرده است. طبق این گزارش ۱۰۰ نفر در واحد پشتیبانی مشتریان در سال ۱۴۰۰ فعالیت کرده‌اند که به



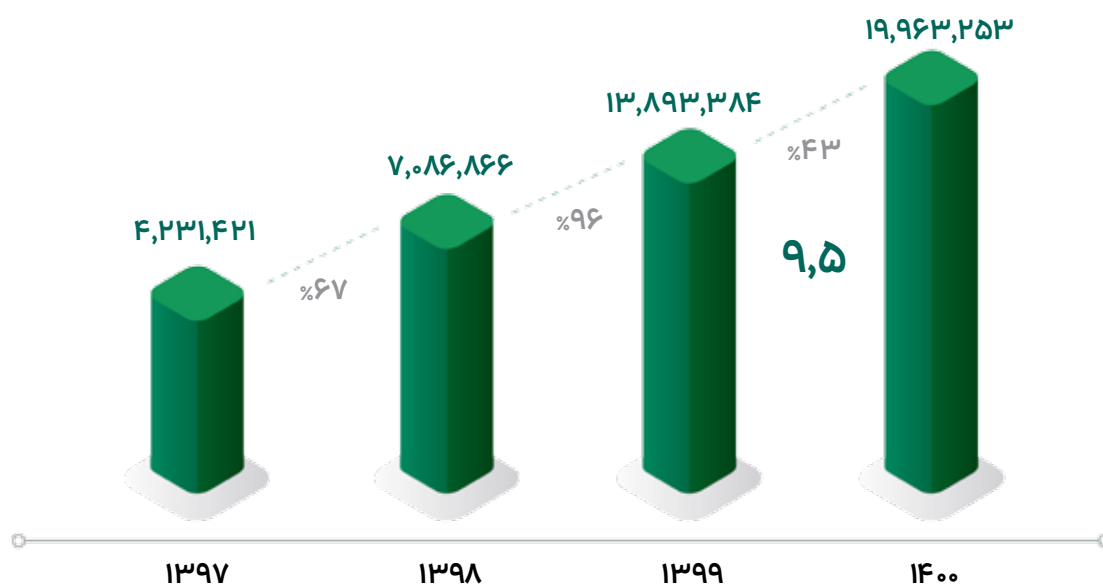
# تیپاکس به روایت آمار



نمودار رشد تعداد مشتریان تیپاکس  
در ۴ سال گذشته و پیش‌بینی سال آینده



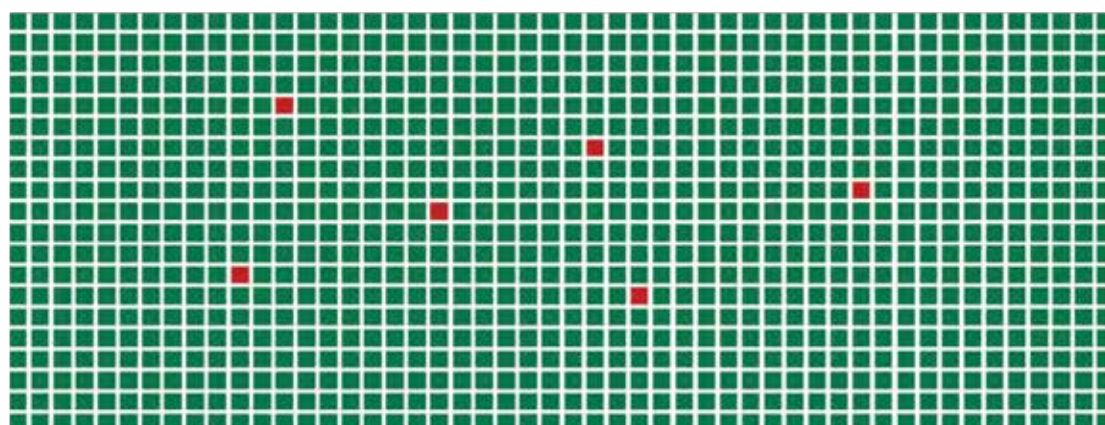




نمودار رشد تعداد بسته‌های ارسال شده با تیپاکس

## از هر ۱۰۰ بسته‌ای

در سال ۱۳۹۹، ۹ مورد با ثبت شکایت همراه بوده‌اند که در سال ۱۴۰۰ به ۶ مورد کاهش یافته است



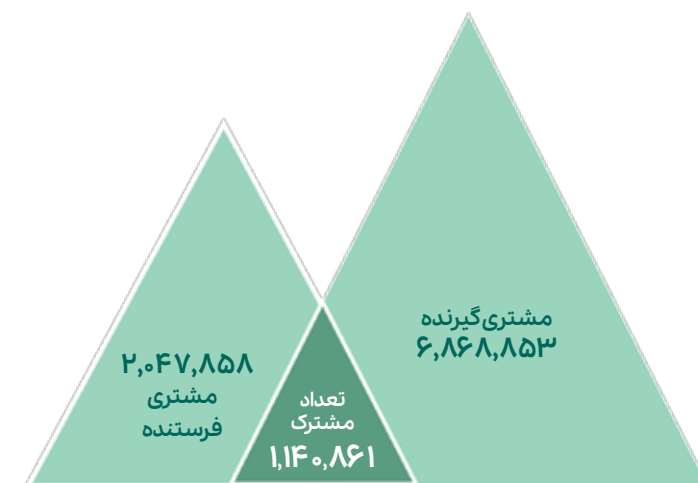
# ۵,۵۰۴

مشتری قراردادی در تیپاکس در سال ۱۴۰۰  
 ۳۰۰٪ رشد مشتری قراردادی

۱,۸۳۵ (۱۳۹۹)



## تعداد کل مشتریان



## تعداد کل ناوگان لجستیک

۱/۱۴۰/۸۶۱ نفر از مشتریان در برخی سفارش‌ها نقش گیرنده و در برخی سفارش‌ها نقش فرستنده داشته‌اند



## فارابی و دیجی پی از محصول مشترک مدیریت ثروت رونمایی کردند از مشاوره تا سرمایه گذاری امن

دیجی پی و گروه مالی فارابی از محصول مشترک مدیریت ثروت رونمایی کردند. این محصول در بخش های متنوعی همچون طرح های سرمایه گذاری بورسی (صندوق های درآمد ثابت و سهامی)، طرح های سرمایه گذاری غیر بورسی (طلا، ملک، تأمین مالی جمعی و ارز دیجیتال)، ریسک سنجی (مشاوره سرمایه گذاری منطبق بر پورتفوی کاربر) و سیدگردانی (مدیریت سرمایه) به کاربران خدمات دهی می کند.

مدیریت ثروت به مجموعه فرایندهای مبتنی بر فناوری گفته می شود که با تجزیه و تحلیل تمامی نیازهای مالی مشتری و پیشنهاد محصولات مالی و سرمایه گذاری مناسب، به مدیریت دارایی و بهبود کیفیت زندگی برای مشتری منجر می شوند.

ایده اصلی این سرویس، انجام سرمایه گذاری های امن و کم ریسک در شرایط ناپایدار اقتصادی است که به کاربران اجازه می دهد ضمن حفظ ارزش دارایی های خود، راه های مطمئن برای افزایش این سرمایه را شناسایی و متناسب با پرتفوی خود بدون گرفتار شدن در ریسک های پیش بینی نشده، سرمایه گذاری کنند.

علاوه بر سرمایه گذاری های بورسی، بخش جذاب دیگر برای کاربران، سرمایه گذاری در زمینه طلا، ملک و ارز دیجیتال است که به زودی از طریق این محصول در دسترس کاربران قرار خواهد گرفت. از دیگر ویژگی های این محصول ارائه مشاوره های غیر خودکار برای سرمایه گذاری در صندوق های مختلف و ارائه مشاوره های خودکار و انتخاب بهترین و مناسب ترین روش های سرمایه گذاری منطبق بر پورتفوی و بدون دخالت کاربر است.

این سرویس با طراحی یک برنامه کنترل شده که بر اساس شرایط، اهداف و سطح ریسک پذیری مشتریان تنظیم می شود، به نگهداشت، افزایش و مدیریت ثروت در ابعاد مختلف زندگی و آینده مشتری کمک می کند و در نهایت به توسعه الگوریتم های تعیین ریسک و معاملات سرمایه منجر می شود.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم



# نئوبانک اپل

در حالی که رفته رفته اعتماد مردم به بانک های سنتی کم می شود، فناوری اپل با خدمات مالی گلدمن ساکس به هم می پیوندند تا قدرتمندترین فین تک آمریکا را بسازند؛ آیا همکاری این دو آینده بانکداری را تغییر می دهد؟

در مورد تغییر استراتژی های  
نوآورانه رابوبانک

نوآوری از دید یک  
بانک ۱۲۵ ساله

هفته گذشته اپل توپ خود را به زمین بانک ها انداخت. همان طور که می دانید بانک های ایالات متحده به حساب های سپرده فقط ۰/۵ درصد سود ارائه می دهند. اما اپل اعلام کرده ۴/۱۵ درصد بازده سالانه را به پس انداز کنندگان ارائه می دهد. این محصول جدید بانکی اپل دقیقاً زمانی ارائه می شود که بانک های منطقه ای به دنبال بحران بانکی در سیلیکون ولی، در حال دست و پا زدن برای حفظ سپرده هایشان هستند. البته استارت آپ های فین تکی هم با همین مشکل مواجه هستند و از عدم نقدینگی رنج می برند.

### استفاده از اعتماد عمومی

البته خود اپل مجوز بانکداری ندارد، این محصول در واقع متعلق به بانک گلدمن ساکس ایالات متحده آمریکا است و تحت پوشش شرکت بیمه سپرده فدرال قرار دارد. در دنیای فین تک، اپل هم یک نئوبانک مانند چایم، رولوت و مونزو محسوب می شود، اما اپل یک نقطه قوت نسبت به نئوبانک های دیگر دارد و آن هم قدرت برندش است. اپل

تأسیس خود پایبند است. در همین راستا، رابوبانک در بخش کشاورزی آمریکای کشاورزی، آمریکای جنوبی و استرالیا فعالیت چشم گیری دارد. در واقع این سه منطقه از جهان، بخش عمده ای از تولید غذا و اقتصاد کشاورزی را تشکیل می دهند. لازم به ذکر است که رابوبانک همه بازیگران را در کل زنجیره ارزش غذایی، از کشاورزان گرفته تا خرده فروشان تأمین مالی می کند.

ایده اصلی رابوبانک این بود که با کمک هم مشکلاتی را حل کنیم که به تنهایی نمی توان آنها را پشت سر گذاشت. در واقع در آن زمان کشاورزان بزرگ تر به کشاورزان کوچک تر کمک مالی می کردند تا بتوانند کسب و کار خود را بسازند و رشد دهند. رابوبانک همچنان این ذهنیت و

در سال ۱۸۹۸ دو تعاونی بانکی به نام های رایفایزن و بوریلین در هلند افتتاح شدند. این بانک ها به عنوان تعاونی های بانکی برای خدمت به جوامع کشاورزی محلی فعالیت می کردند. ۷۵ سال بعد، این دو بانک با هم ادغام شدند و رابوبانک متولد شد. رابوبانک ۱۲۵ سال پس از تأسیس، اکنون یک سازمان بزرگ بین المللی است. در هلند، رابوبانک ندرلند، یکی از بانک های پیشرو کشور است که بر وام مسکن و تسهیلات کسب و کارهای اقتصادی کوچک و متوسط تمرکز دارد. امروزه رابوبانک در ۷۸ منطقه شعبه دارد.

رابوبانک همچنان به عنوان یک تعاونی بانکی کشاورزی، بر مواد غذایی و کشاورزی تمرکز دارد و به اهداف اولیه



## مدیرعامل فردابانک از فشار نهاد ناظر برای ایجاد چسبندگی بیشتر بین بانک و شعبه دیجیتال می‌گوید

### اگر بانک در بانک تأسیس شود، نئوبانک نیست

بپردازید که چه محصول و سرویسی می‌توانیم ارائه دهیم که متفاوت باشد و چه مشکلی از مردم حل می‌کند.»

رجایی پور درباره جذابیت و ویژگی برتر فردابانک نسبت به سایر نئوبانک‌ها توضیح می‌دهد: «به خاطر محدودیت‌ها و مشکلات اجرایی که امسال نهاد ناظر به ما وارد کرد و با توجه به پیچیدگی‌های لایحه‌ها و سطح بالای سخت‌گیری که در سیستم وجود داشت، این مسیر نسبتاً با سرعت خیلی زیادی طی شده، اما در زمان بندی امسال ما یکسری ارزش‌هایی به کاربر پیشنهاد می‌دهیم. مهم‌ترین موردی که فردابانک روی آن تمرکز دارد بحث باندل کردن خدمات بوده است. به عبارتی کاربر با احراز هویت از یک اپلیکیشن خدمات متنوعی را که در طول روز به آن نیاز دارد دریافت می‌کند. از ساده‌ترین موارد که در تلکام هم وجود داشته و در ایران هم خیلی خوب اجرا نشده، موضوع باندل کردن خدمات موبایل با بانک است.»

مدیرعامل فردابانک می‌گوید که در آینده حتماً به بحث ارائه تسهیلات و خدمات اعتباری خواهد پرداخت، زیرا برای طرفین سودآور است و در حال حاضر بخش بزرگی از نیاز جامعه خرید اعتباری است.

نوید رجایی پور، مدیرعامل فردابانک در گفت‌وگو با میثم سلیمانی در برنامه اتاق آبی از فردابانک و مدل کسب‌وکار این نئوبانک می‌گوید.

رجایی پور در پاسخ به این سؤال که آیا فردابانک نئوبانک است یا تنها بانک دیجیتال بانک ایران زمین گفت: «در تلاش هستیم که نئوبانک باشیم. اگر بانک در بانک تأسیس شود، نئوبانک نیست. شاید موبایل بانک‌هایی باشند با رویکردی متفاوت، اما از آنجا که بخشی از فردابانک از صنعت تلکام آمده، این ادعا را دارد و می‌خواهد صرفاً یک بانک دیجیتال نباشد.» به عقیده رجایی پور، نئوبانک فقط افتتاح حساب نیست. او همچنین معتقد است که تاکنون هیچ ضوابطی در حوزه نئوبانک منتشر نشده و اگر بخواهند در یک اکوسیستم حضور جدی داشته باشند، باید رگولیشن آن را هم رعایت کنند و درصد آن هستند که به‌عنوان یک صنعت تلکام مجوزی در نئوبانک داشته باشند یا حتی مجوز یک بانک مجازی.

مدیرعامل فردابانک می‌گوید در چهارچوب ضوابطی که وجود دارد به شعبه‌های دیجیتال بانک‌ها تأیید می‌دهند تا با یک برند دیگر وارد بازار شوند و آنها نیز از این مسیر و فرصت استفاده کردند و قطعاً اگر در آینده رگولیشن و ضوابطی صورت بگیرد، این مسیر را تغییر خواهند داد؛ هرچند فشارهای واحد نظارت نسبت به گذشته بیشتر شده تا چسبندگی میان بانک و شعبه دیجیتال افزایش پیدا کند و ضوابطی وجود دارد که سهم بیشتر کسب‌وکار باید متعلق به یک بانک باشد.

او در پاسخ به این سؤال که با توجه به توضیحاتی که قبل‌تر بیان شد، عملاً در ایران نئوبانکی شکل نخواهد گرفت، این‌گونه گفت: «با تعریف نئوبانک چه در بخش خصوصی یا انجمن‌ها اختلاف نظرهایی با نهاد ناظر و حاکمیتی داریم، اما مجبوریم از ظرفیت‌های موجود با عناوینی که وجود دارد استفاده کنیم و با تعریف کسب‌وکاری آن تغییراتی ایجاد کنیم، نه الزاماً بانکی بودن آن.»

رجایی پور در توضیح علت شباهت فردابانک به بلوبانک می‌گوید: «در مجموعه، خیلی وقت‌ها به دلیل تعلل و صبوری که داشتیم برای کامل بودن محصول به رقبا باختیم. احتمالاً یک چیزهایی یادآوری چیز دیگری باشد. اگر در دنیا بگردید، نئوبانک‌ها را می‌بینید که هر کدام در حال نوآوری هستند اما در نهایت انتظار می‌رود بسته‌ای که به دست مخاطب می‌رسد خارق‌العاده باشد. اهمیت ابزار به دیزاین و لوگو نیست. از نظر دودیزاینر کلی اختلاف ممکن است وجود داشته باشد، اما از نظر مردم چنین نیست. شما باید به این

خودکار به حساب‌های سپرده پربازده آنها انتقال می‌یابد. این حساب روی داشبورد در کیف پول دیجیتال اپل نمایش داده خواهد شد که در آن کاربران می‌توانند موجودی و سود کسب‌شده خود را ببینند.

### بانکداری نامرئی

حساب پس‌انداز تنها یکی از خدمات اپل است. ماه گذشته این شرکت خدمات BNPL را نیز راه‌اندازی کرد و به کاربران این امکان را داد که بتوانند خرید خود را در چهار قسط و بدون بهره یا کارمزد انجام دهند. به علاوه اپل در ماه ژوئیه قابلیت پرداخت با یک کلیک را هم راه‌اندازی کرد که دستگاه آیفون را به یک پایانه پرداخت دیجیتال تبدیل می‌کند و کاربران را مقدر می‌ساخت تا پرداخت مستقیم از کارت‌های خود انجام دهند. اپل با ارائه این محصولات می‌خواهد به تمام جوانب زندگی مشتریانش ورود پیدا کند.

گلدمن ساکس نیز اساساً یک بازیگر زیرساختی است و با ایولو یا کراس‌ریور که به فین‌تک‌ها خدمات می‌دهند، شباهت‌هایی دارد. در واقع گلدمن ساکس یک مؤسسه مالی پیشرو در جهان است که طیف گسترده‌ای از خدمات مالی را به مشتریان بزرگ و متنوعی مانند شرکت‌ها، مؤسسات مالی، دولت‌ها و افراد ارائه می‌دهد. دفتر مرکزی این شرکت در سال ۱۸۶۹ تأسیس شد و در نیویورک واقع است. برخی معتقدند شراکت گلدمن و اپل می‌تواند بانکداری را به سمت نامرئی شدن ببرد، زیرا مردم از ستون‌های مرمری و تشریفات بانک‌ها خسته شده‌اند و به دنبال دسترسی راحت‌تر و خدمات به‌روزتر هستند.

### جاه‌طلبی‌های اپل

قبل از این محصول جدید مشترک اپل و گلدمن، کش‌بک‌های کارت‌های اعتباری اپل به‌طور خودکار به حساب اپل کش‌کاربران منتقل می‌شد. اپل کش یک کارت دیجیتالی در کیف پول دیجیتالی اپل بود که توسط بانک گرین دات صادر می‌شد. اما اپل جاه‌طلب‌تر از این حرف‌ها بود و می‌خواست مشتریانش بتوانند در آی‌سی‌سی از طریق کش‌آپ پول انتقال دهند. اپل می‌خواهد با ترکیب حساب‌های سپرده، انتقال P2P، پرداخت با یک کلیک در فروشگاه‌ها و دکمه اپل پی در وار بیزهای آنلاین، کیف پول دیجیتالی را به یک داشبورد مالی کامل برای مشتریانش تبدیل کند.

برخی معتقدند رقابت بین بانک‌ها و اپل دارد سخت می‌شود. رقابت کیف پول‌های فیزیکی با یک داشبورد مالی کامل و رنگارنگ واقعاً آسان نیست. یکی از دلایل دشواری رقابت با کیف پول دیجیتال اپل این است که اپل به اشخاص ثالث امکان دسترسی به تراشه‌های NFC خود را نمی‌دهد. این تراشه همان قطعه‌ای است که امکان پرداخت با یک کلیک در فروشگاه‌ها را فراهم می‌کند.



بیش از دو میلیارد آیفون در سراسر دنیا در دست مردم دارد و اکنون هم می‌خواهد به‌عنوان شبکه گلدمن عمل کند. بر اساس نظرسنجی سالانه گالوپ، تنها ۲۷ درصد از آمریکایی‌ها به بانک‌های خود اعتماد زیادی خیلی زیاد دارند.

در سال ۱۹۷۹، ۶۰ درصد از مردم چنین اعتمادی به بانک‌ها داشتند. از طرف دیگر، اپل برای دهمین سال متوالی در سال ۲۰۲۲ بر اساس رتبه‌بندی سالانه بهترین برندهای جهانی اینترنشنال، رتبه اول را کسب کرد. تنها بانکی که توانست در این رتبه‌بندی رتبه زیر ۲۵ کسب کند، جی‌پی مورگان بود. جی‌پی مورگان رتبه ۲۴ و بیوتیوب رتبه ۲۵ را در

این رتبه‌بندی به دست آوردند. لازم به ذکر است که حساب پس‌انداز جدید با بازدهی بالا فقط برای مشتریان دارای کارت اعتباری اپل (Apple Card) در دسترس خواهد بود. این کاربران می‌توانند در عرض چند دقیقه حساب کاربری خود را باز کنند. کش‌بک‌های این کاربران به‌عنوان پول نقد و به‌طور



راضیه مینایی

Raziyeh.minaei995@gmail.com



Rabobank

خواهند شد. رابوبانک هیچ‌وقت اصرار نداشته روی پروژه‌هایی کار کند که زاده استراتژی‌ها و رویکردهای شرکت است. در واقع این بانک نوآوری مبتنی بر کسب‌وکار

را کلید اصلی خود می‌داند و باور دارد این نوآوری است که یک کسب‌وکار را رهبری می‌کند.

فرهنگ را حفظ کرده و باور دارد موضوعات اجتماعی از جمله امنیت غذایی و امنیت انرژی اهمیت زیادی دارند. به همین دلیل این بانک تصمیمی گرفته تا از پروژه‌های نوآور حمایت کند. البته رابوبانک از همان ابتدا هم یک بانک نوآور محسوب می‌شد. البته این نوآوری جهت نداشت و نامنظم بود.

اما اکنون رابوبانک به نوآوری به‌عنوان یک هنر می‌نگرد و بر پروژه‌هایی متمرکز می‌شود که از نوآوری در جهت ارتقا و تأمین امنیت غذایی و انرژی بهره می‌برد. رابوبانک بر اساس تجربیات خود در طول ۱۲۵ سال آموخته که چگونه ایده تولید و به‌سرعت آنها را عملی کند، زیرا نوآوری نیازمند سرعت است و اگر ایده‌ها تسریع نشوند، بی‌ارزش



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم





گزارش  
REPORT

# موقعیت های شغلی رمز ارزی در ده شرکت برتر!

در حالی که شرکت های بزرگ در حال تعدیل نیرو هستند، برخی شرکت ها در تلاش اند متخصصان کریپتویی را جذب کنند

صرافی ارز دیجیتال کوین بیس با یک شکایت دسته جمعی به دلیل جمع آوری الگوهای چهره و اثر انگشت مشتریان خود بدون اطلاع و رضایت آنها که نقض قوانین حفظ حریم خصوصی بیومتریک است، مواجه شده است.

در این شکایت مطرح شده در دادگاه فدرال سانفرانسیسکو، ادعا شده است که صرافی ارز دیجیتال کوین بیس داده های چهره را از شناسه ها و سلفی های آپلود شده توسط مشتریان جمع آوری می کند.

بر اساس گزارش بلومبرگ، این شرکت همچنین هنگام ورود مشتریان به حساب های خود با استفاده از فناوری اسکن انگشت، داده های اثر انگشت را جمع آوری می کند.

کوین بیس به نقض قوانین  
حفظ حریم خصوصی  
بیومتریک متهم شد

## تأکید بر اهمیت حفظ داده ها



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

انتشارات راه پرداخت منتشر کرد

## فریلنسر با درآمدشش رقمی نقشه راه موفقیت در اقتصاد گیگ

لورا بریگز، نویسنده، مربی و سخنران به هزاران کارآفرین مشتاق کمک کرده که آزادی و انعطاف پذیری رهایی بخش شیوه جدیدی از کار کردن را بیابند. اکنون، او اینجاست تا راهنمای تجربه شده خود در همکاری با شرکت هایی مانند مایکروسافت و بیزینس اینسایدر را به اشتراک بگذارد و به شما کمک کند کسب و کار خود را گسترش دهید و به قله مالی جدیدی صعود کنید.





همکاری دولت با بخش خصوصی برای رگولاتوری کسب و کارهای رمز ارزی

## دریافت اینماد با معرفی نامه

با دریافت معرفی نامه از یکی از سه تشکل سازمان نظام صنفی رایانه‌ای، انجمن فناوری‌های نوین مالی (فین تک) و انجمن فناوران زنجیره بلوک (بلاکچین)، نسبت به ثبت درخواست ذیل رشته فعالیت «سایر حوزه‌های مالی» و انتخاب تشکل و بارگذاری معرفی نامه خود در سامانه اینماد اقدام کنند.

۲. بانک مرکزی نسبت به بررسی درخواست از طریق بررسی اسناد و مدارک و انجام استعلامات لازم حسب مورد اقدام و در صورت نبود مشکل، نسبت به تأیید درخواست در سامانه اینماد اقدام می‌کند.

۳. کسب و کارهای تأیید شده امکان دریافت درگاه پرداخت با کد صنف مربوط در شبکه پرداخت کشور را داشته و هنگام استعلام شاپرک از سامانه اینماد، پاسخ مثبت با رشته فعالیت «سایر حوزه‌های مالی» دریافت خواهد شد. این پاسخ برای سایر دستگاه‌های استعلام کننده از مرکز تا نیز وجود خواهد داشت.

۴. مرکز تا به عنوان مرجع پاسخگویی به استعلامات کسب و کارهای اینترنتی، با همکاری دیگر دستگاه‌ها نسبت به ایجاد وحدت رویه در مورد کسب و کارهای تأیید شده، از طریق مکاتبات و هماهنگی‌های بین دستگاهی اقدام خواهد کرد.

۵. نظارت بر فعالیت کسب و کارهای معرفی شده توسط هر تشکل از حیث پایبندی به قوانین و مقررات و استمرار رعایت الزامات مصوب، بر عهده آن تشکل بوده و بدین منظور مجاری تصمیم‌گیر هر تشکل، اختیار کامل جهت تعیین شرایط معرفی اولیه، تمهیدات لازم جهت ارزیابی دوره‌ای و توسعه و تجهیز زیرساخت‌های نظارت مستمر و هوشمند بر اعضای خود را دارد.

۶. مرکز تا دسترسی پنل یکپارچه نظارت سامانه اینماد را جهت حفظ سوابق نظارت و امکان درج اخطار نظارتی برای کسب و کارهای متخلف را در اختیار هر تشکل قرار خواهد داد.

۷. عملکرد تشکل‌های تخصصی بابت صحت عملکرد و نظارت بر اعضای خود طی بازه‌های زمانی مشخص مورد ارزیابی قرار گرفته و در مورد ادامه فعالیت آنها یا جایگزینی با تشکل‌های دیگر تصمیم‌گیری خواهد شد.

۸. الزامات مصوب فعلی برای کسب و کارهای رمز ارز کمافی السابق برقرار بوده و تشکل‌های تخصصی به عنوان نهاد‌های خودتنظیم‌گر (SRO)، با استفاده از تجارب و ارائه نقطه نظرات اصلاحی نسبت به ضوابط موجود (همراه با راهکار جایگزین جهت رفع دغدغه‌ها) یا پیشنهاد ضوابط جدید به مراجع ذیربط، نقش فعال تری در تدوین ضوابط حوزه رمز ارز ایفا خواهند کرد.

در آخرین جلسه کارگروه مشورتی راهبری تجارت الکترونیکی (کمیته نوآوری و توسعه کاربردها) که در تاریخ ۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۲ با حضور رئیس مرکز تتا، نمایندگان بانک مرکزی، شاپرک و دیگر دستگاه‌های مرتبط و همچنین سازمان نظام صنفی رایانه‌ای (رئیس نصر تهران، رئیس کمیسیون بلاکچین و رمز ارز و رئیس کمیسیون فین تک)، انجمن فناوری‌های نوین مالی - فین تک (رئیس هیئت مدیره و رئیس کمیسیون رمز ارز) و رئیس انجمن فناوران زنجیره بلوک (بلاکچین) به عنوان تشکل‌های تخصصی حوزه رمز ارز برگزار شد، درباره سازوکار ثبت و احراز اطلاعات کسب و کارهای رمز ارزی به منظور رفع مشکلات آنها از جمله برای پرداخت اینترنتی، مبتنی بر روش خودتنظیم‌گیری (Self-Regulation) بحث و تبادل نظر شد.

در این جلسه ابتدا سابقه موضوع از جمله سلسله جلسات و جمع بندی سال ۱۴۰۰ بین مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، بانک مرکزی، شاپرک و بخش خصوصی با محوریت سازمان نظام صنفی رایانه‌ای تحت عنوان «تدابیر مشترک جهت اجرای بهینه الزام اینماد برای پرداخت‌ها» مرور شد. سپس ملاحظات و نقطه نظرات نمایندگان بانک مرکزی، شاپرک و دیگر دستگاه‌های مرتبط و همچنین تشکل‌های بخش خصوصی مطرح شد؛ از جمله تأکید بر اینکه مبادله رمز ارز از حیث نظام مجوزدهی، سازوکار تنظیم‌گری، نظارت و... هنوز در ایران و بسیاری از کشورها که در تنظیم‌گیری تبحر و تجربه بیشتری هم دارند، مقررات گذاری نشده است؛ روش خودتنظیم‌گیری طبق تجربه جهانی، بسیار مترقی‌تر از نظام مجوزدهی سنتی بوده و از این جهت نبود مجوز برای کسب و کارهای رمز ارز در صورت طراحی راهکار مناسب، می‌تواند به عنوان یک فرصت و تجربه جدید برای کشور تلقی شود. راهکار مدنظر باید متمرکز بر سمت کسب و کار (و نه عموم مردم) باشد تا بتواند عمده مشکلات حال حاضر را برطرف کند، ضمن اینکه نباید مشکلات جدیدی به ویژه از حیث تعلیق اینماد و... ایجاد شود؛ فرایند ثبت و احراز اطلاعات، بررسی و تأیید و... باید برای کسب و کارها شفاف باشد و در صورت عدم تأیید، امکان اصلاح رفتار، رفع اشکالات و تلاش مجدد وجود داشته باشد؛ راهکار مدنظر محدود به کسب و کارهای موجود نبوده ولی با توجه به برنامه شاپرک برای پالایش درگاه‌های پرداخت و بازه زمانی محدود بدین منظور، اولویت با کسب و کارهای موجود باشد.

در نهایت خروجی جلسه بدین صورت جمع بندی و مورد تصمیم‌گیری قرار گرفت:

۱. کسب و کارهای مجازی حوزه رمز ارز می‌توانند

## مالتی ورس ایکس



پلتفرم بلاکچین «مالتی ورس ایکس» به دنبال گسترش اکوسیستم خود و ایجاد همکاری‌های جدید است و در این راستا فرصت‌های شغلی هیجان‌انگیزی را برای متخصصان توسعه بلاکچین ایجاد کرده است. این شرکت ۱۵ موقعیت شغلی در زمینه توسعه فرانت‌اند و بک‌اند، توسعه کسب و کار، بازاریابی و طراحی UI/UX دارد.

## دیلویت



شرکت خدمات حرفه‌ای چندملیتی «دیلویت» خدماتی چون مشاوره، امور مالیاتی، حسابرسی و آدیت به مشتریان صنعت ارز دیجیتال ارائه می‌دهد. این شرکت در حال حاضر ۳۳۱ موقعیت شغلی باز در حوزه امور مالیاتی دارد.

## ریپل



«ریپل» یک شرکت فناوری بلاکچین و مستقر در سانفرانسیسکو است و به خاطر دعوت‌نامه‌های SEC بر سر XRP خیرساز شده است. این شرکت به بازارهای آسیا، به‌ویژه ژاپن، کره جنوبی و تایلند راه یافته و در حال حاضر بیش از ۵۵ موقعیت شغلی در تورنتو، سانفرانسیسکو، بنگلور، لندن و سنگاپور دارد.

## کوبین بیس



صرافی رمز ارز «کوبین بیس» نیز با SEC به دلیل نقض احتمالی قوانین اوراق بهادار درگیر است، اما این درگیری‌ها مانع رشد صرافی ارزهای دیجیتال ایالات متحده نشده است. چون صرافی کوبین بیس تقریباً ۶۰ موقعیت شغلی باز کرده و به دنبال جذب متخصصان حوزه رمز ارز است.

## بایننس



«بایننس» بزرگ‌ترین صرافی رمز ارز جهان از نظر حجم مبادلات است. این صرافی اخیراً به دلیل عدم ثبت نام مناسب کاربران با مقامات مالی ایالات متحده با مشکل مواجه شده است. با این حال، این صرافی بیش از ۳۸۰ موقعیت شغلی باز در سراسر جهان دارد.

شرکت‌های حوزه رمز ارز برای استخدام کارشناسان این حوزه مصمم‌تر از همیشه هستند.

با اینکه سال گذشته سال بدی برای دنیای رمز ارز بود، اما شرکت‌ها تصمیم دارند استعداد‌های برتر کریپتویی را حفظ کنند. آنها نسبت به پتانسیل این صنعت چشم‌انداز روشنی دارند و می‌خواهند خدمات خود را با به‌کارگیری متخصصان ارزهای دیجیتال، گسترش دهند.

در ادامه به بررسی شرکت‌هایی می‌پردازیم که چند موقعیت شغلی در حوزه رمز ارز و بلاکچین ایجاد کرده‌اند.

## بیت گت



صرافی ارز دیجیتال «بیت گت» از سال گذشته کارکنان خود را دو برابر کرد و به ۱۳۰۰ نفر رساند.

بیت گت در حال گسترش کسب و کارش در بازارهای نوظهوری مانند آفریقا و آمریکای لاتین است و می‌خواهد فرصت‌های شغلی فوق‌العاده‌ای را برای کارشناسان این کشورها فراهم کند. در حال حاضر بیش از ۳۶ موقعیت شغلی در لینکدین فهرست شده، اما نماینده این شرکت اعلام کرده ۳۰۰ موقعیت شغلی دیگر نیز باز خواهد شد.

## وینترمیوت



«وینترمیوت» یک شرکت معاملاتی الگوریتمی است که نقدینگی را برای بازارهای ارز دیجیتال فراهم می‌کند.

این شرکت خدماتی پیرامون بازاریابی هم ارائه می‌دهد و در زمینه تقویت نقدینگی در اکوسیستم رمز ارز با صرافی‌ها و سایر فعالان بازار همکاری می‌کند. پلتفرم استخدام «لور» نشان می‌دهد که این شرکت حداقل ۱۵ موقعیت شغلی باز در لندن و سنگاپور دارد.

## یونی سوآپ



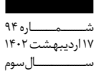
«یونی سوآپ» برترین صرافی غیرمتمرکز اتریوم و یکی از محبوب‌ترین پروتکل‌های دیفای است. این پلتفرم از سال ۲۰۱۸ به اکوسیستم رمز ارز با یک اپلیکیشن غیرمتمرکز برای مبادله توکن سرویس داده است. یونی سوآپ در حال حاضر در جست‌وجوی افراد با استعدادی است که بتوانند به این شرکت کمک کنند تا همچنان در صدر باقی بماند. به نظر می‌رسد یونی سوآپ حداقل ۱۲ موقعیت شغلی باز دارد.

می‌خواهد که اسکن یک کارت شناسایی معتبر و یک عکس سلفی را آپلود کنند. سپس این اطلاعات را در ایجاد یک الگوی بیومتریک از چهره کاربر به کار می‌برد که در تأیید تطبیق چهره استفاده می‌شود. انتشار این خبر، نگرانی فزاینده در مورد حفظ حریم خصوصی داده‌ها و نیاز شرکت‌ها به شفافیت در مورد نحوه جمع‌آوری و استفاده از داده‌های کاربران را به‌ویژه در مورد اطلاعات حساس بیومتریک مانند تشخیص چهره و داده‌های اثر انگشت برجسته می‌کند. از آنجا که تعداد شرکت‌هایی که داده‌های بیومتریک از کاربران دریافت می‌کنند، روبه‌افزایش است، احتمالاً شکایت‌هایی از این دست نیز بیشتر مطرح خواهند شد.

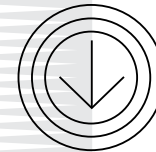
طبق این درخواست، جمع‌آوری و ذخیره‌سازی این داده‌ها توسط صرافی کوبین بیس، کاربران را در معرض «خطرات جدی و غیرقابل برگشت در ارتباط با حفظ حریم خصوصی» قرار می‌دهد.

این موضوع در حالی مطرح می‌شود که مطابق با قوانین جدید ایلینوی در مورد حفظ حریم خصوصی، این صرافی باید هنگام جمع‌آوری داده‌های بیومتریک از کاربران اجازه می‌گرفته است. علاوه بر این، صرافی رمز ارزی کوبین بیس باید هدف از جمع‌آوری این داده‌ها، زمان ذخیره‌سازی، نحوه استفاده و چگونگی حذف دائمی آنها را به شکل عمومی منتشر می‌کرده است.

لازم به ذکر است کوبین بیس جهت احراز هویت از کاربران



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم



## نگاهی به رویدادهای تخصصی و پاسخ به یک پرسش دشوار به دنبال چه می‌گردیم؟

که فعالیت‌های تأمین مالی برای تیم‌ها را بر عهده دارد. علاوه بر اینوتکس، چندی پیش مجدداً خبر برگزاری الکامپ منتشر شد؛ رویدادی که بارها و بارها به تعویق افتاد و این بار قرار است چهارم تیرماه شروع به کار کند و سرانجام طلسمی را که کرونا به جانش انداخت، بشکند.

در ادامه این رویدادها به رویداد بورس، بانک و بیمه می‌رسیم که آن هم یک رویداد تخصصی است و در فضای مالی کشور مخاطبان جدی‌ای دارد، اما حضور در رویدادها و نمایشگاه‌ها با توجه به روزهای سخت کسب‌وکارها، مخالفان و موافقان زیادی دارد.

عده‌ای می‌گویند آن قدر گرفتاری‌های کسب‌وکارها زیاد است که چیزی مانند نمایشگاه دردی از آنها دوا نمی‌کند و عده‌ای هم معتقدند در این شرایط باید از هر فرصتی برای رساندن صدای کسب‌وکارها به گوش سیاست‌گذاران استفاده کرد. عده‌ای ناامیدانه، بی‌هیچ ذوق و شوقی تنها نظاره‌گرند و عده‌ای هم حتی اگر نتوانسته باشند در این نمایشگاه‌ها شرکت کنند، کماکان خود را مخاطب آن می‌دانند و حتی به عنوان بازدیدکننده هم که شده، فرصت حضور را مغتنم خواهند دانست.

این شد که گزارشی ویژه این هفته کارنگ را به همین رویدادها اختصاص دادیم و از فعالان اکوسیستم و آنهایی که پیش‌تر حضور پررنگی در این رویدادها داشتند، پرسیدیم که این نمایشگاه‌ها چه تأثیری در فضای فعلی اکوسیستم دارد و شرکت‌کنندگان در این نمایشگاه‌ها، با هر عنوانی، به دنبال چه چیزی باشند؟

رویدادها یکی از اجزای اکوسیستم نوآوری هستند و مهم‌ترین این رویدادها نمایشگاه‌های تخصصی و متمرکز بر مفاهیم کسب‌وکارهای نوآور و فناورانه است. نمایشگاه‌های تخصصی می‌توانند به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوآور کمک کنند تا با دیدن رقبا و هم‌صنفان خود، بتوانند از نقاط ضعف و قوت آنها یاد بگیرند و به بهبود کیفیت خدمات و محصولات خود بپردازند.

در این نمایشگاه‌ها، شرکت‌هایی که سابقه بیشتری دارند و پرسودتر و موفق‌تر هستند، می‌توانند با به اشتراک‌گذاری تجربیات خود و ارائه راهکارهایی برای استارت‌آپ‌های دیگر کمک‌کننده باشند. نمایشگاه اینوتکس تهران یکی از بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های فناوری و نوآوری در ایران است که هر ساله برگزار می‌شود.

این نمایشگاه با هدف نمایش جدیدترین دستاوردهای فناوری، ارتقای صنعت کشور و ایجاد فرصت‌های همکاری و تبادل تجربه بین شرکت‌ها، دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و صنعتگران برگزار می‌شود. در این نمایشگاه شرکت‌های بزرگ و کوچک فناوری، ارائه‌دهندگان خدمات فناوری، محققان و دانشجویان حضور دارند و آخرین دستاوردهای فناوری را به نمایش می‌گذارند.

با نگاهی به مسیر رشد اینوتکس می‌توان شباهت‌هایی از یک مدل استارت‌آپی را در آن دید. این نمایشگاه هر سال بخش‌های متنوعی را معرفی می‌کند. در جدیدترین بخش‌های اضافه‌شده به این نمایشگاه عنوان فینوتکس به چشم می‌خورد



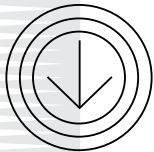
عکس: نسیم اعتمادی

# زنگ‌ها برای چه کسی به صدا درمی‌آیند؟

رویدادهای نمایشگاهی اکوسیستم یکی پس از دیگری آماده برگزاری می‌شوند؛ آیا مخاطبان هم آماده‌اند؟



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سوم



هادی فرزند  
بنیان گذار رویداد همفکر

## دیگر مثل گذشته نیست...

وضعیتی که در حال حاضر کسب و کارها در اکوسیستم با آن روبه‌رو هستند، یک وضعیت بحرانی است. حوزه کسب و کارها دیگر مانند سال‌های قبل نیست که بتوان این رویدادها را به عنوان نقاط عطف تحلیل کرد. اگر قبلاً نمایشگاه فرصتی برای تعامل، حل و بیان مطالبات بود، امروز دیگر این کارکرد خود را هم از دست داده است. انگار قرار نیست صدای هیچ کس به هیچ شکلی شنیده شود. ظاهراً مطالبه‌گری جرم شده و مشکلات فعلی کسب و کارها هم چیزی نیست که بتوان از طریق فعالیت‌های صنفی و جمعی آن را حل کرد. موضوع اینترنت و دسترسی کسب و کارها به اینترنت آزاد نیز به یک موضوع امنیت ملی تبدیل شده است. مسدود شدن شبکه‌های اجتماعی مهمی که کسب و کارهای زیادی بر بستر آنها فعالیت می‌کردند و تحریم‌های داخلی و خارجی به مشکلاتی تبدیل شده که راه حل آنها برگزاری نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های صنفی نیست. من فکر می‌کنم امسال نمایشگاه‌ها رونق سال‌های گذشته را نداشته باشند. یعنی هم شرکت‌کنندگان کمتری را شاهد خواهیم بود و هم حضور کم‌رنگ‌تر کسب و کارها را.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سوم

## فرصتی برای تعاملات B2B

مهدی عبادی، هم‌بنیان‌گذار وندار

ما در حال آماده‌شدن برای حضور در نمایشگاه الکامپ هستیم. با توجه به جنس کسب و کارمان، تجربه‌ای از حضور در نمایشگاه اینوتکس ندارم، ولی فکر می‌کنم نمایشگاه اینوتکس از دوره‌های گذشته توانسته مخاطب خود را پیدا کند و به کسب و کارهای نوآور فرصتی برای ارائه دستاوردهای خود بدهد، اما تجربه خوبی بوده، ولی آنچه مشخص است، اینکه بر خلاف سال‌های گذشته، امسال نمی‌توان خیلی به برگزاری پررونق نمایشگاه‌ها امیدوار بود. در کل فضای اکوسیستم به واسطه اتفاقات گوناگونی که پشت سر هم رخ داد، پویایی خود را از دست داده است. با توجه به اتفاقاتی که در ماه‌های گذشته برای کسب و کارها رخ داده، نمی‌توان امیدوار بود که از تریبون نمایشگاه صدایی به گوش حاکمیت برسد. این نمایشگاه‌ها شاید فرصتی برای تعاملات B2B باشد. احتمالاً بیشتر شرکت‌کنندگان در این نمایشگاه‌ها با هدف شبکه‌سازی حاضر خواهند شد. برای ما نمایشگاه‌هایی که جنبه‌های تخصصی‌تری دارند، حائز اهمیت‌اند. نمایشگاهی مانند بانک، بورس و بیمه بیشتر به جنس کسب و کار ما نزدیک است. ما قصد داشتیم برای حضور در نمایشگاه بانک، بورس و بیمه نیز اقدام کنیم، اما متأسفانه فرایندهای معیوب ثبت‌نام ما را منصرف کرد. اگر بخواهم کلیتی از فضای نمایشگاه‌های امسال متصور شوم، متأسفانه باید بگویم فضای امیدوارکننده‌ای مشاهده نمی‌شود و نمی‌توان انتظار داشت نمایشگاه‌ها با رونق سال‌های پیش از کرونا برگزار شود.



## کوچک‌ترها بازدیدکننده می‌شوند

احمد طاهرخانی، بنیان‌گذار هومکا

من فکر می‌کنم مهم‌ترین فایده این نمایشگاه‌ها شبکه‌سازی و تقویت کانال‌های ارتباطی باشد و با توجه به اینکه شرکت‌ها در ابتدای سال جدید بودجه منقبضی دارند و سیاست‌های مالی انقباضی را در پیش گرفته‌اند، ارتباطات بیش از پیش برای آنها اهمیت دارد و نیاز دارند که فروش‌شان را با هزینه کمتر افزایش دهند. نمایشگاه این فرصت را برای کسب و کارها به وجود می‌آورد تا با افراد و شرکت‌های دیگر وارد تعامل شوند تا بتوانند از طریق شراکت، تعریف محصول مشترک یا استفاده از ظرفیت‌های هم به اهداف خود برسند. من فکر می‌کنم که نمایشگاه‌های امسال کم‌رونق‌تر از سال‌های گذشته باشند و با توجه به وقفه‌ای که به خاطر کرونا در برگزاری بسیاری از این نمایشگاه‌ها به وجود آمد، شرکت‌ها این‌گونه فعالیت‌ها را به صورت خودجوش در پی گرفته‌اند. یعنی آنچه را که به عنوان دستاورد از نمایشگاه انتظار داشتند، از مسیرهای دیگر محقق کردند. شکل مشارکت هم به نظر من این‌گونه خواهد بود که کسب و کارهای بزرگ با قدرت حضور خواهند یافت و کسب و کارهای کوچک‌تر به عنوان بازدیدکننده، مخاطبان نمایشگاه‌ها خواهند بود. احتمال اینکه نهادهای دولتی و حاکمیتی حضور پررنگ‌تری داشته باشند هم بیشتر است. اوضاع برای کسب و کارهای کوچک خوب نیست. شاید بسیاری از آنها علاقه داشته‌اند که در این نمایشگاه‌ها شرکت کنند، اما به واسطه شرایط سخت اقتصادی، بسیاری از آنها حتی از پس پرداخت اجاره غرفه هم بر نمی‌آیند. به هر حال در یک نمایشگاه هزینه‌های مختلفی اعم از اجاره غرفه، هزینه‌های دکور و نیروی انسانی دخیل است و اکنون شرایط برای بسیاری از کسب و کارها به گونه‌ای است که این دست فعالیت‌ها مقرون به صرفه نیست. ولی شرکت‌ها، مدیران عامل و هم‌بنیان‌گذاران به عنوان بازدیدکننده حتماً حاضر خواهند شد تا بتوانند از ظرفیت‌های ارتباطی و شبکه‌سازی استفاده کنند. هم حضور و هم عدم حضور در نمایشگاه می‌تواند معنادار باشد. حضور در نمایشگاه فرصت مطالبه‌گری را فراهم می‌آورد و عدم حضور در نمایشگاه هم به نوعی بیانگر وضع موجود است. باید دید چه کسانی حضور پیدا می‌کنند و چه کسانی غیبت دارند. من در دایره دوستانم، با بیشتر کسب و کارهایی که صحبت می‌کردم، بیان می‌کنند که تمایلی به حضور در هیچ نمایشگاهی ندارند. به هر حال این نمایشگاه‌ها به نوعی قدمگاه مسئولان هم به‌شمار می‌رود و آثانی که در نمایشگاه حضور دارند، باید صدای غایبان هم باشند و مشکلات اکوسیستم را به گوش آنها برسانند.



## فرصت ارتباط با رگولاتور

محمد شریعتمدار، بنیان‌گذار جیبیت

سه رویداد مهم در پیش است که اینوتکس، الکامپ و نمایشگاه بورس، بانک و بیمه هستند. با توجه به اینکه برگزاری نمایشگاه اینوتکس امسال هم توسط شرکت اسنا انجام می‌پذیرد، فکر می‌کنم نمایشگاهی باشد که نوآوری‌های خوبی در آن اتفاق بیفتد، ولی باید این موضوع را در نظر داشت که نمایشگاه اینوتکس نمایشگاه کسب و کارهای نوآور و کوچک است و بیشتر روی نوآوری و فناوری معرفی تیم‌های کوچک متمرکز است. از آنجایی که این نمایشگاه با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و پارک علم و فناوری پردیس برگزار می‌شود و نام نمایشگاه نیز نمایشگاه نوآوری است، خیلی وقت‌ها کسب و کارهای بزرگ هم حضور پیدا می‌کنند که این امر می‌تواند جنبه حمایتی داشته باشد یا برای مقاصد برندینگ در نمایشگاه فعالیت می‌کنند و ارتباطات حاکمیتی و دولتی این نمایشگاه می‌تواند دستاوردهای خوبی برای آنها به همراه داشته باشد. نمایشگاه اینوتکس به مدت سه سال در پارک علم و فناوری پردیس برگزار شده است. این نمایشگاه در گذشته در بوستان گفتگو و نمایشگاه بین‌المللی برگزار می‌شد که به نظر نویسنده، بهتر بود و استقبال بهتری به واسطه دسترسی آسان‌تر شکل می‌گرفت، اما در دو سال گذشته هم استقبال خوبی

از آن به عمل آمد. با این حال، جنس نمایشگاه الکامپ کاملاً متفاوت است. این نمایشگاه مخاطب عمومی‌تری دارد و گستردگی موضوع بیشتری در آن دیده می‌شود. در واقع بزرگ‌ترین نمایشگاه حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات است و هم مخابرات و ارتباطات را دربر می‌گیرد و هم استارت‌آپ‌ها و فین‌تک‌ها و سایر بخش‌های تخصصی. برای شرکت‌هایی که فعالیت‌های B2B انجام می‌دهند، شرکت در نمایشگاه‌های عمومی مانند الکامپ موضوعیتی ندارد و شاید نمایشگاه‌هایی از جنس نمایشگاه بورس، بانک و بیمه بیشتر به اهداف آنان نزدیک باشد. به عبارت دیگر، نمایشگاه الکامپ برای شرکت‌هایی که به دنبال تبلیغات عمومی‌تر هستند، مناسب‌تر است. اما نمایشگاه اینوتکس، با تمرکز بر حوزه‌های خاص فناوری اطلاعات و ارتباطات، برای شرکت‌های تخصصی‌تر قابل توصیه است. به هر حال، شرکت در نمایشگاه‌ها یک فرصت برای شناسایی رقبای کسب اطلاعات از تحولات صنعت و ارتباط با مشتریان و همکاران است. نمایشگاه‌هایی مانند الکامپ، فرصتی برای شرکت‌های تازه‌وارد در حوزه فناوری و ارتباطات، جهت معرفی خدمات و محصولات خود به مشتریان و همکاران دارای پتانسیل است. شرکت‌های با سابقه هم می‌توانند به دنبال جذب مشتریان جدید و نمایش آخرین دستاوردهای خود در نمایشگاه‌هایی مانند الکامپ باشند.





نگاهی به برخی  
استارت‌آپ‌های اروپایی که  
علیه تغییرات آب‌وهوایی  
برخاسته‌اند

## ۱۰ استارت‌آپ فناورانه و تحول‌گرای اروپایی

تک‌توآی ایمپکت: یک مرکز دیجیتال که بنیان‌گذاران، سرمایه‌گذاران و مربیان را گرد هم می‌آورد و برای استارت‌آپ‌های تأثیرگذار سرمایه‌جمع‌آوری می‌کند.



ایرلی: یک شرکت اینترنتی لهستانی است که در ارائه داده‌هایی از آلودگی‌ها از یک محل خاص تخصص دارد.



کلایم‌ورکز: یک شرکت سوئیسی که با فناوری حذف دی‌اکسید کربن، این ترکیب را از هوا گرفته و آن را در زیر زمین ذخیره می‌کند. این شرکت به‌تازگی اعلام کرده می‌خواهد وارد بازار ایالات متحده آمریکا شود.



هوی فایننس: یک بازار مالی کشاورزی پایدار در لیتوانی است که با برنامه اعتبار کربن به کشاورزان در ذخیره دی‌اکسید کربن در خاک کمک می‌کند.



سولافودز: یک شرکت نوپا و مستقر در هلند است که تنها از انرژی‌های تجدیدپذیر دی‌اکسید کربن برای تولید محصولات پروتئینی استفاده می‌کند.



امبی سنس: شرکت تجزیه و تحلیل داده‌های زیست‌محیطی است که ریسک‌های زیست‌محیطی را ارزیابی کرده و راه‌حلی برای آنها ارائه می‌دهد.



زولار: شرکت آلمانی که سیستم‌های انرژی خورشیدی ارائه می‌دهد تا خانوارها بتوانند مصرف انرژی خود را برنامه‌ریزی و مقایسه کنند.



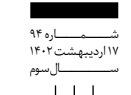
اورستد: یک شرکت دانمارکی است که می‌خواهد دور از کرانه دریا مزارع بادی، راه‌حل‌های ذخیره انرژی تجدیدپذیر و نیروگاه‌های انرژی زیستی را توسعه دهد.



ووی تکنولوژی: یک استارت‌آپ سوئدی در زمینه حمل‌ونقل میکرو است که جابه‌جایی شهری راه‌اندازی می‌کند.



کربن اکویتی: پلتفرم سرمایه‌گذاری هلندی که به سرمایه‌گذاران امکان دسترسی به صندوق‌های خصوصی پیشرو در حوزه آب‌وهوا را می‌دهد.



# کلید موفقیت بوستون در سلامت دیجیتال

بوستون یکی از قوی‌ترین اکوسیستم‌های نوآوری مراقبت‌های بهداشتی را دارد

بوستون فرایندهایی را برای ارتباط با استارت‌آپ‌های سلامت دیجیتال و تسهیل بررسی و پذیرش آزمایش‌های پیشنهادی و مطالعات تحقیقاتی ایجاد کرده‌اند.

بیمارستان بریگهام و زنان یک مرکز نوآوری دیجیتال به نام آی‌هاب راه‌اندازی کرده که با پزشکان، محققان و کارکنان برای تسریع و تجاری‌سازی ایده‌های سلامت دیجیتال همکاری می‌کند. آی‌هاب با نوآوران صنعت شریک می‌شود تا راه‌حل‌های سلامت دیجیتال را با چالش‌های بیمارستانی مطابقت دهد و هکاتون‌ها، انجمن‌های تحقیقاتی ماهانه و سایر رویدادهای نوآوری را میزبانی کند. بیمارستان کودکان هم بوستون تیم نوآوری خود را بزرگ‌تر و شتاب‌دهنده نوآوری خود را راه‌اندازی کرده است. این شتاب‌دهنده با موفقیت سه پروژه را در استارت‌آپ‌های مراقبت‌های بهداشتی ایجاد کرده که بیش از ۱۳ میلیون دلار سرمایه از وی‌سی‌ها جمع‌آوری کرده‌اند و با غول‌های فناوری مانند اپل، اوبر و گوگل مشارکت و همکاری‌های موفق داشته‌اند.

### سرمایه‌گذاران خطرپذیر

سرمایه‌گذاران خطرپذیر نیز نقش مهمی در اکوسیستم سلامت دیجیتال در حال رشد بوستون ایفا کرده‌اند. جامعه وی‌سی‌ها در زمان مناسب به تغییر مسیر حوزه سلامت از زیست‌فناوری و داروسازی به سلامت دیجیتال پاسخ داد و از آن حمایت کرد. برای مثال در سال ۲۰۱۵، این جامعه ۳۷۸ میلیون دلار در استارت‌آپ‌های سلامت دیجیتال مستقر در بوستون سرمایه‌گذاری کرد.

شورای مراقبت‌های بهداشتی دیجیتال متشکل از ۳۳ عضو ایجاد کرد. شورا مأموریت داشت تا گسترش مراقبت‌های بهداشتی دیجیتال در سراسر ایالات به توسعه اقتصادی منجر شود. این شورا در ابتدا به عنوان پیوندی بین بخش‌های دولتی و خصوصی عمل کرده و از طریق اصلاحات و ابتکارات به جامعه مراقبت‌های بهداشتی خدمت می‌کند.

### نقش دانشگاه

یکی دیگر از اجزای اصلی نوآوری پررونق بوستون، استعدادهای برتری است که از دانشگاه‌های MIT، هاروارد و بوستون فارغ‌التحصیل و وارد اکوسیستم شده‌اند. ماساچوست با مشکل فرار مغزها دست‌وپنجه‌نرم می‌کند و یکی از تنها ایالت‌های ساحلی است که فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را از دست می‌دهد. گزارش‌ها نشان می‌دهند که مهندسان نرم‌افزار، کارآفرینان و مخترعانی که زمانی به سیلیکون‌ولی هجوم می‌آوردند، اکنون به دلیل فرصت‌های موجود تصمیم می‌گیرند در بوستون و ماساچوست بمانند. دانشگاه‌ها همچنین فرصت‌هایی را برای همکاری‌های بین‌سازمانی فراهم می‌کنند.

### همکاری نظام سلامت

بوستون خانه بسیاری از بیمارستان‌های برجسته است. نظام‌های سلامت در بوستون مانند بیمارستان زنان و بریگهام، بیمارستان ماساچوست و بیمارستان کودکان

حوزه‌های زیست‌فناوری، علوم زیستی و داروسازی برای بوستون اهمیت زیادی دارد و سال‌هاست که بر آنها تمرکز دارد. تا چند سال پیش، سلامت دیجیتال بحث مهمی در صحنه مراقبت‌های بهداشتی بوستون محسوب نمی‌شد، اما پس از ابتکار چندجانبه‌ای که در سال ۲۰۱۶ تصویب شد، بوستون تصمیم گرفت به عنوان یک رهبر ملی در زمینه سرمایه‌گذاری و فعالیت مراقبت‌های بهداشتی دیجیتال ظهور کند. بوستون از قبل بسیاری از عناصر کلیدی را برای این هدف در دست داشت؛ از دانشگاه‌ها و بیمارستان‌های عالی گرفته تا سرمایه‌گذاران خطرپذیر و فرهنگ استارت‌آپی. این عناصر فرصتی را برای تصرف بخشی از بازار بزرگ عظیم و روبه‌رشد سلامت دیجیتال (که ارزش آن در دهه آینده بیش از ۳۲ میلیارد دلار برآورد می‌شود) فراهم می‌کنند.

### حمایت دولت

دولت برای تشویق فعالیت‌های سلامت دیجیتال در سراسر ایالت، مشارکت‌هایی بین بخش دولتی و خصوصی تشکیل داده است. نمونه یکی از این مشارکت‌ها، ابتکار اخیر دولت برای سرمایه‌گذاری ۲۵۰ هزار دلاری در دو آزمایشگاه نوآوری سلامت دیجیتال، پالس و تک‌اسپرینگ است. این دو آزمایشگاه نوآورانه، ارتباط نوآوران حوزه سلامت دیجیتال را با شرکای استراتژیک، استعدادها و مشاوران اکوسیستم مراقبت‌های بهداشتی آسان‌تر می‌کنند. به‌علاوه در نوامبر ۲۰۱۶، فرماندار بیکر یک





جذب سرمایه ۲۰۵  
میلیون یورویی  
وال بلژیکی

## وال؛ استارتاپ به اشتراک گذاری دانش بین کارکنان یک شرکت

وال، یک استارتاپ مستقر در گنت است که توانسته ۲/۵ میلیون یورو برای به اشتراک گذاری دانش بین کارکنان جمع آوری کند. وال قصد دارد از این سرمایه جهت گسترش تیمش و همچنین توسعه در دیگر کشورهای اروپایی و آمریکایی استفاده کند.

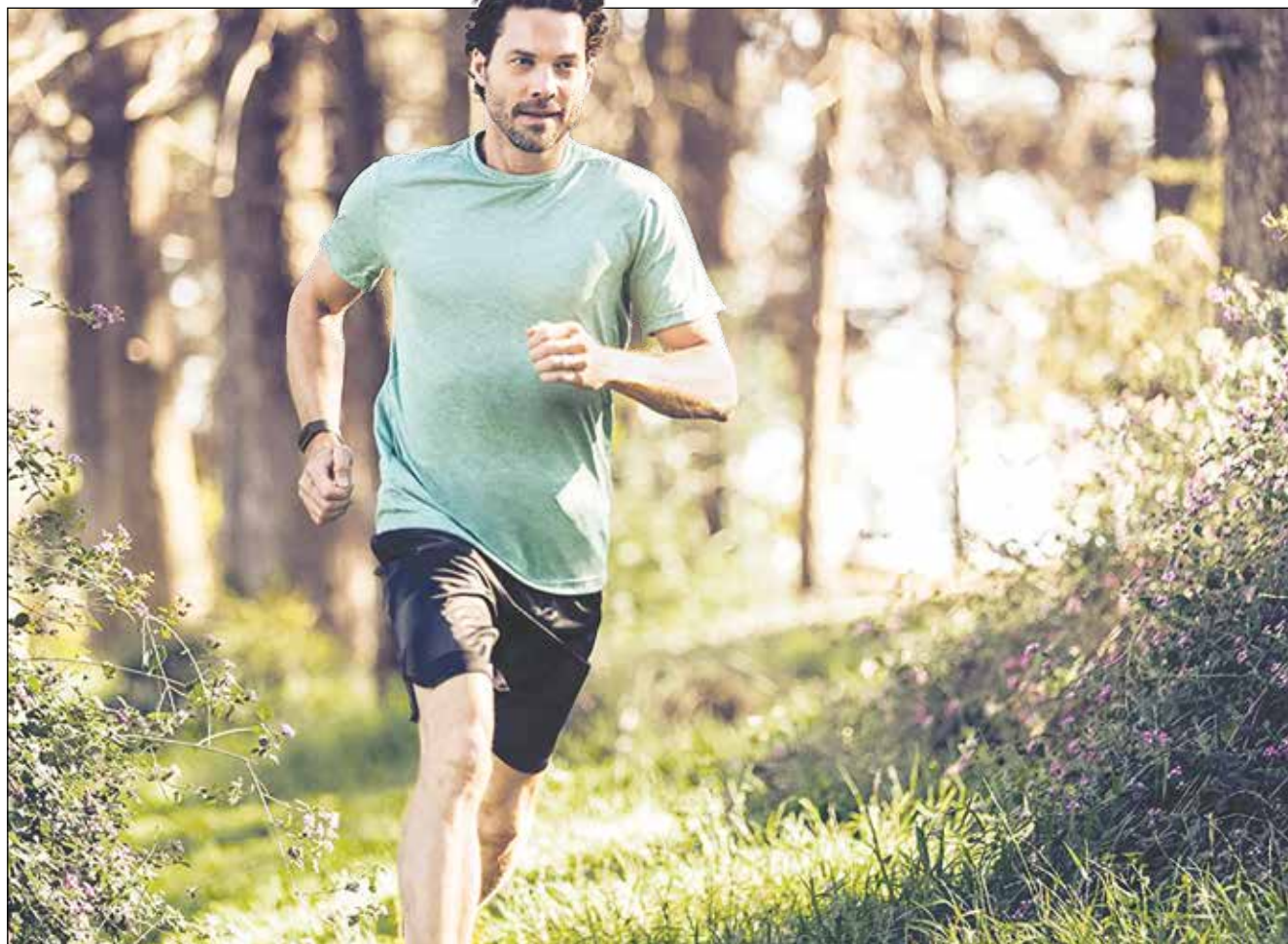
کسب و کارهایی که با سرعت زیادی رشد و توسعه پیدا کنند، زمان کافی برای آموزش نیروهای جدید و همین طور انتقال تجربه نیروهای قدیمی تر به نیروهای تازه وارد خود ندارند. این کسب و کارها نمی توانند کاری کنند که دانش بین نیروهایشان انتقال پیدا کند. وال دقیقاً برای رفع این مشکل طراحی شده است. این استارتاپ به شرکت های کوچک و متوسط راه حلی ارائه می دهد که با کمک آن می توانند تیم خود را آموزش دهند و تأثیر آن را بر تجارت خود ببینند.

«گری وان بوتسل»، مدیرعامل و یکی از بنیان گذاران وال می گوید: «با جذب سرمایه می توانیم تیم خود را بزرگ تر کنیم و به توسعه محصول خود برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و همچنین کارآفرینان ادامه دهیم.» لازم به ذکر است که این دور از سرمایه گذاری به رهبری والتا ونچرز، یک صندوق سرمایه گذاری خطر پذیر در بنلوکس و پیک، یک صندوق سرمایه گذاری در آمستردام انجام شد. «کوئن دی وائله»، شریک سرمایه گذاری در والتا ونچرز می گوید: «ایده وال، یعنی ارائه دانش و آموزش در جریان کار، برای ما جذاب بود. ما خوشحالیم که از این تیم حمایت و برنامه آن را برای دیجیتالی کردن آموزش تقویت می کنیم.»

«استفان باری» از پیک نیز اظهار می دارد: «ما از رشد وال شگفت زده شده ایم. رشد فوق العاده این استارتاپ نشان دهنده سطح نیاز کسب و کارها به ایده و برنامه وال است.»



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

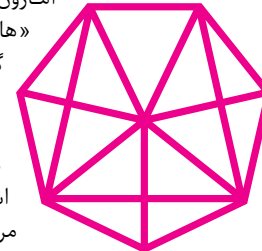


# خدا حافظ هالو

آمازون از سال ۲۰۲۱ سه بخش مرتبط با سلامت را تعطیل کرده است

گزارش

REPORT



آمازون اخیراً اعلام کرده بخش «هالو» را که خط تولید گجت های سلامت و تندرستی است، تعطیل می کند. این سومین بار در طول دو سال گذشته است که آمازون بخش های مربوط به سلامت خود را تعطیل می کند. «آمازون کر» و

«هاون» هر دو از بخش های سلامت آمازون بودند که شکست خوردند. اما یک حقیقت در مورد آمازون وجود دارد؛ این شرکت از امتحان کردن نمی ترسد و اگر محصول یا بخشی طبق برنامه پیش نرود، به راحتی آن را از دور خارج می کند.

هالو که در سال ۲۰۲۰ راه اندازی شد، خط تولید گجت های سلامتی پوشیدنی بود. این گجت ها کیفیت خواب و درصد چربی کاربران را ارزیابی می کردند و به یک اپلیکیشن در گوشی های هوشمند متصل می شدند.

طبق اعلام آمازون تمام این دستگاه ها و اپلیکیشن های آنها از اول اوت از کار خواهند افتاد. به علاوه، این شرکت تمامی داده های باقی مانده را از دستگاه های هالو حذف خواهد کرد. آمازون گفته به تمام مشتریانی که در ۱۲ ماه قبل گجت های هالو را خریداری کرده اند، بازپرداخت خواهد داد.

بهداشتی را تعطیل کرد، همین چهار ماه پیش بود. آمازون کر ۳۱ دسامبر ۱۴۰۱ به طور کامل متوقف شد. آمازون کر یک کسب و کار مراقبت های اولیه و فوری هیبریدی بود که توسط کارفرمایان حمایت می شد. آمازون کر در سال ۲۰۱۹ تأسیس شد و به کارکنان خدمات بالینی مجازی ۲۴ ساعته در هفت روز هفته ارائه می داد. آمازون بعداً خدمات حضوری و تلفنی را به آمازون کر افزود.

طبق یادداشتی که نیل لیندسی، معاون ارشد خدمات سلامت آمازون در ۲۴ اوت برای تیم خدمات بهداشتی این شرکت فرستاده بود، این کسب و کار به دلیل اینکه نتوانست انتظارات مشتریان خود را برآورده سازد، تعطیل شد.

هاون نیز برای کاهش هزینه های مراقبت های بهداشتی کارکنان شرکت راه اندازی شده بود. هاون توسط آمازون و دو سرمایه گذار دیگر تأسیس شد، اما در ادامه راه به علت اینکه هر کدام از آن دو شریک کسب و کارهای سلامت خود را داشتند، از همراهی با آمازون و توجه کافی به هاون جا ماندند.

آمازون اکنون سه کسب و کار شکست خورده در حوزه سلامت دارد. حالا باید دید آیا این شرکت جاه طلبی های خود را در حوزه سلامت تعدیل می کند یا همچنان منابع خود را صرف این حوزه خواهد کرد؟

مایکل آبرامز، شریک اجرایی شرکت «نامرود» و اسوشیت» در مورد این اتفاق نوشت: «فروش ساعت های هوشمند در طول همه گیری کرونا افزایش یافته بود، اما پاندمی رو به اتمام بوده و اپل هم به عنوان یک رقیب قدر از سال ها پیش وارد بازار شده است. به همین دلیل آمازون تصمیم گرفته به جای سرمایه گذاری بیشتر در این بخش و رقابت با اپل، از ضررهای خود بکاهد و منابعش را برای فرصت هایی که رشد پایدارتری دارند، هزینه کند.»

لیندا فینکل، مدیرعامل شرکت مشاوره فناوری مراقبت های بهداشتی «آویا» نیز با آبرامز موافق است. او خاطر نشان می کند: «در هر بازار پرسروصدایی مانند گجت های پوشیدنی، مسیری وجود دارد که از نقطه ظهور شروع می شوند و به نقطه اشباع می رسند.» او در ادامه می نویسد: «رفتار بازار واضح است. همیشه برنده و بازنده ای وجود خواهد داشت. ما انتظار داریم با توجه به شرایط مالی، بازار گجت های سلامتی خلوت تر شود.»

آمازون هنوز اعلام نکرده که چه تعداد کارمند در نتیجه تعطیلی این بخش اخراج خواهند شد، اما در اطلاعیه خود گفته کارمندان غرامت، مزایای بیمه درمانی انتقالی و حمایت از کارایی دریافت خواهند کرد. آخرین باری که آمازون یک بخش مراقبت های



راضیه مینایی

Raziye.h.minaei1995@gmail.com



## رویکرد همدلانه در ارتباطات سازمانی

### درباره امپتیک

گرین لرد، روان شناس دارای مجوز، مدیرعامل و یکی از بنیان گذاران «امپتیک» است؛ یک شرکت مستقر در سیاتل که هدف آن ایجاد همدلی بیشتر در ارتباطات شرکتی است. او در جوایز «گیگ وایر» در ماه آینده فینالیست مدیر اجرایی سال استارت‌آپ است.

لرد به مدت ۱۵ سال روی همین مشکل کار کرده است؛ شناسایی کلمات و عباراتی که همدلی، اعتماد و اتحاد را افزایش می‌دهد. مسیر او برای تبدیل شدن به یک بنیان‌گذار منحصر به فرد است. این کار در داخل آی‌سی‌یو شروع شد؛ جایی که لرد تحقیق می‌کرد چگونه گوش دادن همدلانه به رانندگان پس از تصادف اتومبیل می‌تواند به کاهش عادات نوشیدن الکل در آینده کمک کند.

در سال ۲۰۲۰ لرد با همکاران سابق خود، نیکلاس برتاگنولی و تاد هیرش برای راه‌اندازی امپتیک همکاری کرد. این شرکت در ابتدا با نام «امپتی راکس» شروع به کار کرد که از طریق یک پلتفرم بازی‌سازی، ارتباط انسانی را به اعضای شرکت‌ها آموزش می‌داد. بنیان‌گذاران متوجه شدند که یک فرصت تجاری در این میان وجود دارد و امپتیک متولد شد. این شرکت به شرکت‌های بزرگ در صنایعی مانند بیمه، مراقبت‌های بهداشتی و منابع انسانی خدمات می‌دهد. نرم‌افزار آن مکالمه‌هایی را که در متن، ایمیل، تماس‌های صوتی و... اتفاق می‌افتد، تجزیه و تحلیل می‌کند. ایده این است که به کارکنان کمک کند سوء تفاهم‌های احتمالی یا تفسیرهای نادرست را در ارتباطات خود شناسایی کنند و در زمان واقعی تنظیم کنند.

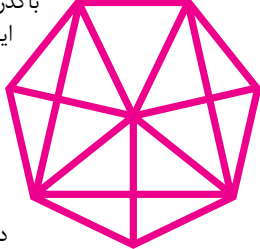
لرد همچنین صدای پیشرو در بخش روبه‌رشد سلامت روان دیجیتال است. او بنیان‌گذار گروهی به نام درمان‌گران در فناوری است که بیش از ۳۰۰۰ رهبر دارد و در تقاطع فناوری و سلامت روان کار می‌کنند.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم



### گزارش REPORT



با گذر ۷۴ درصد از شرکت‌های ایالات متحده به مدل کار ترکیبی دائمی، کارفرمایان توجه خود را به سنجش موفقیت سیاست‌های بازگشت به دفتر معطوف کرده‌اند. در حالی که یک مدل

سننی کار در دفتر وجود دارد، راه‌های زیادی برای انجام کارهای ترکیبی موجود است؛ مدلی که برای فرهنگ و سبک کاری یک شرکت خوب عمل می‌کند، ممکن است در جاهای دیگر، حتی در همان صنعت کارکرد خوبی نداشته باشد. اولین قدم جهت سنجش، ایجاد معیارهای موفقیت واضح است. متأسفانه تعداد کمی از شرکت‌ها جنبه‌های مهم انتقال کار ترکیبی را اندازه‌گیری می‌کنند. به عنوان مثال، یک گزارش جدید از اومدیا نشان می‌دهد ۵۴ درصد از سازمان‌ها دریافته‌اند بهره‌وری با اتخاذ یک سبک کاری ترکیبی بهبود یافته، اما

# کار هیبریدی یا حضوری؟

تحقیقات بسیاری روی مدل‌های مختلف کاری صورت گرفته ولی همه چیز بستگی به فرهنگ سازمانی هر شرکت بستگی دارد؛ بنابراین معیارهای ارزیابی خود را داشته باشید

## اصطکاک خلاقانه؟ مزخرف است!

کارمندان اپل راضی به بازگشتن به دفتر نیستند

گفته بود: «این چهارچوب اصلاح‌شده توانایی ما را برای کار انعطاف‌پذیر افزایش می‌دهد و در عین حال همکاری حضوری را که برای فرهنگ ما بسیار ضروری است، حفظ می‌کند.» اما در نامه سرگشاده‌ای که در وبسایت اپل توگدر منتشر شد، اتحادیه خواستار «کار منعطف در مکان» شد و بیش از ۱۲۵۰ نفر آن را امضا کرده‌اند. یکی از کارمندان که طبق پروفایل لینکدین خود شرکت را ترک کرده، گفته دلیل اصلی ترک کار او، سیاست بازگشت به دفتر اپل بوده است. یک شخص آگاه به این اتفاقات می‌گوید که اپل

تیم کوک، مدیرعامل اپل در ماه مارس به کارمندان ایمیل زد و تهدید کرد علیه کسانی که حداقل سه روز در هفته به دفتر کار نمی‌روند، اقدام خواهد کرد. گروهی از کارمندان که خود را «اپل توگدر» می‌نامند، از برنامه‌های شرکت عقب‌نشینی کرده‌اند و طوماری توییتی به اشتراک گذاشته‌اند که در آن استدلال می‌شود کارکنان نشان داده‌اند که می‌توانند عملکردی استثنایی از خانه داشته باشند. گفته می‌شود یک کانال با بیش از ۱۰ هزار کارمند برای حمایت از کار از راه دور ایجاد شده است. کوک تابستان گذشته در یادداشتی به کارمندان شرکت





## کارمنعطف فقط کار از راه دور و مختص کارمندان اداری نیست

### هیچ راه حل یکسانی وجود ندارد

مربوط به محل کار آنها نیست، بلکه به نحوه کار آنها نیز مربوط می‌شود. به عنوان مثال کارگر خرده‌فروشی را در نظر بگیرید که باید شیفت‌های عصر را در اولویت قرار دهد تا به تعادل بین مسئولیت‌های مراقبت از کودک در طول روز کمک کند یا مهندسی که شغل دوم خود را در طول همه‌گیری شروع کرده و اکنون هر ماه ساعت‌های نیمه‌وقت کار می‌کند.

مهم این است که کسب و کارها تشخیص دهند هر موقعیتی منحصر به فرد است. وقتی صحبت از کار انعطاف‌پذیر به میان می‌آید، هیچ راه حل یکسانی وجود ندارد.

داده‌ها همچنین نشان می‌دهد فقدان کار انعطاف‌پذیر برای نقش‌های غیر اداری به شکاف برابری منجر می‌شود. تنها یک چهارم (۲۴ درصد) از کارکنان غیر اداری از زمان شیوع بیماری همه‌گیر انعطاف‌پذیری بیشتری را در مقایسه با کارکنان دفتری مشاهده کرده‌اند.

بسیاری از کارکنان غیر اداری احساس می‌کنند کارفرمایان به اندازه کافی تلاش نمی‌کنند تا نیازهای آنها را برآورده کند و معتقدند می‌توان انعطاف بیشتری را فراهم کرد. این نشان می‌دهد اغلب کارگران غیر اداری از جنبش کاری انعطاف‌پذیر عقب مانده‌اند و در حال حاضر از مزایای انعطاف‌پذیری که نیروی کار اداری از آن لذت می‌برد، مانند وقت بیشتر با خانواده، توانایی دنبال کردن یک سرگرمی و کار بهتر و تعادل زندگی بهره نمی‌برند.

کمبود جهانی نیروی کار، بهبود انعطاف‌پذیری برای کارگران غیر اداری را به یک ضرورت استراتژیک برای کسب و کارها تبدیل کرده است. ارائه انعطاف‌پذیری به روشی منصفانه‌تر و یکپارچه‌تر برای همه کارگران در نهایت به بهبود سطح استخدام، حفظ و بهره‌وری کمک می‌کند. برای استفاده از این فرصت و بهره‌مندی از تأثیر مثبت آن، کارفرمایان باید راه‌هایی برای گسترش مزایای انعطاف‌پذیری به همه کارگران بیابند.

از زمان همه‌گیری کووید، کار انعطاف‌پذیر به یکی از بحث‌برانگیزترین موضوعات در دنیای کار تبدیل شده است. هر چند کار منعطف بر سرفصل‌های جهانی تسلط یافته، اما برخی کارشناسان معتقدند پایان کار از راه دور نزدیک است، زیرا برخی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان از کارمندان می‌خواهند به دفتر بازگردند.

داده‌ها نشان می‌دهد انعطاف‌پذیری در کار غیرقابل مذاکره است. این موضوع اغلب به اندازه میزان پرداختی شرکت‌ها مهم است و بسیاری حاضرند در صورت نبود این امکان، حتی در شرایط نبود امنیت شغلی و افزایش هزینه‌های زندگی، شغل خود را ترک کنند. با این حال انعطاف‌پذیری فقط مربوط به کار از راه دور نیست. این تنها بخشی از معادله است. نگاه کردن به آن از طریق این منشور باریک باعث می‌شود که فقط برای یک بخش از نیروی کار، یعنی کارمندان دفتری معنا داشته باشد.

برای برخورد عادلانه با نیروی کار، ما باید مزایای کار انعطاف‌پذیر را برای گروه‌های مختلف از جمله کارگران غیر اداری به ارمغان بیاوریم و طرز تفکر خود را در مورد انعطاف‌پذیری گسترش دهیم. داده‌های «ورک مانیتور پالس» بر اساس دیدگاه‌های ۷۵۰۰ کارگر در ایالات متحده، بریتانیا، فرانسه، آلمان و استرالیا نشان می‌دهد که تفاوت قابل توجهی در نوع انعطاف‌پذیری مورد نظر گروه‌های مختلف کارگران وجود دارد.

سه نفر از هر ۱۰ نفر (۳۰ درصد) از افرادی که در نقش‌های غیر اداری هستند، تقریباً دو برابر تعداد کارمندان دفتری (۱۶ درصد) به برنامه کاری انعطاف‌پذیر بیش از سایر انواع انعطاف‌پذیری اولویت می‌دهند. یک چهارم دیگر از کارکنان غیر اداری (۲۲ درصد) انعطاف‌پذیری در ساعات کار را مهم‌ترین برای این گروه از کارگران، کار منعطف فقط

نشان می‌دهد استفاده از نرم‌افزارهای ردیابی باعث می‌شود ۴۵ درصد از کارمندان دچار استرس شوند.

### معیارهایتان را بهبود بخشید

همکاری و نوآوری معیارهای مهمی برای عملکرد مؤثر تیم هستند، اما اندازه‌گیری آنها آسان نیست. این به ارزیابی‌های کیفی بیشتری از رهبران و اعضای تیم متکی است. با این حال با آموزش تیم‌ها در زمینه نوآوری و تکنیک‌های همکاری ترکیبی مؤثر، می‌توانید این معیارها را بهبود بخشید. چندین معیار سنجش سخت برای فرهنگ

و مدیریت استعداد سازمان مهم هستند؛ روحیه، مشارکت، رفاه، شادی، فرسودگی شغلی، قصد ترک، روابط و ترک بی‌سروردا. به عنوان مثال، گزارش اول لیز نشان می‌دهد ۴۶ درصد از کارمندان اگر به طور تمام‌وقت به دفتر بازگردند، به انجام حداقل‌هایی که مانع از اخراج‌شان شود، بسنده می‌کنند. دستیابی به این معیارها به استفاده از رویکردهای کیفی و ذهنی بیشتری نیاز دارد، مانند نظرسنجی‌های سفارشی که به طور خاص با سیاست‌های کاری ترکیبی و از راه دور تطبیق داده شده است.



ترانه احمد دوست

taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

بیرونی زیادی در مورد اولویت‌های کاری ترکیبی وجود دارد، هر شرکت فرهنگ، سیستم‌ها و فرایندهای خاص خود را دارد.

### کار ترکیبی با دستمزد کمتر

شرکت‌ها بر معیارهای موفقیت مختلفی تمرکز می‌کنند که هر کدام ممکن است کم‌وبیش مهم باشند. معیارهای خارجی نشان می‌دهند که ارائه مدل کار از راه دور هم حفظ و هم استخدام را تسهیل می‌کند. به عنوان مثال،

یک نظرسنجی از ۱۰۰۰ رهبر منابع انسانی نشان می‌دهد ۹۵ درصد از پاسخ‌دهندگان معتقدند ارائه کار ترکیبی برای استخدام مهم است و ۶۰ درصد کار ترکیبی را برای حفظ کارکنان لازم می‌دانند. در گزارش «اول لیز» که ۲۳۰۰ کارمند تمام وقت ایالات متحده را مورد بررسی قرار داده، ۵۲ درصد گفته‌اند حاضرند ۵ درصد از دستمزدشان کم شود اما در ازای آن بتوانند محل انجام کار خود را انتخاب کنند.

بنابراین در صورت اتخاذ خط مشی انعطاف‌پذیرتری توسط مدیران ارشد، توصیه می‌شود آن را در صفحه «به ما بپیوندید» وبسایت خود قرار دهند. منابع انسانی ناگزیر متوجه می‌شود که اشاره به این خط مشی در درخواست‌های متقاضیان شغلی و همچنین استخدام‌های احتمالی که در مصاحبه‌ها به آن علاقه نشان می‌دهند، افزایش پیدا می‌کند. این اشتیاق چیزی است که می‌توان آن را اندازه‌گیری کرد. اندازه‌گیری یک معیار کلیدی یعنی عملکرد، بسته به ماهیت کار ممکن است سخت یا آسان باشد. به عنوان مثال، مطالعه دفتر ملی بررسی اقتصادی ایالات متحده در مورد یک کارآزمایی تصادفی کنترلی گزارش داد که عملکرد مهندسان نرم‌افزار اختصاص داده شده به یک برنامه ترکیبی را در مقایسه با یک برنامه زمانی دفتر محور مقایسه می‌کند. مهندسانی که در یک مدل هیبریدی کار می‌کردند، ۸ درصد کد بیشتر را در یک دوره شش ماهه نوشتند. نوشتن کد یک معیار استاندارد و عینی بهره‌وری است و شواهد قوی از بهره‌وری بالاتر انجام حداقل برخی کارها از راه دور است. اگر هیچ گزینه‌ای برای سنجش عملکرد واضح وجود ندارد، از ارزیابی‌های هفتگی منظم عملکرد از سوی سرپرستان استفاده کنید. با این حال، باید از نرم‌افزار ردیابی اجتناب کرد؛ گزارش اول لیز

### اهمیت اندازه‌گیری توسعه حرفه‌ای

شما می‌توانید معیارهایی چون توسعه حرفه‌ای و رهبری و همچنین عضویت و ادغام اعضای تیم جوان را در نظر بگیرید. بر اساس نظرسنجی‌ها، ۵۸ درصد از کارمندان محروم از توسعه حرفه‌ای کافی کار خود را ترک می‌کنند. توسعه رهبری برای تداوم طولانی مدت هر شرکتی حیاتی است. حضور و ادغام کارکنان جوان در تیم رهبری نیز پیش‌نیاز اساسی موفقیت است. با این حال اکثر شرکت‌ها در تلاش هستند تا بفهمند چگونه این کارها را در یک محیط ترکیبی به خوبی انجام دهند.

اندازه‌گیری توسعه حرفه‌ای از طریق ابزارهای ذهنی مانند نظرسنجی و گروه‌های متمرکز به بهترین وجه انجام می‌شود. همچنین می‌توانید میزان پیشرفت کارکنان را در زمینه‌هایی که پیشرفت حرفه‌ای دریافت کرده‌اند، ارزیابی کنید و اثربخشی روش‌های ارائه یادگیری حضوری را با روش‌های از راه دور مقایسه کنید. هنگامی که داده‌های پایه را از این معیارهای مختلف در اختیار دارید، مدیران ارشد می‌توانند تعیین کنند که کدام یک برای سازمان اهمیت بیشتری دارد. سه تا پنج معیار اصلی را انتخاب کنید و اهمیت آنها را نسبت به یکدیگر بسنجید. با استفاده از این معیارها، کسب و کار می‌تواند در مورد کارهای ترکیبی تصمیم بگیرد که به بهترین وجه برای نتایج مورد نظر آنها بهینه شود. برخی شرکت‌ها با اتخاذ این رویکرد دریافتند که می‌توانند به بهترین شکل به هدفی که برای مدل هیبریدی دائمی خود تعیین کرده‌اند، برسند.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سوم



سیاست بازگشت به دفتر را به عنوان راهی بهتر برای همکاری و ایجاد «اصطکاک خلاقانه» تبلیغ می‌کند، اما «این برای اکثر تیم‌های توزیع شده در سطح جهانی مزخرف است».

آنها گفته‌اند که توضیح اپل مبنی بر اینکه همیشه به این شکل عمل کرده، هم احمقانه و هم بسیار نامتناسب با اپل است. این برعکس نوآوری است و اکثر طرفداران کار از راه دور متوجه آن می‌شوند. این فرد افزود: «به هر حال نیمی از روز یا بیشتر صرف کنفرانس‌های مجازی می‌شود.»



درباره لوکا؛ ابزار قیمت گذاری برای خرده فروشان

## کمک به استراتژی قیمت گذاری

طراحی شده، جمع آوری کرده است. «فجر» که بر تعدیل قیمت برای صنعت خطوط هوایی تمرکز دارد، اخیراً ۲/۵ میلیون دلار از طریق فروش سهام، سرمایه جذب کرده است.

پلتفرم لوکا تلاش می کند قیمت های خرده فروشی را با استفاده از داده های تاریخی و سیگنال های دیگر بهینه کند. تمایز لوکا ظاهراً در موتور قیمت گذاری آن نهفته است که داده های تاریخی فروش و موجودی خرده فروشان و همچنین سیگنال های رقبا را برای پیش بینی عملکرد فروش محصولات در مقاطع قیمتی مختلف دریافت می کند. هنگامی که توصیه های قیمت گذاری لوکا تأیید شد، حجم فروش را بررسی می کند و به بررسی روندهای نامطلوب می پردازد.

مان می گوید: «برخلاف دیگران، ما یک شرکت قیمت گذاری پویا نیستیم. راه حل ما مکمل تصمیم گیرندگان انسانی است و هدف ما این است که با تبدیل دریایی از داده ها به توصیه های واضح و با سطوح بالایی از توضیح، قدرت فوق العاده تصمیم گیری را در اختیار انسان ها قرار دهیم.»

روزهای اولیه جذب مشتری برای لوکاست. این استارت آپ تاکنون تنها با هشت برند کار کرده است. مان می گوید: «بعد از همه گیری، بیشتر خرده فروشان به دلیل هزینه های بیشتر جذب مشتری، کاهش هزینه های مصرف کننده و افزایش نرخ های بهره، رشد و فشار را احساس می کنند. بیشتر ابزارهای نرم افزار خرده فروشی به ندرت بر معیارهای کسب و کار تأثیر می گذارد، در حالی که مدیران خرده فروشی که با آنها مصاحبه کرده ایم فعالانه به دنبال فرصت های بهینه سازی درآمد هستند. اینجاست که ما وارد می شویم؛ راه حل ما ارزش تجاری مستقیم و قابل اندازه گیری ایجاد می کند.»

«لوکا» یک ابزار برنامه ریزی و پیش بینی قیمت ساخت استارت آپ برای خرده فروشان، به تازگی اعلام کرده که ۲/۵ میلیون دلار به رهبری «منلو ونچرز» با مشارکت وای کامبینیتور، سوما کپیتال و فرشتگان سرمایه گذار جذب کرده است.

لوکا توسط تنوی سورتی و یونا مان که با هم در تیم قیمت گذاری او بر کار می کردند، تأسیس شد. مان روی قیمت گذاری «او بر ایتس» متمرکز بود، در حالی که سورتی رهبری گروه قیمت گذاری «او بر پول» را بر عهده داشت. مان در مصاحبه ای گفته است: «در طول دوره کاری من در تیم او بر پول در سال ۲۰۱۹، او بر در آستانه عرضه اولیه سهام بود و من با پیگیری مجدد الگوریتم قیمت گذاری او بر پول، مسئول کارکرد اقتصاد واحد بودم. در طی ۱۰ ماه، ما موفق شدیم با استفاده از فناوری قیمت گذاری، حفره بزرگی در سود و زیان او بر ایجاد کنیم. این ما را به فکر واداشت.»

مان لوکا را به عنوان کمک خلبان قیمت گذاری برای خرده فروشان سازمانی توصیف می کند. به زبان ساده، این پلتفرمی است که از هوش مصنوعی برای شناسایی درآمد و حاشیه سود، توصیه هایی برای تعدیل قیمت و سنجش نتایج استفاده می کند. مان می گوید: «استراتژی قیمت گذاری یکی از قوی ترین اهرم هایی است که خرده فروشان برای ایجاد حاشیه و رشد درآمد دارند. تیم های قیمت گذاری خرده فروشی برای ایجاد یک استراتژی باید حجم زیادی از داده ها را از کانال های متعدد ترکیب کنند؛ تاریخچه فروش، روند بازار، تخییرات قیمت رقبا و موجودی ها.»

نیاز گسترده بازار، بذر استارت آپ هایی را که روی بهینه سازی و قیمت کار می کنند، کاشت. «پرایس اف ایکس»، یکی از فروشندگان موفق این حوزه، ده ها میلیون دلار برای نرم افزار قیمت گذاری الگوریتمی خود که برای کسب و کارهای SaaS



# بازگشت به فروشگاه های کوچک محلی

هرچند این روزها استفاده از هوش مصنوعی در خرده فروشی تبدیل به روند شده، اما این همه تحولات خرده فروشی نیست

مملو از متون بی خاصیت و بی محتواست که انسان را در مورد منشاء هر آنچه می خوانیم، به شک می اندازد. اکنون که ماشین ها از انسان ها باهوش تر شده اند، ممکن است

تنها پنج ماه پس از اینکه برای اولین بار علاقه به متون نوشته شده توسط ماشین افزایش یافت، مثلاً دانشجویان کالج از آن برای نوشتن مقاله استفاده می کنند و اینترنت

پابلیکس یکی از بزرگ ترین سوپرمارکت های زنجیره ای آمریکا است که بیش از ۹۰ سال سابقه دارد. به گفته فوربس، بیش از ۱۰۰۰ فروشگاه پابلیکس در سراسر ایالات متحده فعال هستند و خانواده جنکینز دارای ثروتی به ارزش بیش از ۸/۸ میلیارد دلار است.

جورج اولین فروشگاه خود را در وینتر هیون، پس از اینکه مالک جدید فروشگاه های «پیکلی ویگلی» از ملاقات با او امتناع کرد، راه اندازی کرد. او دو فروشگاه اول خود را برای افتتاح یک سوپرمارکت در سال ۱۹۴۰ که بعدها به عنوان «قصر غذا» شناخته شد، تعطیل کرد. پابلیکس که در فلوریدا مرکزی تأسیس شد، حضور خود را در این ایالت

درباره پابلیکس و مؤسس آن

## مردی که به کارمندان اهمیت می داد



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم





## خرده‌فروشان برای جذب مخاطب باید به ارائه خدمات منحصر به فرد بپردازند

### خدمت متناسب با محصول

یعنی رستوران‌هایش تمرکز کرده است. علاوه بر این «پاراشوت»، یک برند کوچک‌تر کالاهای خانگی D2C، پس از دو برابر کردن تعداد فروشگاه‌های خود در سراسر ایالات متحده، تمرکز خود را بر رویدادهای درون‌فروشگاهی معطوف کرده است. حتی «اپکیا» اخیراً یک سرویس طراحی داخلی مجازی راه‌اندازی کرده است. برای خرده‌فروشان ضروری است که تجارب بی‌نظیری را به صورت آنلاین و حضوری ایجاد کنند تا مشتریان را درگیر خود نگه دارند. برای سی‌بی‌تو، این به معنای میزبانی رویدادها نیز هست. فروشگاه‌های ملیبو این برند قصد دارد برنامه‌های طراحی منظمی به نام «سی‌بی‌تو شاپ تاک» را میزبانی کند؛ جایی که طراحان جلسات، نمایش و بحث‌های میزگرد را رهبری می‌کنند.

به طور کلی خدمات به یک جنبه حیاتی برای جذب مشتریان به فروشگاه‌های خرده‌فروشی تبدیل شده است. مارکو کاتنا، یکی از شرکای مک‌کنزی معتقد است که افزودن یک سرویس کلیدی برای رشد خرده‌فروشی ضروری است. او می‌گوید: «گام دوم توسعه یک پیشنهاد خدماتی است. خدماتی که با محصول پیشنهادی سازگار است و می‌تواند به نیازهای خدماتی برآورده‌نشده پایگاه مشتریان وفادار شما پاسخ دهد و آن را حل کند.» آراچ برندی است که این ضرورت را دیده و آن را از طریق مفاهیم مختلف مهمان‌نوازی مبتنی بر خدمات به کار گرفته است. اما حتی برندهای غیر مبلمان و کالاهای خانگی نیز فرصتی برای ارتقای بازی خود دیده‌اند. به عنوان مثال «مدیسون رید» که به دلیل محصولات رنگ آمیزی مو معروف است، در سال ۲۰۱۷ شروع به افتتاح «کالر بارز» کرد و اکنون بیش از ۸۰ فروشگاه در سراسر کشور دارد.

فروشگاه‌های خرده‌فروشی برای ایجاد خریدی به‌یادماندنی و تعامل با مشتریان به ترکیب مفاهیم چندمنظوره و تجربه در چند سال گذشته روی آورده‌اند. «سی‌بی‌تو» یک برند مبلمان و دکوراسیون لوکس در ۱۱ می‌مفهومی جدید و تجربه‌ای منحصر به فرد تولید خواهد کرد.

این شرکت ۲۶ فروشگاه در سراسر ایالات متحده و کانادا دارد و در دو سال گذشته ۲۰ درصد رشد داشته است. در این کانسپت جدید، «سی‌بی‌تو» دیزاین شاپ» در ملیبو افتتاح خواهد شد، زیرا لس آنجلس در حال حاضر یکی از بازارهای برتر این برند است و پتانسیل بالقوه‌ای برای خرده‌فروشی مبلمان لوکس در این محل وجود دارد.

برخلاف سایر فروشگاه‌ها، این مکان تنها ۲۲۵۰ فوت مربع مساحت خواهد داشت که تقریباً یک چهارم فضای معمول آن است. این پروژه به طور انحصاری توسط گروه طراحان داخلی سی‌بی‌تو اجرا خواهد شد. آنها به طور ماهرانه‌ای آموزش دیده‌اند تا با به‌روزرسانی‌های جزئی به مشتریان برای تکمیل طراحی مجدد خانه کمک کنند.

رایان ترف، رئیس سی‌بی‌تو می‌گوید: «در طول دو سال گذشته، مشتریان بیشتر روی ایجاد فضاهای کاربردی که نیازهای منحصر به فرد خانه‌های آنها را برآورده و سبک شخصی آنها را منعکس می‌کند، سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این تقاضا در رشد برنامه خدمات طراحی رایگان ما قابل مشاهده است.»

سایر برندهای مبلمان و کالاهای خانگی این فرصت را یافته‌اند تا تجربه و مفهوم فروشگاه خود را به روز کنند. برای مثال، «آراچ» بر تجربه‌های خرده‌فروشی منحصر به فرد خود،



شماره ۹۴  
اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم



برندهای قدیمی مانند «سیرز»، «پنی» و «کی‌مارت» روند سریع‌تری به خود گرفته است. امروزه شرکت‌هایی مانند «تارگت» و «مارشالز/هوم‌گودز» به جای فروشگاه‌های بزرگ‌تر، فروشگاه‌های کوچک‌تری را در مراکز خرید باز افتتاح می‌کنند.

### تحول تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک فروشگاه‌های فیزیکی را حذف نکرد. هدف، عملکرد و انرژی جدیدی به آنها داد. مردم پیش از اینکه برای انجام خرید واقعی خود بیرون بروند، به صورت آنلاین به مقایسه خریدهای خود مشغول می‌شوند. این امر به طور فزاینده‌ای نشان‌دهنده رویکرد جدید مصرف‌کنندگان به تجارت الکترونیک است. اگر به‌عنوان یک ناظر صنعت خرده‌فروشی، این صنعت را زیر نظر بگیرید، متوجه می‌شوید که مردم به طور فزاینده‌ای خرید محلی را ترجیح می‌دهند و داده‌ها نیز از این موضوع پشتیبانی می‌کنند. آنها ممکن است مانند گذشته به برندها وفادار نباشند، اما نسبت به جایی که محصولات خاصی را خریداری می‌کنند، وفادار می‌مانند. مصرف‌کنندگان به جای رفتن به «کاستکو» یا «والمارت» برای خرید، به صورت فزاینده‌ای برای خرید محصولات خاص به فروشگاه‌های مختلف مراجعه می‌کنند. هرچه فروشگاه‌های بیشتری را بازدید کنند، احتمال کمتری دارد که بخوانند برای خرید به خارج از محله خود سفر کنند. این احساس مانند نوستالژی می‌میل فزاینده برای اصالت و ارتباط در جامعه‌ای است که تحت سلطه همه چیزهای دیجیتال است؛ جایی که هدف یک تجارت، یافتن رایج‌ترین و سودآورترین مسیر است.

خطرات اجتماعی و سیاسی در پیش باشد. با این حال به نظر می‌رسد آینده برای شرکت‌هایی که با مصرف‌کننده سروکار دارند، در قدم اول روشن و پرپول است. از هوش مصنوعی می‌توان برای ایجاد برندهای جدید و طراحی محصولات استفاده کرد. توضیحات محصول در حال تغییر است و خدمات مشتری به طور یکپارچه پیش می‌رود... به نظر می‌رسد همه اینها بسیار جذاب باشند، اما انقلابی نه؛ حداقل نه در این مرحله. این تولد تجارت الکترونیک نیست. بیشتر شبیه متاورس است؛ یک شیء درخشان و جالب توجه دیگر که جهان را برای یک یا دو فصل متحول کرده بود. مدت زیادی است که هوش مصنوعی وجود دارد. چندین دهه است که شرکت‌هایی که با مصرف‌کننده مواجه‌اند، از آن استفاده می‌کنند. هیاهوی زمستان گذشته بیشتر به این امر برمی‌گشت که مردم جهان فهمیدند انقلاب دیجیتال تا کجا پیش رفته است.

### خرده‌فروشی فیزیکی؛ تغییر یافته و متفاوت

در همین حال، یک تحول اساسی در خرده‌فروشی فیزیکی در حال وقوع است. اکنون که همه‌گیری کم‌رنگ شده، خرده‌فروشی فیزیکی به روشی تغییر یافته و متفاوت بازگشته است. ممکن است بگویید خرده‌فروشی به ریشه‌های خود بازمی‌گردد، اما به نظر می‌رسد مراکز خرید یا مردماند یا در حال مرگ هستند. شاید این امر از عوارض جانبی قرنطینه، قیمت بنزین، تورم و اختلالات اقتصادی باشد. اما نشانه‌ها می‌گویند مصرف‌کنندگان تمایل دارند به خانه نزدیک‌تر بمانند. بنابراین انقلابی که در سال‌های قبل از همه‌گیری شروع شده بود، با ورشکستگی و انحلال



گسترش داد و فروشگاه‌هایی را در میامی و جکسونویل افتتاح کرد. سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای در طول دهه‌ها به تکامل خود ادامه دادند و نانوائی و اغذیه‌فروشی‌هایی به فروشگاه‌ها اضافه شدند. در سال ۱۹۵۱، تنها ۲۴ فروشگاه پایلیکس وجود داشت، اما در سال ۱۹۶۹ تعداد آنها به ۱۵۰ رسید. جورج در طول زندگی حرفه‌ای خود به عنوان «آقای جورج» شناخته می‌شد و از کارگران خود مراقبت می‌کرد. کنت اولسن که رئیس وونس بود، به سوپرمارکت نیوز گفته است: «جورج روحیه کارآفرینی و تصویری از آینده صنعت داشت، اما بیشتر از همه او مردی بود که به کارمندان خود اهمیت می‌داد و از آنها به‌عنوان همکارانش یاد می‌کرد.»



شکل‌گیری صورت جدید نساجی با کمک علم شیمی

## منسوجات در دنیای جدید

بافندگی و رنگرزی در دنیای جدید پیش از ورود اروپایی‌ها شکل گرفته بود. در دوران پیش از تاریخ در آمریکای شمالی و جنوبی بافندگی به شکلی پیشرفته وجود داشت. اهالی پرو و مکزیک پارچه‌هایی ظریف داشتند.

پارچه‌های پرو شباهتی بسیار به پارچه‌های مصر باستان داشت، در حالی که تماس بین این دو تمدن به‌طور کلی دور از انتظار بود. پارچه‌های پنبه‌ای و پشمی اینکاها با رنگ‌های درخشان و الگوهای بر پایه شکل‌های هندسی و متعارف انسانی بافته می‌شد. پارچه‌ها و به‌ویژه پتوهای ساخته‌شده توسط اهالی ناواهو در آریزونا و نیومکزیکو دارای بافت بسیار فشرده و رنگ درخشان بود.

مهاجران انگلیسی در سال ۱۶۳۸ یک کارخانه پارچه در ماساچوست ساختند که در آن بافندگان یورکشایر پارچه جین پنبه‌ای و «لینسی-وولسی» (linsey-woolsey) (پارچه‌ای درشت و شل، بافته‌شده از کتان و پشم) تولید می‌کردند.

این کارخانه‌ها تا سال ۱۶۵۴ در ماساچوست کار می‌کردند و جامعه را از وابستگی به انگلستان برای کتان‌های مرغوب رها کردند. این صنعت به‌طور پیوسته توسعه یافت و اختراع دستگاه پنبه پاک‌کن «الی ویتنی» در سال ۱۷۹۳ جنبشی شکر در آن ایجاد کرد.

### آثار انقلاب صنعتی

اگرچه نساجی به‌عنوان یک صنعت توسعه بسیاری یافته، اما تا قرن ۱۸ صنعتی روستایی بود.

دستگاه شاتل پرنده «جان کی» که در سال ۱۷۳۳ اختراع شد، سرعت عمل بافندگی را افزایش داد و موفقیت آن فشار برای ریسندگی شتابان‌تر نخ برای تغذیه دستگاه‌های بافندگی را افزایش داد. ریسنده‌های مکانیکی که در سال‌های ۱۷۶۹ و ۱۷۷۹ توسط «ریچارد آرکرایت» و «ساموئل کرامپتون» ساخته شد، به توسعه فرایندهای

مکانیزه و شانه‌کردن پشم برای ماشین‌های ریسندگی کمک کرد. نخستین ماشین بافندگی برقی اندکی پس از آغاز قرن ساخته شد.

جایگزینی نیروی آب با نیروی بخار سرعت ماشین‌های نیرومحور را افزایش داد و نظام کارخانه ابتدا در انگلستان و سپس در اروپا و ایالات متحده به شکلی استوار ایجاد شد.

### پس از قرن ۱۹

پیشرفت‌های پی‌درپی در ماشین‌آلات

نساجی در طول قرن نوزدهم موجب افزایش حجم تولید و کاهش قیمت پارچه و لباس شد. این روند در قرن بیستم با تأکید بر ماشین‌آلات تمام خودکار یا نیمه‌خودکار ادامه یافت. دگرگونی‌های مکانیکی در تولیدات نساجی مربوط به انقلاب صنعتی ناشی از به‌کارگیری اصول مهندسی و فیزیکی تا اندازه‌ای ساده بود. پیشرفت بیشتر نیازمند درکی روشن از اصول علمی فرآوری نساجی بود. نبود اطلاعات پایه درباره ساختار و ویژگی‌های الیاف، رویکرد علمی نسبت به پردازش نساجی را به تأخیر می‌اندازد. با این حال در اواخر قرن نوزدهم دانش روزافزون درباره خواص فیزیکی و شیمیایی الیاف به استفاده از روش‌های علمی منجر شد. کاربردهای شیمی در ابتدا بیشترین توجه را به خود جلب کرد؛ بیش از همه به‌دلیل تولید ترکیبات جدید و درک اینکه الیاف را می‌توان ناشی از فعالیت شیمیایی دانست.

در قرن بیستم، با توسعه الکترونیک و کامپیوتر مفاهیم جدید فیزیک و مهندسی وارد پژوهش و توسعه نساجی شد. یکی از کاربردهای برجسته علم در صنعت نساجی و توسعه الیاف مصنوعی، ارائه مواد نساجی جدید بود که موجب کاربرد فرایندهای جدید برای الیاف سنتی، ارائه روش‌های پردازش سریع‌تر و معرفی طیف گسترده‌تری از شیوه‌های جدید بود.



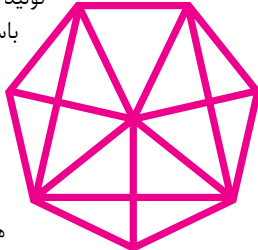
# تاریخ مهاجران بافنده

نگاهی به سیری که نساجی تا پیش از انقلاب صنعتی طی کرده است



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

### گزارش REPORT



تولید پارچه بر پایه دست‌ساخته‌های باستانی و اختراعات علمی مدرن انجام شده است. نخستین بافته‌ها به شکل تورهایی ساخته شدند که در آن از یک نخ و حرکت تکراری آن برای تشکیل حلقه‌ها استفاده شده، همچنین سبدهای بافته‌شده از

نی‌های انعطاف‌پذیر شکل دیگری از این دست‌ساخته‌هاست. بسیاری از مردم به‌ویژه در آفریقا و پرو تورهایی نخ را تولید می‌کردند و گرچه یافتن نمونه‌هایی از منسوجات پیش از تاریخ به‌دلیل فسادپذیری پارچه‌ها بسیار دشوار است، اما نخستین شواهد از بافندگی مشابه با سبدهایی به فرهنگ‌های نوسنگی در حدود پنج هزار سال پیش از میلاد برمی‌گردد. به نظر می‌رسد بافندگی پیش از ریسندگی نخ ایجاد شده و بافت پارچه برگرفته از سبدهایی بوده است. در مصر باستان الیاف پنبه، ابریشم، پشم و کتان به‌عنوان مواد نساجی به کار می‌رفته است. پنبه در سه هزار سال پیش از میلاد در هند مورد استفاده بوده و در نوشته‌های تاریخی چین به تولید ابریشم اشاره شده است.

### پارچه‌های نخستین

نخ‌ها و پارچه‌ها از دیرباز رنگ و چاپ می‌شدند. نمونه‌هایی از پارچه‌های رنگ‌شده در خرابه‌های رومی قرن دوم پیش از میلاد یافت شده است. جلوه‌هایی از شیوه رنگ‌آمیزی tie-and-dye در رنگ‌کردن ابریشم چینی در سلسله تانگ (۹۰۷-۶۱۸ پس از میلاد) نیز مشاهده شده و شواهدی نیز از تولید منسوجات چاپی در هند در قرن چهارم پیش از میلاد وجود دارد. منسوجاتی که در مصر یافت شده نیز بیانگر وجود یک صنعت بافندگی بسیار توسعه‌یافته در قرن چهارم پس از میلاد است که انبوهی نقش‌ونگار ساخته‌شده از کتان و پشم دارد. منسوجات بسیار کهن ایرانی نیز گستره‌ای از پارچه‌های ساده تا فرش‌ها و نقش‌بافی‌های فاخر دارد.

### منسوجات قرون وسطی

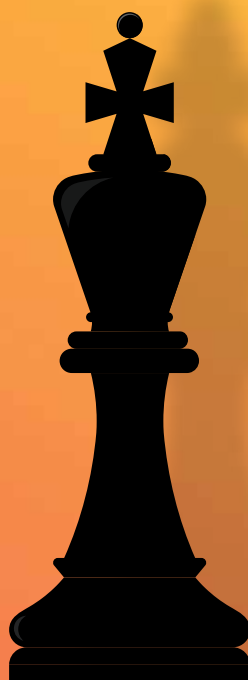
برخی قبایل ترک در اوایل قرون وسطی در تولید فرش، پارچه‌های نمدی، حوله و قالیچه مهارت داشتند. در هند مغول (قرن ۱۶ تا ۱۸) و شاید پیش از آن در «داکا» (در بنگال) گاهی پارچه‌های چیت خوب تولید شده، چاپ یا نقاشی می‌شدند. با وجود ممنوعیتی که مسلمانان برای نمایش موجودات زنده داشتند، در سرزمین‌های اسلامی



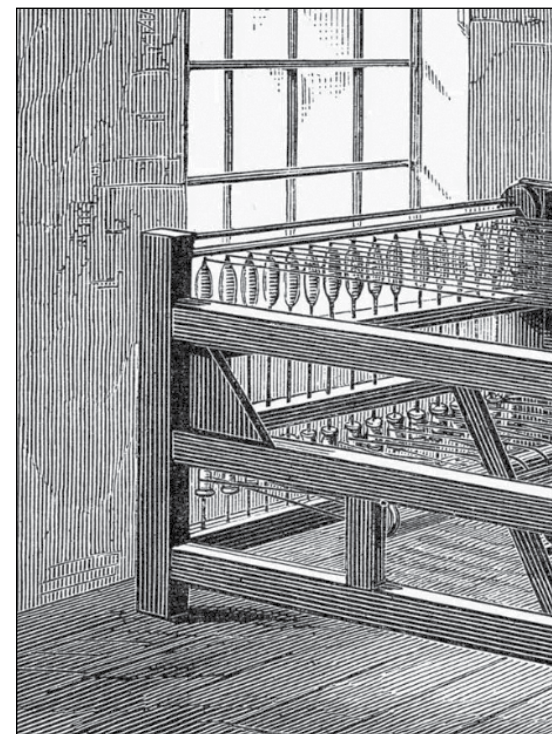
انتشارات راه پرداخت منتشر کرد

# کسب و کار نوین مشاوره

اصول مشاوره پایه و فراتر از آن



اگر بخواهیم این کتاب را در دو جمله خلاصه کنیم، احتمالاً آن دو جمله اینها هستند: «کتابی برای هر آنچه می‌خواهید درباره حرفه مشاوره بدانید» و «یک نقشه‌راه عملی برای کارآفرینان مشتاق». تغییراتی که در دنیای کار رخ می‌دهد، باعث شده افراد بیشتری وارد دنیای شغل‌های قراردادی، آزادکاری و مانند آن شوند. تغییرات سریع در جمعیت‌شناسی و پیشرفت در فناوری باعث شده شرکت‌ها و استعدادهای به روش‌های جدیدی برای کار کردن وارد شوند و مشاوره یکی از کلیدهای موفقیت در این جهان جدید است. کسب و کار نوین مشاوره کتابی بسیار معتبر و کاربردی است که دانش و مهارت‌های مورد نیاز برای شروع و رشد یک کسب و کار مشاوره موفق را به اشتراک می‌گذارد.



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

در این دوره «روئن» (Rouen) نیز به خاطر منسوجاتش شهرت یافت که حاوی طرح‌هایی برگرفته از کار سفالگران اهل روئن بود. منسوجات فرانسوی به پیشرفت در سبک و شیوه‌های خود ادامه دادند و در دوره سلطنت لویی شانزدهم (۱۷۹۳-۱۷۷۴) طراحی‌ها باز پیرایی شده و عناصر کلاسیک با الگوهای گل جدید در هم آمیخت. گرچه بروز انقلاب فرانسه در دهه ۱۷۹۰ به کار بافندگان لیون پایان داد، اما این صنعت به‌زودی رو به بهبود گذاشت. فلاندر و همسایه‌اش، «آرتویز» (Artois) نخستین مراکز تولید منسوجات مجلل بودند؛ آراس (Arras) برای ابریشم و مخمل؛ گنت (Ghent)، ایپرس (Ypres) و کورترای (Courtrai) برای کتان‌های گل‌دار و آراس و بروکسل برای پارچه‌های نقش‌دار. پارچه‌های گل‌دار که با نقوش هرالدیک (Heraldic) مشخص می‌شوند، به‌ویژه شهرت یافته بودند و در قرن هجدهم کتان‌های گل‌دار با کیفیت بسیار بالا تولید شدند. کلن در آلمان در قرون وسطی مرکزی مهم برای پارچه بود که به خاطر بافته‌های اورفری (Orphrey) (باریکه‌های پارچه از طلا که دارای کتیبه‌های بافته‌شده و مجسمه‌های قدیسان است) شهرت داشت.

## نساجی در انگلستان

بخش بزرگی از منسوجات انگلیسی قرون سیزدهم و چهاردهم از کتان و پشم بود و تجارت منسوجات به وسیله رنگ و رنگرزی‌های فلاندر تقویت می‌شد. در سال ۱۴۵۵ ابریشم در لندن و نورویچ بافته می‌شد و در سال ۱۵۶۴ ملکه الیزابت اول برای تولید ابریشم و پارچه گل‌دار امتیازنامه‌ای به مهاجران هلندی و فلاندری در نورویچ داد. لغو فرمان «نایت» در سال ۱۶۸۵ از سرگیری آزار و اذیت پروتستان‌های فرانسوی باعث شد بسیاری از بافندگان به انگلستان کوچ کنند و در نورویچ، برینتری و لندن مستقر شوند. مهم‌ترین گروه از پناهندگان حدود ۳۵۰۰ نفر بودند که در اسپیتال فیلدز زندگی می‌کردند؛ محله‌ای در لندن که به مرکز اصلی پارچه‌های گل‌دار ابریشمی و پارچه‌های تزئینی ابریشمی تبدیل شد. این بافندگان پارچه‌های ابریشمی با کیفیت بالا تولید می‌کردند و برای ظرافت در بافت‌ها و بافت‌های تجلی معروف بودند. نورویچ همچنین به خاطر شال‌های ابریشمی یا پشمی نقش‌دار مشهور بود.

## صنایع نساجی فرانسه و آلمان

تولید ابریشم‌های بافته‌شده فرانسوی در سال ۱۴۸۰ آغاز شد و فرانسیس اول در سال ۱۵۲۰ بافندگان ایتالیایی و فلاندری را به «فونتن‌بلو» آورد تا پرده‌های نقش‌دار را زیر نظر بافنده پادشاه تولید کنند. وی گروه‌های دیگری را برای بافتن ابریشم به لیون، مرکز نهایی تولید ابریشم اروپایی آورد. تا سال ۱۵۸۹ بیشتر پارچه‌های استادانه موجود در فرانسه خاستگاه ایتالیایی داشتند، اما در آن سال هنری چهارم کارخانه فرش و پرده‌های نقش‌دار سلطنتی را در ساوونیر (Savonnières) پایه‌گذاری کرد. بافندگان فلاندری نیز برای تولید پرده‌های نقش‌دار در کارگاه‌هایی که توسط «ژان گوبلین» در قرن شانزدهم راه‌اندازی شد، به فرانسه آورده شدند. پارچه‌های طرح‌دار فرانسوی در زمان لویی سیزدهم (۱۶۱۰-۱۶۴۳) سبکی متمایز را بر پایه شکل‌های زینتی متقارن و در واقع توری‌مانند ارائه دادند که شاید از توری‌های ایتالیایی الهام گرفته شده بود که بسیار مورد توجه بودند. در سال ۱۶۶۲ دولت فرانسه تحت رهبری لویی چهاردهم کارخانه گوبلین در پاریس را خریداری کرد.



مهران امیری



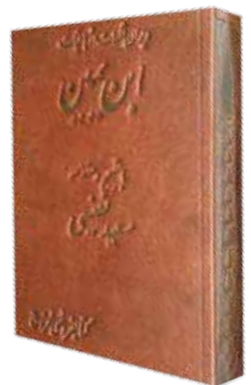
مهران امیری



## نصایح ابن یمین ز گفتار، گفت حکیمان بهست

امیرفخرالدین محمود بن امیریمین الدین طغرایی فر بومی (۷۶۹-۶۸۵ ه.ق) در فریومد سبزوآر پا به جهان گذاشت. وی بزرگترین قطعه‌سرای ایرانی است. پدرش نیز ادیب و شاعر بود که در زمان سلطان محمد خدابنده می‌زیست و در دستگاه امیران خراسان کار دفتری و طغرایی داشت و از این به نام «طغرای» مشهور شد. سال‌های نخستین زندگانی ابن‌یمین در خراسان گذشت. در جوانی به تبریز رفت و به غیاث‌الدین محمد بن رشیدالدین فضل‌الله وزیر پیوست. با درگذشت پدر به جای او منشی امیران سرداران شد و در چند جنگ و سفر نیز آنان را همراهی کرد. در جنگ بین معزالدین حسین کرت و وجیه‌الدین مسعود سربداری در زاوه دیوان ابن‌یمین به یغما رفت و خودش نیز اسیر لشکر هرات شد. وی در یک مثنوی به نام چهار پند نوشیروان می‌گوید:

نخست آنکه دنیا نجوید کسی  
که داند بد و در نماید بسی  
دوم آنکه سودی ندارد حذر  
ز کاری که رفته‌ست اندر قدر  
سوم آنکه دانای خالق شناس  
ز مخلوق بر سر نگیرد سپاس  
چهارم چوروزی مقدر شدست  
چرا مرد آزاده چاکر شدست  
اگر بگذری زین سخن راه نیست  
روان تو از دانش آگاه نیست  
شنیدم که روزی منوچهر شاه  
بپرسید از مهنتری نیک‌خواه  
که در عالم از هرچه هست ارجمند  
چه چیزست شایسته و دلپسند  
ز گفتار، گفت حکیمان بهست  
ز کردار، کرد کریمان بهست  
ازین گفت وزین کرد اگر بگذری  
نیایی خرد را جز این داوری



شماره ۹۴  
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲  
سال سوم

# اینترنت بی فیلتر چیز خوبی نیست

ما بره‌های معصوم در به در فیلتر شکن هیچ کدام مان نمی‌دانیم که آن بیرون پراز گرگ است و ممکن است به سرعت به دست آن گرگ‌ها پاره پاره شویم. شما رانمی‌دانم اما من یکی از پارگی می‌ترسم

به سرعت به دست آن گرگ‌ها پاره پاره شویم. شما را نمی‌دانم اما من یکی از پارگی می‌ترسم.

مخصوص خود یک جور خاصی فیلتر نباشند. خب این به این معنی نیست که من و شما حسودی کنیم و چشم دیدن موفقیت آن عزیزان را نداشته باشیم. بلکه به این معنی است که ما هم تلاش مان را بیشتر کنیم و حواس مان را جمع کنیم تا بتوانیم به موفقیت آنها برسیم.

۱

اما اگر باز هم دل تان طاقت نیاورد و خواستید اینترنت بدون فیلتر داشته باشید، ناامید نشوید. بیایید تا به شما یک راه راحت یاد بدهم. برای کسب اینترنت بدون فیلتر زحمت می‌کشید بک کشور را نشان می‌کنید، بعد اقدامات لازم را برای گرفتن تابعیت آنجا انجام می‌دهید. بعد بلند می‌شوید یک سر به وطن جدید می‌زنید و بعد به عنوان توریست به وطن برمی‌گردید و بکراست می‌روید دفتر آقای ضرغامی و درخواست یک سیم‌کارت توریستی شیک و مجلسی می‌کنید و تمام! شما اینترنت بدون فیلتر دارید.

فقط توجه کنید قبل از اقدام از وزارت خارجه فهرست به روز شده کشورهای دوست و برادر را بگیرید که یک وقت خدای نکرده، ناخواسته آب به آسیاب نامردان روزگار نریزد. مثلاً همین عربستان خوب است تا خیلی گرم نشده اقدام کنید.

۲

توریست به کنج دل شان جا دادند  
درخواست نداده ناگه آنها دادند  
از چین و غنا آمده بودند اینجا  
اینترنت بی فیلترشان را دادند

البته این را هم بگویم که اینترنت بدون فیلتر اصلاً چیز خوبی نیست. یک جورهایی مثل آش رشته بدون پیاز داغ است؛ شاید آش رشته باشد اما مفت نمی‌ارزد. اصلاً ۸۰ درصد لذتش برای ما همین هیجان وصل ماندن «آن مصداق جرم‌انگاری» است. حالا شما می‌دنبال اینترنت بدون فیلتر باش تا لذتش را از بین ببری.

۳



عبدالله  
مقدمی  
@moghaddamy0007

واقعیت این است که این قدری که من و شما به مسئولان نازنین و دکمه‌به‌دست‌های عزیز فکر می‌کنیم، آن بزرگان عرصه بی‌خیالی به ما فکر نمی‌کنند. آنها فقط به مصلحت ما فکر می‌کنند و به اینکه چقدر بد می‌شود اگر چشم‌های معصوم‌مان به سایت‌های بدید بیفتد.

ما بره‌های معصوم در به در فیلتر شکن هیچ کدام مان نمی‌دانیم که آن بیرون پر از گرگ است و ممکن است

۴

۵

حالا این وسط ممکن است تعدادی از دوستان و آشنایان که آنتن قوی تری دارند بتوانند با روش‌های

۱

اینکه کلاً آدمیزاد تکلیف خودش را بداند خیلی خوب است. لااقل می‌نشینند و سر فرصت یکی می‌زند توی سر خودش و یکی توی سر تکلیفش و هی نگاهش می‌کند و هی آه سوزناک می‌کشد و هی به زندگی خودش تف و لعنت می‌فرستد و هی آن تکلیف را انجام نمی‌دهد.

۲

اینکه مسئول محترم مملکت آب پاکی را روی دست همه مردم چشم‌انتظار می‌ریزد و می‌گوید فکر رفع فیلتر تلگرام و اینستاگرام و واتساپ و توئیتر و کلی برنامه مزخرف غربی دیگر نباشید، جایش خیلی درد نخواهد کرد، چون احتمالاً همه ما می‌دانستیم که همین می‌شود و کسی زورش به آن دکمه‌زن فیلترچی نخواهد رسید؛ دردناک‌تر این است که مسئولان گاهی برنامه‌ها و سایت‌هایی را فیلتر می‌کنند که هنوز آسمش به گوش مان نرسیده است. بله دوستان! ظاهراً عزیز دکمه‌زن مستقر در واحد فیلترنت از من و شما به‌روزتر است.

۳

حالا این وسط ممکن است تعدادی از دوستان و آشنایان که آنتن قوی تری دارند بتوانند با روش‌های

شب‌نوشته‌های یک بچه‌نوآور! (۸۱)

## خرسواری یا سواری دادن خر؛ مسئله این است

برای ما که نه خری داریم و نه اهل کارهای ناپسندی همچون سواری گرفتن از خر دیگران هستیم، شنیدن این گزاره که «خر مال کسی است که سوارش شده» احساسی ویژه را تحریک نمی‌کند. ولی آنگاه که دیدم این گزاره را یک مدیر برگماشته از سوی دولت در رسانه دولتی بر زبان جاری می‌کند، احساساتم غلغلک شد. از خودم می‌پرسیدم: «من که از خر دیگران سواری نگرفته‌ام تا احساسی داشته باشم، نکنند در حال سواری دادن بوده‌ام و خودم نمی‌دانسته‌ام که چنین احساسات ناخوشایندی پیدا کرده‌ام؟» و همین موضوع کوچک و پیش‌پاافتاده سواری، سواری

←



مهران امیری



mehranamiri@gmail.com

دادن و احساس کسی که از او سواری می‌گیرند، افکارم را به هم ریخته و احساساتم را درگیر کرده است.

با همین احساسات مبهم و درگیری فکری راه خانه تا دفتر کار را پیمودم و هنوز از درگاه وارد نشده بودم که صدای سمیرا و فریبا را در حال گفت‌وگو شنیدم؛ ماجرا باز هم به خر برمی‌گشت، اما از دیدگاهی دیگر! فریبا می‌گفت: «درست که ما خر خودمون هستیم و به قول برخی افراد کسی آقا بالاسر و سوارمون نیست تا ناچار باشیم هر چی گفت پیروی کنیم؛ ولی به هر حال ناگزیر از دادوستد با دیگران هستیم و نمیشه که خر خودمون رو برونیم.»

←

اما سمیرا پارا در یک کفش کرده و می‌گفت: «چرا باید هر روز به بخشنامه و دستور برسه و کار و بارمون رو به هم بریزه؟ ما که پا توی کفش کسی به ویژه دولتی‌ها نمی‌کنیم، نون خودمون رو می‌خوریم، زحمت نداریم، مالیات و عوارض می‌دیم، زیر میز نمی‌زنیم، زیر و روی میز رو نمی‌کشیم، سوار کسی نمی‌شیم و خرابازی در نمی‌اریم؛ چرا پس؟» و پاسخ کوبنده فریبا چنان بود که من را هم لختی در سکوت فرو برد، وقتی که گفت: «مشکل اینه که روشن نمی‌کنی خر هستی یا خرسوار. خودت

←

کلاحت رو قاضی کن و ببین ما و کسب و کارهایی مثل ما کدوم یک از ویژگی‌های یک خرسوار رو دارن؟ خیلی هم سخت نگیر، گفت و گوی تلویزیونی اون مدیر رو چند بار ببین و اگر لازم بود جملاتش رو یادداشت و بازخونی کن تا بفهمی می‌تونی خرسواری کنی؟ اصلاً زن این کار رو داری؟ اما خر بودن رو خودت بگو. ویژگی‌های یک خر خوب رو که به خوبی سواری میدی، با انصاف و بدون جانبداری ردیف کن، پیش خودت درباره یکی یکی اونها بپرس و ببین کدوم یکی را داری؟ حالا یه نگاه بنداز و جمع سرانگشتی بزن. اگر کمتر از نیمی از ویژگی‌ها رو داشتی، ببذیر که شاید فکر کنی خر خودت هستی ولی بدون که خر خودت نیستی.»

←

و من در همان درگاه با شگفتی به این موقعیت خر تو خر خیره شده بودم و فهمیدم چقدر ساده بودم که می‌پنداشتم وقتی کار خودت را می‌کنی و بار خودت را می‌بری و سرت توی آخور کسی نیست، نمی‌توانی بگویی من خر خودم هستم. هیچ خری نیست که یک خرسوار از او سواری نگیرد. اینها را باید می‌نوشتم و جلوی آینه می‌گذاشتم تا فراموش نکنم و خرفهم شوم و بدانم مسئله تنها خرسواری یا سواری دادن خر است، نه چیز دیگر.