



۳۹
در گفت‌وگوی دوفره
«کار درست در روزهای
سخت» مطرح شد
**روزهای سختی
داریم، اما نباید
ناامید شویم**



زنان سقف‌ها را شکسته‌اند

یک ال‌کامپ پر خبر و پرمحتوا بعد از ۴ سال برگزار شد.
زنان اکوسیستم نوآوری هم بازیگر اصلی متن و حاشیه آن بودند

۴
نصر تهران در نشست خبری اختتامیه ال‌کامپ بیست‌وششم مطرح کرد

برگزاری بیش از ۱۵۰ نشست تخصصی در ال‌کامپی که پنج‌روزه شد!



بلاخره نمایشگاه بیست و ششم برگزار شد

عبور از پروژه الکامپ

که همه کارها روی غلتک بود و راحت پیش می‌رفت. اجرایی شدن هر کدام از این بخش‌ها زحمت شبانه‌روزی بچه‌ها را می‌طلبد که پای کار ایستاده بودند و تمام تلاش‌شان را می‌کردند که به بهترین نحو از عهده انجام امور سپرده شده برآیند.

در اینکه این روزها کسب و کارها حال خوشی ندارند، شکی نیست. چیزی در کشور عادی نیست و همه ما این را می‌دانیم. تلاش ما هم در مجموعه راه‌کار نه بر عادی سازی فضا، بلکه استفاده از فرصت کوتاهی بود که الکامپ و جمع شدن تعداد زیادی از چهره‌های کسب و کاری به ما می‌داد. شاید در یک روز عادی، کنار هم نگه داشتن مدیران عامل چند کسب و کار که در دنیای بی‌زیبایی با هم رقابت تنگتنگ دارند، کار آسانی نباشد، ولی به مدد برگزاری رویدادی در این حوزه، این امکان فراهم بود که این افراد را در کنار هم بنشانیم تا در خلال گفت‌وگوها به این نتیجه برسند که جدای رقابت‌های کسب و کاری، لازم است با هم‌افزایی و هم‌صدایی تلاش کنند صدای خود را به گوش حاکمیت رسانده و مشکلات حوزه کسب و کاری خود را حل کنند. اگر حاصل زحمت تمام بچه‌های راه‌کار، باز شدن یک گره کوچک باشد یا بارقه‌امیدی که در دل کسی روشن شده، می‌توان نتیجه گرفت به چیزی که مقصودمان بوده، رسیده‌ایم. زیرا می‌دانیم نه باز کردن گره‌های کوچک و نه زنده کردن امیدی ناچیز در دل کسی در این دوره و زمانه کار ساده‌ای نیست.

روزی که اعلام شد کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار مسئولیت محتوای نمایشگاه الکامپ را بر عهده می‌گیرد و حجم محتواهایی که قرار بود در این چند روز تولید شود، فهرست شد، طرف ناامید دهنم گفت سنگ بزرگ علامت نزدن است. مگر می‌شود طی چهار روز (حالا شما فرض بگیرید با احتساب آن روز افزوده شده به نمایشگاه، پنج روز) این مقدار پنل و سخنرانی و گفت‌وگو و گزارش را مدیریت کرد؟ مگر ما چند نفریم؟ ولی بچه‌های راه‌کار، از کوچک تا بزرگ ثابت کردند که می‌توانند کارهای به‌ظاهر «نشده» را «شد» کنند.

آن قدر در این مدت حجم محتواها زیاد بود که چاره‌ای نداشتیم جز اینکه هشت صفحه دیگر به صفحات کارنگ بیفزاییم تا تنها نتایج بخشی از زحمات این گروه را منعکس کنیم. چیزی در حدود ۲۵۰ چهره کسب و کاری و صنفی و فعال اکوسیستم نوآوری در حوزه‌های مختلف، از بازی‌سازی گرفته تا بانکداری، از جامعه‌شناسی تا گردشگری و... در این روزها به بیان دغدغه‌ها، مشکلات، کاستی‌ها و دستاوردها پرداختند و شمشیر بران نقد را از رو بستند. در کنار اینها با بسیاری از شرکت‌های حاضر در نمایشگاه در سطوح مختلف گفت‌وگو شد و از نوآوری‌هایشان، چرایی حضورشان در الکامپ و... حرف به میان آمد. این به این معنی نیست



المیرا حسینی سردبیر



elmirahosseini@gmail.com

امضای تفاهم‌نامه همکاری میان نصر تهران و سندیکای افتا

نهیضت امنیت اطلاعات



نشود، هر اقدام دیگری برای توسعه اقتصاد دیجیتال کارساز نخواهد بود.

در ادامه مراسم بهناز آریا، رئیس کمیسیون افتا در نصر تهران ضمن بیان اینکه تا الان همکاری‌های بسیاری میان نصر تهران و سندیکای افتا وجود داشته، تأکید کرد که بعد از همکاری‌های صورت گرفته این اولین باری است که نصر تهران و سندیکای افتا موفق شده‌اند به این نقطه مشترک همکاری مشترک دست یابند. رئیس کمیسیون افتای نصر تهران در ادامه ابراز امیدواری کرد که انجمن صنفی افتا و نصر در همه حوزه‌های مربوطه همکاری‌های مثبتی داشته باشند و بتوانند گام‌های مثبت و روبه‌جلویی بردارند. کامبیز قادری، رئیس هیئت مدیره انجمن صنفی افتا

سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران و انجمن صنفی افتا (سندیکای افتا) در حاشیه روز چهارم نمایشگاه الکامپ تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند. به گفته رئیس نصر تهران، این سازمان و سندیکای افتا پیش از این نیز همکاری داشته‌اند و این تفاهم‌نامه در راستای هم‌افزایی بیشتر برای حفظ امنیت اطلاعات به‌عنوان زیرساخت اقتصاد دیجیتال کشور امضا شده است.



طهورا آدینه‌وند

Viria.adinehvand@gmail.com

اهمیت امنیت اطلاعات به عنوان زیرساخت اقتصاد دیجیتال
حسین اسلامی، رئیس سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران در مراسم امضای تفاهم‌نامه تأکید کرد که موضوع امنیت یک مسئله حاشیه‌ای نیست و در واقع زیرساخت توسعه اقتصاد دیجیتال کشور است. او گفت که در دو، سه سال اخیر کشور آسیب زیادی از عدم توجه کافی به مسئله امنیت در فناوری اطلاعات دیده است.

اسلامی با اشاره به اینکه کشور در حال حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال است ادامه داد: «اگر برای حرکت اقتصاد کشور به سمت اقتصاد دیجیتال تمهیدات امنیتی لازم اندیشیده نشود و چه در حوزه مالی و چه در حوزه منابع انسانی سرمایه‌گذاری‌های لازم بر موضوع امنیت انجام

حامد انتظاریان مدیرعامل جدید هم‌آوا شد

«حامد انتظاریان»، معاون پیشین عملیات کارخانه نوآوری هم‌آوا به عنوان مدیرعامل جدید این مجموعه، جایگزین «رضا کلانتری‌نژاد» شد. رضا کلانتری‌نژاد همچنان به عنوان عضو هیئت مدیره فعالیت خود را در هم‌آوا ادامه خواهد داد. از سوی دیگر «سپهیل عباسی»، معاون نوآوری و کارآفرینی این شرکت نیز با حفظ سمت به عنوان عضو جدید هیئت مدیره منصوب شد. هم‌آوا از بازیگران اصلی زیست‌بوم نوآوری کشور در سال ۱۳۹۸ و با ادغام شتاب‌دهنده آواتک در حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات، شتاب‌دهنده سزان در حوزه فناوری‌های هم‌گرا و چند مجموعه دیگر در حوزه فناوری شکل گرفته و فضای کاری اشتراکی زاویه نیز زیرمجموعه آن است.

در حاشیه نمایشگاه الکامپ عضو جدید خانواده ثروت ستارگان

در حاشیه بیست و ششمین نمایشگاه بین‌المللی الکامپ و در غرفه بانک کارآفرین با حضور «حمید نصیری»، مدیرعامل شرکت ثروت ستارگان؛ «کیوان محیط‌مافی»، مدیرعامل دیجی نکست و «مرجان جلالی مقدم»، مدیرعامل ماکوویژن، سرمایه‌گذاری جدید شرکت مدیریت ثروت در کسب و کار ماکوویژن به امضای مدیران این مجموعه‌ها رسید. ماکوویژن یک بارکداسکنر صنعتی و مبتنی بر هوش مصنوعی است که بدون محدودیت فاصله و با محدودیت چینی‌بسته‌ها، اطلاعات بصری آن‌ها را استخراج و پردازش می‌کند. این محصول برای کدگشایی در لحظه و همزمان انواع بارکدهای یک بعدی و دوبعدی از روی برجسب‌های چاپی روی جعبه‌ها و کالاهای توسعه داده شده است.



شماره ۱۰۲
تیر ۱۴۰۲
سال سوم



شماره ۱۰۲ | تیر ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی، محمد قربانی
عکس: نسیم اعتمادی، میترا افتخار
رضا نعمت‌پور، محمد نبی‌خانی
شبکه‌های اجتماعی: محمدحسین صیادی‌نژاد
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
سردبیر نشریات چاپی راه‌کار: رضا جمیلی
سردبیر: المیرا حسینی

تحریریه: رضا امیرزاده، راضیه مینایی
مهران امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی: عباس عین‌علی ترانه احمد دوست
منیره شاه‌حسینی، زهره دودانگه
دبیر سایت: سونیتا سراب‌پور
ویراستار: یلدا شایسته‌فر



رونمایی از کارت‌های باجت
 مراسم رونمایی از طرح‌های جدید کارت باجت در بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ، در غرفه شرکت سیمرغ تجارت برگزار شد. در این مراسم شش طرح جدید کارت باجت معرفی شد.



تفاهم‌نامه سازمان فناوری و نصر
 در الکامپ بیست‌وششم، تفاهم‌نامه نظام شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی مراکز داده بین سازمان فناوری اطلاعات و سازمان نظام صنفی رایانه‌ای به امضا رسید.



کلینیک نوآوری فینوداد
 در این دوره از نمایشگاه الکامپ از کلینیک نوآوری فینوداد رونمایی شد. این کلینیک به کسب و کارها برای ایجاد و ارتقای نوآوری در سازمان‌شان مشاوره و خدمات ارائه می‌دهد.



رونمایی از اینوتکنیک
 معاون تحقیقات و نوآوری شرکت ملی انفورماتیک از سلسله رویدادهای «اینوتکنیک در شبکه بانکی» در نمایشگاه بین‌المللی الکامپ رونمایی کرد.



شماره ۱۰۲
 آذر ۱۴۰۲
 سال سوم



داده بودند، اما این مطلوب فعالان حوزه سخت‌افزار نیست. سعی می‌کنیم برای بخش سخت‌افزار به صورت خاص رویداد متفاوتی را برگزار کنیم.»

نشست‌هایی که به انتشار نامه رئیس‌جمهور انجامید

رضا قربانی، عضو هیئت‌مدیره نصر تهران نیز در این نشست خبری ضمن اشاره به اینکه الکامپ امسال در موجی از ناامیدی برگزار شد، گفت: «با وجود همه بحث‌ها از جمله تحریم الکامپ که در فضای مجازی مطرح می‌شد، به این نتیجه رسیدیم که باید فضایی به وجود بیاید تا دوستانی که نقد و نظری دارند بتوانند آن را در الکامپ مطرح کنند.»

او ادامه داد: «با وجود آنکه بخش محتوایی الکامپ در یک بازه زمانی بسیار کم برنامه‌ریزی شد، در این پنج روز بیش از ۱۵۰ نشست و سخنرانی برگزار کردیم و بیش از ۲۵۰ نفر از چهره‌های تأثیرگذار در فضای صنفی و حوزه فناوری نوآوری در این برنامه‌ها حضور داشتند.»

او با اعلام اینکه در «الکامپ استیج» به بیش از ۲۰ حوزه تخصصی مانند لجستیک، سلامت، فین‌تک، بازی، بانک، بیمه، رمزارز، زنان، رگولاتوری و... توجه شده، تأکید کرد: «۲۵ تا ۳۰ درصد از نشست‌های ما با حضور زنان برگزار شد. همچنین نشست‌های ما به صورت تخصصی به مسائل زنان در حوزه کسب و کارها می‌پرداخت.»

صنفی مسئول برگزاری آن باشد، گفت: «اگر چنین شرایطی فراهم شود، ما برای این رویداد دبیرخانه دائمی در نظر خواهیم گرفت. برخی انتقاداتی که در زمینه برگزاری الکامپ مطرح می‌شود، در صورتی قابل رفع است که این جریان دائمی شکل بگیرد.»

سازمان نصر آماده دریافت بازخوردهاست

در ادامه این نشست، حسین اسلامی، رئیس هیئت‌مدیره سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران با اشاره به استقبال خوبی که از رویداد الکامپ صورت گرفته، خاطرنشان کرد: «با وجود اینکه موضوع قطع برق در مراسم افتتاحیه در اختیار ما نبود، اما به عنوان نظام صنفی بابت بروز این اتفاق عذرخواهی کردیم و مسئولیت آن را بر عهده گرفتیم. همچنین سعی کردیم برای جبران، روز دیگری به نمایشگاه اضافه شود. در مجموع نظام صنفی رایانه‌ای آماده دریافت بازخوردها، انتقادات و پیشنهادهای در این زمینه است.»

انتظار ما این است که زمان بهتری را برای برگزاری نمایشگاه الکامپ در اختیار ما قرار دهند. حوزه فاوا شایسته بهترین پذیرایی است. همچنین در حوزه سخت‌افزار هم با وجود اینکه در زمینه هزینه‌ها تخفیف

نصر تهران در نشست خبری اختتامیه الکامپ بیست‌وششم مطرح کرد

برگزاری بیش از ۱۵۰ نشست تخصصی

بیست‌وششمین دور از نمایشگاه الکامپ که از چهارم تا هشتم تیرماه برگزار شد، به کار خود پایان داد. بر اساس آمار ارائه‌شده در نشست خبری سازمان نظام صنفی رایانه‌ای تهران در اختتامیه نمایشگاه الکامپ، ۱۲۰ هزار نفر از این نمایشگاه بازدید کرده‌اند.

صادق فرامرزی، رئیس کمیته اجرایی الکامپ بیست‌وششم و قائم‌مقام نصر کشور و نایب‌رئیس نصر تهران در این نشست خبری با بیان اینکه الکامپ در حوزه فناوری یک موجود زنده است و خودش را با شرایط وفق می‌دهد، گفت: «این نمایشگاه توانست پیام خود را به مخاطبان و همچنین

حاکمیت برساند. نامه اخیر ریاست جمهوری درباره بازنگری در شرایط اینترنت را مرتبط با این رویداد می‌دانم.»

او درباره آمارهای بیست‌وششمین دوره الکامپ اعلام کرد: «حدود ۴۸۰ شرکت در این نمایشگاه حضور داشتند و حدود ۱۲۰ هزار نفر از این رویداد بازدید کردند که رقم قابل توجهی است. همچنین در این رویداد میزبان ۷۰ مهمان خارجی بودیم که در قالب ۴۰ شرکت از ۱۰ کشور جهان در این دوره از الکامپ حضور

داشتند و در برنامه‌هایی که در حوزه B2B برای آنها در نظر گرفته شده بود، شرکت کردند.»

فرامرزی با اشاره به اینکه نیاز است زمان برگزاری نمایشگاه الکامپ در پنج سال آینده مشخص و تنها سازمان نظام



رضا امیرزاده
 Amirzadeh.reza@gmail.com

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در الکامپ بیست‌وششم حضور یافت

الکامپ؛ جایی برای پیشرفت دانش بنیان‌ها

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در جریان بازدید از نمایشگاه الکامپ اعلام کرد که این نمایشگاه از بستری برای فعالیت‌های بازرگانی و ارائه محصولات خارجی حالا به جایی برای نمایش فعالیت شرکت‌های دانش بنیان تبدیل شده است. به باور روح‌الله فیروزآبادی دهقانی، اگر در دوره‌های گذشته استارت‌آپ‌ها نقش پررنگی در نمایشگاه الکامپ داشتند، حالا این دانش بنیان‌ها در حوزه‌های مختلف هستند که دستاوردهای خود را به نمایش می‌گذارند.

او در پاسخ به کارنگ که در دوره‌های گذشته حضور استارت‌آپ‌ها به صورت مجزا در نمایشگاه به یکی از بخش‌های جذاب الکامپ تبدیل شده بود و امسال استارت‌آپ‌ها به صورت پراکنده در نمایشگاه حضور دارند،

اعلام کرد که این نشانه ضعف این دوره از نمایشگاه نیست. به باور او، دوران هیجانات استارت‌آپی به پایان رسیده و حالا آنها به ثبات مورد نیازشان رسیده‌اند. همچنین او حضور معاونت علمی و فناوری به همراه پارک‌های فناوری و پویون‌های شرکت‌های دانش بنیان را یکی از نقاط مثبت این دوره از نمایشگاه دانست و اعلام کرد که این معاونت با فراهم کردن شرایط برای حضور مهمانان خارجی، وضعیت را برای همکاری شرکت‌های دانش بنیان و کسب و کارهای خارجی فراهم کرده است. در ادامه روح‌الله دهقانی فیروزآبادی در جمع خبرنگاران بر ایجاد یک منطقه علم و فناوری در کشور تأکید کرد و گفت: «سیاست ما این



بهناز ملکی
 Info@Karangweekly.ir

است که ایران به‌عنوان یکی از محورهای اصلی منطقه علم و فناوری شناخته شود و فعالیت کند.» فیروز آبادی ادامه داد: «هاب‌های فناوری معاونت علمی در حوزه‌های مختلفی تأسیس می‌شوند که یکی از آنها هوش مصنوعی است. البته در حوزه‌های دیگر نیز این هاب‌ها را ایجاد خواهیم کرد. به اعتقاد ما قطعی‌ترین و بهترین توسعه محتوای ملی این است که بازیگران ملی در آن بازی تعریف شوند. هر کاری را که در ابعاد ملی تعریف کنیم، با حضور بازیگران ملی پیش خواهیم برد.» او تأکید کرد که حرکت و توسعه هوش مصنوعی هم از نظر علوم و هم از نظر فناوری‌ها، برنامه بسیار جدی در جمهوری اسلامی ایران است.



گفت‌وگو با مدیرعامل آسیاتک در حاشیه‌ی کامپ ۱۴۰۲ برای معرفی پروژه فیبر نوری به نمایشگاه آمده‌ایم

شرکت آسیاتک به‌عنوان یکی از شرکت‌های فعال در حوزه خدمات ارتباطی و دسترسی به اینترنت ثابت در بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ حضور داشت. مدیرعامل این شرکت در گفت‌وگو با کارنگ، معرفی و ارائه خدمات فیبر نوری به مشتریان را یکی از دلایل اصلی حضور این شرکت در نمایشگاه عنوان کرد. طبق اعلام او تأمین منابع صندوق توسعه فیبر نوری از سمت وزارت ارتباطات انجام شده و همچنین این سرویس تا به این لحظه برای ۲/۵ میلیون خانوار اجرایی شده است. علاوه بر آن آسیاتک با باز معرفی یک محصول جدید در حوزه VOD با نام «تماشاخونه» به الکامپ بیست‌وششم آمد؛ محصولی که به گفته مدیرعامل این شرکت دارای مزایای رقابتی مهمی در بازار VODهاست. محمدعلی یوسفی‌زاده، عضو هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت آسیاتک ضمن اشاره به اینکه آسیاتک از شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی است و سال‌هاست در حوزه دسترسی به اینترنت ثابت فعالیت می‌کند، به کارنگ گفت: «آسیاتک از سال گذشته به‌عنوان مجری پروژه فیبر نوری منازل و کسب‌وکارها مسیر ارائه خدمات فیبر نوری به مشترکان را به سبب محصولات خود اضافه کرد.»

دسترسی به محتوای ویدئویی بدون نیاز به خرید اشتراک

تماشاخونه یکی از سرویس‌های کمتر شناخته‌شده شرکت آسیاتک است که به ارائه خدمات VOD می‌پردازد. یوسفی‌زاده در خصوص دلایل ورود آسیاتک به این حوزه توضیح می‌دهد: «ما دارنده یک شبکه ارتباطی وسیع در سطح کشور هستیم و علاوه بر آن قرار است با استفاده از فناوری فیبر نوری سرعت دسترسی خانوار و کسب‌وکارها را به اینترنت افزایش دهیم. با این تفاسیر این نیاز را احساس کردیم که مجموع سبد محصولات خود را تکمیل کنیم و طبیعتاً یکی از پرتراфик‌ترین سرویس‌ها مربوط به استریمینگ و ویدئو است و ما به این حوزه ورود کردیم.»

مدیرعامل آسیاتک در خصوص مزایای رقابتی سرویس جدید آسیاتک برای رقابت با شرکت‌های فعال این حوزه می‌گوید: «مدل درآمدی تماشاخونه تبلیغات مبتنی بر محتواست و محتوای اختصاصی روی پلتفرم بارگذاری می‌شود.»

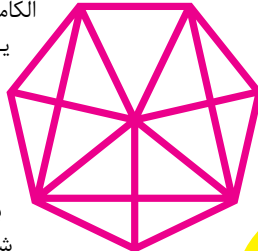
او ادامه می‌دهد: «یکی از مزایای رقابتی این محصول در مقایسه با خدمات VOD بازار این است که مشترکان نیازی به خرید اشتراک ندارند و صرفاً با یک ثبت‌نام ساده می‌توانند از خدمات تماشاخونه استفاده کنند.»

واقعاً همه چیز در تهران جمع شده است

در پیل «آیا همه چیز در تهران جمع شده؟» دلایل مهاجرت فعالان استارت‌آپ‌های شهرستان‌ها به پایتخت مطرح شد

گزارش REPORT

در جریان برگزاری نمایشگاه پنج‌روزه الکامپ، در کنار حضور غرفه‌ها یک بخش استیج هم با پنل‌های مختلف برگزاری شد. یکی از این پنل‌ها نشست «آیا همه چیز در تهران جمع شده؟» بود که با ترکیبی از سخنرانان ساکن شهرهای مختلف برگزار شد.



شماره ۱۰۳
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم

شهرستان‌ها معرفی کرد.

تعداد اندک پارک‌های علم و فناوری در شهرستان‌ها، فرسایشی بودن رفت و آمد به تهران و اجبار فعالان کسب‌وکاری به طی کردن این مسیر، معضلات آموزشی و کمبود امکانات سرمایه‌ای از دیگر مواردی بود که سخنرانان این پنل به آن اشاره کردند.

تحمیل هزینه سفر به تهران به استارت‌آپ‌های شهرستان‌ها

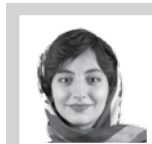
حسین حاجی‌زاده، از فعالان استارت‌آپی بندرعباس در این نشست به پرسش «آیا همه چیز در تهران جمع شده؟» پاسخ مثبت داد و عنوان کرد: «دقیقاً دغدغه بزرگ ما این است که همه چیز در تهران جمع شده و امکانات کمی در شهرستان‌ها وجود دارد. همین توسعه نامتوازن باعث مهاجرت متخصصان به تهران شده و ما را با کمبود متخصص مواجه کرده است.»

به گفته حاجی‌زاده، مدیرعامل شرکت «خانه نارنجی» طی کردن مسافت برای انجام امور کسب‌وکاری به تهران بسیار فرسایشی است و این سفر اجباری هزینه‌های زیادی به شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها تحمیل می‌کند.

او راهکار حل چنین مشکلی را در افزایش تعداد پارک‌های علم و فناوری در استان‌ها دانست و گفت: «ما باید تلاش کنیم با راه‌اندازی و توسعه فعالیت پارک‌های علم و فناوری

صائبه سلوکی از سیستان و بلوچستان، محمدصادق میری از زاهدان، احسان عبدی‌پور از تبریز، حسن موحد از همدان، لیلیا کشاورز از رشت، حسین حاجی‌زاده از بندرعباس و مهرداد یزدانی از اصفهان در این نشست به ترسیم وضعیت کسب‌وکاری در شهرستان‌ها پرداختند که به مهاجرت منجر می‌شود.

بحران مهاجرت متخصصان از شهرستان‌ها به تهران دغدغه مشترک سخنرانان این نشست بود. به گفته حسین حاجی‌زاده که ریاست سازمان نصر سیستان و بلوچستان را هم در سوابق اجرایی خود دارد، کمبود امکانات کسب‌وکاری در شهرستان‌ها مهم‌ترین عامل مهاجرت است و عملکرد منفی دولت در ایفای نقش تسهیلگر نیز عاملی بود که صائبه سلوکی به آن اشاره و این عامل را به‌عنوان چالش بزرگ کسب‌وکارهای اقتصاد دیجیتال



طهورا آدینه‌وند

Viria.adinehvand@gmail.com

تأمین منابع صندوق توسعه فیبر نوری

انجام شده است

آسیاتک پروژه توسعه فیبر نوری را ۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۱ بر اساس تفاهم‌نامه‌ای که با وزارت ارتباطات بسته شد، آغاز کرد. یوسفی‌زاده در خصوص مراحل پیشرفت این پروژه توضیح داد: «ما در استان‌های کرمانشاه، فارس، لرستان، چهارمحال و بختیاری، غرب مازندران و شهرهای استان اصفهان مشغول فعالیت هستیم که در آینده نزدیک استان‌های دیگری نیز به آن اضافه می‌شود.»

طبق اعلام مدیرعامل آسیاتک از مجموع ۲۰





گزارشی از حضور دانش آموزان در بخش تینواستارز الکامپ بیست و هشتم ستاره‌هایی برای آینده

رقابت‌های دانش آموزی ذیل الکام استارز برگزار شد و دانش آموزان نیز مانند استارت‌آپ‌هایی که در الکام استارز شرکت کرده بودند، به رقابت پرداختند؛ در این زمان بود که لاین دانش آموزی تینواستارز ثبت شد.

مدیر بخش دانش آموزی تینواستارز در ادامه اعلام کرد: «اکنون که بعد از چهار سال الکامپ برگزار شد، خواسته ما نیز ادامه فرایند برگزاری تینواستارز بود. در این دوره حضور دانش آموزان بسیار پررنگ‌تر بود و به همت سازمان نصر توانستیم جایگاه بزرگ‌تری برای تینواستارز فراهم کنیم.»

شرکت‌کنندگانی از سراسر کشور
سلوکی در خصوص شرکت‌کنندگان

این دوره تینواستارز توضیح داد: «تعداد شرکت‌کنندگان روزانه از ۳۰ تا ۵۰ نفر متغیر بود. دانش آموزان از استان تهران، شهرستان‌های بلوچستان و هرمزگان حضور داشتند. فرایند منتورینگ روی دانش آموزان شرکت‌کننده صورت گرفت و در این مسیر حدود ۱۸۰ تا ۲۰۰ نفر از فعالان حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار حوزه استارت‌آپی با ما همکاری داشتند.»

ورود به دنیای کار از طریق تینواستارز

رئیس کمیسیون منابع انسانی سازمان نصر تهران، گفت: «در سال‌های گذشته دانش آموزان در کمپ‌های برنامه‌نویسی شرکت داشتند و طی ۱۰ روز شرکت‌کنندگان با مقطع سنی دوره متوسطه مشغول کدنویسی بودند؛ خروجی این کمپ‌ها به‌عنوان کارآموز وارد شرکت‌ها شدند و حدود ۲۰ نفر از دانش آموزان همان دوره نیز اکنون در تینواستارز مشغول کار اجرایی هستند.»

تینواستارز به تلاش سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران امسال برای نخستین بار در الکامپ بیست و هشتم به‌صورت مستقل برگزار شد. برگزارکنندگان تینواستارز در این دوره هدف از برگزاری تینواستارز را ورود دانش آموزان به دنیای واقعی کار اعلام می‌کنند.

صائبه سلوکی، مدیر بخش دانش آموزی تینواستارز و مدیر منابع انسانی سازمان نصر تهران، در گفت‌وگو با کارنگ اعلام کرد از دیگر اهداف برگزاری تینواستارز سنجش ظرفیت شرکت‌های مختلف از سوی دانش آموزان برای آینده کاری‌شان و در نهایت جذب آنها به‌صورت نیروی کار در این شرکت‌هاست.

تینواستارز ابتدا در سال ۱۳۹۸ با رویدادهای دانش آموزی شروع به کار کرد، اما به‌دلیل استقبال گسترده دانش آموزان سراسر کشور از تینواستارز در الکامپ ۱۴۰۲، این بخش به‌صورت مستقل فعالیت خود را آغاز کرد.

سلوکی اعلام کرد: «اساساً هدف تینواستارز قرار دادن دانش آموزان در فضای واقعی کار است تا از فضای استارت‌آپی که احتمال از بین رفتن آن زیاد است، دور شوند و در نقطه استارت‌آپی درجا نزنند.»

از طرح ایده تا آمادگی برای اشتغال

سلوکی باور دارد دانش آموزان می‌توانند در تینواستارز کار گروهی انجام دهند و در کنار آن ظرفیت شرکت‌ها را برای اشتغال خود در آینده بسنجند؛ بنابراین دانش آموزان در تینواستارز مستقل این فرصت را دارند که از تجربه زیسته شرکت‌های بزرگ و توسعه‌یافته و حتی استارت‌آپ‌های توسعه‌یافته استفاده و خود را به آنها معرفی کنند.

او در ادامه گفت: «در تینواستارز سال ۱۳۹۸ دانش آموزان فقط ایده‌های خود را مطرح کردند و بسیار مورد استقبال قرار گرفتند. در سال ۱۳۹۹ که اتفاقاً همه‌گیری کرونا نیز همچنان وجود داشت،

اکثر افرادی که در این پارک حضور داشتند، برای ادامه فعالیت‌های خود به تهران مهاجرت کردند.»
کشاورز معتقد است توجه به کسب‌دانش در تهران با سهولت انجام می‌شود، ولی فعالیت‌های آموزشی در شهرستان‌ها مشکلات زیادی دارد.

چرا استارت‌آپ‌های شهرستان‌ها شناخته نمی‌شوند؟

در ادامه این پنل محمدصادق میری، بنیان‌گذار استارت‌آپ «استودیوسلام» از شهر زاهدان هم عنوان کرد: «متأسفانه استارت‌آپ‌هایی که امکانات خوبی در شهرستان‌ها دارند، کمتر شناخته می‌شوند، ولی استارت‌آپ‌هایی که در تهران حتی امکانات کمتری دارند، بسیار شناخته‌شده هستند.»
به گفته او، دسترسی افراد در تهران برای انجام هر کاری راحت است. مهاجرت افراد متخصص از شهرستان‌ها به تهران باعث شده حفظ نیروی انسانی در شهرستان‌ها

کار بسیار سختی باشد، چون افراد در تهران دسترسی به کار و درآمد بیشتر برایشان راحت‌تر است و این امر سبب شده متخصصان ما برای مهاجرت به تهران تمایل بیشتری پیدا کنند.

ارتباط با مسئولان گسسته است

دسترسی به سیاست‌گذاران و مسئولان و رایزنی و مذاکره با آنها برای پیشبرد فعالیت از دیگر مشکلات استارت‌آپ‌های شهرستان‌هاست که در این نشست هم به آن اشاره شد.

مهرداد یزدانی، مدیرعامل سکوی تأمین مالی جمعی

شرکت «آی‌فاند» از اسفهان معتقد است انجام امور در حوزه تجاری کشور نیازمند ایجاد برقراری ارتباط با مسئولان و مقامات مختلف است. شرکت‌ها در فعالیت خود تحت تأثیر افرادی قرار می‌گیرند که هیچ‌سختی با کارشان ندارند و این موضوع باعث ایجاد موانع در فعالیت‌های مالی شرکت‌های مختلف در شهرستان‌ها می‌شود.

مداخله دولت و عدم همراهی و همکاری بخش دولتی با استارت‌آپ‌ها موردی بود که احسان عبدی‌پور، مدیر شرکت «ایمن‌تریپ» از تبریز نیز بر آن تأکید کرد و گفت: «کسب‌وکارهای دیجیتالی و استارت‌آپ‌ها پیش از این در شهرستان‌ها از رونق خوبی برخوردار بودند، اما به مرور زمان با دخالت دولتی‌ها وضعیت کسب‌وکارها در شهرستان‌ها و به‌خصوص تبریز بسیار سخت شد.»

به گفته عبدی‌پور ما به جای پیشرفت هر روز شاهد بروز مشکلات مردم در حوزه کسب‌وکارهای دیجیتالی هستیم؛ هرچند امکانات خوبی داریم، ولی دولتی‌ها مانع بزرگی در حوزه کسب‌وکارهای دیجیتالی در تبریز و شهرستان‌ها هستند.

در ادامه این پنل حسن موحد، عضو هیئت‌مدیره شرکت «تازه‌چین» همدان نیز به بحث منابع مالی اشاره کرد و توضیح داد که بخش اقتصادی کشور باید برای رونق کسب‌وکار به سمت تقویت بخش خصوصی حرکت کند و تخصیص اعتبارات به بخش کارآفرینی برای فعالیت‌های اقتصادی از ضرورت‌های فعالیت‌های تجاری در کشور است. حسن موحد با انتقاد از توسعه نامتوازن تخصیص منابع تأکید کرد: «متأسفانه تهران امروز به مرکز توزیع اعتبارات و منابع مالی دولتی تبدیل شده و هیچ شهرستانی به این مقوله مهم دسترسی ندارد. با وجود آغاز به کار مرکز نوآوری در پارک علم و فناوری استان همدان، هنوز هم این مرکز به‌صورت مناسبی فعالیت خود را آغاز نکرده و انتظار داریم در این زمینه وضعیت بهتر شود.»

در همه استان‌ها زمینه‌های فعالیت کسب‌وکارهای جدید را رونق بخشیم.»

سنگ اندازی دولتی‌ها؛ بحران بزرگ استارت‌آپ‌ها

در ادامه این نشست صائبه سلوکی نیز معضلات مطرح‌شده را تأیید کرد و فشار این معضلات در استان سیستان و بلوچستان را دوچندان توصیف کرد.

او معتقد است نه تنها همه چیز در تهران جمع شده و این یک معضل بزرگ است، بلکه همه چیز در نقاطی به‌جز استان سیستان و بلوچستان جمع شده است. سلوکی تأکید کرد: «ما نگران مهاجرت متخصصان خود از شهرستان‌ها به تهران هستیم. ماندگاری متخصصان در شهرستان‌های کم‌برخوردار بسیار دشوار است و بحران مهاجرت در کنار مسائل آموزشی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی فعالیت کسب‌وکارهای استارت‌آپی و دیجیتالی را در شهرستان‌ها بسیار سخت کرده است.» به گفته سلوکی از آنجا که تهران یک کلانشهر بزرگ است، مشکلات استارت‌آپ‌ها آنچنان خود را در پایتخت نشان نمی‌دهد؛ در حالی که شهرستان‌ها از نظر وسعت بسیار کوچک هستند و مشکلات استارت‌آپ‌ها در آنها کاملاً به چشم می‌آید. ایجاد چالش توسط بخش دولتی و سنگ اندازی در مسیر فعالیت بخش خصوصی از دیگر موارد مورد اشاره سلوکی بود که از نظر او این رویه یکی از مشکلات اساسی است و به نظر می‌رسد دولت باید در این زمینه به یک تسهیل‌کننده و بازوی قوی برای رونق کسب‌وکارهای دیجیتالی و استارت‌آپی تبدیل شود.



مهاجرت افراد متخصص از شهرستان‌ها به تهران باعث شده حفظ نیروی انسانی در شهرستان‌ها کار بسیار سختی باشد، چون افراد در تهران دسترسی به کار و درآمد بیشتر برایشان راحت‌تر است

آموزش در تهران قابل دسترس‌تر است

لیلا کشاورز نیز که از فعالان استارت‌آپی استان گیلان است و در رشت مشغول به فعالیت استارت‌آپی در حوزه آموزش کودکان است، عنوان کرد: «رفت‌وآمد از شهرستان‌ها به تهران به یک مسئله بزرگ فرسایشی برای استارت‌آپ‌ها تبدیل شده، زیرا همه امکانات در تهران تجمیع شده و به همین دلیل فعالان حوزه‌های مختلف ما در شهرستان‌ها باید برای انجام امور خود به تهران سفر کنند.»

او ادامه داد: «هم‌اکنون مسئولان پارک علم و فناوری گیلان نگران کم‌بودن تعداد فعالان در این پارک هستند، چون



شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم





مدیرعامل یوآیدی در
نمایشگاه الکامپ از ارائه
خدمات جدید خبر داد

سرویس احراز هویت دیجیتال برای کسب‌وکارهای خرد

یوآیدی یکی از کسب‌وکارهای احراز هویت دیجیتال فعال در ایران است که بنا بر گفته‌های نیما شمسپور، مدیرعامل این شرکت، تاکنون بیش از سه میلیون احراز هویت انجام داده است. نیما شمسپور می‌گوید: «خدمات یوآیدی در سال‌های فعالیتش فقط متوجه کسب‌وکارهای بزرگ بوده، اما امسال در الکامپ اعلام کردیم که به مشتریان خرد هم به دو صورت SDK و API سرویس می‌دهیم.»

به گفته او، این شرکت با محصولات و بسته‌های تحفیفی ویژه‌ای برای کسب‌وکارهای کوچک به الکامپ آمده است.

مدیرعامل یوآیدی با مقایسه الکامپ بیست و ششم با سال‌های گذشته توضیح می‌دهد: «یوآیدی چهار سال قبل هم در الکامپ حضور داشته و شاهدیم که تعداد شرکت‌های فناوری احراز هویت دیجیتال نسبت به گذشته با افزایش همراه بوده است. این امر نشان می‌دهد که این حوزه در ایران در حال رشد و توسعه است.»

او در پایان صحبت‌هایش تصریح می‌کند: «حوزه اقتصاد دیجیتال و به تبع آن احراز هویت دیجیتال، نسبت به چهار سال گذشته بزرگ‌تر شده و استقبال از الکامپ می‌تواند نشان‌دهنده فراگیری این نوع اقتصاد در میان مردم باشد.»



گزارش



شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم



گزارش
REPORT

کارشناسان حوزه سرمایه‌گذاری در اقتصاد نوآوری ایران، در پنل تخصصی «آیا واقعاً پول هست؟» به مشوق‌های دولتی و چالش‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در شرکت‌های دانش‌بنیان پرداختند.

آیا واقعاً پول هست؟



علیرضا خداکرمی، رئیس هیئت مدیره تجارت الکترونیک پارسیان
رضا زرنوخی، مدیرعامل صندوق مالی
محمد مهدی عباسخانی، مدیرعامل حرکت اول



بابک نقاش، مدیرعامل سراسر
علی فیاض پخشانی، مدیرعامل سراسر

دولت اگر یونیکورن ساز بود امروز پنج یونیکورن داشتیم

بررسی روند سرمایه‌گذاری خطرپذیر در الکامپ ۲۶

سالن ۴۴ بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی الکامپ برگزار شد.

در ابتدای این پنل تخصصی علیرضا خداکرمی، رئیس هیئت‌مدیره تجارت الکترونیک پارسیان با اشاره به جریان سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها و ایفای نقش بسترسازی سرمایه‌گذار اظهار داشت: «به طور کلی دو نگاه سرمایه‌گذاری کاوش‌گرانه و بهره‌بردارانه وجود دارد. سرمایه‌گذاری در حوزه استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های

پنل تخصصی با عنوان «آیا واقعاً پول هست؟» در حوزه سرمایه‌گذاری و خطرپذیری مالی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان با حضور «محمد مهدی عباسخانی»، مدیرعامل «حرکت اول»، «رضا زرنوخی»، مدیرعامل صندوق مالی توسعه تکنولوژی، «علیرضا فیاض بخش»، مدیرعامل «سراسر» و «علیرضا خداکرمی»، رئیس هیئت‌مدیره شرکت «تجارت الکترونیک پارسیان» با مدیریت «بابک نقاشی» دبیر تحریریه آنلاین پیوست در

به عنوان یک کسب‌وکار با طراحی دقیق و کارا برشمرده و افزود: «اگرچه ریال دیجیتال ایران کیش منتظر تصمیم بانک مرکزی است؛ اما همین الان هم تعداد قابل توجهی آن را آزموده‌اند.»

ترک تبریزی ضمن اشاره به این مطلب که عملکرد ایران کیش را مطلوب می‌داند، گفت: «البته هنوز جای کار و پیشرفت در این شرکت بسیار است، از طرفی این شرکت از حمایت بانک تجارت برخوردار است که باید با این پشتوانه روند بهبود را سرعت ببخشد.» او تأکید کرد: «بانک تجارت با افتتاح و سپس گسترش هلدینگ تفتا به دنبال این است تا شرکت‌های تخصصی در حوزه فناوری را به طور ویژه جذب کند.

مرتضی ترک تبریزی رئیس هیئت‌مدیره بانک تجارت در حاشیه بازدید از نمایشگاه الکامپ و غرفه هلدینگ تفتا در پاسخ به این سؤال که آیا بانک تجارت به پروژه کهربا و محصول NFC ایران کیش خواهد پیوست، گفت: «ایران کیش آمادگی فنی خود را در این باره نشان داده و خوشبختانه با علاقه‌مندی، انرژی لازم را روی این کار گذاشته و مدت‌هاست آن را عملیاتی کرده است. قطعاً بانک تجارت نیز برای همکاری با ایران کیش در این پروژه آماده است و می‌تواند با طی مراحل لازم با این شرکت همکاری کند و منعی برای اضافه شدن بانک تجارت به این محصول وجود ندارد.» او محصول ریال دیجیتال ایران کیش را

رئیس هیئت‌مدیره بانک
تجارت در حاشیه الکامپ
مطرح کرد
**بانک تجارت به
NFC ایران کیش
می‌پیوندد**





در گفت‌وگو با رئیس مرکز فناوری‌های مالی و اطلاعاتی صندوق کارآفرینی امید مطرح شد

صندوق کارآفرینی امید در مسیر دیجیتالی شدن است

رونمایی از سامانه خاص صندوق کارآفرینی امید، صفر تا صد پرداخت تسهیلات غیرحضوری انجام می‌شود.

تهرانی با اعلام اینکه در نیمه دوم سال جاری کلیه خدمات صندوق کارآفرینی امید در حوزه تسهیلات به صورت غیرحضوری و دیجیتال ارائه می‌شود، ادامه می‌دهد: «سامانه خاص، مخفف سامانه خدمات الکترونیکی صندوق است که متقاضیان تسهیلات در این سامانه از طریق هوش مصنوعی احراز هویت شده و کار تشکیل پرونده برای آنها انجام می‌شود که در صورت تکمیل بودن اطلاعات هویتی متقاضی، فرایند پرداخت تسهیلات را نیز سامانه انجام خواهد داد.»



مهساطاعتی



صندوق کارآفرینی امید حدود سه میلیون مشتری دارد. این آماری است که تهرانی ارائه می‌دهد و درباره سامانه وصول و مطالبات محصول فناورانه صندوق کارآفرینی می‌گوید: «در نمایشگاه الکاآپ این سامانه را در راستای شفاف‌سازی رونمایی کردیم. این سامانه، امکان نمایش لیست وام‌ها و جزئیات بدهی و پرداختی‌های مشتری را ارائه می‌کند.»

انتقادی از زیرساخت ارتباطی الکاآپ ۲۶

تهرانی در بخش دیگری از صحبت‌های خود استقبال و بازدید از غرفه صندوق کارآفرینی امید در نمایشگاه الکاآپ را مناسب ارزیابی می‌کند و می‌افزاید: «در نمایشگاه الکاآپ از آنجاکه شرکت‌ها محصولات جدید را معرفی می‌کنند، این انتظار را داشتیم تا زیرساخت‌های ارتباطاتی در آن به صورت مناسب فراهم شده باشد؛ اما در الکاآپ مشکل زیرساخت ارتباطی داشتیم و به علت شبکه ارتباطی و اینترنت ضعیف نتوانستیم محصولات را به خوبی معرفی کنیم.»

رئیس مرکز فناوری‌های مالی و اطلاعاتی صندوق کارآفرینی امید درباره حضور این صندوق در نمایشگاه الکاآپ بیست‌وششم با بیان اینکه مرکز فناوری‌های مالی و اطلاعاتی صندوق کارآفرینی امید سامانه‌های خاص، اسمارت و... را با هدف ایجاد صندوق دیجیتال کارآفرینی امید راه‌اندازی کرده، معتقد است که در این نمایشگاه زیرساخت‌های ارتباطی مناسبی برای معرفی محصولات فناورانه مالی آنها فراهم نشده است. حسین تهرانی در بخش دیگری از صحبت‌های خود میزان تسهیلات پرداختی صندوق در سال ۱۴۰۱ را بیش از ۷۰۰۰ میلیارد تومان، معادل ۴۰ هزار و ۱۰۰ فقره پرونده اعلام می‌کند و در ادامه می‌گوید: «در راستای سیاست‌ها و برنامه‌های صندوق کارآفرینی امید مبتنی بر ایجاد تحول و تغییرات بنیادین در ارائه صندوق کارآفرینی امید به مشتریان و متقاضیان به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک، خرد و متوسط با اولویت مناطق کم‌برخوردار اقدامات متنوعی با استفاده از ظرفیت‌های داخلی صندوق انجام شده است.»

محصولات فناورانه صندوق کارآفرینی امید

او در بخش دیگری از صحبت‌های خود زیر سامانه تفاهم‌نامه‌ها، وب اپلیکیشن خاص، خدمات غیرحضوری، سامانه وصول و مطالبات، زیر سامانه نظارت، سامانه حقوقی و سامانه قراردادهای را از جمله محصولات فناورانه صندوق کارآفرینی امید نام می‌برد و از رونمایی سامانه خاص برای ارائه صفر تا صد تسهیلات صندوق به صورت غیرحضوری در نمایشگاه الکاآپ خبر می‌دهد. رئیس مرکز فناوری‌های مالی و اطلاعاتی صندوق کارآفرینی امید با اعلام اینکه این صندوق حدود ۴۵۰ دفتر و شعبه در سراسر کشور دارد، درباره غیرحضوری شدن فرایند دریافت تسهیلات از صندوق اضافه می‌کند: «پیش از این، مشتریان صندوق برای دریافت تسهیلات باید به دفاتر و شعب صندوق حضور می‌کردند؛ اما با

قرار نمی‌گیرد.» او با اشاره به نقش نامناسب دولت در حوزه سرمایه‌گذاری گفت: «صندوقی برای جذب سرمایه تشکیل شد اما نمی‌تواند ۵۰۰ هزار دلار سرمایه جذب کند؛ به همین خاطر مسئولان سراغ بانک‌ها رفتند و سؤال اینجاست که اگر بانک مقصد بود، چرا یک سازوکار جدید ایجاد شد؟» زرنوخی با اشاره به سرمایه‌گذاری در حوزه کارآفرینی ادامه داد: «مرتاض‌ها از راه رفتن روی آتش لذت می‌برند. در حوزه سرمایه‌گذاری توقف معنی ندارد، اما در ایران نوسانات اقتصادی، شرایط باخت را برایمان فراهم کرده است. ما به تورم می‌بازیم؛ اگر چه به برنده شدن ایده‌های نسل جوان می‌اندیشیم و لذت می‌بریم.»

به نام وی سی، به کام ساختمان

زرنوخی در ادامه تصریح کرد: «قانون‌گذار اجازه داده که در دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری ساختمان بسازند و وی سی تشکیل دهند، ولی پولی که به اسم وی سی می‌آید به ساختمان تبدیل خواهد شد و من قانون جهش را در جریان وی سی اکوسیستم نمی‌بینم.»

مرجع سرمایه‌گذاری در حوزه استارت‌آپ‌ها

علیرضا فیاض بخش، مدیرعامل شرکت سرآو در ادامه با اشاره به موضوع اصلی پنل اظهار داشت: «تولید ناخالص داخلی ایران در دهه گذشته ۱.۶ تریلیون دلار و میانگین نرخ رشد اقتصادی صفر بوده که بیانگر اتفاق فاجعه‌بار در اقتصاد ایران است.»

مدیرعامل سرآو افزود: «ما به دنبال اسب برنده بودیم؛ به همین خاطر در حوزه تجارت الکترونیک روی دیجی کالا و در کلاسیفای روی کافه‌بازار سرمایه‌گذاری کردیم، اما امروز هلدینگ‌های بزرگ اقتصاد دیجیتال مرجع سرمایه‌گذاری در حوزه استارت‌آپ‌ها هستند و از سال ۱۳۹۷ شاهد آن بوده‌ایم که هدف‌شان ایجاد شرکت‌های خطرپذیر به منظور تکمیل زنجیره تأمین شرکت مادر و تضمین سود بوده است.»

فیاض بخش با بیان اینکه صندوق توسعه ملی در فهرست اوفک قرار دارد، گفت: «یکی از دلایلی که ایرانشل در اسنپ سرمایه‌گذاری کرد این بود که نمی‌توانست از کشور پول خارج کند.»

راهکار مطمئن جذب سرمایه

مدیرعامل شرکت سرآو راهکار مطمئن در هنگام جذب سرمایه توسط شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها را بالا بردن نرخ خلق بهره‌وری و دریافت معافیت مالیاتی عنوان کرد.

او با اشاره به پدیده «یونیکورن» تصریح کرد: «اگر دولت گفت که یونیکورن ایجاد می‌کند، بترسید. امروز دولت رئیسی پیشنهاد هفت سال قبل ما به دولت روحانی را به خود ما وعده می‌دهد. اما دولت اگر یونیکورن‌ساز بود تاکنون ۵ یونیکورن داشتیم.»

دانش‌بنیان با توجه به نوع آنها و بلوغ سرمایه‌گذاری‌ها از نوع کاوش‌گرانه است.»

او افزود: «به طور حتم قانون حمایت از تولید دانش‌بنیان از سال آینده مبالغ بسیار کلانی به حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان سرازیر خواهد کرد، زیرا حوزه‌های نفت، گاز و پتروشیمی و نیز فولاد و مس با هدف استفاده از اعتبار مالیاتی مجبورند در حوزه دانش‌بنیان سرمایه‌گذاری کنند.» خدکرمی با اشاره به برنامه سرمایه‌گذاری این شرکت گفت: «شرکت تجارت الکترونیک پارسیان در سال گذشته ۶۰۰ میلیارد تومان در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی سرمایه‌گذاری کرده و امسال هم با همان مدل پیش می‌رود تا با تبدیل سرمایه مولد، حجم سرمایه‌گذاری خود در این صنعت را با اولویت صنایع بزرگ افزایش دهد.»

تحقق اهداف سرمایه‌گذاری با فراهم شدن زیرساخت‌ها

در ادامه محمد عباسخانی، مدیرعامل شرکت حرکت اول در رابطه با عنوان پنل اظهار داشت: «با فراهم شدن زیرساخت‌ها، اهداف سرمایه‌گذاری محقق می‌شود و موقعیت سرمایه‌گذاران به وضعیت اکوسیستم بستگی دارد. سرمایه‌گذار دنبال بستری می‌گردد که بیشترین میزان بازگشت را داشته باشد و به دنبال سود بالاست. به همین خاطر وقتی از ۶۰۰ همت در بازار سرمایه، ۳۰۰ همت به بخش اوراق مشارکت اختصاص می‌یابد و فقط ۱۷۷ میلیارد تومان به حوزه دانش‌بنیان تزریق می‌شود، سرمایه‌اش را جایی می‌برد که ریسک کمتری را دنبال کند.»

او با اشاره به استراتژی دو سال آتی این شرکت بیان کرد: «بیشتر تمرکز شرکت حرکت اول روی «وی سی» است که بخشی از آن در همراه اول سرمایه‌گذاری شده است. همچنین در راستای حمایت از ایده‌های دانشجویی، هاب دانشگاه‌های شیراز، اصفهان و شهید بهشتی ایجاد شد و تا الان نزدیک به ۵۲ میلیارد تومان روی ایده‌های دانشجویی سرمایه‌گذاری شده است. البته نیم‌نگاهی به حضور در صندوق‌ها و شرکت‌های استارت‌آپ خارجی برای بقا در شرایط اقتصادی کنونی داریم. نگاه ما در یافت سود بزرگ در کوتاه‌مدت نبوده است.»

او با اشاره به میزان سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در عرصه جهانی یادآور شد: «سال ۲۰۲۱ در سطح جهانی با خروجی ۴۰۰ تریلیون دلار عالی به شمار می‌رفت، اما در سال ۲۰۲۲ به ۲۵۰ تریلیون کاهش یافته است.»

در حوزه سرمایه‌گذاری توقف معنی ندارد

رضازرنوخی، مدیرعامل صندوق مالی توسعه تکنولوژی نیز درباره تفاوت سرمایه‌گذاری در دوره قبل نسبت به الان اظهار داشت: «در گذشته وی سی‌ها و ال‌پی‌ها اختلاف دیدگاه فاحشی نداشتند، اما دو سال است که ال‌پی‌ها در حال شرط‌گذاری هستند و کارت سفید در اختیار استارت‌آپ‌ها

تبریزی در بخش پایانی صحبت‌های خود گفت: «برای بانک، مشتری بسیار بااهمیت است و در طی چند سال اخیر نیز، همه تلاش‌ها در این مسیر برای تقویت رضایت مشتری بوده است.»



طبیعی است خدمات در این حوزه گسترش پیدا کرده و اگر هر بخشی به صورت تخصصی و کامل به موضوع وارد نشود، نمی‌تواند مشتری را آن طور که باید و شاید راضی نگه دارد. بانک هم یک مؤسسه بزرگ با طیف وسیعی از مشتریانی است که به آن رجوع می‌کنند و نیازمندی‌های بسیار گسترده‌ای از حوزه زیرساخت تا نرم‌افزار دارند. از همین روست که شرکت‌های هلدینگ افزایش می‌یابند؛ مثلاً در آخرین اقدامات وقتی ما نیاز بیشتر به تجزیه تحلیل داده‌ها را برای جذب و نگهداری داده‌ها حس کردیم، شرکت داتا تأسیس شد. یا در شرکتی مانند زفتا لایه امنیت اضافه و شبکه‌اش را گسترده‌تر کردیم.» ترک



شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم





رئیس مرکز نوآوری
بهسازان فردا در حاشیه
الکامپ اعلام کرد

تمرکز ماروی ایجاد زیرساخت برای استارتآپ‌هاست

مرکز نوآوری بهسازان فردا در نشست خبری خود در حاشیه بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ، حوزه‌های اصلی فعالیت این مرکز را برای توسعه اکوسیستم نوآوری دیجیتال بانک ملت و گروه بهسازان فردا شتاب‌دهی، تمرکز روی شرکت‌های زیرمجموعه در خصوص نوآوری، سرمایه‌گذاری و آماده‌سازی زیرساخت معرفی کرد.

رضا متولیان، رئیس مرکز نوآوری شرکت بهسازان فردا گفت: «یکی از حوزه‌هایی که در آن فعالیت می‌کنیم، بحث شتاب‌دهی استارت‌آپ‌هایی است که در زمینه فناوری هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و بلاکچین فعالیت دارند.»

او ادامه داد: «مرکز نوآوری، این استارت‌آپ‌ها را در خصوص هدایت کردن، منتورینگ و در اختیار قرار دادن زیرساخت و ارتباط دادن با بخش‌های مختلف شرکت‌های گروه و در نهایت سرمایه‌گذاری روی آنها، چه سرمایه‌گذاری هوشمند و چه سرمایه‌گذاری غیرنقدی حمایت می‌کند.»

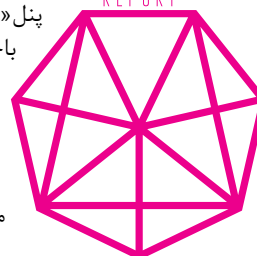
متولیان در ادامه فعالیت‌های مرکز نوآوری گفت: «همچنین تمرکز ما روی شرکت‌های زیرمجموعه بهسازان است. شرکت‌های مختلفی زیرمجموعه ما هستند و خدمات مختلفی را نیز دریافت می‌کنند.»

زنده ماندن شرکت‌های زیرمجموعه، نیازمند این است که جریان نوآوری در این شرکت‌ها شکل بگیرد. به این خاطر ما استارت‌آپ استودیو مرکز نوآوری را داریم. استارت‌آپ استودیو نیازهای شرکت‌های گروه را در نظر می‌گیرد و این نیازها را پردازش می‌کند و آنها را در اختیار تیم‌های استارت‌آپی قرار می‌دهد.»



شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم

گزارش
REPORT



پنل «راهکارهای توسعه بانکداری باز» با حضور «مصطفی طهماسبی»، مدیرعامل سنباد؛ «همایون محبوبی»، مدیرعامل فراپوم؛ «مهدی شریعتمدار»، مدیرعامل جیبیت؛ «الینا ملکان»، مدیر محصول و

عملیات «فینوتک» و با مدیریت «مینا حاجی»، سردبیر ماهنامه عصر تراکنش در نمایشگاه الکامپ برگزار شد. مصطفی طهماسبی، مدیرعامل سنباد در بخش ابتدایی این نشست با اشاره به دوره‌های بانکداری در جهان گفت: «چهار نسل بانکداری در جهان وجود دارد، ولی در کشور ما نظام بانکی مان در ارائه خدمات بانکی در نسل اول و ابتدایی آن باقی مانده است.»

او با اشاره به مزیت‌های بانکداری باز تأکید کرد: «در صورتی که مدیریت نظام بانکی کشور به اجرای بانکداری باز ملزم شود، با وضع قوانین و مقررات مورد نیاز در این نوع بانکداری، شاهد ارائه خدمات و محصولات جدید بانکی خواهیم بود. همچنین اگر همه اجزای بانکداری باز در این اکوسیستم به درستی و عادلانه به وظایف خود عمل کنند، تحولات بانکداری جدید و بانکداری باز را در کشور

سرویس‌های امنیت وب سرویس و API از جمله خدمات و محصولات این شرکت است.» او در ادامه توضیح داد: «راسپینا با راه‌اندازی سرویس «تعامل در توسعه ایمن»، در کنار مدیران و توسعه‌دهندگان سامانه‌های تحت وب، از مرحله شکل‌گیری ایده تا پیاده‌سازی و اجرا و تا پایان چرخه سامانه، اقدام به تأمین امنیت آن می‌کند. به عبارت دیگر، راسپینا به شرکت‌هایی که در حوزه توسعه نرم‌افزار فعالیت می‌کنند و می‌خواهند این توسعه را در محیطی امن پیاده‌سازی کنند، خدمات می‌دهد.» سرویس‌های امنیت شبکه، امنیت سامانه‌های تحت وب، امنیت برنامه‌های کاربردی موبایل، امنیت وب سرویس و API چهار محصول راسپینا است؛ مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان درباره این سرویس‌ها می‌گوید: «امسال برای محصول تست نفوذ راسپینا، سرویس API را اضافه کردیم.» شرکت دانش‌بنیان راسپینانت پارس، به‌عنوان شریک استراتژیک

مدیرعامل شرکت راسپینانت پارس از جمله شرکت‌های حاضر در الکامپ بیست‌وششم، ضمن معرفی محصولات و خدمات جدید شرکت، از رونمایی سرویس تعامل در توسعه ایمن «DevSecOps» در نمایشگاه الکامپ خبر داد و گفت: «راسپینا برای دسترسی به اینترنتی بدون اختلال، مجبور به استفاده از سیم‌کارت‌های بین‌المللی شده که این موضوع ماهانه هزینه ۳۰ میلیون تومانی را برای این شرکت در پی داشته است.» محمدرضا مستمع در بخش دیگری از صحبت‌های خود از ثبت بین‌المللی شش آسیب در حوزه امنیت اطلاعات توسط راسپینا برای اولین بار خبر داد و در ادامه با بیان اینکه راسپینا با چهار محصول در نمایشگاه الکامپ حضور دارد، درباره جزئیات این محصولات گفت: «سرویس‌های امنیت شبکه، سرویس‌های امنیت سامانه‌های تحت وب، سرویس‌های امنیت برنامه‌های کاربردی موبایل و

گفت‌وگو با مدیرعامل شرکت راسپینانت پارس درباره حضور در الکامپ

شبکه‌سازی در الکامپ فراتر از انتظارمان بود

نظام بانکداری ایران در نسل اول باقی مانده است

کارشناسان در پنل «راهکارهای توسعه بانکداری باز» در الکامپ بررسی کردند





بررسی محصولات شرکت هلو در الکامپ بیست و هشتم

تولید نرم افزار اختصاصی برای بیش از ۱۵۰ گروه صنفی

مدیر مارکتینگ هلو با اشاره به دیتایی که از فروش محصولات در اختیار وزارت صنعت، معدن و تجارت گذاشته شده، درباره تعداد محصولات این گروه گفت: «بر اساس فروش تعدادی نرم افزار، در این سالیان به عدد یک میلیون فروش محصول رسیدیم.»

معرفی نرم افزار راهنمای هوشمند کسب و کار هلو

هلو همچنین برای گسترش و توسعه محصولات خود از هوش مصنوعی نیز کمک گرفته است. حسین پور در این مورد می گوید: «در حوزه هوش مصنوعی، محصول راهنمای هوشمند کسب و کار یا همان چت بات را داریم که در مرحله ابتدایی عرضه قرار گرفته است. این نرم افزار تحت عنوان هلو پلاس در بازار ارائه می شود. راهنمای هوشمند کسب و کار، یک برنامه کامپیوتری است که مکالمه انسان با انسان را شبیه سازی می کند و این امکان را فراهم می کند که یک طرف این مکالمه را با سیستم کامپیوتری جایگزین کرد.»

حسین پور می گوید: «تا به اینجای نمایشگاه کسب و کارها حضور خوبی در نمایشگاه داشتند اما به نظر می رسد که سبد گروه کامل تری باید وجود داشته باشد و هلو در تلاش است که به این سمت برود. در همین راستا گروه هلو، نرم افزار و سخت افزار تولید و به بازار عرضه می کند که در این چرخه هوش مصنوعی وارد و ترکیب شده است. به عنوان مثال، محصولات هلو OpenAI هستند، یعنی API آنها در اختیار مشتری قرار دارد و مشتریان می توانند محصولاتشان را توسعه دهند. کمتر شرکتی در حوزه تولید نرم افزار حاضر است API خود را به صورت مستقل در اختیار مشتری قرار دهد تا توسعه دهندگان بتوانند روی آن محصولات متنوعی ایجاد کنند.»

گروه فناوری اطلاعات هلو از سال ۱۳۷۷ با هدف تولید نرم افزارهای مالی و حسابداری برای مدیریت کسب و کارها شکل گرفت و طی سالیان اخیر با تغییر رویکرد به عنوان گروه فناوری اطلاعات مشغول به فعالیت است. این گروه با محصولات جدید خود از جمله هلو آندرومدا و هلو پلاس در بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) حاضر شده است.

شاهین حسین پور، مدیر مارکتینگ هلو از انگیزه حضور این گروه در الکامپ گفت: «در چند سال اخیر با توجه به تغییر برندینگ که در حوزه داده نرم افزار داشتیم، در تلاش بودیم که گروه هلو به عنوان گروه فناوری اطلاعات شناخته شود، نه یک نرم افزار حسابداری؛ به همین دلیل لازم بود که در الکامپ حضور پر قدرت داشته باشیم. بنابراین علاوه بر تهیه غرفه ای بزرگ، به عنوان یکی از اسپانسرهای اصلی نمایشگاه حاضر شدیم و تمامی طیف محصولات مان را از جمله نرم افزارهای حسابداری مالی، نرم افزارهای مرتبط با وب، نرم افزارهای شرکتی و سازمانی را به صورت کامل در نمایشگاه به نمایش گذاشتیم.»

شبیه سازی چهار رسته شغلی در چهار گوشه غرفه هلو

او ادامه داد: «ما برای اولین بار در داخل غرفه نمایشگاه هلو چهار رسته شغلی را به صورت کامل شبیه سازی کردیم که در چهار گوشه غرفه قابل مشاهده بود. این مشاغل شامل صنف رستوران، هایپرمارکت، قنادی و صنف مد و پوشاک می شود که جز اصناف پرطرفداری هستند که از نرم افزار هلو استفاده می کنند. نرم افزار هلو برای بیش از ۱۵۰ گروه صنفی نرم افزار اختصاصی تولید کرده و کمتر شغلی وجود دارد که هلو برای آن راهکاری نداشته باشد. به همین دلیل لازم بود که هلو در این نمایشگاه از نزدیک با مخاطبان ارتباط برقرار و به صورت کامل محصولاتش را به آنها معرفی کند.»



جیبیت گفت: «ما در نظام بانکداری کشور در ابتدای کار هستیم ولی به نظر می رسد امسال تعداد زیادی از بانکها بتوانند خدمات و محصولات جدیدی به مشتریان خود ارائه دهند.»

او اظهار داشت: «برای عرضه محصولات جدید در نظام بانکداری، باید اول بررسی شود که آیا از نظر تجاری عرضه این محصول جدید به نفع بانکهاست یا خیر. بانکها هنوز تقاضاهای بزرگ را در بازار نمی بینند و تا زمانی که تقاضای جدید در بازار نباشد، خدمات و محصولات جدید نیز عرضه نخواهد شد.»

شریعتمدار بیان کرد: «در نظام بانکی جهان ۱۵۰۰ پلتفرم وجود دارد، اما از نظر فناوری، هم اکنون امنیت اطلاعات در بانکها مشکلاتی دارد که باید در تحقق بانکداری باز برای رفع این مشکلات اهتمام ویژه ای داشته باشیم.»

مدیرعامل جیبیت با یادآوری اینکه در تحقق بانکداری باز باید وظایف بانکها به صورت دقیق مشخص شود تا بتوانیم شاهد رشد و توسعه خدمات و محصولات جدید در نظام بانکی باشیم، تصریح کرد: «توسعه بانکداری در ایران نیازمند استانداردهای است و اگر نتوانیم استانداردهای کنیم، اختلالاتی در شبکه بانکی کشور خواهیم داشت.»

ارائه خدمات جدید در نظام بانکی نیازمند تقاضای

مشتریان است
الینا ملکان، مدیر محصول و عملیات «فینوتک» در این پتل تخصصی در نمایشگاه بین المللی الکامپ به اهمیت عرضه محصولات نظام بانکی اشاره کرد و گفت: «ارائه خدمات جدید در نظام بانکی نیازمند مطالبه متقاضیان و مشتریان آن است و با فرهنگ سازی و تقاضاهایی که کسب و کارها در بازار دارند، می توانند بانکها را به ارائه خدمات نوآور تشویق و ملزم کنند.»

ملکان افزود: «بدون شک در جایی که تقاضا وجود دارد، بانکها نیز متقاضیان را همراهی می کنند تا بازار از خدمات جدید بانکی برخوردار شود. برای توسعه بانکداری در ایران باید همه اجزای آن در فرایندهای درستی قرار گیرند تا به نوآوری در نظام بانکی کشور برسیم.»

مدیر محصول و عملیات فینوتک با اشاره به اهمیت تأمین امنیت داده های بانکی یادآور شد: «تأمین امنیت داده ها و اطلاعات بانکی سبب سهولت در ارائه خدمات و محصولات جدید در نظام بانکی کشور خواهد شد.»

خواهیم داشت.»

مدیرعامل سنباد ادامه داد: «در عرصه بانکداری باز همه اجزا باید در کنار هم قرار گیرند تا بتوانند با شفافیت های مورد نیاز، خدمات و محصولات جدید خود را به مشتریان شان ارائه دهند. بانکداری باز نیازمند سرویس های جدید و مناسب است و در این راستا نظام بانکی باید با بررسی نیازهای بازار، این نیاز را برطرف کند.»

طهماسبی ادامه داد: «وقتی صحبت از بانکداری و مدیریت منابع مالی می شود، باید به نوآوری های جدید نیز اهمیت دهیم تا بتوانیم به مشتریان خود در نظام بانکداری باز محصولات جدیدی عرضه کنیم.»

تحقق بانکداری باز به سود همه است

همایون محبوبی، مدیرعامل شرکت «فراپوم» نیز در این پتل تأکید کرد: «برای تحقق بانکداری باز تا زمانی که مشکلات آن حل نشده، نمی توانیم به تحقق این نظام بانکداری خوشبین باشیم. بررسی های مان نشان می دهد، طی ۱۰ سال گذشته در حوزه بانکداری باز کشور هیچ اتفاق قابل توجهی نیفتاده است. در توسعه اکوسیستم بانکداری باز، بانکداری در این عرصه به سود همه مشتریان، بانکها و رگولاتورهای آن است.» او با اشاره به اهمیت امنیت داده ها در نظام بانکی کشور

اظهار داشت: «برای تأمین امنیت در نظام بانکی کشور در هر طبقه، امنیت داده ها باید مسئول داشته باشد و مسئولان هم به طرف استانداردهای امنیت داده ها در تمام حوزه های زیرساختی در نظام بانکی حرکت کنند.» محبوبی یادآور شد: «در بانکداری باز هر نهادی که متولی امنیت داده ها است باید بتواند با نظارت کیفی از نشر اطلاعات به بیرون جلوگیری کند.» مدیرعامل فراپوم با اشاره به اینکه اگر بانکداری باز شکل بگیرد و رشد کند، این نظام نیازمند پلتفرم های بانکداری مدرن است که در امنیت داده های بانکی بسیار تأثیرگذار است، تأکید کرد: «برای دستیابی به نظام بانکداری باز رگولاتورها و بانکها به عنوان صاحبان این سرویس باید ریل گذاری مناسبی انجام دهند و راهبردهای کلان آنها برای عملیاتی شدن باید در چهارچوب های خاص خود قرار گیرد.»

لزوم اهتمام نظام بانکی برای ارائه محصولات جدید

در ادامه این پتل، مهدی شریعتمدار، مدیرعامل شرکت

اگر بانکداری باز
شکل بگیرد و رشد
کند، این نظام نیازمند
پلتفرم های بانکداری
مدرن است که در
امنیت داده های بانکی
بسیار تأثیرگذار است



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم

اختلال و مناسب، خدمات ارائه دهد، از سیم کارت های بین المللی و استارلینک استفاده می کند. در این زمینه، ما در ماه بیش از ۳۰ میلیون تومان هزینه برای استقرار سیم کارت های بین المللی می پردازیم.»



سازمان ها در زمینه امنیت اطلاعات به مشتریان خود سرویس ارائه می دهد. مدیرعامل شرکت راسپینا نت پارس درباره حضورش برای اولین بار در الکامپ ۲۶ اظهار کرد: «امسال اولین تجربه راسپینا برای حضور در الکامپ است و این حضور در زمینه شبکه سازی از سطح انتظارات ما فراتر بود.»

به همین منظور، تصمیم گرفتیم تا در نمایشگاه های آتی همچون تلکام و سایر نمایشگاهها در حوزه امنیت اطلاعات حضور پررنگ تری داشته باشیم.» مدیرعامل شرکت راسپینا نت پارس ثبت شش آسیب پذیری بین المللی در حوزه امنیت اطلاعات توسط این شرکت را گامی در جهت تأمین امنیت اطلاعات در حوزه فناوری اطلاعات توسط یک شرکت ایرانی دانست و درباره تأثیر محدودیت و اختلال های اینترنتی بر عملکرد راسپینا گفت: «راسپینا برای اینکه بتواند به مشتریان خود در بستر اینترنتی بدون



رونمایی از همکاری مشترک شاکیلید و متاوام

تسهیل در تشکیل پرونده‌های لیزینگ با استفاده از راهکار امضای

شرکت شاهراه اعتماد کلید (شاکیلید) در بیست و ششمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) از جدیدترین همکاری خود با متاوام رونمایی کرد.

مهدی ملکی، مدیرعامل متاوام هدف از همکاری این دو مجموعه با یکدیگر را تسهیل فرایند و افزایش دقت و سرعت در تشکیل قراردادها عنوان کرد. به گفته ملکی به واسطه همکاری مشترک متاوام و امضای در حال حاضر فرایند وام‌دهی در این مجموعه به صورت کاملاً دیجیتال انجام می‌شود.

میثم فقیهی، مدیرعامل شاکیلید درباره همکاری جدید امضای با پلتفرم لندتک متاوام می‌گوید: «متاوام یک پلتفرم لیزینگ دیجیتال است که محصولات‌شان را از طریق متاوام در اختیار مصرف‌کنندگان قرار

می‌دهند. چالشی که امضای در متاوام رفع کرده، حل مسئله امضای قراردادهای کاغذی بوده که توسط کاربر باید صورت می‌گرفته که این مسئله در حال حاضر با راهکار امضای حل شده است. بدین نحو که کسانی که اپلیکیشن متاوام را نصب کردند با داشتن امضای می‌توانند امضای قراردادها و تعهدنامه‌ها را توسط امضای انجام دهند.»

مهدی ملکی با اشاره به دیجیتالی شدن متاوام می‌گوید: «متاوام پلتفرمی است که قصد دارد در حوزه لندتک فعالیت کند و عمده تمرکز آن روی تأمین‌کنندگان مالی به‌ویژه لیزینگ‌ها و شبکه‌های فروشگاهی است. این مجموعه توانسته فرایند وام‌دهی را به‌صورت کاملاً دیجیتال برای مصرف‌کننده کالا و تأمین‌کننده مالی عملیاتی کند. در حال حاضر با چند لیزینگ بزرگ همکاری داریم و پرونده‌ها به‌صورت دیجیتال تشکیل می‌شوند.»



گذر از فرهنگ چندساله نیازمند صرف زمان است

کارشناسان در پینل تخصصی «پی‌اس‌پی و اصلاح نظام کارمزد» بررسی کردند

پذیرنده به‌خاطر سرویسی که دریافت می‌کند، باید هزینه‌ای بپردازد و همین امر باعث توسعه شده و به شرکت‌های پی‌اس‌پی کمک خواهد کرد. این در حالی است که در سیستم قبلی پذیرنده عادت کرده بود تمام خدمات را رایگان دریافت کند، اما اکنون فضا به سمتی رفته که خدمات ارزش‌افزوده دریافت می‌کنند. مدیرعامل به‌پرداخت ملت در ادامه درباره تغییر رفتار پذیرندگان پس از این اصلاح توضیح داد: «با این اقدام توقع از سمت پذیرنده بالا می‌رود؛ چراکه وقتی قرار است برای سرویسی پول بپردازد، موضوع خدمات مطرح می‌شود و باید منتظر باشیم و ببینیم بازار چه رفتاری نشان خواهد داد.»

پرداخت کشور با اصلاح نظام کارمزد ارائه داد و گفت: «اصلاح نظام کارمزد موضوع جدیدی نیست و بیش از چهار سال است در مورد آن صحبت می‌شود. در این اصلاح دو هدف اصلی پیگیری می‌شود که یکی تغییر تعرفه‌هاست؛ چراکه هشت سال است تغییری در نرخ تعرفه‌ها رخ نداده که باعث ناترازی در صورت‌های مالی شرکت‌ها می‌شود و این مسئله شرکت‌ها را از موضوعات نوسازی و به‌روزرسانی زیرساخت‌ها دور می‌کند.»

تقی‌پور ادامه داد: «نکته دوم تغییر رفتار در نظام کارمزد است. در این سیستم، یکی از ذی‌نفعان اصلی شبکه پذیرندگان هستند، اما تاکنون کارمزدی نمی‌دادند. در نظام جدید کارمزد، این تغییر رفتار اتفاق خوش‌یمنی است و

نشست تخصصی «پی‌اس‌پی و اصلاح نظام کارمزد» در حاشیه سومین روز از برگزاری نمایشگاه الکامپ با حضور محمدمهدی تقی‌پور، مدیرعامل به‌پرداخت ملت؛ محمدحسین کاشی، مدیرعامل پرداخت الکترونیک سداد و ابراهیم حسینی نژاد، مدیرعامل انی‌اک برگزار شد و در این پنل موضوع تأثیر اصلاح نظام کارمزد روی شرکت‌های پرداخت مورد بررسی قرار گرفت.

تأثیر ۲۰ درصدی اصلاح نظام کارمزد بر درآمد شرکت‌های پرداخت

محمدمهدی تقی‌پور، مدیرعامل به‌پرداخت ملت در ابتدای صحبت‌های خود توضیحاتی درباره تغییرات سیستم

علت اصلی حضور ما در این نمایشگاه، جذب سرمایه برای استارت‌آپ‌های نوپایمان بوده است. رجبی با اشاره به کارکردهای نمایشگاه الکامپ برای کسب‌وکارهای اقتصاد دیجیتال توضیح می‌دهد: «الکامپ دو کارکرد اساسی دارد؛ شبکه‌سازی و هم‌افزایی. کسب‌وکارهای حوزه‌ای‌تی مدت‌ها بود که زیر یک سقف جمع نشده بودند و این نمایشگاه بستر تعامل و ارتباط آنها را فراهم آورد. در نتیجه می‌توان به شبکه‌سازی آنها امیدوار بود، اما الکامپ در تحقق کارکرد دوم خود که ایجاد هم‌افزایی بین کسب‌وکارهاست، آن‌طور که باید خوب عمل نکرده و اگرچه این نمایشگاه باید نقطه آغاز سرمایه‌گذاری‌ها و مشارکت‌های جدید باشد، اما این اتفاق به‌ندرت رخ داد. این در حالی است که

شرکت «پیشرو فناوری اطلاعات رادین» که از ادغام دو واحد کسب‌وکاری هلدینگ حصین، یعنی «نوبین تلکام» و «حصین ایمن» ایجاد شده نیز در نمایشگاه الکامپ شرکت کرده بود. میثم رجبی، مدیرعامل این شرکت با اشاره به حضورشان در بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ می‌گوید: «ما در رادین، طی یک سال گذشته استارت‌آپ استودیویی خلق کردیم که رفته‌رفته به محل رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها تبدیل شد و در حال حاضر بعضی از این استارت‌آپ‌ها به مرحله سرمایه‌گذاری رسیده‌اند و الکامپ بستر مناسبی برای معرفی آنها به اکوسیستم و سرمایه‌گذارانی است که می‌خواهند روی پروژه‌های نوآور سرمایه‌گذاری کنند. در نتیجه می‌توان این‌طور گفت که

مدیرعامل رادین درباره حضور در نمایشگاه الکامپ مطرح کرد

جذب سرمایه‌گذار و رونمایی از دو محصول جدید



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



زهرا آقربانی



zahraghahbani19991999@gmail.com



نگاهی به حضور شرکت ارتباطات «مبین نت»
در بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ

از نمایش دستاوردهای فیبر نوری تا توسعه هوشمندسازی

همچنین خانه‌ها و ساختمان‌های هوشمند از دیگر حوزه‌هایی است که مبین نت در آن فعالیت می‌کند.

امضای تفاهم‌نامه مبین نت با مونکو در زمینه هوشمندسازی

رئیس هیئت‌مدیره مبین نت با اشاره به اینکه در رویدادهایی مانند الکامپ علاوه بر اینکه شرکت‌ها دستاوردهای خود را عرضه می‌کنند، ارتباط خوبی نیز میان کسب و کارها برقرار می‌شود، اضافه می‌کند: «شرکت‌ها در نشست‌هایی که طی این رویداد برگزار می‌شود، از آخرین دستاوردهای یکدیگر باخبر می‌شوند و با هم تبادل تجربه

می‌کنند و در این میان شبکه‌سازی خوبی شکل می‌گیرد. هرچند در این نمایشگاه باید محل مناسب و مستقلاً برای چنین نشست‌ها و ارتباطاتی در نظر گرفته شود تا این شبکه‌سازی و اکوسیستم‌سازی که یکی از نیازهای کشور است، در فضای بهتری اتفاق بیفتد.»

غیناقی با اشاره به تفاهم‌نامه‌ای که مبین نت با شرکت مونکو (فعال در

حوزه نیرو) در حوزه هوشمندسازی صنایع در نمایشگاه الکامپ امضا کرده، ادامه می‌دهد: «به‌صورت کلی ما هوشمندسازی را در دو بخش حریق و شهر هوشمند (خانه و سازمان) شروع کرده‌ایم. در زمینه هوشمندسازی صنایع با شرکت مونکو که در حوزه انرژی، ارتباطات و فناوری فعالیت می‌کند، تفاهم‌نامه‌ای را در حاشیه نمایشگاه الکامپ به امضا رساندیم و امیدواریم بتوانیم این نهضت هوشمندسازی را در حوزه‌های مختلف صنعت مانند معدن، فولاد، نفت، پتروشیمی و... توسعه دهیم.»

محصولات و خدمات اپراتورهای ارتباطی با توجه به نقش زیرساختی‌شان، در روند کلی اکوسیستم اقتصاد دیجیتال تأثیر بسزایی دارند. در نمایشگاه الکامپ نیز یکی از مهم‌ترین و پربازدیدترین بخش‌های این رویداد مربوط به اپراتورها بود. در این گزارش و در گفت‌وگو با رئیس هیئت‌مدیره مبین نت و سایر مدیران این مجموعه، به بررسی نحوه حضور این شرکت در الکامپ و سرویس‌های جدیدی که ارائه داده، پرداخته‌ایم.

«مهدی غیناقی»، رئیس هیئت‌مدیره شرکت ارتباطات مبین نت با اشاره به اینکه این مجموعه موفق به اخذ مجوز UNSP از سازمان تنظیم و مقررات شده به کارنگ می‌گوید: «در حال حاضر مبین نت پروژه فیبر نوری خود را آغاز کرده است. همچنین مبین نت علاوه بر ارائه وایرلس، وایرد با پهنای باند بالا را نیز به سرویس‌های خود اضافه کرده است. در زمینه فیبر نوری با همراه اول همکاری مشترک داریم تا بتوانیم این پروژه را بر اساس تعهدی که از سوی سازمان تنظیم و مقررات به ما اعلام شده، انجام داده و به مرحله پیاده‌سازی برسانیم.»

راه‌اندازی سرویس حریق «الرت» در حوزه هوشمندسازی

او درباره سرویس‌های دیجیتالی که مبین نت در حوزه B2B در نمایشگاه ارائه داده، اعلام می‌کند: «یکی از حوزه‌های دیگری که مبین نت وارد آن شده، هوشمندسازی است. در حال حاضر در این زمینه پروژه اپراتور حریق با نام «الرت» را با همکاری شهرداری و سازمان آتش‌نشانی تهران به‌عنوان اولین اپراتور تجاری هوشمند کشور انجام داده‌ایم؛ این محصول که در مرحله تجاری‌سازی است در این دوره از الکامپ ارائه شده است.»

کاشی با تأکید بر اینکه از روز گذشته و آغاز اصلاح نظام کارمزد مشکل خاصی ایجاد نشده؛ چراکه عدد خیلی بزرگی کسر نشده، در توضیح اینکه آیا پذیرندگان کوچک همچون سوپرمارکت‌ها با این اصلاح همراه می‌شوند، گفت: «به نظرم به تدریج همه پذیرندگان آن را قبول می‌کنند، اما با توجه به شکستن فرهنگ چندساله نیازمند صرف زمان است.»

مدیرعامل پرداخت الکترونیک سداد درباره مدل پرداخت کارمزد به پی‌اس‌پی‌ها نیز توضیح داد: «در مدل کنونی پی‌اس‌پی‌ها همیشه پول را با تأخیر دریافت می‌کنند و همین امر باعث می‌شود برنامه‌ریزی در حوزه‌های مختلف سخت‌افزاری، نرم‌افزاری، نیروی انسانی، زیرساخت و... با تأخیر انجام شود. از نظر من مدل کنونی ایده‌آل نیست و باید هزینه به‌صورت مستقیم به پی‌اس‌پی پرداخت شود.»

این شروع کار است

ابراهیم حسینی نژاد، مدیرعامل انیاک دیگر شرکت‌کننده در این پنل بود و در ابتدای صحبت‌های خود درباره تغییرات تأثیر اصلاح نظام کارمزد بر شبکه پرداخت توضیح داد و گفت: «از این طریق درآمد‌های پی‌اس‌پی‌ها افزایش می‌یابد؛ چراکه چند سالی بود حاشیه‌های سود آنها کاهش پیدا کرده بود و هدف درآمد بیشتر بود که از محل خود مصرف‌کننده تأمین شود. اما این دستاورد اصلی نیست؛ دستاورد اصلی این است که هر بخش با توجه به هزینه‌ها و منافع در سمت ارائه‌دهندگان خدمات به سمت منطقی شدن پیش برود. اکنون اکثر بانک‌ها به سمتی رفته‌اند که در مناقصات، کارمزد را یکی از اصلی‌ترین آیتم‌ها قرار می‌دهند که خطرناک است و باعث می‌شود بانک در جایگاه واقعی نباشد و فکر کند هزینه‌ای نمی‌دهد و اگر قرار است هزینه‌ای بدهد، نفع واقعی باشد. مهم‌ترین اتفاق این است که پذیرنده انتظار بیشتری خواهد داشت و طبیعتاً به پی‌اس‌پی‌ها رجوع خواهد کرد و سرویس بیشتری خواهد خواست و برای پذیرنده جای سؤال است که چرا هزینه بیشتر بدهد و بانک و پی‌اس‌پی با سرویس دهی و خدمات بهتر باید به این سؤال پاسخ دهند.»

حسینی نژاد در واکنش به اینکه آیا شکستن فرهنگ عدم دریافت کارمزد یک‌روزه رخ می‌دهد، گفت: «طبیعتاً نه! نه رگولاتور و نه بانک مرکزی انتظار ندارند که یک ماهه هم تثبیت شود و این یک فرایند بلندمدت است و هر نظام کارمزدی اگر یک اتفاق فکر داشته باشد که موضوعات را آنالیز کند، قطعاً تبعات کمتری خواهد داشت.»

تقی پور درباره واکنش‌ها پس از اجرای این طرح اظهار کرد: «این کار توانسته بین ۲۰ تا ۲۴ درصد به افزایش درآمد شرکت‌های پی‌اس‌پی کمک کند که این رقم پاسخگوی افزایش حقوق امسال هم نیست. برای برخی از پذیرندگان آن قدر عدد کمی برداشت می‌شود که پیامک برداشت هم برایشان ارسال نشده است؛ حتی برای تعداد زیادی از پذیرندگان از هزینه پیامک‌های بانکی هم کمتر است و در این دو روز واکنش خاصی نداشتیم. اینکه مشتری تاکنون هزینه‌ای نمی‌داده و از این پس پرداخت می‌کند، طبیعتاً حساسیت‌هایی به وجود می‌آورد.»

او در بخش دیگری از صحبت‌های خود درباره چگونگی دریافت کارمزدها و اینکه به‌صورت واسطه‌ای یا مستقیم توسط پی‌اس‌پی انجام می‌شود، گفت: «در صنعت برای پرداخت‌های مختلف مدل‌های متفاوتی متصور است. در صنعت پرداخت از ابتدا این گونه بود که شاپرک وجوه را جمع‌آوری کند و اگر بخواهیم روال را عوض کنیم، تغییر رفتار عمده‌ای است، اما اینکه زمان‌های تسویه را عوض کنیم جای کار دارد و می‌شود به این موضوع ورود کرد. مثلاً اینکه مثل صنعت تلکام اجرا شود، ایده‌آل است و اما اگر نخواهیم این گونه اجرا کنیم و شاپرک دریافت‌کننده باشد، باید زمان تسویه‌ها را تغییر دهیم.»

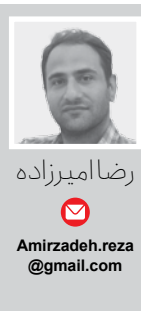
به هیچ پذیرنده‌ای دیگر کارمزد پرداخت نمی‌شود

محمدحسین کاشی، مدیرعامل پرداخت الکترونیک سداد در این پنل توضیحاتی درباره ساختار جدید اصلاح نظام کارمزد ارائه داد و گفت: «این موضوع دو جنبه دارد که یکی سمت رگولاتور است و با مشخص کردن اصلاح نظام کارمزد مسیر را به سمتی می‌برد که تنش بین پذیرندگان کم شود یا به حداقل برسد. الان توافقاتی در این حوزه بین ۱۲ شرکت پی‌اس‌پی انجام شده که به هیچ پذیرنده دیگری کارمزد پرداخت نشود و این را به حداقل برسانیم. تأکید مجموعه رگولاتور و بانک مرکزی این است که کارمزد در داخل شرکت بماند و صرف بهسازی زیرساخت‌ها و خدمات شود.»

او در ادامه با اشاره به پدیده کارمزدخواهی در طول سالیان گذشته گفت: «چند سال فرهنگ متفاوتی وجود داشته و شاید در روز اول نتواند به نقطه صفر برسد، اما نقطه خوبی است و می‌تواند مسیر را هموار کند. در واقع این نقطه شروع در سمت پی‌اس‌پی‌هاست و تنها در صورتی محقق می‌شود که همه ۱۲ شرکت موجود در توافق با همدیگر این اتفاق را رقم بزنند.»



شماره ۱۰۲
از ۱۴۰۲
سال سوم



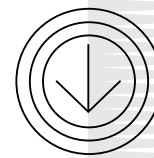
رضا امیرزاده
Amirzadeh.reza@gmail.com



نیلوفر نادری
niloofar.ndr@gmail.com

در بخش B2B راهکارهایی در حوزه‌هایی مانند تلکام، بانک، اپراتوری و پی‌اس‌پی ارائه شده، اما مهم‌ترین اقدام رادین معرفی دو استارت‌آپ بوده که محصول استارت‌آپ استودیوی رادین هستند و وارد مرحله کسب و کاری شده‌اند. او درباره این دو استارت‌آپ بیان می‌کند: «هر دوی این استارت‌آپ‌ها در حال حاضر به‌صورت پایلوت فعالیت می‌کنند که یکی از آنها سید خرید هوشمند پیکو است که چیزی شبیه به آمازون فرس است و با بینایی ماشین کار می‌کند و دیگری کیف پول سخت‌افزاری رمز ارز والتو است که ریسک‌های مارکت رمز ارز را کاهش می‌دهد.»

این اتفاق در الکامپ‌های قبلی می‌افتاد.» او درباره علل تحقق نیافتن هم‌افزایی در بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ توضیح می‌دهد که کسب و کارها منابع مالی مازاد برای سرمایه‌گذاری ندارند و چشم‌انداز مشخصی از وضعیت و زمان بازدهی سود و بازگشت اصل پول به سرمایه‌گذاران وجود ندارد. با این وجود، وقفه چهارساله‌ای که بین بیست و پنجمین و بیست و ششمین الکامپ افتاد، تشنگی خاصی را در اکوسیستم ایجاد کرد تا بخواهند در این فضا حضور پیدا کنند و با توجه به مشکلاتی که در سال‌های گذشته پست سر گذاشتیم، این طور به نظر می‌رسد که استقبال افراد و کسب و کارها از نمایشگاه خوب بوده است. طبق گفته مدیرعامل رادین، در این نمایشگاه



ترناسیستم
در الکامپ ۲۶

پیوند سخت افزار و نرم افزار

«ترناسیستم» شرکتی ۱۰ ساله است که در زمینه تولید سخت افزار و نرم افزار پرداختی فعالیت دارد و کارت خوان فروشگاه، کیوسک پرداخت، صندوق فروشگاه و انواع ابزارهای مربوط را تولید می کند.

این شرکت که در الکامپ بیست و ششم حضور داشت، درباره محصولات و خدمات قابل ارائه در نمایشگاه توضیحاتی را ارائه داد. به گفته منصور عطایی، مدیر واحد تجاری ترنای، طیف محصولات ترنا به گونه ای است که از صفر تا صد محصولات پرداختی را در بر می گیرد.

محصولات سخت افزاری ترنا، به مرور پایه مناسبی شدند برای محصولات سخت افزاری مجموعه و هیچ یک از سخت افزارهای ترنا بدون نرم افزار وارد بازار نمی شود.

شرکت همچنین بر کارت خوان های ثابت، سیار و بی سیم سرمایه گذاری و پروتکل پرداخت پی اس پی های شرکت را پیاده سازی کرده است.

از نگاه منصور عطایی، نمایشگاه الکامپ برای ترنا فرصت مناسبی است که شرکای جدیدی پیدا کرده و با آنها در فضای نمایشگاه تعامل و مذاکره کند: «آینده صنعت پرداخت الکترونیک در تعامل سخت افزار و نرم افزار خلاصه می شود.

اکثر شرکت های تولیدکننده این ماهیت را درک کرده اند و آنچه شرکت ها را متمایز می کند، سرعت و سهولت در پرداخت به عنوان مزیت رقابتی است. ترناسیستم با توجه به این اصل، امسال را با هدف تقویت بنیه نرم افزاری شرکت های برنا و هم پیوندی سخت افزار و نرم افزار آغاز کرده است.»

او در بخش پایانی صحبت هایش با نگاهی به الکامپ ۲۶ گفت: «از برگزارکنندگان نمایشگاه انتظار می رفت که پرنرنگ تر به معرفی شرکت های حاضر در الکامپ بپردازند.»



کارنگ



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



غزل یگانگی

Ghazal28yeganehi@gmail.com



متولی قدرتمند نداریم

وضعیت کسب و کارهای حوزه سلامت الکترونیک در پنل نمایشگاه الکامپ بررسی شد

در کشور بین ۲۰۰ تا ۴۰۰ هزار میلیارد تومان باشد، گفت: «با توجه به شرایطی که در فضای مجازی به وجود آمده، به نظر می رسد درمان روان شناختی و انجام آزمایش ظرف سه یا چهار سال آینده در کشور ما در این فضا رونق بگیرد. ما می توانیم خدمات تکمیلی را در حوزه سلامت به خدمات اسنپ دکتر اضافه کنیم، زیرا بازار سلامت بازار بسیار خوبی است؛ هرچند این بازار هم اکنون نیازمند سرمایه گذاری است.»

در حوزه نوآورانه سلامت عقب ماندگی داریم

در ادامه این پنل، وحید یونسی گفت: «متأسفانه در حال حاضر در حوزه نوآورانه برخی مشاغل در فضای مجازی عقب مانده ایم و در حوزه سلامت نیز کم و بیش این وضعیت وجود دارد.» یونسی اعلام کرد: «این پدیده در ایران نیز نشئت گرفته از وضعیت جهانی است؛ این در حالی است

کشورمان به خوبی شکل نگرفته است. با این حال با شیوع بیماری کرونا، سیستم حوزه سلامت در فضای مجازی شکل گرفت تا وضعیت کسب و کارهای حوزه سلامت در فضای دیجیتال رونق بیشتری داشته باشد.» او تأکید کرد: «کرونا باعث شد عده بسیاری وارد اکوسیستم سلامت در فضای مجازی شوند و کارکنان حوزه سلامت و بهداشت کشورمان به تجارت الکترونیک توجه جدی داشته باشند.»

تاج فرد با اشاره به تشکیل کمیسیون سلامت الکترونیک در اتاق بازرگانی ایران یادآور شد: «من فکر می کنم با راه اندازی این کمیسیون با حضور شرکت های استارت آپی در آن کارهای بزرگی انجام شود و شاید در مرحله بعدی ارسال دارو از طریق بستر مجازی بتواند تحولات بزرگی در حوزه سلامت کشورمان رقم بزند.»

هم بنیان گذار «اسنپ دکتر» با بیان اینکه پیش بینی آنها این است که حجم بازار ارسال دارو از طریق فضای مجازی

پنل «همچنان چهار قفله» که به بررسی وضعیت کسب و کارهای سلامت الکترونیک می پرداخت، با حضور مسعود تاج فرد، هم بنیان گذار «اسنپ دکتر»؛ آرش برجی خانی، مدیرعامل «هلثیو»؛ وحید یونسی، مدیرعامل «سیناپس» و مهرشاد تیموری، مدیرعامل «بقرط» در استیج بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ برگزار شد.

بازار سلامت نیازمند سرمایه گذاری است

مسعود تاج فرد در این پنل با تأکید بر دورهمی شرکت های استارت آپی در فضای مجازی، گفت: «سیستم سلامت در فضای مجازی نوباست و هنوز هم افزایشی در این حوزه در

تعامل و همکاری شرکت ها و افراد را فراهم می کنند. در نتیجه می توان گفت وجود این گونه فضاها در اکوسیستم فناوری اطلاعات کشور ضروری است و کمک قابل توجهی به توسعه و هم افزایی کسب و کارها می کند. علاوه بر این، بستر خوبی برای آشنایی با روندهای روز کشور نیز هست. استفاده از هوش مصنوعی در طراحی ابزارها و سرویس ها در حال رشد و گسترش است و این تغییر روند در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال کشور، به خوبی در نمایشگاه دیده می شود. ما نیز امسال به عنوان بازدیدکننده در نمایشگاه حضور داریم و از حضور غرفه های موجود در الکامپ استفاده می کنیم.» او با اشاره به اینکه در الکامپ های پیشین غرفه دار بوده اند، درباره چگونگی تعامل افراد و کسب و کارها با

بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ در تیرماه ۱۴۰۲ با حضور بازیگران و فعالان اقتصاد دیجیتال کشور برگزار شد. با این وجود، کسب و کارهایی نیز بودند که به هر دلیلی در این نمایشگاه غرفه نداشتند، اما اعضای آنها به عنوان بازدیدکننده در نمایشگاه حاضر شده و عملکرد آن را ارزیابی کردند. اداره فناوری های نوین فام یکی از این شرکت ها بود که گرچه غرفه ای نداشت، اما در نقش بازدیدکننده در الکامپ حاضر شد.

مهدی طالب، رئیس اداره فناوری های نوین فام معتقد است وقفه چهارساله ای که بین برگزاری الکامپ ۲۵ و ۲۶ افتاده، باعث شده تا کسب و کارها و افراد برای حضور در آن عطش داشته باشند. او در این باره می گوید: «این گونه فضاها در واقع دورهمی هایی هستند که بستر

در گفت و گو با رئیس اداره فناوری های نوین فام در الکامپ ۱۴۰۲ عنوان شد

تشنگی کسب و کارها برای حضور در الکامپ



گزارشی از حضور شرکت های حوزه تحلیل داده و تولید محتوا در نمایشگاه کامپ

امید به کامپی بهتر

تریبون این پلتفرم را تریبونی برای کسب و کارها می نامد. بنابراین نمایشگاه مصداقی از کار تریبون محسوب می شود.

به گفته صفایی، تریبون به خاطر نوع فعالیتی که دارد همیشه سعی می کند در نمایشگاهها حضور داشته باشد؛ مخصوصاً کامپی که به حوزه کاری آن مرتبط است. هدف تریبون از حضور در نمایشگاه توسعه ارتباطاتش با کسب و کارها بود. صفایی معتقد است حضور در نمایشگاه برای تمام کسب و کارهای P2P لازم است.

کامپی به یک نمایشگاه عمومی تبدیل شده است

شرکت هوشمند تبیان هم اولین دوره ای بود که در نمایشگاه کامپی حضور پیدا می کرد. محصول اصلی ای که این شرکت در نمایشگاه رونمایی کرد، مجموعه سرویس های ابری هوشمند تبیان بود که با نام تجاری ابریس شناخته می شود. بیشتر سرویس های ابریس در حوزه IaaS است.

«شرکت توسعه هوشمند تبیان» نزدیک به ۱۲ سال است که در حوزه زیرساخت مرکز داده فعالیت می کند. حسین خوش رفتار،

مدیرعامل شرکت توسعه ارتباطات هوشمند تبیان در گفت و گو با کارنگ می گوید: «نمایشگاه کامپی فرصتی بود برای اینکه برند و محصولات جدید خود را معرفی کنیم و از نزدیک با مشتریان و دیگر شرکت ها آشنا شویم.» خوش رفتار معتقد است که «نمایشگاه کامپی دو محور اصلی دارد؛ یکی از محورها به حضور مردم و مراجعه کنندگان به غرفه تبیان و آشنایی با آن برمی گردد. محور دوم که از اهمیت بیشتری نیز برخوردار است، به حضور شرکت ها در نمایشگاه مربوط می شود. در واقع، بازدید شرکت ها از غرفه های یکدیگر موجبات هم افزایی و آورده زبانی را برای کسب و کارها فراهم می کند.»

کامپی بیست و ششم آنطور که قبل از برگزاری این نمایشگاه در نشست خبری آن عنوان شد، جایی برای تولید محتوا و گفت و گو بود. شاید به همین دلیل هم بود که شرکت های محتوایی حضور پررنگی در این نمایشگاه داشتند. «کارنگ» در این گزارش به سراغ شرکت های حوزه تحلیل داده و تولید محتوا رفته و با برخی از آنها در مورد حضورشان در نمایشگاه گفت و گو کرده است.

کامپی به مثابه یک اهرم

«یکتانت» سرویسی در حوزه تبلیغات آنلاین است که کسب و کارها می توانند با استفاده از آن تبلیغات خود را در سایت های ایرانی نمایش دهند. به گفته مهدی فروغی، مدیرعامل یکتانت «این شرکت از اولین سالی که شکل گرفت، در تمام دوره های کامپی حضور داشته و بر اساس ارزیابی ها همیشه یکی از برندهایی بوده که افتخار کسب کرده است.» فروغی در گفت و گو با خبرنگار کارنگ می گوید: «ما چند دسته ذی نفع کلیدی داریم؛ پالیشرها، وبسایت ها و اپلیکیشن ها و تبلیغ کنندگان. نمایشگاه کامپی برای این ذی نفعان موقعیت مهمی است. ما هم از حضورمان در کامپی به عنوان یک اهرم برای بهتر کردن روابط خود با ذی نفعان استفاده می کنیم.» او ادامه می دهد: «اخیراً از چند محصول جدید رونمایی کرده ایم. در این نمایشگاه هم سعی کردیم پذیرا و شنونده مخاطبان و ذی نفعان مان باشیم.»

تریبونی برای کسب و کارها

این اولین سالی بود که «تریبون» به صورت مستقل در کامپی حضور پیدا کرد. در دوره های قبل تریبون به عنوان بخشی از یکتانت در نمایشگاه شرکت می کرد. تریبون که اسفند سال ۱۳۹۸ آغاز به کار کرد، پلتفرمی برای تسهیل ارتباط کسب و کارها با رسانه هاست و در واقع به کسب و کارها خدمات روابط عمومی ارائه می دهد. آرمان صفایی، مدیرعامل و هم بنیان گذار

رقابت رگولاتورها

مهرشاد تیموری، مدیرعامل شرکت «بقراط» به عنوان یکی دیگر از حاضران در پنل به ارتباط و توجه به استارت آپ های سلامت با شروع و پایان کرونا اشاره کرد. او در این زمینه گفت: «قبل از شیوع کرونا فعالیت شرکت ها در حوزه سلامت در فضای مجازی کم بود. بعد از کرونا، پزشکان و کارکنان کادر درمان نیز با ورود به حوزه استارت آپ ها باعث شدند میزان تقاضا در حوزه سلامت در فضای مجازی افزایش یابد و سرمایه گذاری در این حوزه بیشتر شود.»

تیموری ادامه داد: «پس از کم شدن کرونا، استقبال کم شد و فعالیت به چند سایت محدود شد. در حالی که هم اکنون در حوزه سلامت می توانیم شاهد حضور بیشتر استارت آپ از جمله در حوزه آزمایشگاهی در فضای مجازی باشیم. با ورود نسخه نویسی الکترونیکی و ورود پزشکان به حوزه دیجیتال افزایش یافت؛ هر چند اوایل ۵۰ نرم افزار در این زمینه برای فعالیت در حوزه مجازی ارائه شد، اما هم اکنون به هفت یا هشت نرم افزار رسیده و این بسیار نگران کننده است.» مدیرعامل بقراط اعلام کرد: «به نظر می رسد مشکل اساسی در حوزه سلامت ایران این است که متولی قوی در این حوزه وجود ندارد و رگولاتورهایی چون تأمین اجتماعی، بیمه سلامت و نظام پزشکی موارد با یکدیگر رقابت می کنند. به این حوزه لطمه زیادی وارد می آورد.» او در این خصوص توضیح داد: «در زمینه نسخه نویسی الکترونیکی پیش تر وزارت بهداشت و درمان ورود کرده بود و نمونه هایی از آن نیز آماده شده بود، اما به دنبال ورود سازمان تأمین اجتماعی به حوزه نسخه نویسی الکترونیکی در این زمینه توسط پزشکان به صورت گسترده مورد استفاده قرار گرفت.» تیموری ادامه داد: «در یک سال اخیر بسیاری از سرویس های مختلف دیجیتالی مشکلات اساسی داشتند؛ در حالی که می توانیم با ارائه خدمات بیشتری در زمینه ایجاد بیمارستان مجازی به موفقیت برسیم.» وی بیان کرد: «یکی از برنامه های شرکت بقراط، ایجاد بیمارستان مجازی است تا این بیمارستان شامل بخش های مختلف بیمارستانی از جمله آزمایشگاه یا اورژانس نیز باشد.» تیموری در پایان تأکید کرد: «با هوش مصنوعی میزان مصرف داروی بیماران کمتر می شود و شرایط مناسب نیز برای آنها برای مصرف دارو به وجود می آید. ضمن اینکه درصد خطای تشخیص بیماری ها نیز در فضای مجازی بسیار کمتر می شود و این می تواند در کاهش مصرف دارو در کشورمان بسیار تأثیرگذار باشد.»

مشکل اساسی در حوزه سلامت این است که متولی قوی در این زمینه وجود ندارد و تأمین اجتماعی، بیمه سلامت و نظام پزشکی به این حوزه لطمه زیادی وارد می آورند

که در این مدت انتظار داشتیم بسترهای لازم در فضای مجازی برای همکاری و گفت و گو توسط دست اندرکاران و مسئولان حوزه سلامت کشورمان فراهم شود.» او ادامه داد: «در ۱۵ سال گذشته انتظار داشتیم با توسعه دفاتر و سازمان های مرتبط با سلامت به جایی برسیم که این عقب ماندگی ها برطرف شود. در فضای مجازی باید یکی از آرزوهای این باشد که استارت آپ ها و کامیونیتی ها با حضور وزارت بهداشت و درمان بیش از پیش فعال شوند.» به گفته یونسی، هم اکنون نرخ سلامت و شاخص های آن در کشورمان در شرایط خوبی قرار ندارد و در برخی زمینه ها بیماری های مختلف در کشورمان در بین مردم بیشتر است و این شرایط به زودی تغییر نخواهد کرد.

مدیرعامل سیناپس تأکید کرد: «استارت آپ ها در حوزه سلامت و تشخیص بسیار تأثیرگذار هستند و باید تلاش کنیم شرکت های فعال در این حوزه در فضای مجازی سرمایه گذاری بیشتری داشته باشند، زیرا اثر اقتصادی زیادی خواهد داشت.»

سرمایه گذاری در حوزه سلامت کشور یک دهم کشورهای همسایه است

آرش برجی خانی، مدیرعامل «هلیو» نیز به مشکلات سرمایه گذاری در این بخش اشاره کرد. او در این مورد گفت: «متأسفانه آمار نشان می دهد در سال ۲۰۲۲ سرمایه گذاری در حوزه سلامت در فضای مجازی ۳۵ درصد کاهش یافته و استارت آپ ها در این حوزه سرمایه گذاری کمتری انجام داده اند.» برجی خانی ادامه داد: «هرچند در برخی کشورهای همسایه هم اکنون ۲/۲ درصد تولید ناخالص ملی در حوزه سلامت در فضای مجازی سرمایه گذاری می شود، اما این میزان سرمایه گذاری در این بخش در کشورمان حدود ۱/۱ کشورهای همسایه است.» وی خواستار افزایش سرمایه گذاری در حوزه سلامت در فضای مجازی شد و ادامه داد: «در شرایط موجود افراد در فضای مجازی ورود کرده اند که نشان می دهد به دنبال رونق کسب و کار در این حوزه و در این فضا هستند.» مدیرعامل هلیو تأکید کرد: «شکل گیری انجمن ها به اکوسیستم حوزه سلامت در فضای مجازی کمک می کند و این باعث می شود عده ای به روند فعالیت در حوزه سلامت در فضای مجازی تمایل بیشتری پیدا کنند. با توجه به اینکه ورود استارت آپ ها در برخی رشته های حوزه سلامت جذاب است، بنابراین ورود به این حوزه می تواند خطای پزشکی را نیز در کشورمان کاهش دهد.»



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



یکدیگر توضیح می دهد که بخش زیادی از تعاملاتی که در این نمایشگاه شکل می گیرد، به تعامل بین غرفه ها و کسب و کارهایی برمی گردد که به لحاظ مکانی در کنار یکدیگر قرار دارند. این تعامل می تواند جالب باشد و کسب و کارهایی را که متفاوت هستند، با یکدیگر آشنا کند.

طالب بیان می کند که شاهد حضور استارت آپ های کوچک و نوپایی در نمایشگاه بوده که محصولات و سرویس های جالبی دارند و برخی حوزه هایی که در گذشته حضور فعال نداشته اند نیز در این دوره با جدیت بیشتری شرکت کرده اند. با این وجود، به دلیل تبلیغات ناکافی و برگزاری نمایشگاه در روزهای کاری هفته، مردم عادی استقبال چندانی از آن نکرده اند.





مدیرعامل دوران از حضورش در الکامپ بیست و هشتم گفت

رونمایی از نسل جدید فایروال‌ها

شرکت دوران از جمله شرکت‌های فناوری محور حاضر در بیست و هشتمین دوره نمایشگاه الکامپ بود. این شرکت در حالی در نمایشگاه بین‌المللی الکامپ شرکت و جدیدترین دستاوردهای خود را به نمایش گذاشت که سال‌هاست به دلیل مسائل مربوط به محدودیت اینترنت در ایران تحت تحریم‌های بین‌المللی قرار گرفته است.

علیرضا عابدی نژاد، مدیرعامل داده‌پردازی دوران در گفت‌وگو با کارنگ ضمن معرفی محصولات و خدمات جدید این شرکت، گفت که در هشت سال تحریم سعی شده تا با تغییر روش‌ها برای بقای دوران تلاش کند. عابدی نژاد حضور در این دوره از الکامپ را مثبت ارزیابی کرد و درباره استقبال بازدیدکنندگان گفت: «بازدیدکنندگان نمایشگاه الکامپ امسال تشنه آشنایی با محصولات جدید حوزه آی‌سی‌تی بودند که این موضوع در افزایش استقبال از نمایشگاه الکامپ تأثیرگذار بود.»

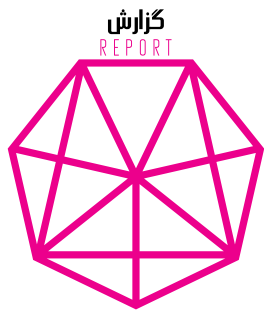
عبادی نژاد از معرفی نسل جدید فایروال‌های دوران در الکامپ خبر داد و درباره معرفی سایر محصولات و خدمات جدید این شرکت در نمایشگاه اظهار کرد: «علاوه بر بازنویسی فایروال‌های دوران، در این دوره از نمایشگاه محصول جدیدی برای جداسازی شبکه‌های محلی یا داخلی «لن» از اینترنت و محصولی برای دسترسی به اپلیکیشن‌ها به نام DTS را معرفی کردیم.

در حوزه خدمات نیز علاوه بر خدماتی که قبلاً در حوزه امنیت، تست نفوذ و SOC داشتیم، امسال چند خدمت جدید را معرفی کردیم.»



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم

در صنعت گردشگری نوآوری نداریم



فعالان حوزه گردشگری آنلاین در پنل «استارت‌آپ‌های سفر: داستان موفقیت به سبک گردشگری» از مشکلات این صنعت گفتند

فعالان کسب‌وکارهای گردشگری آنلاین در پنلی که در حاشیه بیست و هشتمین نمایشگاه الکامپ برگزار شد، اعلام کردند که بزرگ‌ترین مشکل این صنعت نبود نوآوری است. به باور آنها متأسفانه در حوزه گردشگری فاقد نوآوری هستیم و کار استارت‌آپ‌ها در این صنعت فقط بلیت‌فروشی شده است.

همچنین در این پنل اعلام شد که اختلاف شرکت‌های هواپیمایی با دولت در قیمت‌گذاری، هم‌اکنون بازار فروش بلیت‌های داخلی را ۳۰ درصد کوچک کرده و در این شرایط حفظ نیروی انسانی برای آنها مشکلات بزرگی به وجود آورده است.

در این پنل تأکید شد که دولت با اعمال قیمت‌های دستوری به دنبال افزایش سفرهای تفریحی مردم است و این مسئله سبب شده هم‌اکنون بلیت هواپیما، قطار و اتوبوس به سهولت در دسترس افراد نباشد.

◀ سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری و سفر جذابیت ندارد

توحید علی‌اشرفی، معاون بازاریابی گروه «علی‌بابا» در پنل «استارت‌آپ‌های سفر: داستان موفقیت به سبک گردشگری» که در حاشیه نمایشگاه الکامپ بیست و هشتم برگزار شد، گفت: «در سال‌های اخیر دسترسی مردم به سفرهای تفریحی با توجه به گرانی‌ها و تورم بسیار کمتر شده است. افزایش هزینه‌های سفر سبب شده شهروندان ایرانی به سفرهای غیرتفریحی روی بیاورند و سفرهای تفریحی بیشتر به سفرهای یک‌روزه به مقاصد کوتاه‌مدت اختصاص یابد.»

معاون بازاریابی گروه علی‌بابا با بیان اینکه دولت با اعمال

قیمت‌های دستوری به دنبال افزایش سفرهای تفریحی مردم است، تأکید کرد: «این مسئله سبب شده هم‌اکنون بلیت هواپیما، قطار و اتوبوس به سهولت در دسترس افراد نباشد.»

علی‌اشرفی اظهار داشت: «قیمت‌گذاری دستوری میزان سرمایه‌گذاری را در این بخش کاهش داده و در حال حاضر سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری و سفر در ایران جذابیت لازم را ندارد.»

به گفته او پیش‌تر هزینه اقامتگاه‌ها ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان بود، اما افزایش آن به پنج میلیون تومان سفرهای تفریحی مردم را کاهش داده است.

◀ نوآوری؛ ضرورت توسعه صنعت گردشگری ایران

در ادامه این پنل مدیرعامل شرکت «فلایتیو» نیز قیمت‌گذاری در حوزه بلیت را یکی از اصلی‌ترین مشکلات

صنعت گردشگری دانست. همچنین او یادآور شد که شرکت‌های استارت‌آپی فعال در این صنعت باید نوآوری بیشتری داشته باشند.

کامیار ایرانی در این مورد گفت: «هرچند در فروش بلیت‌های داخلی پروازها مشکلات زیادی داریم، اما همه شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها در صنعت گردشگری و سفر

باید از تجربه یکدیگر استفاده کنند و خلاقیت و نوآوری از ضروریات توسعه صنعت گردشگری و سفر در ایران است.»

ایرانی بیان کرد: «استفاده از هوش مصنوعی در حوزه‌های گردشگری جهان به مرور رایج می‌شود و این مهم باید در فرایندهای سفر در کشورمان مورد توجه قرار گیرد.» او ادامه داد: «استارت‌آپ‌ها در هفت یا هشت سال فعالیت

در فضای مجازی تجربه خوبی کسب کرده‌اند، اما چالش‌ها و مشکلات در این بخش رفتار مشتریان ما را تغییر داده است.»

◀ گردشگری پایدار را تقویت کنیم

بنیان‌گذار کسب‌وکار گردشگری «کاریفان» در این پنل از کمکی که فضای مجازی و استارت‌آپ‌های حوزه گردشگری به سفر مردم کرده‌اند، گفت و اینکه این فضا نیازمند نوآوری بیشتری برای

رشد است. او اعلام کرد: «۱۵ سال پیش مردم برای خرید بلیت سفر باید به شکل حضوری به آژانس‌های مسافرتی مراجعه می‌کردند، اما هم‌اکنون می‌توانند بلیت خود را از طریق فضای مجازی خریداری کنند.» سهیلا آرمک ادامه داد: «مسافران پس از خرید بلیت می‌توانند تمام اطلاعات

افزایش هزینه‌های سفر سبب شده شهروندان ایرانی به سفرهای غیر تفریحی روی بیاورند و سفرهای تفریحی بیشتر به سفرهای یک‌روزه به مقاصد کوتاه‌مدت اختصاص یابد

و کسب‌وکارهایی بود که به مشاوران مالیاتی نیاز دارند.

◀ ورود شش میلیون نفر به فضای مالیاتی

او ادامه داد: «ما سعی کردیم با برگزاری رویدادها و دوره‌های از دغدغه کسب‌وکارها بکاهیم. حضور مشاوران مالیاتی کار مثبتی بود و افراد زیادی برای مشاوره به غرفه مراجعه کردند.»

مشهدی با اشاره به اینکه ساپورتیو بودن و پشتیبانی قوی یکی از اصلی‌ترین موضوعاتی است که پی‌پینگ در طول فعالیت خود تلاش کرده به آن توجهی جدی داشته باشد، گفت: «یکی از موضوعاتی که پی‌پینگ در الکامپ سعی کرد به آن توجه کند، همین مورد بود که در ارائه مشاوره مالیاتی رایگان به کسب‌وکارها در نظر گرفته شد. انتهای

شرکت مانا تدبیر آواتک (پی‌پینگ)، پرداخت‌یار رسمی بانک مرکزی، یکی از پرداخت‌یارهای حاضر در بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) بود.

پی‌پینگ سرویس‌های متنوعی به کسب‌وکارها ارائه می‌دهد؛ اما آیتم مالی، درگاه پرداخت شخصی، فاکتور پرداخت، وب‌سرویس‌ها و سرویس‌سازمانی از جمله سرویس‌هایی هستند که در این نمایشگاه به کاربران معرفی و ارائه شد.

به گفته مسعود مشهدی، هم‌بنیان‌گذار پی‌پینگ، امکان ارائه مشاوره مالیاتی با هدف کاهش دغدغه‌ها و چالش‌های کسب‌وکارها در برخورد با مالیات اجرایی شده و این نمایشگاه فضای مناسبی برای حضور افراد

در گفت‌وگو با هم‌بنیان‌گذار

پی‌پینگ مطرح شد

بررسی فلسفه ارائه مشاوره مالیاتی رایگان به کسب‌وکارها در الکامپ



گفت‌وگو با مدیرعامل شرکت به پرداخت ملت درباره حضور در نمایشگاه الکامپ

منتظر اتفاقات جدید باشید

رویدادهای تخصصی حوزه آی تی و آی سی تی اگر نگوییم بیشتر، دست کم به اندازه نمایشگاه‌های تخصصی صنعت بانکداری اهمیت دارد؛ چراکه این دو صنعت در سال‌های اخیر بسیار با هم عجین شده‌اند.

◀ الکامپ؛ فرصتی برای همکاری‌های بیشتر

او درباره رونمایی و معرفی سرویس‌ها و محصولات جدید در نمایشگاه الکامپ پاسخ داد: «آنچه در نهایت چه در الکامپ و چه در دیگر رویدادها برای ما مهم است، معرفی سرویس‌های جدیدمان است. منتها اجازه بدهید موضوع را کمی باز کنم. اگر خواهیم سرویس‌های به پرداخت را در دست‌بندی ساده‌ای بگنجانیم، نخست به محصولات فیزیکی می‌رسیم. محصولات فیزیکی شرکت به پرداخت شامل طیفی گوناگون از دستگاه‌های کلاسیک تا هوشمند کارت‌خوان سیار و همچنین راه‌حل‌هایی برای رفع مشکلات پرداخت اصناف گوناگون است.»

او گفت: «دسته دیگر محصولات شرکت به پرداخت، نرم‌افزاری اند که به رفع مشکلات روزانه کسب‌وکارها کمک می‌کنند. هدف ما در سال جاری تمرکز روی دستگاه‌های الکترونیکی هوشمند و از جمله کارت‌خوان‌های سیار اندرویدی است که قابلیت‌های جدیدی نظیر سرویس‌های انبارداری تا سرویس‌های حسابداری، سرویس‌های مدیریت زنجیره تأمین و سرویس‌های سفارش‌گذاری روی آنها ارائه خواهد شد. علاوه بر ارائه این دستگاه‌های الکترونیکی هوشمند به مشتریانی که در آینده به سراغ‌مان خواهند آمد، سرویس‌های مورد نیازشان را ارائه خواهیم داد و با آنها وارد رابطه و تعامل مالی خواهیم شد که این رابطه هم بر اساس فروش یا اجاره دستگاه‌ها و هم بر اساس آبونمان سرویس‌ها صورت می‌گیرد. طیف خدمات آینده ما بسیار متنوع است و تا جایی پیش خواهد رفت که حتی بر دستگاه‌های فیزیکی هم به ارائه سرویس‌های ابری بپردازیم. در نمایشگاه الکامپ امسال، برخی از این خدمات را روی دستگاه‌های جدیدمان به نمایش گذاشتیم.»

به پرداخت ملت در الکامپ بیست‌وششم از برنامه‌های خود برای توسعه بازار سخن گفت؛ برنامه‌هایی که به گفته محمد مهدی تقی‌پور، مدیرعامل به پرداخت ملت، مسیر آینده صنعت را تغییر خواهد داد. او گفت عملکرد به پرداخت ملت نشانه‌ای روشن از باور عمیق این مجموعه به نوآوری، فناوری و تخصص است. تقی‌پور رویکرد تعامل‌گرایانه و توسعه‌ای به پرداخت ملت نسبت به کسب‌وکارها و رفع نیازها و دغدغه‌هایشان را شرح داد.

◀ عین‌شدن نمایشگاه‌های تخصصی صنعت بانکداری با الکامپ

محمد مهدی تقی‌پور درباره هدف به پرداخت ملت از حضور در الکامپ گفت: «شرکت به پرداخت ملت با طیف وسیعی از مشتریان از حوزه‌های گوناگون از جمله بانک‌ها، نفت و گاز، شرکت‌های آی تی، شرکت‌های پخش، فروشندگان خرد و... تعامل دارد. بخش مهمی از مشتریان ما که سطح و کیفیت تعامل و ارتباطات مان با آنها پیوسته و روبه‌گسترش است، کسب‌وکارهای آنلاین و دیجیتال هستند؛ بنابراین حضور در الکامپ که نمایشگاهی تخصصی در حوزه آی تی است، از چند جنبه برایمان مهم است. نخست اینکه به پرداخت ملت شرکتی فناوری و دارای بدنه‌ای تخصصی و فنی است. ما اگرچه می‌توانیم در نمایشگاه‌های تخصصی صنعت پرداخت هم حضور یابیم، اما حضورمان در نمایشگاه با توجه به اینکه اکثر بازدیدکنندگان الکامپ، علاقه‌مندان به حوزه آی تی و فعالان و جامعه متخصصان این حوزه است، در زمینه تقویت و ارتقای نیروی فنی و متخصص ما به کمک می‌کند.» او ادامه داد: «گذشته از این، به پرداخت ملت شرکتی B2B است که عمده تمرکزش بر فروش محصولات و خدمات به دیگر شرکت‌هاست. بخش عمده شناخته‌بودن مادر صنعت حاصل حضور در صنعت بانکداری و پرداخت است، اما باید در صنایع هم جوار از جمله آی سی تی هم شناخته شویم. حضور در نمایشگاه الکامپ در این زمینه به ما کمک کرد. به باور ما



شماره ۱۰۲
اثر ۱۴۰۲
سال سوم



سه یا چهار درصد سود، بلیت فروشی می‌کنند، یادآور شد: «اختلافات شرکت‌های هواپیمایی با دولت در قیمت‌گذاری، هم‌اکنون بازار فروش بلیت‌های داخلی را ۳۰ درصد کوچک کرده و در این شرایط حفظ نیروی انسانی برای ما مشکلات بزرگی به وجود آورده است.»

◀ ضرورت استانداردسازی ارائه خدمات کیفی به مسافران

بهرام مشرفی، بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت «یوتوپین» نیز از نبود ایجاد یک استانداردسازی مناسب برای سفر مردم نام برد و گفت: «متأسفانه ما نمی‌توانیم یک سفر با استانداردهای مناسب برای قشر متوسط به بالای کشورمان برنامه‌ریزی کنیم. هزینه‌های رستورانی مسافران بین‌راهی بسیار افزایش یافته و از طرفی سیاست‌های نادرست دولتی به حوزه گردشگری لطمه زده است.» مشرفی تأکید کرد: «مسئله تأمین امکانات در سفر مهم است و تهیه بلیت هواپیما، قطار و اتوبوس پایه اساسی صنعت گردشگری است و اگر با این شرایط جلو برویم، از صنعت گردشگری و سفر در کشورمان چیزی باقی نمی‌ماند.» او تصریح کرد: «استانداردسازی و نوآوری مسئله مهم ما در صنعت گردشگری است و باید تلاش کنیم زمینه استانداردسازی سفر و بسته‌های مناسب گردشگری در کشور رایج شود تا تمام سلیقه‌ها بتوانند سفرهای تفریحی خود را انجام دهند.»

مورد نیاز سفر خود را از فضای مجازی تهیه کنند.» او تأکید کرد: «متأسفانه ما در حوزه گردشگری فاقد نوآوری هستیم و کار استارت‌آپ‌ها در این صنعت فقط بلیت‌فروشی شده است. در چند سال گذشته فروش بلیت هواپیما؛ آن هم در مسیرهای داخلی مشکلات زیادی داشته، در حالی که در جهان همه به دنبال گردشگری پایدار هستند، ولی در ایران این مقوله مهم مورد توجه قرار نگرفته است.» او خواستار توجه و برنامه‌ریزی برای سفرهای سالمندان، معلولان و سایر اقشار جامعه شد و تأکید کرد که باید با ارائه نوآوری‌های جدید، زمینه رونق کسب‌وکارهای گردشگری و سفر در کشور فراهم شود.

◀ صنعتی فاقد خلاقیت

در ادامه فرید یکانی، مدیر ارشد بازرگانی «اسنپ تریپ» اعلام کرد که توجه به خواسته مشتریان در سفر باعث خلق ارزش افزوده بیشتر می‌شود و ارائه تجربه‌های جدید به آنها در سفر، نیازمند زیرساخت‌های صنعت گردشگری است. یکانی هم از نبود نوآوری در این صنعت گلایه کرد و گفت: «صنعت گردشگری در ایران فاقد خلاقیت‌های جدید است و هنوز هم درگیر کارهای پیچیده در حوزه گردشگری کشور هستیم.»

مدیر ارشد بازرگانی اسنپ تریپ با اشاره به اینکه ماهانه به‌طور متوسط در پروازهای داخلی کشورمان یک میلیون و ۵۰۰ هزار بلیت به فروش می‌رسد و استارت‌آپ‌ها با

«تا جایی که اطلاع داشتیم پرداخت‌یارهای دیگر نیز به حضور در نمایشگاه تمایل داشتند، اما به دلیل اقدام دیر هنگام موفق به دریافت غرفه نشدند. همچنین وقفه چهارساله الکامپ شرکت‌ها را دچار چالش کرده بود که آیا امسال هم ممکن است لغو شود؟» هم‌بنیان‌گذار پی‌پینگ ادامه داد: «این را هم در نظر بگیرد که سلیقه اکوسیستم در بحث رویداد در چهار سال اخیر دستخوش تغییرات شده و ما شاهد رویدادهایی بودیم که مشخصاً کسب‌وکارها و رسانه‌های اکوسیستم برگزار کردند که در این سال‌ها به شدت اثربخش بوده است؛ رویدادهایی که شاید از نظر مقیاس به اندازه الکامپ بزرگ نباشد، اما اثربخشی، تعاملات و شبکه‌سازی آنها به مراتب بیشتر از الکامپ است.»

خرداد و تیر بحبوحه فضای مالیاتی است و بر اساس شنیده‌ها امسال شش میلیون پذیرنده قرار است وارد فضای مالیاتی شوند که باید اظهارنامه مالیاتی داشته باشند. ما با درک این موضوع مشاوران مالیاتی خود را به‌صورت رایگان در اختیار افراد قرار دادیم.»

در بحث دونیشن این مجموعه سرویس دیگری تحت عنوان حمایت مالی ارائه می‌دهد که به افراد کمک می‌کند تا به خیریه‌ها، اینفلوئنسرها، تولیدکنندگان و... کمک مالی کنند.

◀ حضور رسانه‌های اثربخش در اکوسیستم پرداخت‌یاری‌ها

او درباره دلیل حضور کم پرداخت‌یارها در نمایشگاه گفت:





رونمایی از چهره جدید
کوبینو در کامپ

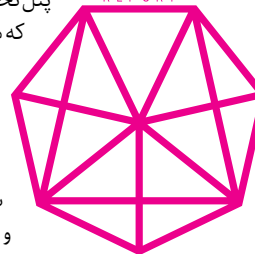
ارائه خدمات سرمایه‌گذاری و وام‌دهی

صرافی آنلاین ارز دیجیتال کوبینو در حالی در بیست‌وششمین نمایشگاه کامپ حضور داشت که به گفته مدیرعامل این شرکت، کوبینو قرار بود با ارائه برخی خدمات مالی نظیر سرمایه‌گذاری و وام‌دهی در قالب یک پلتفرم مالی و رمزارزی به فعالیت خود ادامه دهد. مدیرعامل کوبینو اولین حضور اکوسیستم رمزارزی کشور را در نمایشگاه کامپ مثبت ارزیابی می‌کند و معتقد است این حضور هرچند با حدود پنج درصد از ظرفیت اکوسیستم رمزارز کشور از لحاظ تعداد شرکت‌ها صورت گرفته، ولی می‌تواند سرآغاز اتفاقات مثبت در رگولاتوری رمزارز کشور باشد. جمشید عباس‌پور، مدیرعامل مجموعه کوبینو در حاشیه نمایشگاه کامپ در خصوص حضور در این نمایشگاه می‌گوید: «بعد از چند سال وقفه در برگزاری نمایشگاه کامپ امیدزادی نسبت به پیامدهای مثبت حضور در این نمایشگاه داریم؛ چراکه مورد استقبال بازدیدکنندگان و علاقه‌مندان قرار گرفت.» بنا بر توضیحات او، یکی از برنامه‌های ویژه کوبینو که از چند ماه گذشته در حال اجراست، خروج از ارائه خدمات صرف یک صرافی رمزارزی است و کوبینو قرار است پلتفرم خدمات مالی و رمزارزی باشد، نه صرفاً یک صرافی آنلاین ارز دیجیتال. مدیرعامل کوبینو در این خصوص توضیح می‌دهد که برای تبدیل شدن این صرافی به یک پلتفرم مالی و رمزارزی نقشه راه دقیقی برنامه‌ریزی شده که در مراحل اولیه شامل ۲۰ سرویس مشخص برای رونمایی تا پایان سال جاری است که به نوبت تا پایان سال ۱۴۰۲ رونمایی می‌شوند.



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم

گزارش
REPORT



پنل تخصصی با عنوان «اکوسیستمی که همه را غافلگیر کرد» با حضور مدیران عامل صرافی‌های رمزارز مطرح کشور در بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی کامپ برگزار شد. وضعیت کنونی بازار و اکوسیستم رمزارز ایران، روند رشد کسب‌وکارها و چالش‌ها و فرصت‌های این حوزه از محورهای اصلی گفت‌وگو در این پنل بود. امیرحسین راد، مدیرعامل نوبیتکس؛ محمد حکیمی، مدیرعامل رمزینکس؛ محمد قاسمی، مدیرعامل مزدکس؛ احسان مهدی‌زاده، قائم‌مقام والکس و امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت‌پین از شرکت‌کنندگان این پنل بودند.

ضریب نفوذ رمزارز در ایران بین ۱۰ تا ۱۲ درصد است

در ابتدای این نشست احسان مهدی‌زاده، قائم‌مقام والکس در پاسخ به این سؤال که چه فرصت‌هایی در برابر

اکوسیستم رمزارز ایران وجود دارد، گفت: «پرواضح است که در این چهار سال تا چه حد ضریب نفوذ اکوسیستم بالا رفته است.» او اضافه کرد: «شاید چهار سال قبل تعداد شرکت‌ها کم یا بزرگ‌تر بودند، اما اکنون به جرئت می‌توان گفت که کسب‌وکارهای رمزارزی از گستردگی و ضریب نفوذ قابل توجهی؛ چه در جهان و چه در داخل ایران برخوردار هستند.» او در ادامه افزود: «ضریب نفوذ رمزارز در جامعه ایران بین ۱۰ تا ۱۲ درصد و در ترکیه ۹ درصد است. اما نکته جالب توجه این است که با وجود آزادی عملی که در کشور همسایه وجود دارد، خدمات شرکت‌های ترک از کف استانداردهای ایران پایین‌تر است.»

محدودیت‌های رگولاتوری، به فرار سرمایه منجر می‌شود مهدی‌زاده مطرح کرد: «اما به دلیل عدم اعتماد به قانون‌گذاری در ایران، متأسفانه این سرمایه در سایر کشورها استفاده می‌شود.»

مهدی‌زاده تصریح کرد: «اگر مدیریت به گونه‌ای بود که حجم عمده معاملات ایرانیان به جای صرافی‌های خارجی



در ایران مارکت کپ سه هزار میلیاردی روزانه و ۱۵ میلیون کاربر رمزارزی داریم

در پنل «اکوسیستمی که همه را غافلگیر کرد» مطرح شد

در داخل انجام می‌گرفت، سرمایه قابل توجهی در کشور به گردش درمی‌آمد. باید توجه داشت که با روند فعلی در چهار سال آینده تجربه رشد چهار سال قبل را نخواهیم داشت و سؤال اینجاست در حوزه‌ای که رگولاتوری مطمئنی ندارد، چطور مالیات برای آن در نظر گرفته می‌شود.» مهدی‌زاده در تکمیل صحبت‌های خود در خصوص فرار سرمایه گفت: «سال ۲۰۱۷ در کره جنوبی رگولاتوری وجود نداشت و حجم بازار رمزارز این کشور در آن زمان، ۳/۵ میلیارد دلار بود، اما پس از تنظیم قوانین و افزایش نظارت‌ها در سال ۲۰۲۱، حجم ترید در این کشور ۸۳ درصد کاهش داشت؛ بنابراین هر زمان که محدودیت ایجاد شود، شاهد خروج سرمایه خواهیم بود.»

کسب‌وکارهای رمزارزی ستاره کامپ هستند

مهدی‌زاده با یادآوری ممنوعیت ماینینگ در دولت قبل گفت: «در دوره‌ای ماینینگ دلیل اصلی قطعی برق عنوان می‌شد، اما در نهایت مشخص شد میزانی که عنوان می‌شد، برق مصرف نمی‌شد. اما اگر در آن دوره چنین محدودیتی ایجاد نمی‌شد، وضعیت ایران در ارزآوری را



مدیرعامل آبان تتر مطرح کرد

امکان وام‌دهی رمزارزی برای همه کاربران این صرافی

از ظرفیت‌های نمایشگاه برای تعامل با سایر کسب‌وکارها و همچنین بخش‌های دولتی مطرح کرد: «ما در این نمایشگاه با مدیران بانک‌ها، نهادهای دولتی - حاکمیتی و قانون‌گذاری در خصوص چالش‌های کسب‌وکارمان گفت‌وگو داشتیم.»

او در خصوص محوریت گفت‌وگوها و تعاملات ایجاد شده در نمایشگاه ادامه داد: «ما مالیات فعالیت‌های اقتصادی خود را به دولت پرداخت می‌کنیم، اما در قبال آن انتظار خدمات و حمایت داریم. از آنجایی که تعریف روشنی از رمزارز و دارایی دیجیتال در کشور ما عنوان نشده، رگولاتور نیز نمی‌تواند امور مالیاتی این حوزه را روشن کند و این یکی از مطالبات ما در گفت‌وگو با نهادهای دولتی طی این نمایشگاه بوده است.»

او با اشاره به خروج سرمایه کاربران رمزارزی ایران به صرافی‌های خارجی مطرح کرد: «صحبت‌ها و تصمیمات اشتباه، موجب کوچ کاربران از پلتفرم‌های داخلی می‌شود و ریسک فعالیت کاربران در حوزه رمزارز را بالا می‌برد. عنوان شدن اخباری از جمله مالیات بر عایدی سرمایه شامل رمزارزها، یکی از مثال‌های اخیر در این خصوص است.»

تقویت ارتباطات B2B

فرهاد فلاح در خصوص علت حضور آبان تتر در بیست‌وششمین دوره از الکامپ مطرح کرد: «مهم‌ترین علت ما برای حضور در این رویداد، تقویت ارتباطات B2B بوده است. با توجه به وقفه ایجاد شده در برگزاری این نمایشگاه و زمان آن، عمده حاضران این نمایشگاه همان کسب‌وکارها هستند و هدف ما نیز از حضور در الکامپ، آشنایی و تعامل بیشتر با این مجموعه‌ها و شناسایی فرصت‌های همکاری بود.»

فلاح در ادامه اشاره کرد که آبان تتر بازخوردهای مثبتی از تعاملات با کسب‌وکارهای حاضر در الکامپ داشته و طبق صحبت‌های اولیه در خصوص قراردادهای همکاری، به توافق رسمی نزدیک شده است.

صرافی رمزارز آبان تتر در بیست‌وششمین دوره از نمایشگاه الکامپ اعلام کرد که در نظر دارد وام‌دهی رمزارزی از طریق وثیقه‌گذاری ارزهای دیجیتال را در اختیار همه کاربران خود قرار دهد. آبان تتر یک صرافی آنلاین رمزارز است که بیش از ۴۰۰ ارز را به صورت بیست‌وچهارساعته در هفت روز هفته، پشتیبانی می‌کند. آبان تتر همچنین خدمات خرید و فروش ارز دیجیتال را به صورت حضوری نیز ارائه می‌دهد.

فرهاد فلاح، مدیرعامل آبان تتر در خصوص اولین حضور جدی رمزارزها در الکامپ و پذیرش این کسب‌وکارهای رمزارزی گفت: «رشد کسب‌وکارهای رمزارزی از جمله صرافی‌ها در طول دوره کرونا سرعت گرفت و در آن دوره، نمایشگاه الکامپ برگزار نشد. گمان می‌کنم اگر در سال‌های پیش هم این نمایشگاه برگزار می‌شد، می‌توانستیم شاهد حضور رمزارزی‌ها باشیم.»

فلاح ادامه داد: «سؤال این است که آیا حضور جدی رمزارزها در الکامپ، به معنای رسمیت بخشیدن به آن است؟» به گفته فلاح، فناوری‌های جدید غالباً با نوعی بدبینی عمومی همراه است؛ اما فناوری به تدریج مسیر خود را باز کرده و در زندگی عموم افراد جا می‌افتد، مثل همان اتفاقی که برای اینترنت افتاد. او ادامه داد: «حوزه رمزارز و بلاکچین، نوپا و جدید است و پروژه‌های کلاهبرداری مختلفی در آنها ایجاد می‌شود، اما این به معنای اشتباه و بد بودن کل صنعت بلاکچین نیست.»

مدیرعامل صرافی رمزارز آبان تتر در ادامه اضافه کرد: «زمانی که فناوری و صنعت مالی جدیدی ایجاد می‌شود، با نوعی مخالفت همراه است. بنابراین حضور در الکامپ را به معنای رسمیت بخشیدن به این حوزه نمی‌دانم، اما حاکمیت‌ها در نهایت نمی‌توانند با ورود فناوری مخالفت و از آن مانع کنند.»

الکامپ، فرصتی برای بیان دغدغه‌ها

مدیرعامل آبان تتر در خصوص استفاده

دیگری ورود سازمان‌های سنتی به این حوزه است.»

صرافی‌های داخلی در بحث زیرساخت نه تنها دست کمی از بسترهای خارجی ندارند، بلکه بهتر هم هستند

امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت‌پین در بخش دیگری از این نشست در پاسخ به این سؤال که آیا بزرگ‌نمایی در نحوه فعالیت پلتفرم‌های تبادل باعث نشده که توقع از آنها نیز در بحث‌هایی مانند مبارزه با پول شویی و کشف تقلب افزایش پیدا کند، گفت: «شواهد نشان می‌دهد که این پلتفرم‌ها نه تنها آسیب‌زا نیستند، بلکه توزیع ثروت را فقط برای خود انجام نمی‌دهند.» مردانی ادامه داد: «در واقع بازار رمزارزی ایران چند بخش است که ۵۰ درصد در داخل و ۵۰ درصد در خارج از ایران وجود دارد. یعنی در نبود پلتفرم‌های داخلی این ۵۰ درصد نیز به خارج از کشور می‌روند که هیچ محدودیت و نظارتی از داخل روی آن وجود ندارد.» او در ادامه افزود: «این یک واقعیت است که در بحث زیرساخت نه تنها دست کمی از بسترهای خارجی نداریم، بلکه بهتر هم هستیم. هدف ما سود کسب‌وکار در راستای منافع ملی است و در بحث قانونی مانند حساب‌های اجاره‌ای و... نیز در حال کمک به سیستم قضایی هستیم و سرخ‌ها را از صرافی‌های رمزارز به دست پلیس فتا می‌رسانیم.»

بازار رمزارز ایران ۱۵ میلیون کاربر دارد

مردانی همچنین در پاسخ به این سؤال که صرافی‌های ایرانی تا چه حد ظرفیت جذب کاربر دارند، گفت: «ما در حال حاضر از کلمه صرافی عبور کرده‌ایم و خدمات مالی که این اکوسیستم ارائه می‌دهد، بسیار متفاوت است.» مردانی اضافه کرد: «اگر ما بتوانیم این فضا را به فضای بانکداری متصل کنیم و کریپتوبانک‌ها را شکل دهیم، دایره مخاطبان ما می‌تواند به ۸۰ میلیون نفر برسد و فضا برای نقل و انتقالات بین‌المللی به خصوص برای صنایع را فراهم کند. اما در حال حاضر حدود ۱۵ میلیون نفر در ایران درگیر بازار رمزارز هستند.»

سرویس‌های جدیدی که کسب‌وکارهای رمزارزی می‌توانند ارائه دهند

محمد حکیمی، مدیرعامل رمزینکس در خصوص ظرفیت‌های پیش روی کسب‌وکارهای رمزارزی در ایران گفت: «اگرچه ما یک نگاه خصوصی هستیم، اما هدف، خلق ارزشی است که ایرانی‌ها و غیرایرانی‌ها در فضای رقابتی بین‌المللی بتوانند از آن استفاده کنند. ما در حال رقابت با صرافی‌های خارجی هستیم و در این فضا خلق ارزش می‌کنیم.» او در ادامه افزود: «در ظرفیت ایجاد شده یک سرویس ۲۴ ساعته در دسترس کاربران قرار می‌گیرد، اما برای رفع نیازمندی‌های دولت و مردم باز هم جای کار وجود دارد. مثل پرداخت وام که در سیستم بانکی بسیار زمان‌بر است، اما در کسب‌وکار رمزارزی این اقدام بسیار سریع و حتی بدون نیاز به ضامن پرداخت می‌شود.»

حکیمی همچنین در خصوص اندازه بازار رمزارز در ایران و پیش‌بینی آینده گفت: «اندازه حدودی بازار ایران سه هزار میلیارد تومان حجم معاملات روزانه یا حجم مارکت‌کپ ایران است، اما با وجود شرایط حاکم پیش‌بینی آینده بسیار سخت است، ولی واقعیت آن است که در شرایط تحریم ما می‌توانیم هزینه‌های زیاد کاربران ایرانی برای خریدهای خارجی را کاهش دهیم.»

متحول می‌کرد.»

او اضافه کرد: «اما در تمام این دوران، استقبال مردم به دلیل شرایط تورمی در کشور نسبت به بازار رمزارز بیشتر شد. بنابراین اگر در این دوره عنوان می‌شود که کسب‌وکارهای رمزارزی ستاره الکامپ هستند، در حال حاضر نه تنها در ایران، بلکه در سایر نقاط دنیا در نمایشگاه‌هایی که برگزار می‌شود، صرافی‌های رمزارزی ستاره‌های این رویدادها هستند.»

رشد اکوسیستم رمزارزی، دولت را از تصمیمات سلبی به محدودیت و نظارت سوق داده است

در بخش دیگری از این نشست امیرحسین راد، مدیرعامل نوبیتکس در خصوص فرصت‌ها و چالش‌هایی که پیش روی اکوسیستم رمزارزی ایران وجود دارد، گفت: «در خصوص چالش‌هایی که در آینده ممکن است برای صرافی‌های رمزارزی وجود داشته باشد، اگر به گذشته بنگریم، سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ نمی‌دانستیم که صرافی‌ها وجود خواهند داشت یا خیر و این نگرانی به شدت وجود داشت.»

راد اضافه کرد: «اما هرچه جلوتر رفتیم کانال‌های ارتباطی با بدنه دولت و مجلس شکل گرفت و دغدغه‌ها و نیازها مورد گفت‌وگو قرار گرفت.»

راد ادامه داد: «با بزرگ شدن اکوسیستم رمزارز، اتفاق نظری در دولت به وجود آمد که دست به تصمیمات سلبی نزنند. در واقع نگاه‌ها از دیده حذف، به سمت محدودیت و نظارت بیشتر چرخیده که از جمله آن می‌توان به نظارت بیشتر بر درگاه‌های ورود پول اشاره کرد.»

محدودیت‌ها، فعالیت رمزارزی را زیرزمینی یا برون مرزی می‌کند

راد در ادامه هشدار داد: «اگر محدودیت‌ها از حدی بیشتر شود، این ریسک وجود دارد که سرمایه از پلتفرم‌های بومی فرار کند و به سمت پلتفرم‌های زیرزمینی و خارجی برود.»

امیرحسین راد، مدیرعامل شرکت نوبیتکس در خصوص آسیب‌هایی که محدودیت‌های رگولاتوری به این کسب‌وکارها وارد می‌کند نیز افزود: «اتفاقی مانند محدودیت ۲۵ میلیون تومان برای جلوگیری از خروج ارز در صرافی‌های دیجیتال آسیب‌زننده است و همین حالا هم به کسب‌وکارها آسیب زده، اما به‌رحال مشتری راه خود را پیدا می‌کند.»

بلاکچین هنوز واقعاً غیرمتمرکز نشده است

او یادآور شد: «از چهار سال قبل تاکنون شرکت‌هایی می‌بینم که اصلاً وجود نداشته‌اند یا کوچک بوده‌اند؛ مانند بایننس که ناگهان به بزرگ‌ترین صرافی رمزارزی جهان تبدیل شد، اما اگر از نگاه پیش‌بینی آینده به موضوع نگاه کنیم، دو ترند اصلی وجود دارد.»

راد در خصوص این دو ترند گفت: «یکی بحث بلاکچین است که هنوز غیرمتمرکز واقعی نشده و حوزه دیگر هوش مصنوعی است که طبیعتاً سرمایه‌های زیادی را به خود جذب خواهد کرد. شاید در سال آینده از این حوزه‌ها حمایت شود، زیرا در صورت عدم حمایت سرمایه‌های این حوزه به خارج از کشور فرار خواهند کرد.»

او اضافه کرد: «خاطرمان باشد، کریپتو هرچه بیشتر با زندگی مردم عجین شود، اتفاقات خوبی برای مردم رقم می‌زند و دو اقدام باید در این زمینه رخ دهد؛ یکی بحث پرداخت‌ها و



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم





حضور اپراتور دولت الکترونیک آستان در الکامپ معرفی سرویس های بدنه دولت الکترونیک

شرکت «آستان» به عنوان اپراتور مستقل و خصوصی دارای مجوز از سازمان فناوری اطلاعات در غرضه سازمان فناوری اطلاعات واقع در طبقه اول سالن خلیج فارس نمایشگاه الکامپ با هدف معرفی خدمات دولت الکترونیک حاضر شده بود.

به گفته نیما خادمزاده، مدیر فروش شرکت نوآوران توسن، این شرکت با اتکا بر تجربه بیش از ۱۰ ساله مجموعه توسن در زمینه ارائه خدمات و سرویس های استعلامی دولت الکترونیک فعالیت می کند. ماحصل حضور توسن در این ۱۰ سال، بیش از چهار میلیارد تراکنش در سال بین دستگاه های دولتی و غیردولتی بوده است. آستان امیدوار است بتواند با بهره گیری از این تجربه و وظیفه و رسالت برقراری ارتباط میان درگاه عمومی مرکز تبادل اطلاعات دولت موسوم به PGSB را با بخش خصوصی به انجام برساند. او می گوید: «هدف اصلی آستان برای حضور در نمایشگاه الکامپ، معرفی شرکت به فعالان جدید فضای فناوری اطلاعات کشور و همچنین ارائه سرویس های جدید درگاه دولت الکترونیک برای تعامل بیشتر با فعالان این حوزه بود.» خادمزاده ادامه داد: «قصد داریم نویدبخش این باشیم که با گسترش سرویس های استعلامی دولت الکترونیک، تعاملات اقتصادی در کشور را شفاف تر، کارا تر و دقیق تر کنیم.»



گزارش



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



درک درستی از صنعت لجستیک وجود ندارد

پنل «از گاراژداری تا لست مایل دلیوری: راهی که لجستیک طی کرد...» برگزار شد

بیست و ششمین نمایشگاه بین المللی الکامپ در نخستین روز بازگشایی خود شاهد برگزاری پنل «از گاراژداری تا لست مایل دلیوری: راهی که لجستیک طی کرد...» در استیج الکامپ بود. حاضران در این پنل که از مدیران کسب و کارهای لجستیکی بودند، همگی بر این باور بودند که هنوز در کشور درک درستی از صنعت لجستیک شکل نگرفته است. همچنین این حاضران تأکید کردند فرهنگ استفاده از سرویس های لجستیکی هم در کشور جا نیفتاده است.

در این پنل اعلام شد آن چیزی که به عنوان سیستم پستی در دنیا مطرح است، با ایران کاملاً تفاوت دارد و صنعت پستی در ایران چیزی جز گاراژداری نیست و در این صنعت دهه ها از دنیا عقب هستیم. همچنین یکی دیگر از مواردی که در این پنل به آن اشاره شد، این موضوع بود که کسب و کارها درک و علم درستی از مفهوم و صنعت لجستیک ندارند و در این فرایند دچار خطا می شوند.

◀ نگاه جزیره ای به لجستیک وجود دارد
ایمان ضیایی، مدیرعامل «مزبار» با تأکید بر اینکه نگاه جزیره ای به صنعت لجستیک وجود دارد و معضل

به گفته رضایانه، پلتفرم دیجیتال پاد دو پایه اصلی دارد؛ یک احراز هویت دیجیتال و دوم کیف پول. محصولات گروه سرزمین هوشمند پاد تحت عنوان های ویباد، مانامان، پادباکس، کیدزی، آوند، پادیوم، پلی پاد، لاماسو، پادفرم، پی پاد، پابل، هرمینا، توکا، نشان، پادرو، پاداسپیس، داشبور، پادمارت، کلاسور و اتز در بازار مشغول به فعالیت هستند. مدیرعامل سرزمین هوشمند پاد درباره برگزاری الکامپ می گوید: «وقفه چهار ساله مسلماً باعث ایجاد مشکلاتی می شود؛ اما اجرایی شدن دوباره نمایشگاه به تقویت روحیه برای بخش فناوری اطلاعات منتهی می شود. مخصوصاً با اتفاقاتی که در سال گذشته برای شرکت های حوزه فناوری در حوزه اینترنت پیش آمد،

سرزمین هوشمند پاد، به عنوان یک پلتفرم دیجیتال با رونمایی و معرفی چندین محصول در بیست و ششمین دوره نمایشگاه الکامپ حضور داشت. حمیدرضا رضایانه، مدیرعامل سرزمین هوشمند پاد درباره حضور این گروه در الکامپ می گوید: «تمام محصولاتی که به نمایشگاه آورده بودیم، به صورت یکپارچه زیر پرچم سرزمین هوشمند پاد رونمایی شد.» محصولات این گروه در حوزه های متنوعی به صورت مستقیم به کسب و کارها و به صورت غیرمستقیم به مردم خدمات ارائه می دهند. خدمات مالی و بانکی، کودک و خانواده، گردشگری، لجستیک، سلامت، مسکن، مدیریت اسناد و حوزه حقوقی از جمله این خدمات هستند.

مدیرعامل سرزمین هوشمند
پاد توضیح داد
رونمایی از
محصولات پاد
زیر پرچم





گفت‌وگو با مدیرعامل نیکو کیوسک
درباره محصولاتی که در کامپی ارائه دادند

۱۵ راهکار سلف سرویس برای کسب‌وکارها

اینکه قیمت سخت‌افزارها هر روز در بازار ایران در حال افزایش است و بسیاری از کسب‌وکارها با وجود داشتن نیاز، امکان خرید آنها را ندارند، در این نمایشگاه از محصولی رونمایی کردیم که «صندوق یار» یا «میکروکیوسک» نام دارد. در این محصول که همان خدمات را حتی با کیفیت بهتری ارائه می‌دهد، سعی کرده‌ایم هزینه را تا یک سوم برای خریدار کاهش دهیم.»

اعتصامی درباره تجربه حضور در رویداد کامپی عنوان کرد: «بسیاری از کسب‌وکارها و پلتفرم‌های آنلاین با راهکارهایی که ما می‌توانیم برایشان داشته باشیم، آشنا نیستند. برای پلتفرم‌های آنلاین کیوسک یک نقطه مواجهه برند با مشتری است که تازگی دارد و به واسطه آن کسب‌وکارهای آنلاین می‌توانند مخاطب دیجیتال خود را در یک فضای فیزیکی جذب کنند. در حال حاضر این مزیت

در دنیا بسیار مورد توجه قرار گرفته، اما در ایران مغفول مانده است. می‌توانم بگویم رسالت ما فرهنگ‌سازی این موضوع است که سلف سرویس چه اندازه می‌تواند به مردم و کسب‌وکارها کمک کند.»

او درباره یکی دیگر از محصولاتی که در این نمایشگاه ارائه شد، اضافه کرد: «ما قبل از کرونا محصولی به نام پاورتاتک تولید کردیم که به دلیل بروز همه‌گیری متوقف شد. کامپی فرصتی بود که این محصول را معرفی کنیم. این محصول شامل یک دیجیتال ساینیج، پلتفرم پرداخت و بخشی برای شارژ گوشی‌های همراه بوده و کار کردن با آن نسبت به پاورتاتک‌ها ساده‌تر است. همچنین این محصول یک پنل سی‌ام‌اس دارد که این امکان را فراهم می‌کند تا محتوای مناسب با محیطی که دستگاه در آن قرار گرفته، ارائه شود.»

حضور شرکت‌های پرداختی در نمایشگاه کامپی چندان پررنگ نبود، اما با این حال برخی شرکت‌های فعال در حوزه پرداخت در این نمایشگاه حضور داشتند. شرکت فرآیند آفرینش مهستان (نیکو) از جمله این شرکت‌ها بود که از سال ۹۴ با کیوسک‌های سلف سرویس خدمات پرداخت به نوعی جزو کسب‌وکارهای صنعت پرداخت محسوب می‌شود. نیکو در کامپی ۱۵ راهکار سلف سرویس که ترکیبی از نرم‌افزار و سخت‌افزار است، معرفی کرده است. به گفته سید مرتضی اعتصامی، مدیرعامل نیکو در سال‌های اولیه این شرکت با چالش‌های بسیاری مواجه بوده و حتی چند بار تا مرز متوقف کردن کسب‌وکار خود پیش رفته بود، اما به هر حال توانست بحران‌های خود را پشت سر گذارد. اعتصامی درباره خدمات این مجموعه گفت: «در ابتدای فعالیت مان در حوزه ارائه این سرویس در رستوران‌ها و فست‌فودها متوجه شدیم کیوسک‌ها به یک نرم‌افزار مدیریت نیاز دارند و توانستیم خودمان آن را طراحی کنیم. در ادامه با پی‌اس‌پی‌ها آشنا شدیم و توانستیم مدل کسب‌وکاری خود را پیدا کنیم و در نتیجه مزیت اصلی کیوسک و اینکه چه مشتریانی می‌توانند از آن استفاده کنند، مشخص شد. در واقع پی‌اس‌پی‌ها خودشان برای همکاری به سراغ نیکو آمدند. پس از بررسی آنها، در یک انتخاب درست با سامان کیش به صورت انحصاری وارد همکاری شدیم. این همکاری باعث شد سرعت ورود به بازار و رشد ما افزایش یابد.»

به گفته او، نیکو در حال حاضر با مجموعه‌های «به پرداخت»، «سداد»، «پارسیان» و «پرداخت نوین» هم وارد همکاری شده است. اعتصامی با اشاره به اینکه در این دوره از کامپی با بیش از ۱۵ راهکار سلف سرویس حضور پیدا کرده بودند، ادامه داد: «منظور ما از راهکار، ترکیبی از نرم‌افزار و سخت‌افزار است که پاسخگوی نیازی در بازار باشد. با توجه به

نهایی برای استفاده از سرویس‌های متناسب با هزینه‌ای است که پرداخت می‌کند. زمانی که کنترل روی قیمت وجود دارد و کاربر عادت به هزینه کردن ندارد و با توجه به بازار رقابتی ظرفیت برای گسترش سطح خدمات نیست، اتفاقی می‌افتد که اکنون شاهد آن هستیم.» پوربزشک تأکید کرد: «لجستیک هم در خرید آنلاین و هم در فروش آنلاین به یک فرهنگ تبدیل خواهد شد. این دو فرهنگ اگر همدیگر را در گذر زمان بشناسند، هم سطح خدمت و هم هزینه با هم هماهنگ می‌شود و نکته مهم در این عرصه، وجود رقابت در سطح سرویس‌هاست.»

بیش از ۸۵ درصد بار پستی کشور روی دوش اتوبوس‌هاست

بابک عقیلی نسب، مدیرعامل «پستکس» در این پنل با تأکید بر این نکته که آنچه در ایران به عنوان سیستم پستی دنیا مطرح است، چیزی جز گاراژداری نیست و دهه‌ها از دنیا عقب هستیم، گفت: «در حال حاضر بالای ۸۵ درصد بار پستی ایران بر دوش اتوبوس‌هاست؛ یعنی همان گاراژداری. در سیستم پستی ما نسل گاراژداری در حال

فرهنگ استفاده از سرویس لجستیک در مرحله‌ای است که مدیر فروشگاه‌های اینترنتی را آگاه کنیم که چه سرویس‌های لجستیکی وجود دارد

پیشروی است.» او ادامه داد: «لازم است به این نکته توجه کنیم که هم‌اکنون چند درصد از مجموعه‌های پستی فعال در بستر پستی کشور با استانداردهای لازم مرسولات پستی را به دست مشتری یا کاربر می‌رسانند.» از سوی دیگر مهرداد ملک محمدی، مدیرعامل «تاپین» درباره اکوسیستم لجستیکی خاطرنشان کرد: «فرهنگ استفاده از سرویس لجستیک در مرحله‌ای است که مدیر فروشگاه‌های اینترنتی را آگاه کنیم که چه سرویس‌های لجستیکی وجود دارد. در کشور اکوسیستم جالبی از شرکت‌های حمل‌ونقل داریم و سرویس‌های متنوع انبارداری وجود دارد. مشکل ما این است که هنوز نتوانسته‌ایم اکوسیستم صنعت لجستیک را به کسب‌وکارها نشان دهیم. به همین خاطر نمی‌توانیم از مردم انتظار داشته باشیم از ما در آن سطح خدمات بخواهند.»

ملک محمدی ادامه داد: «به عنوان مدیر فروشگاه اینترنتی آگاهی لازم را نسبت به سرویس‌های ارائه کالا به مشتری نداریم. وقتی استفاده به سمت اکوسیستم سوق یابد، آن هنگام می‌توانیم سطح خدمات را بالا ببریم و باید این اتفاق رخ دهد.»

بزرگ این صنعت به شمار می‌رود، گفت: «هم‌اکنون استارت‌آپ‌های تجارت الکترونیک از نبود نظارت و ضعف زیرساخت‌های مهم در صنعت لجستیک رنج می‌برند. ۱۵،۱۴ سال آینده لجستیک دیگر دغدغه نیست؛ چراکه لجستیک به تنهایی هیچ مفهومی در هیچ جایی ندارد و موضوع مهم قابل بحث «زنجیره تأمین» است و پاشنه آشیل هر فروشگاه اینترنتی، لجستیک.» علیشاد اعتصامی، مدیرعامل دیجی‌اکسپرس نیز در این باره گفت: «دیجی‌اکسپرس بازوی لجستیکی دیجی‌کالا است و استراتژی دیجی‌کالا، رونق بخشیدن به حوزه کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک است.» او ادامه داد: «پاشنه آشیل هر فروشگاه اینترنتی لجستیک است و قسمت سخت ماجرا زمانی است که کالا از تأمین‌کننده دریافت و به خریدار تحویل داده می‌شود. شبکه لجستیکی دیجی‌اکسپرس در حال حاضر ۸۰ درصد جمعیت ایران را پوشش می‌دهد و ۲۰ درصد دیگر هم از طریق شرکت‌هایی که با دیجی‌اکسپرس در حال همکاری هستند، پوشش داده می‌شوند.»

مدیرعامل دیجی‌اکسپرس با تأکید بر اینکه به این حوزه وارد شدید تا بتوانیم به اکوسیستم لجستیک کمک کنیم، توضیح داد: «آمازون از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۱ توانست سهم خود را در تجارت الکترونیک از ۴ درصد به ۸ درصد ارتقا دهد و این را مدیون لجستیک توانمند مبتنی بر فناوری دیجیتال، هوش مصنوعی و سرویس‌های متنوع برای مشتری است.»

کسب‌وکارها درک درستی از صنعت لجستیک ندارند

پشوتن پورپزشک، مدیرعامل «پادرو» هم در این پنل با اشاره به بزرگ‌ترین خطای صنعت لجستیک در کشور اذعان داشت: «وقتی تجارت الکترونیک در حال گسترش است، با درخواست‌های متنوع کاربر جهت دریافت کالا، کسب‌وکارها دچار مشکل می‌شوند. در این شرایط وقتی کاربر ناراضی می‌شود، منشاء نارضایتی‌اش کالا نیست، بلکه لجستیک است. علت اصلی این است که کسب‌وکارها درک و علم درستی از مفهوم و صنعت لجستیک ندارند و در این فرایند دچار خطا می‌شوند.»

مدیرعامل پادرو تشریح کرد: «لجستیک مثلثی است که سه ضلع آن هزینه، سطح خدمت و فرهنگ کاربری آن سرویس است. آنچه امروزه وجود ندارد عادت کاربر

برگزاری این نمایشگاه باعث شد شرایط بهبود پیدا کند.» به گفته رضایانه، در کامپی امسال اکثر شرکت‌های فضای فناوری اطلاعات و فین‌تک حضور پیدا کرده بودند؛ اما فعالیت‌های گروه مالی پاسارگاد از جنس فنی و تکثر محصولات از سایر کسب‌وکارها جداست، با این وجود حضور سایر کسب‌وکارها کمک می‌کند که این بازار جدی‌تر و کیک آن بزرگ‌تر باشد. رضایانه بیان کرد: «شبکه‌سازی تنها یکی از خاصیت‌های نمایشگاه برای ماست. در گام بعدی معرفی محصولات به صورت یکپارچه به عنوان زیرمجموعه‌های سرزمین هوشمند پاد برای ما از این جهت اهمیت دارد که بتوانیم این موضوع را جابیندازیم که ما یک مجموعه هستیم.»



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم





زارع پور عنوان کرد: شرایط اینترنت رو به بهبود است

به تازگی رئیس جمهوری کارگروهی متشکل از مرکز ملی فضای مجازی و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات را مأمور بررسی کندی اینترنت کرده است. حالا این کارگروه جدید در حالی قرار است وضعیت کندی اینترنت را بررسی کند که وزیر ارتباطات پیوسته اعلام می‌کند که وضعیت اینترنت و سرعت آن با توجه به گزارش‌های جهانی مناسب است.

در همین زمینه او هشتم تیرماه به همراه محمد مخبر، معاون اول رئیس جمهوری در حاشیه اختتامیه الکامپ بیست و ششم در پاسخ به خبرنگاران در مورد کندی اینترنت گفت که شرایط اینترنت رو به بهبود است. زارع پور کندی‌های احتمالی در این زمینه را هم به گردن عدم سرمایه‌گذاری در دوره‌های گذشته انداخته و اعلام کرد: «حدود ۱۵ سال است در حوزه اینترنت ثابت سرمایه‌گذاری صورت نگرفته و از این جهت عقب مانده‌ایم. طبق آمار سایت‌های سنجش سرعت نیز بین ۱۹۰ کشور همیشه جزو کشورهای ۱۴۰ تا ۱۵۰ بودیم، انشاء الله با پروژه فیبر نوری می‌توانیم سرعت‌ها را بهبود ببخشیم و وضعیت را بهتر کنیم.»

او ادامه داد: «ما نسبت به گذشته هیچ وقت عقب‌گرد نداشتیم، اما نسبت به آنچه که باید باشیم، عقب هستیم و شبانه‌روز تلاش می‌کنیم تا بتوانیم سرعتی را که شایسته مردم است، فراهم کنیم.» او تأکید کرده است که در نمایشگاه الکامپ بیست و ششم شرکت‌های مختلفی هستند که در پروژه فیبر نوری و نسل پنجم فعالیت می‌کنند و اینها مسیرهایی است که وزارت ارتباطات دنبال می‌کند تا سرعت‌های بالا را برای مردم فراهم کند.



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم







مدیرعامل هلدینگ تفتا از حضور در الکامپ می‌گوید

معرفی خدمات جدید نوآورانه و توسعه شبکه همکاران

بسیست و ششمین نمایشگاه الکامپ از چهارم تیرماه به مدت پنج روز برگزار شد. در این نمایشگاه بیش از ۴۸۰ شرکت حضور داشتند. یکی از این مجموعه‌ها، تفتا، هلدینگ فناوری اطلاعات بانک تجارت بود. این هلدینگ به همراه شرکت‌های زیرمجموعه خود حاضر شد تا هم از محصولات جدید و نوآورانه خود رونمایی کند و هم سبد خدمات هلدینگ را به نمایش بگذارد.

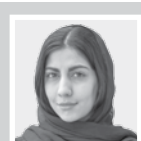
بر اساس گفته‌های محمد فرجود، مدیرعامل تفتا، شرکت‌های هلدینگ تفتا، در زمینه‌های نرم‌افزار و سخت‌افزار، بانکداری باز، یکپارچه‌سازی خدمات مالی، بانکداری دیجیتال، مدیریت داده، توسعه زیرساخت، امنیت سایبری و راهکارهای مدیریت اعتبار وام و به‌طور کلی ارائه خدمات فین‌تکی فعالیت دارند.

در این نمایشگاه بیش از ۱۲ محصول و خدمت توسط تفتا معرفی شد. فرجود با اشاره به اینکه شرکت پرداختی آنها به نام کارت اعتباری ایران کیش از پلتفرمی به نام تی‌بی‌پلاس رونمایی کرد، گفت: «تی‌بی‌پلاس با ایجاد شبکه منحصر به فرد، شرایط تسهیل شده‌ای از خرید را در اختیار فروشندگان کالا و خدمات قرار می‌دهد. در این سامانه تأمین‌کنندگان محصول می‌توانند مشتریان کلان خود را به بانک معرفی و از طریق شعب بانک، امکان دریافت اعتبار جهت خرید اعتباری را برای آنها مهیا کنند.»

فرجود گفت: «ریال دیجیتال و پرداخت بدون کارت هم دو خدمت دیگر ایران کیش است. همچنین شرکت سیم‌رگ متولی سرویس‌های دیجیتال از پلتفرم بانکداری باز خود به نام «آرک» رونمایی کرد و به معرفی «باجت» پرداخت.»



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



غزل یگانگی

ghazal28yeganehi@gmail.com



بهبود تجربه مشتری معطوف به رگولاتور نیست

در پنل راهکارهای بهبود تجربه مشتری در صنعت بانکداری مطرح شد

می‌کند، باید بپذیرد که در صنعت قانونمند کار می‌کند، پس نباید مقوله تجربه مشتری به تجربه الکترونیکی و نهادهای رگولاتوری ربط داده شود.»

فراهانی با بیان اینکه یک بنگاه در بخش خصوصی مجاز به انجام هر کاری به غیر از اقدامات غیرقانونی است، گفت: «بخش دولتی باید فقط در چهارچوب کارهای تکلیفی فعالیت کند؛ بنابراین کار رگولاتور باید مشخص کردن نبایدها باشد، نه بایددها.»

رئیس مرکز تحقیقات و تحول استراتژیک بانک ملت، حرکت به سمت بانکداری الکترونیک برای بعضی از بانک‌ها را الزام و برای آنها که اولین بودند، یک انتخاب برشمرد و افزود: «در اینکه بانکداری الکترونیک کاهش هزینه‌ها را برای بانک‌ها در پی دارد، شکی نیست، اما در ابتدای فعالیت در حوزه دیجیتال هزینه‌های صف و ستاد و تشکیلات افزایش می‌یابد.»

ورضا قنبرزاده، مدیر امور تحقیقات و توسعه بازار بانک شهر و با مدیریت مهرک محمودی سردبیر ماهنامه پیوست در استیج الکامپ سالن ۴۴ برگزار شد.

در ابتدای این پنل علیرضا جلالی فراهانی، رئیس مرکز تحقیقات و تحول استراتژیک بانک ملت با اشاره به موضوع پنل اظهار داشت: «فارغ از نوع فعالیت تخصصی و عمومی، بانک‌ها با تعریف تیپ‌های مختلف بر اساس زیربخش‌های موجود به مشتریان تخصصی و عمومی خدمات ارائه می‌دهند و مشتری این حق را دارد که کدام بانک را انتخاب کند. باید توجه داشت که قوانین بالادستی اجازه عدم ارائه خدمات به مشتری را نمی‌دهد و مشتری بسته به نوع خدمت مورد نیازش بانک عمومی یا تخصصی را انتخاب می‌کند.»

او با اشاره به نسبت منافع بانک به خدمات الکترونیکی بیان کرد: «کسی که در صنعت بانکی ایران فعالیت

موضوع «راهکارهای بهبود تجربه مشتری در صنعت بانکداری» در استیج الکامپ مورد بحث و بررسی قرار گرفت و کارشناسان بر هماهنگی رگولاتور و بنگاه‌ها در راستای افزایش و تسهیل خدمات به مشتریان اتفاق نظر داشتند.

در سومین روز نمایشگاه بین‌المللی الکامپ، پنلی تخصصی با موضوع «راهکارهای بهبود تجربه مشتری در صنعت بانکداری» با حضور حمیدرضا احمدیان، عضو هیئت‌مدیره شرکت شاپرک؛ علیرضا جلالی فراهانی، رئیس مرکز تحقیقات و تحول استراتژیک بانک ملت





گفت‌وگو با مدیرعامل ایرانسل درباره سرویس‌های جدید این اپراتور در ال‌کامپ ۲۶

تمرکز ما روی توسعه 5G و فیبر نوری است

پروژه می‌گوید: «فیبر نوری از دیگر پروژه‌های جدید ماست و در این زمینه تفاهم‌نامه‌ای با وزارت ارتباطات به امضا رسانده‌ایم که بر اساس آن پنج میلیون پورت فیبر نوری در کشور اجرا می‌شود.»

ارائه سرویس‌های جدید در ال‌کامپ

مدیرعامل ایرانسل از سرویس‌های «واکه»، APN و VPN سازمانی و مدیریت ناوگان به‌عنوان محصولاتی نام برد که در حوزه کسب‌وکارهای سازمانی در نمایشگاه ال‌کامپ از سوی این اپراتور ارائه شد. همچنین پلتفرم VOD ایرانسل و «موبایل کانکت» برای احراز هویت یکتا بر اساس گوشی همراه، از دیگر محصولات ایرانسل بودند.

او اعلام کرد: «ایرانسل یک سرویس AOD (درخواست موزیک) نیز آماده کرده که به‌زودی راه‌اندازی خواهد شد. همچنین سرویس ویلته (VILTE) که یک سرویس تماس تصویری روی شبکه LTE اپراتور است از دیگر سرویس‌هایی است که در این نمایشگاه رونمایی شد.»

عباسی با اشاره به اینکه هوش مصنوعی به چند طریق می‌تواند در سرویس‌های یک اپراتور مورد استفاده قرار گیرد، اضافه کرد: «در حال حاضر با استفاده از هوش مصنوعی، مرکز تماس ما مجهز به یک دستیار هوشمند شده که بخشی از پاسخ‌ها را به‌صورت خودکار به مشترکان ارائه می‌دهد و روزبه‌روز ارتقا می‌یابد.»

همکاری با استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مدیرعامل اپراتور ایرانسل درباره تعامل این مجموعه با دیگر شرکت‌ها گفت: «ما برخی نیازهای خود را از طریق شرکت‌های داخلی تأمین می‌کنیم. این رویداد این فرصت را به ما می‌دهد که با این شرکت‌ها به‌صورت نزدیک تعامل و ارتباط داشته باشیم. مسائل‌شان را بشنویم و با خدمات و محصولات جدیدشان آشنا شویم. همچنین طی این تعامل نیازهای خود را با این شرکت‌ها مطرح می‌کنیم.»

یکی از شرکت‌هایی که در اکثر نمایشگاه‌های مربوط به حوزه ICT حضور پررنگی دارند، اپراتورهای تلفن همراه هستند. همراه اول، ایرانسل و رایتل از جمله شرکت‌هایی بودند که امسال در بیست‌وششمین نمایشگاه ال‌کامپ پرشورتر از گذشته حاضر شدند.

این نمایشگاه با تست سرعت فیبر نوری ایرانسل توسط وزیر ارتباطات رسماً آغاز به کار کرد و سرعتی در حدود یک گیگابیتی را نشان داد.

اما جذابیت حضور اپراتورها در نمایشگاه ال‌کامپ چیست؟ «بیژن عباسی آرنند»، مدیرعامل ایرانسل در حاشیه بیست‌وششمین نمایشگاه ال‌کامپ درباره برگزاری نمایشگاه ال‌کامپ به کارنگ می‌گوید: «رویدادهایی از این جنس بستری برای شرکت‌ها و کسب‌وکارها فراهم می‌کند تا تجربه‌ها و ایده‌هایشان را ارائه دهند و با معرفی فرصت‌هایی که می‌توانند برای یکدیگر داشته باشند، موجب ایجاد هم‌افزایی شوند.»

سرویس 5G ایرانسل در حال توسعه است

عباسی آرنند با اشاره به اینکه ایرانسل در حوزه کسب‌وکارهای سازمانی و B2C، سرویس‌ها و پلتفرم‌های جدیدی دارد، اعلام کرد: «5G به‌طور مشخص یکی از مهم‌ترین سرویس‌های دیتاست که ایرانسل طی یکی دو سال اخیر ارائه آن را آغاز کرده است. در همین راستا نمایشگاه ال‌کامپ تحت پوشش 5G ایرانسل قرار گرفت.»

او ادامه می‌دهد: «بسیاری از نقاط تهران تحت پوشش 5G قرار گرفته و بر اساس برنامه‌ای که در راستای توسعه این سرویس داریم، امیدواریم در آینده بتوانیم در سایر نقاط تهران و دیگر شهرها امکان استفاده از آن را برای مشترکان خود فراهم کنیم.»

آغاز پروژه فیبر نوری ایرانسل

یکی از پروژه‌هایی که ایرانسل طی چند ماه اخیر آن را کلید زده، توسعه پروژه فیبر نوری است. عباسی آرنند در مورد روند پیشروی این

اشاره کرد و گفت: «در این پروژه تمرکزمان بر یک مدل سه‌بخشی بود؛ گام اول سفر انتخاب است، بدین منظور که چه کاری انجام دهیم تا مشتری سفر بهینه‌ای را تجربه کند. گام دوم سفر خرید است و این تجربه مطلوب اگر در پروژه خرید اتفاق بیفتد، مشتری ماندگار می‌شود. سوم سفر هم استفاده است، البته در این بخش خدمات نیازمند پشتیبانی اصولی و کسب تجربیات بیشتر است.»

نگاه به تجربه مشتری معطوف به رگولاتور نیست

در پایان این پنل، حمیدرضا احمدیان، عضو هیئت‌مدیره شاپرک با اشاره به موضوع نشست و در پاسخ به این سؤال که برای رگولاتور رضایت مشتری مهم است یا خیر، گفت: «اولین نکته مهم در تجربه مشتری، فضای رقابتی و چابکی بین بانک‌هاست؛ بنابراین نگاه به تجربه مشتری فقط به رگولاتور مرتبط نیست، بلکه اهمیت نگاه بانک به تجربه مشتری مبنی بر نزدیک‌شدن به سلاقی و سبک زندگی مشتری است.»

او افزود: «به‌عنوان رگولاتور ما نمی‌گوییم بانک‌ها به سمت چه نوآوری‌ای بروند، بلکه آنجا که با قوانین بالادستی تماس پیدا می‌کنند، برای هماهنگی ورود می‌کنیم.»

عضو هیئت‌مدیره شاپرک با بیان اینکه مشتری در حوزه بانک عامل قرار می‌گیرد، گفت: «اولویت رگولاتور، سالم‌ماندن نظام پولی و مالی کشور است. برای مثال در شاپرک از دیتا برای بهبود اکوسیستم با در نظر گرفتن مسائل هویتی جامعه استفاده شده است. پس آنچه بانک‌ها در بهبود خدمت به مشتری باید در نظر داشته باشند، جذب مشتریان جدید است.» او یادآور شد: «اکثر بانک‌ها در حال همکاری با نهاد پرداختی و استفاده از حجم بزرگی از داده‌ها در راستای بهبود خدمات مشتری با محوریت بحث مولتی‌چنل‌ها هستند و در این مسیر، رگولاتور دست آنها را باز گذاشته تا کنسرسیون‌هایی برای بهبود ارائه خدمات به مشتریان باشند. ما باید در استفاده از داده‌ها و جذب مشتریان همگرا باشیم.»

احمدیان تصریح کرد: «اگر بانک‌ها پارادایم‌های بهبود را رعایت کنند، نه‌تنها مشتری فعلی را حفظ می‌کنند، بلکه مشتریان آینده را نیز جذب می‌کنند.»

عضو هیئت‌مدیره شرکت شاپرک با اشاره به خواسته بانک‌ها برای ارائه خدمات به افراد ۱۰ تا ۱۳ ساله خاطر نشان کرد: «این محدودیت‌ها از نهادهای دیگری نشئت می‌گیرد که باید با آنها مذاکره شود. حتی در سطح بین‌المللی نیز گروه‌های سنی‌ای تعریف شده‌اند که در سطح ملی نمی‌گنجد و نمی‌توان فقط به رگولاتور بانکی معطوف شد.» او در پاسخ به این سؤال که چگونه می‌توان از داده‌ها برای سفر بهتر مشتری استفاده کرد، بیان داشت: «ما به نگاه درونی و بیرونی نیاز داریم. نگاه درونی به چابکی سیستم بانکی، حاکمیت درست داده‌ها، زیرساخت فناوری و مدل افزایش درآمد از تغییرات می‌انجامد و نگاه بیرونی به خدمات بیشتر، امنیت، افزایش دسترسی، هدایت و حمایت توجه دارد.»

احمدیان خاطر نشان کرد: «شاپرک از فضای بگروپ‌بند بیرون آمده؛ زیرا استفاده درست از داده‌ها را مدنظر قرار داده است. باید توجه داشت که حاکمیت داده در دل مالکیت داده شکل می‌گیرد که به همکاری بین‌نهادی و بین‌سازمانی می‌انجامد و نه تنها به کسب‌وکار جدید شکل می‌دهد، بلکه به تجربه سفر مشتری نیز کمک می‌کند.»

ضرورت اصلاح ساختاری و پاسخ به دغدغه‌های حوزه داده مشتری‌بان

فراهانی در پاسخ به این سؤال که یک بانک ایرانی چه استفاده‌ای از داده‌های مشتری‌بان می‌تواند داشته باشد، گفت: «به‌دلیل اینکه هسته ساختاری عموم بانک‌ها جزیره‌ای تشکیل شده، این حوزه نیازمند اصلاحات ساختاری است. ما هنوز بحث مالکیت داده برایمان مشخص نیست و بی‌اطلاعی مشتریان و استفاده نادرست از داده‌های آنها دغدغه این حوزه است.»

او با اشاره به تصویب قانون دوام بیان داشت: «اگر تاکنون در خصوص این قانون مسئله‌ای مطرح نشده، به این دلیل است که منافع این بخش مشخص نشده و نمی‌توان از رگولاتور انتظار داشت.»

رئیس مرکز تحقیقات و تحول استراتژیک بانک ملت در ادامه یادآور شد: «در حوزه نوآوری به‌دلیل اینکه بنگاه‌ها از منابع مالی برخوردار هستند، می‌توانند نوآوری کنند، اما باید توجه داشت که نوآوری فقط در فناوری اطلاعات خلاصه نمی‌شود، بلکه بسیاری از نوآوری‌ها باید در پایه نظام مالی رخ دهند.»

فراهانی خاطر نشان کرد: «در بحث ملی یکپارچه‌سازی داده‌ها وعده داده شد که رفتار مالی مشتری‌بان به بانک‌ها تحویل داده شود که در این صورت بانک می‌تواند داده‌ها را

به‌منظور بهبود خدمات به مشتری استفاده کند.» سپس نوبت به رضا قنبرزاده، مدیر امور تحقیقات و توسعه بازار بانک شهر رسید. او با اشاره به نگاه به مشتری تخصصی و عمومی در بانک‌ها گفت: «ما در شرایط همگنی شدید بین بانک‌ها برای ارائه محصول و خدمات قرار داریم که چهارچوب‌های آن توسط نهاد بالادستی مشخص شده؛ بنابراین چیزی که تفاوت ایجاد می‌کند، خلق تجربه مشتری است.»

به‌دنبال خدمت‌رسانی از طریق نئوبانک و شهرنت هستیم

قنبرزاده با بیان اینکه بانک شهر در حوزه ری‌برندینگ موفق نبوده، گفت: «بر خلاف تصورات، ما خود را بانک شهرداری‌ها نمی‌دانیم، اما به ارائه خدمت به شهرداری‌ها در پروژه‌های عمرانی افتخار می‌کنیم. حدود ۲۰ درصد از منابع بانک شهر از شهرداری‌ها تأمین شده و بخش بزرگی از ۱۰ میلیون مشتری بانک شهر را اشخاص حقیقی تشکیل می‌دهند.»

او افزود: «در حوزه مشتریان حقوقی با ذی‌نفعان مختلفی مانند اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌ها تعامل داریم و برای خلق تجربه مطلوب لازم است زنجیره ارزش بانک شهر را در قالب یک پکیج به مشتری ارائه دهیم.»

قنبرزاده با اشاره به پروژه «شهرنت» و میزان موفقیت آن بیان کرد: «شهرنت به یک پروژه مطلوب برای کاربران مبدل شد و اگرچه به‌دلیل تحریم‌ها در تأمین سخت‌افزار با مشکلاتی مواجه شدیم، اما شهرنت همچنان به‌صورت ۲۴×۷ فعالیت می‌کند. البته با تغییر استراتژی به‌دنبال این هستیم که شهرنت به سوپرمارکت مالی تبدیل شود و فضایی برای دور هم جمع‌شدن مشتریان باشد.»

قنبرزاده ادامه داد: «از زمانی که بحث افتتاح حساب در شهرنت شکل گرفت، شعب بر مسائل دیگر متمرکز شدند و به‌دنبال این هستیم که به مشتریان حقیقی از طریق نئوبانک‌ها و شهرنت‌ها خدمت‌رسانی کنیم.» مدیر امور تحقیقات و توسعه بازار بانک شهر در ادامه به پروژه سفر مشتری در بانک شهر و میزان رضایت مشتری



شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم





کارگاه «دیفای و آینده فایننس» در غرفه ایرانسل برگزار شد

دیفای نویددهنده بهشت برین نیست

سال ۲۰۰۸ خلق شده، طبیعی است که هنوز با ابعاد مختلف آن آشنایی نداشته باشیم و مفاهیم حوزه بلاکچین و رمزارز برایمان گنگ باشد.

همچنان ریسک‌های بسیاری وجود دارد

عضو هیئت‌مدیره نصر تهران در ادامه گفت: «در سال ۲۰۲۱ رمزارزها می‌خواستند تحول ایجاد کنند و هدفشان هم نابود کردن بانک‌ها بود ولی این اتفاق نیفتاد. به‌مرور همان بانک‌هایی که بسیاری از ایراداتی که دیفای به فضای مالی وارد می‌کرد، به آنها وارد بود، به این بازار ورود کردند تا از مزایای آن استفاده کنند. سال ورود بسیاری از بانک‌های بزرگ دنیا به این حوزه، همین سال ۲۰۲۱ بود.»

به گفته قربانی، نقطه مهم برای فناوری دیفای، زمانی بود که اتریوم ایجاد شد و می‌خواست پلتفرم بسازد و در نهایت مسیری باز شد که در بلاکچین، رمزارز، پلتفرم‌های قرارداد هوشمند، اوراکل‌ها، استیبل کوین‌ها و برنامه‌های غیرمتمرکز خلاصه می‌شود و اینها کمک می‌کند دیفای شکل بگیرد.

او ادامه داد: «انجام تراکنش، توکن‌های مثلی و غیرمثلی، حضانت (نگهداری دارایی)، تنظیم عرضه و مشوق‌ها، سوآپ، وام‌های وثیقه‌محور و... همگی در این دنیا اتفاق می‌افتند. این پلتفرم‌ها وام می‌دهند بدون اینکه بانکی در کار باشد و صرافی‌ها هم غیرمتمرکز هستند و بازار این طور نیست که یک نفر در آن برای همه تصمیم بگیرد.»

قربانی در پایان با تأکید بر اینکه باید به یاد داشته باشیم که دیفای بهشت برین نیست، به ریسک‌های این حوزه اشاره کرده و در این باره مواردی همچون ریسک‌های قرارداد هوشمند، حاکمیتی، اوراکل، مقیاس‌پذیری، دکس، حضانتی، زیست‌محیطی و رگولاتوری را برشمرد.

غرفه ایرانسل در روز سوم بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ میزبان کارگاه «دیفای و آینده فایننس» بود. در این کارگاه «رضا قربانی»، عضو هیئت‌مدیره و رئیس کمیسیون فین‌تک نصر تهران به بررسی ابعاد مختلف دیفای پرداخت و با شرح تاریخچه‌ای از مفهوم دنیای مالی توزیع‌شده، درباره مسائلی که این فناوری به دنبال ارائه راهکار برای آن است توضیح داد. به گفته قربانی این کارگاه در واقع مقدمه‌ای بر یک دوره ۳۰ ساعته است که قرار است در آکادمی ایرانسل برگزار شود.

رضا قربانی صحبت‌های خود را با اشاره به مفهوم دیفای آغاز کرد و گفت: «آنچه در این کارگاه درباره آن صحبت می‌شود، درباره یک مفهوم مبهم است که هنوز تمام ابعاد و چهارچوب‌های آن به درستی مشخص نشده است. اما چیزهایی که در این کارگاه ارائه می‌شود، بر مبنای کتاب «دیفای و آینده فایننس» است که در سال ۲۰۲۱ منتشر شده است.»

قربانی با تأکید بر اینکه در این کارگاه قرار نیست درباره توکن‌های دیفای صحبت و روی آنها ارزش‌گذاری شود، افزود: «هر راهکاری که در دنیا ارائه شده، بر اساس نیازهایی بوده و دیفای نیز از این قاعده مستثنی نیست. دیفای آمده تا مسائلی را در حوزه مالی حل کند که عبارت‌اند از: کنترل متمرکز، دسترسی محدود، ناکارآمدی، عدم کارایی و شفافیت.»

او در ادامه با اشاره به مسائل حوزه مالی ادامه داد: «این مسائل پیامدهایی نیز داشته‌اند که اصلی‌ترین آنها کاهش رشد اقتصادی و تداوم تشدید نابرابری بوده است.»

بنیان‌گذار کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار در ادامه به تاریخچه بیش از ۹ هزار ساله تبادلات مالی در جهان پرداخت و تأکید کرد علت اینکه امروز مفهوم پول برای ما این قدر بدیهی و شناخته‌شده است، به این تاریخچه طولانی برمی‌گردد. وی اضافه کرد: «با توجه به اینکه بیت‌کوین در



رابطه‌ای که می‌تواند دوسربرد باشد

بررسی رگولاتوری اکوسیستم نوآوری کشور در پیل «دولت‌ها و اکوسیستم‌ها، نقطه وصل کجاست؟»

است. اساساً بین بانک‌ها و بانک مرکزی ارتباط نوآورانه و فناورانه وجود دارد و نظام بانکی به پدیده‌هایی مانند رمزارز که غیرقانونی نبوده‌اند، اجازه رشد داده و سپس به آن ورود کرده است. اما نباید فراموش کنیم، هرچقدر پدیده‌ای که مورد علاقه مردم است محدودتر شود، این علاقه‌ها مسیر خود را در فضای دیگری جست‌وجو می‌کند.

داوودیان با اشاره به نگاه عمومی به رویکرد عدم تغییر در بانک‌ها تصریح کرد: «اغلب مردم به نوآوری به چشم تغییر نگاه می‌کنند و ما به چشم بهتر شدن نگاه می‌کنیم، اما بین کسی که توسط بانک مرکزی نظارت می‌شود و کسی که مشمول این نظارت نیست، تفاوت‌هایی وجود دارد و بدیهی است، دست آن فرد بازتر است؛ بنابراین بانک‌ها با دست بسته‌تری این مسیر را طی می‌کنند تا قوانین و نگرانی‌های نظام بانکی رعایت شود.»

او افزود: «بانک مرکزی نگاه بسته ندارد، بلکه دغدغه‌اش به وجود نیامدن خطری برای رفاه و حریم مالی مردم در قالب نظام بانکی است.»

گزارش REPORT در دومین روز از بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی الکامپ، پیل تخصصی با عنوان «دولت‌ها و اکوسیستم‌ها، نقطه وصل کجاست؟» با حضور هاشم آقازاده، دستیار معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری؛ امیرحسین داوودیان، معاون مدیرعامل بانک تجارت و میناوالی، مدیرعامل کارخانه نوآوری راه‌کار برگزار شد.

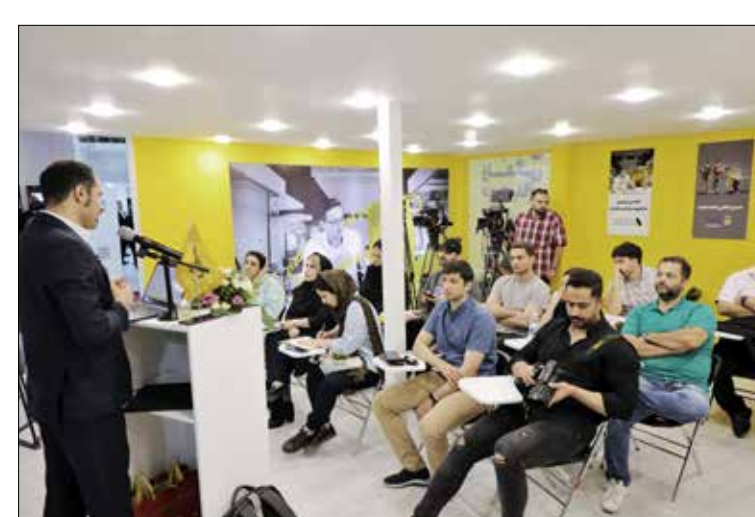
در ابتدای این نشست، میناوالی با اشاره به موضوع برنامه اظهار داشت: «در اکوسیستم نوآوری، دولت‌ها با ایفای نقش رگولاتوری تأثیر زیادی بر رشد این اکوسیستم خواهند داشت، اما بازخورد چنین پیش‌فرضی، کندی دولت در فرایند رگولاتوری بوده و این سؤال مطرح شده که چرا دولت‌ها باید در کسب‌وکارها تصمیم‌گیری کنند و از نظر بخش خصوصی استفاده نمی‌شود؟»

کاهش هزینه با هوش مصنوعی معاون مدیرعامل بانک تجارت با بیان اینکه فرایند نوآوری در بانک‌های مستقر سخت‌تر است، چون فرایند تصمیم‌گیری سخت‌تر است، افزود: «از منظر حکومت و دولت، ساخت ویزن سهم بزرگی از اقدامات دولت را

نوآوری به معنای بهتر شدن معاون مدیرعامل بانک تجارت در پاسخ به این سؤال بیان داشت: «بخش دولتی باید حضور پررنگ‌تری در این زمینه داشته باشد؛ البته در ۱۰ سال گذشته مشارکت بخش دولتی و خصوصی به خلق اکوسیستم منجر شده



شماره ۱۰۳
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم





رونمایی از پلتفرم هوشمند معاملات هیتوبیت در الکامپ ۲۶

هیتوبیت می خواهد «ترین» بازار باشد

معاملات رمزارزی در هیتوبیت به صورت ویژه مورد توجه این مجموعه است.

خواجهدلویی گفت: «ما با معرفی هیتوبیت در تلاش هستیم تا اکوسیستم داخلی رمزارز را تکمیل کنیم و این شرکت را به عنوان پلتفرم فنارو و نوآور معرفی کنیم و همیشه «ترین» بازار خودمان باشیم؛ یعنی همیشه در حال به روز بودن و خلق ارزش‌های جدید برای کاربران خود باشیم.»

خواجهدلویی با تأکید بر هوشمند بودن این پلتفرم ادامه داد: «قلب هیتوبیت از یک هسته هوشمند معاملاتی و معماری ۳۶۰ درجه امن تشکیل شده که صفر تا صد آن از جمله بازارساز هوشمند و سیستم مدیریت کلیدهای خصوصی توسط تیم فنی مجموعه طراحی و تولید شده است.»

طبق گفته مدیرعامل هیتوبیت، سیستم کشف تقلب این پلتفرم، رفتار افراد را به طور پیوسته رصد می‌کند و با هشدار موارد غیرعادی و رفتارهای مشکوک در تلاش است تا ریسک کاربران را کاهش دهد و از بروز ضررهای مالی و امنیتی، پیشگیری کند.

او اظهار امیدواری کرد که هیتوبیت بتواند در آینده‌های نزدیک، سهم مطلوبی از بازار را در اختیار گرفته و از بازخوردهای کاربران خود بهره بگیرد.

← الکامپ، آوردگاه فناوری در کشور است

صالح خواجهدلویی در خصوص انتخاب الکامپ برای رونمایی رسمی از پلتفرم هوشمند هیتوبیت مطرح کرد: «الکامپ، آوردگاه فناوری در کشور است؛ هیتوبیت نیز به دنبال فناوری است و این موضوع حرف اول را در مجموعه ما می‌زند و مهم‌ترین دارایی ماست.»

به گفته مدیرعامل هیتوبیت، فضای رمزارزها چه در سود و چه در دوران ضرر، با هیجان همراه است و هیجان نیز یکی از موضوعات همیشه مطرح در نمایشگاه الکامپ بوده است؛ به همین دلیل این نمایشگاه فرصت مناسبی برای رونمایی از این پلتفرم در اختیار آن‌ها گذاشته است.

هیتوبیت، پلتفرم هوشمند معاملات رمزارز است و در حوزه فناوری‌های نوین مالی از جمله بلاک‌چین و رمزارز، هوش مصنوعی و یادگیری ماشین فعالیت دارد. این مجموعه در بیست و ششمین دوره از نمایشگاه الکامپ به صورت رسمی از پلتفرم خود رونمایی کرد.

در همین راستا «صالح خواجهدلویی»، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره هیتوبیت ضمن معرفی این پلتفرم و همچنین حضور این شرکت در نمایشگاه الکامپ تأکید کرد که طی نمایشگاه، بازخوردهای مثبتی از نصب و فیچرهای اپلیکیشن هیتوبیت دریافت کرده‌اند. او در این خصوص ادامه داد: «نکته مهمی که در هیتوبیت مدنظر قرار داده‌ایم، تجربه کاربر است.»

او اضافه کرد: «شعار هیتوبیت را بر همین اساس، تجربه معاملات هوشمند در نظر گرفته‌ایم، زیرا تجربه برای ما مهم است و این اهمیت حتی در گیمیفیکیشن و غرفه‌سازی هیتوبیت در فضای الکامپ نیز بروز داشته است.»

خواجهدلویی ادامه داد که فعالیت‌های متنوعی از جمله قرعه‌کشی‌های روزانه، بازی گلف و ایردراپ‌های مختلفی را در نمایشگاه در نظر گرفته‌اند تا هیتوبیت در فضایی صمیمی با تأکید بر اهمیت تجربه، به کاربران معرفی شود.

← هیتوبیت می خواهد همیشه «ترین» بازار باشد

خواجهدلویی در خصوص استراتژی هیتوبیت مطرح کرد: «ما در پیاده‌کردن صحیح و اصولی تکنولوژی و رشد دادن آن، به استراتژی بایننس برای ورود به بازار نگاه ویژه‌ای داریم.»

او ادامه داد: «استراتژی هیتوبیت نیز برگرفته از بایننس بوده و تلاش دارد تا به کمک فناوری و با پاسخ‌دهی بهینه و سریع به پرسوئال‌های مختلف و پوشش چالش‌ها و نقاط ضعف رقبا، بازی رمزارزی ایران را تغییر دهد.»

خواجهدلویی خاطر نشان کرد: «نیازهای اصلی کاربران از جمله بحث اعتماد و امنیت، سرعت، حریم خصوصی و مدیریت دارایی‌ها برای انجام

و فناوری رئیس جمهوری در رابطه با موضوع برنامه و با بیان اینکه توسعه کشور در آینده از گذرگاه نوآوری می‌گذرد، اظهار داشت: «طبق گزارش رقابت‌پذیری بانک جهانی از منظر توسعه، کشورها به سه دسته وابسته به منابع، دارای راهکارهای فنی و مدیریتی و مبتنی بر نوآوری تقسیم می‌شوند و از ۵۰ سال گذشته تاکنون کشورها پی برده‌اند که توسعه از مسیر نوآوری می‌گذرد.»

او افزود: «مسئله توسعه از مسیر نوآوری در برنامه چهارم توسعه و به صورت جدی‌تر در برنامه پنجم و ششم دیده شده و در ایجاد معاونت علمی و فناوری نهاد ریاست جمهوری، همچنین دفاتر مربوطه در وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها نمود پیدا کرده است.»

به گفته آقازاده می‌توان از تصویب قانون جهش شرکت‌های دانش‌بنیان در سال ۱۴۰۱ به عنوان یک جهش عالی در عرصه نوآوری و تشکیل صندوق حمایت از نوآوری به عنوان مکمل آن نام برد، زیرا بالغ بر ۴۰ هزار میلیارد تومان در اکوسیستم نوآوری تأثیرگذاری داشته است. این به جز تأثیر مستقیم ۱۱ هزار میلیارد تومانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بر حوزه نوآوری است.»

دستیار معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری یادآور شد: «بخش خصوصی از نظام بانکی تا واحدهای پژوهشی به اهمیت نوآوری پی برده‌اند و پیشرفت چشمگیری نیز داشته‌اند که نتایج آن شکل‌گیری اعداد و ارقام بزرگی از فعالان این حوزه در اکوسیستم نوآوری است.»

او افزود: «طبق آمار، نمایشگاه فناوری پردیس که با حضور ۴۰۰ شرکت برگزار شد، بالغ بر ۱۰۰ هزار نفر بازدیدکننده داشت و در بخش سرمایه‌گذاری نیز شاهد درخواست سرمایه‌گذاری و سرمایه‌پذیری ۱۵۰۰ میلیارد تومانی بودیم.»

آقازاده با اشاره به تغییر نام معاونت علمی و فناوری به معاونت علمی و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری بیان داشت:

«با تغییر نام، مأموریت‌های جدیدی با توجه به رشد قابل توجه اقتصاد اکوسیستم فناوری تعریف شده و به تأمین مالی اقتصاد دانش‌بنیان با هدف توسعه اکوسیستم توجه ویژه شده است.»

دستیار معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به انتقاد کسب‌وکارها در عملکرد دولت در بحث رگولاتوری

گفت: «مطالبه بخش غیردولتی و فعالان حوزه نوآوری از دولت و حاکمیت جای امیدواری و نشان از این دارد که مورد پیگیری است و دولت نتوانسته به خوبی به تقاضاها پاسخ دهد.»

آقازاده با اشاره به جمله‌ای از رئیس بانک مرکزی مبنی بر اینکه بانک مرکزی در رگولاتوری عقب‌تر از فعالان این حوزه است و دولت و همه کسانی که در مسند رگولاتوری حوزه نوآوری هستند، تلاش می‌کنند خود را به فعالان برسانند، خاطر نشان کرد: «این وضعیت در سراسر جهان مشهود است، اما همه تلاش دولت این است که در حد امکان نیازهای فعالان را برطرف کند و اگر این شکاف نبود، باید به بحث نوآوری در کشور شک کرد.»

دستیار معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در پایان یادآور شد که فضای نوآوری جایی است که تمام بازیگران در آن منتفع می‌شوند و خوشبختانه جایگاه ایران در آسیا بین رتبه‌های اول و دوم است.



به خود اختصاص می‌دهد که بانک‌ها یکی از مهم‌ترین لایه‌های هماهنگ‌کننده ویزن‌ها هستند.»

داوودی‌ان در ادامه بیان داشت: «در نقطه‌ای رابطه رگولاتور با بازیگران اکوسیستم می‌تواند رابطه برد-برد باشد که رگولاتور در نفع ذینفعان حدود را رعایت کرده و مجوز عملیات بدهد و در صورت تخلف، سلب مجوز کند.» او در خصوص نوآوری در دولت‌ها بیان داشت: «سیاست پیش

روی انگلستان در چشم‌انداز ۲۰۲۰ این دولت بیانگر

سیاست‌های حوزه نوآوری با موضوع توسعه اقتصادی، رفاه شهروندان و تضمین بقای اقتصاد است. همچنین طرح ایمپکت ۲۰۳۰ کشور ایرلند

تأکید می‌کند برنامه‌های جذب مشارکت فقط شامل فناوری مالی و تجارت الکترونیک نشود. باید توجه داشته باشیم

که ایران نیازمند نوآوری در زمینه‌های آب و انرژی است و اینکه حکومت چقدر نوآوری را در قالب پدیدآوردن اکوسیستم

و ایجاد کسب‌وکار دیده است.» داوودی‌ان درباره اتفاقات سال‌های اخیر در ایران و جهان و عقب‌ماندن قانون‌گذار ابراز کرد: «این مسئله لزوماً به این معنی نیست که دولت‌ها از فناوری عقب هستند، بلکه در این زمینه شاهد شکل‌گیری مؤسسات رسمی زیرمجموعه سازمان‌ها با هدف پیدا کردن استعدادهای ملی در حوزه نوآوری هستیم.»

معاون مدیرعامل بانک تجارت خاطر نشان کرد: «ورود به حوزه هوش مصنوعی و مطالعه و پژوهش در این زمینه به طور حتم کاهش هزینه بی‌ظنری در پی خواهد داشت و شناسایی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و نیازهای موجود در این بخش برای دولت‌ها بسیار جذاب است.»

← بخش خصوصی به اهمیت نوآوری پی برده است

در ادامه این پتل، هاشم آقازاده، دستیار معاون علمی



شماره ۱۰۲
۱۱ شهریور
۱۴۰۲
سال سوم





هم‌بنیان گذار زیبال از دومین تجربه حضور در الکامپ می‌گوید معرفی و ارائه یک وب‌سرویس جدید

یکی از کسب‌وکارهای پرداختی که در نمایشگاه الکامپ حاضر شده بود، پرداخت‌یاری زیبال بود که بنا بر صحبت‌های سجاد شاهی، هم‌بنیان‌گذار و مدیر اجرایی این شرکت، با محصولات جدید به نمایشگاه آمده بود و علاوه بر معرفی محصول درگاه پرداخت و تسویه خود، از وب‌سرویس جدیدی رونمایی کرد که شامل ۱۶ وب‌سرویس مجزا می‌شد. شاهی معتقد است که گرچه الکامپ می‌تواند بستر خوبی برای تعامل بازیگران اکوسیستم اقتصاد دیجیتال کشور با یکدیگر باشد، اما بیست‌وششمین دوره این نمایشگاه در مقایسه با دوره‌های قبلی از استقبال حداکثری مردم و کسب‌وکارها برخوردار نبوده است. پرداخت‌یار زیبال از سال ۱۳۹۶ با هدف ارائه راهکارهای نوین پرداختی به کسب‌وکارهای آنلاین فعالیت خود را آغاز کرده است. شاهی درباره حضور این شرکت در بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ می‌گوید: «ما ارائه‌دهنده راهکارهای متنوع پرداختی هستیم و امسال در نمایشگاه الکامپ شرکت کردیم تا بعد از چهار سال با شرکای تجاری، رقبا و مشتریان مان دیداری حضوری داشته باشیم و درباره وضعیت، ابعاد، چالش‌ها و امکان‌های موجود در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال کشور صحبت کنیم. الکامپ بستر مناسبی برای تعامل کسب‌وکارها با یکدیگر و معرفی و ارائه محصول به مشتریان است. ما نیز در این دوره نمایشگاه شرکت کردیم تا از این بستر برای توسعه تعاملات و ارائه محصولات مان به دیگران استفاده کنیم.»



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



بانک مرکزی پرداخت تسهیلات خرد را به لندتک‌ها بسپارد

در پنل تخصصی بررسی وضعیت لندتک‌ها در ایران با عنوان «وام‌های خرد؛ خیزش یک بازار بزرگ» مطرح شد

۰/۱ درصد است و در متوسط جهانی این سهم به ۸ درصد رسیده است. «او افزود: «در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که اعتبارسنجی در بین اقشار جامعه هنوز جان‌نیفتاده، اما هرچه نفوذ فناوری در زندگی مردم بیشتر شود، عملکرد وام‌دهنده‌ها بهتر و مسیر پرداخت تسهیلات آسان‌تر می‌شود.»

فقدان سواد مالی و چالش‌های اکوسیستم لندتک

امینی با اشاره به نقدهایی مبنی بر کنترل رفتار مصرفی

نصیب عده اندکی شده و ۷۳ درصد اشخاص بالای ۱۵ سال در ایران تاکنون وام نگرفته‌اند که لندتک‌ها ظرفیت خوبی برای جبران این خلأ محسوب می‌شوند. اما سؤال اینجاست که آیا از این ظرفیت به خوبی استفاده می‌شود و به طور کلی وضعیت لندتک‌ها در ایران چطور است؟ هومن امینی، مدیرعامل شرکت «دیجی‌پی» در این باره اظهار داشت: «شواهد بیانگر وجود تیم‌های بسیار قوی در حوزه لندتک در داخل کشور است، اما روی کاغذ آن‌طور که باید، موفق نبوده‌ایم زیرا سهم لندتک‌ها از کل بازار تسهیلات ایران

پنل تخصصی با عنوان «وام‌های خرد؛ خیزش یک بازار بزرگ» در بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی الکامپ با حضور محمدصادق آزادانی، رئیس کمیسیون لندتک نصر تهران؛ علیرضا هوشمند، رئیس هیئت‌مدیره قسطا؛ پدram ورشوکار، مدیرعامل دارا؛ علیرضا شفیع، مدیرعامل کیپا و هومن امینی، مدیرعامل دیجی‌پی برگزار شد و شرکت‌کنندگان به چالش‌های حوزه لندتک پرداختند. در ابتدای این پنل عنوان شد که در شبکه بانکی شاهد خیزش بازار بزرگی هستیم، اما بخش زیادی از تسهیلات بانکی

را نمی‌توان از محیط حذف کرد، گفت: «با استفاده از این اتاقک‌ها می‌توان محیط خاموشی ایجاد کرد. این محصول برای هر محیطی قابل استفاده است، اما بیشتر مورد استفاده برای کسانی است که کار ضبط پادکست انجام می‌دهند، گزارش آنلاین ورزشی اجرا می‌کنند یا می‌توانند برای جلسه مدیران استفاده شود. همچنین به عنوان اتاق تلفن و جلسه آنلاین مورد مصرف شرکت‌ها قرار می‌گیرد.»

اتاقک‌های Bpods در سه سایز و برای کاربردهای مختلف با استفاده از متر یال‌هایی چون فوم عایق، پانل آکوستیک، MDF، پارچه یا فلز، امکان تهویه هوای داخلی، روشنایی، امکان نصب براکت نمایشگر و...

«دنیت» یکی از شرکت‌های فعال در زمینه دکوراسیون اداری با محصول اتاقک آکوستیک، قابل استفاده در مجموعه‌های بزرگ در بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ حضور یافت. مسعود آقاییک، مدیرعامل شرکت دنیت می‌گوید: «شرکت دنیت از سال ۱۳۹۶ مشغول به فعالیت است، اما اتاقک‌های Bpods از دنیت حدود چهار سال است که در حال تولید و عرضه به بازار هستند. این محصول اوایل عرضه در کشور ناشناخته بود، اما به مرور با بزرگ‌تر شدن مجموعه‌ها این محصول نیز شناخته‌تر شده و استفاده از آنها بین شرکت‌ها فراگیر شده است.»

مدیرعامل شرکت دنیت با اشاره به اینکه موضوع صدا

نمایش اتاقک‌های آکوستیک
دنیت در الکامپ ۱۴۰۲

ایجاد یک فضای کار خصوصی در دل فضای اشتراکی





گفتگو با مدیرعامل یوبیتکس در خصوص حضور این صرافی در الکامپ

اکوسیستم رمزارزی ایران هم صدا شود

پلتفرم مبادله اشاره کرد و گفت: «پرتکرارترین سؤالات بازدیدکنندگان الکامپ از ما در حوزه امنیت بوده است. از آنجایی که در فضای رمزارزی مجوزی مطرح نیست، این دغدغه برای کاربران ایرانی بسیار پررنگ است.»

یعقوبی در خصوص رسمیت یافتن اکوسیستم رمزارزی ایران در نمایشگاه‌ها مطرح کرد: «خوشبختانه حاکمیت در مسیر پذیرش حوزه رمزارزهاست؛ هرچند این پذیرش را در شرایط اجبار انجام می‌دهد، زیرا بلاکچین و وب ۳٫۰ در مسیر پیشرفت خود هستند. اگر این فضا در داخل کشور ایجاد شود، هم حاکمیت و هم کاربران از آن منتفع خواهند شد و کاربران می‌توانند معاملات امن‌تری داشته باشند.»

یعقوبی ادامه داد: «الکامپ امسال فرصتی به ما داد تا بتوانیم با انجمن‌های مختلف و رقبای خود نشست‌ها و جلسات مختلفی داشته باشیم، در خصوص مشکلات اکوسیستم و کسب‌وکارهایمان گفت‌وگو و هم‌اندیشی کنیم تا اکوسیستمی هم‌صدا داشته باشیم.»

به عقیده یعقوبی، هم‌صدایی اکوسیستم رمزارزی ایران به حل چالش‌های رگولاتوری کمک خواهد کرد. او در این خصوص مطرح کرد: «اگر اکوسیستم رمزارزی ایران هم‌صدا شود، حاکمیت صدای آن را بهتر خواهد شنید و دیگر تصمیمات پشت درهای بسته و بدون نمایندگان کسب‌وکارها صورت نخواهد گرفت.»

مدیر یوبیتکس اضافه کرد: «ما در الکامپ امسال تلاش کردیم نقشی در هم‌صدایی اکوسیستم خود داشته باشیم تا با برگزاری دوره‌های و هم‌اندیشی‌های مختلف، اکوسیستم قوی‌تری در کنار رگولاتور شکل دهیم.»

به گفته یعقوبی، کنار هم قرار گرفتن کسب‌وکارهای رمزارزی در نمایشگاه الکامپ، جدا از رقابت برای فعالان این حوزه سازنده بوده است. او در انتها اضافه کرد: «این اکوسیستم آن‌قدر بزرگ است که جا برای همه داشته باشد و ظرفیت این کار را هم این نمایشگاه در اختیار ما قرار داد.»

مجموعه یوبیتکس از سال ۱۳۹۸ فعالیت خود را آغاز کرده و در سال ۱۳۹۹ از اولین محصول خود، پلتفرم مبادله رمزارز رونمایی کرد. این مجموعه در حال حاضر بالغ بر ۱۰۰ هزار کاربر دارد و به گفته محمد یعقوبی، مدیرعامل این مجموعه، تلاش می‌کند تا پلتفرمی شایسته ارائه دهد تا کاربران ایرانی از صرافی‌های خارجی بی‌نیاز شوند. یعقوبی تأکید کرد: «ما در یوبیتکس به دنبال ارائه طیف گسترده‌ای از فیچرها هستیم؛ برای مثال یکی از اولین صرافی‌های رمزارزی هستیم که استاپ لیمیت را ارائه دادیم و به دنبال توسعه خدمات خود هستیم. برای مثال در ماه‌های اخیر قابلیت معامله روی توکن‌های اهرم‌دار را ایجاد کردیم تا قابلیت معامله در بازارهای دوطرفه را به کاربر ارائه دهیم.»

یعقوبی در خصوص جدیدترین خدمات این مجموعه مطرح کرد: «اخیراً آکادمی یوبیتکس را راه‌اندازی کرده‌ایم. نگاه ما در آکادمی این است که حداقل دانش را به کاربر منتقل کنیم تا طی یک نقشه راه مشخص، به حداقل نیازهای آگاهی کاربر برای معامله در بازار رمزارزها و فعالیت در حوزه بلاکچین پاسخ داده شود.»

یعقوبی ادامه داد: «آکادمی یوبیتکس در ابتدا برای مشتریان ویژه در دسترس قرار گرفت؛ کاربرانی که بیش از ۱۰ میلیارد تومان در ماه ترانکس داشتند. اما یوبیتکس به‌تازگی این بخش را در اختیار همه کاربران احراز هویت شده پلتفرم خود قرار داده است.»

مدیرعامل یوبیتکس در خصوص حضور این مجموعه در نمایشگاه الکامپ مطرح کرد: «ما حضور در فرصت‌های نمایشگاهی را برای ارتباط مستقیم با کاربران مگتنم می‌دانیم. ما در نمایشگاه‌ها فرصت گفت‌وگو بی‌واسطه با مشتریان خود را داریم و از همین طریق بهتر نسبت به نقاط قوت و ضعف خود آگاه می‌شویم.»

یعقوبی در خصوص بازخورد مستقیم از کاربران در نمایشگاه به مسئله امنیت دارایی در این

موجب جلوگیری از وام‌دهی بانک‌ها می‌شود، نکته مهم برای بانک‌ها جلوگیری از خروج پول از لوپ بانکی است. به همین خاطر بانک‌ها بخشی از منابع تسهیلات را به شبکه خود تخصیص می‌دهند. اگرچه در صورت افزایش سهم لندتک‌ها به بیش از ۰/۸ درصد، آنها می‌توانند به بانک‌ها در زمینه مدیریت تسهیلات کمک کنند و مردم شاهد اتفاقات خوبی در این زمینه باشند.»

اوبه قابلیت اعطای تسهیلات سازمانی توسط لندتک‌ها به شرکت‌ها و میزان استقبال از آن پرداخت و اظهار داشت: «طبق تحقیقات حوزه منابع انسانی ارائه وام ضروری به کارکنان، بعد از تعلق و رضایت در رتبه دوم و سوم قرار دارد که البته تأمین وام از بانک‌ها برای سازمان‌های بزرگ کار سختی نیست. در این زمینه یک سازمان نمی‌تواند تمام دغدغه‌های نیروی انسانی را برآورده کند. این مسئله برای سازمان‌های بزرگ کار سختی نیست، اما برای سازمان‌های کوچک و متوسط استفاده از لندتک‌ها بسیار مناسب است.»

تلاش برای افزایش سهم تسهیلات آنلاین به بیش از یک درصد

علیرضا هوشمند، رئیس هیئت‌مدیره «قسطا» نیز با اشاره به اینکه لندتک‌ها چقدر توانسته‌اند به پرداخت وام و رفاه خانوار کمک کنند، گفت: «طبق آمار وزارت اقتصاد سهم لندتک‌ها از ۶۲۰ هزار همت وام پرداخت شده کمتر از ۰/۵ درصد بوده است و در حال تلاش هستیم سهم تسهیلات آنلاین را به بیش از یک درصد برسانیم. توجه داشته باشید که یکج تسهیلات آنلاین سرعت دسترسی مردم به وام را توسعه می‌دهد و امیدواریم در آینده از بازار سرمایه کمک‌های بیشتری دریافت کنیم.»

او با اشاره به تسهیلات تکلیفی بانک‌ها به ارزش ۲۲۰ هزار میلیارد تومان تصریح کرد: «طبق پیش‌بینی‌ها از مجموع منابع مالی مذکور فقط ۶ درصد توسط بانک‌ها پرداخت می‌شود. ما به دنبال رایزنی برای پرداخت تسهیلات ازدواج و کالا از طریق پلتفرم‌های لندتک هستیم.»

هوشمند افزود: «لندتک زندگی مردم را سریع، ارزان و راحت‌تر می‌کند؛ یعنی مردم از لحاظ سرعت و تسهیل دسترسی بین هفت تا ۱۰ روز وام دریافت می‌کنند. اگرچه با شرایط موجود هزینه عملیات، بازار یابی و نرخ مؤثر نسبت به بانک‌ها بالاتر است، زیرا بانک‌ها در قبال انجام فرایند کسب‌وکار لندتک‌ها و جوهری را دریافت می‌کنند که هزینه را بالا می‌برد، پس اگر قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری درست اتفاق بیفتد، شاید شاهد اتفاقات بهتری باشیم.»

خانوار و بدهکار شدن خانواده‌ها در وابستگی به لندتک‌ها و بروز پدیده بدهکاری اجتماعی گفت: «چالش‌های موجود در اکوسیستم لندتک‌ها، چه در دنیا و چه در ایران، به خاطر فقدان سواد مالی است؛ به طوری که ممکن است تسهیلات دریافتی از لندتک صرف خرید کالایی شود که نیاز اصلی خانواده نبوده و به همین خاطر «اعتبارسنجی» از اهمیت بالایی برخوردار می‌شود و یکی از فواید آن بهینه‌سازی مصرف خانواده است.»

مدیرعامل دیجی‌پی با بیان اینکه هرچه بهداشت اعتباری بیشتر باشد، شانس کاربر ناراضی کمتر است، یادآور شد: «ما در ابتدای راه هستیم و باید خوش‌بینانه به این پدیده نگاه کنیم و در بایبیم لندتک‌ها چه کمکی به سیستم بانکی می‌کنند.»

دستور پرداخت تسهیلات خرد؛ سیاست انبساطی یا انقباضی

سپس پدram و روشوکار، مدیرعامل دارا به سیاست انبساطی بانک مرکزی در پرداخت تسهیلات و اینکه چه کمکی از لندتک‌ها برمی‌آید، پرداخت و گفت: «اگرچه از گذشته در سیاست‌های بانک مرکزی و شبکه بانکی، پرداخت

تسهیلات خرد در حال راه‌اندازی و مورد حمایت بوده، اما بیشتر در حد تیتیر رسانه‌هاست و در واقعیت سیاست‌ها انقباضی است و سهم ویژه‌ای برای لندتک‌ها وجود ندارد.» او با اشاره به چگونگی کمک‌رسانی لندتک‌ها به اجرای سیاست‌های انبساطی بانک مرکزی در حوزه پرداخت تسهیلات گفت: «این کمک‌رسانی می‌تواند تعاملی و غیرمالی یا در قالب ایجاد میانگین و کارمزدهایی برای سیستم بانکی باشد.» و روشوکار در پاسخ به این سؤال که «با توجه به سقوط ارزش ریال، افزایش تورم و اهمیت حفظ ارزش پول برای مردم، لندتک‌ها چگونه کارکرد خواهند داشت و آیا مردم می‌توانند روی آنها حساب باز کنند؟» گفت: «تسهیلات BNPL امکان ایجاد تورم در مقطع فعلی را ندارد. باید توجه داشت که محصول با محصول و شرکت با شرکت متفاوت است؛ بنابراین امکان اخذ پایین‌ترین تا بالاترین کارمزد از کاربر وجود دارد و نکته مهم این است که در صورت کاهش نرخ تورم و صفر کردن نرخ کارمزد باز هم امکان بقا برای لندتک‌ها هست.»

نقش لندتک‌ها در پرداخت تسهیلات خرد

در ادامه علیرضا شفیعی، مدیرعامل «کیبا» خاطر نشان کرد: «شاید این سؤال در ذهن مخاطبان شکل گرفته باشد که چرا بانک‌ها منابع تسهیلات را در بین کارکنان خود توزیع می‌کنند؟ با توجه به افزایش نقدینگی در کشور که



شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم



ساخته شده است. به گفته آقابیک، بعد از شیوع کرونا محیط‌های اداری بسیار شبیه لابی هتل‌ها شدند، به دلیل اینکه افراد باید تمام وقت پشت میز می‌نشستند و کار می‌کردند. در نتیجه محیطی برای گفت‌وگو و صحبت با تلفن نیاز بود. این محصول انعطاف‌پذیری برای افراد در شرکت‌ها ایجاد کرد که به واسطه آنها افراد راحت‌تر بتوانند در محیط حضور داشته باشند. مدیرعامل دنبته می‌گوید: «این اولین سالی بود که در نمایشگاه شرکت کردیم و در نظر داشتیم فضا را برای شرکت و محصول ارزیابی کنیم و متوجه شدیم که این اتاق‌ها برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های آی‌تی که تعداد پرسنل بالایی دارند، جذاب است.»



مدیرعامل بانک تجارت در حاشیه نمایشگاه الکامپ مطرح کرد دایره فعالیت تفتا گسترده‌تر می‌شود

«هادی اخلاقی»، مدیرعامل بانک تجارت در حاشیه بازدید از غرفه هلدینگ تفتا در پاسخ به این سؤال که عملکرد این هلدینگ طی یک سال اخیر را چگونه ارزیابی می‌کند، گفت: «بانک تجارت طی دو سال گذشته تحولات زیادی را به‌ویژه در حوزه فناوری تجربه کرد، مجموعه تفتا نیز به‌عنوان یک نهاد هماهنگ‌کننده بین همه اجزا و زیرمجموعه‌هایی که در این حوزه نقش آفرینی می‌کردند، دچار تحول جدی شده است.»

این تحول به واسطه تحول بازو‌هایی بوده که در اطراف هلدینگ وجود داشته است. مجموعه خدماتی که امروز شما می‌بیند در سال ۱۴۰۱ شروع و عرضه شده و حاکی از حجم کار و گستره تجربه به کار گرفته شده و نیروهای کارآمدی است که در شرکت‌های هلدینگ تفتا از وجودشان استفاده می‌شود و توانستند منشأ اثرات متعدد و متفاوتی باشند. در سال گذشته این بانک توانست در برخی بخش‌ها خود را به‌عنوان پیش‌تاز مطرح کند و طبیعتاً اگر این پیش‌تازی اتفاق افتاده به واسطه عقیده فنی و مدیران اجرایی و توانمندی بوده که در شرکت‌های هلدینگ تفتا حضور پیدا کردند.»

او درباره این که آیا شرکت‌های بیشتری قرار است به تفتا اضافه شوند، اظهار داشت: «بانک تجارت این موضوع را به‌عنوان یک ضرورت برای خودش تلقی می‌کند، در ساختار این بانک، برای تأمین نیازمندی‌های مشتریان مختلف، متولیان مختلفی در هلدینگ تفتا شکل گرفته‌اند و این چیزی نیست جز توجه به مشتریان.»



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



اقتصاد امنیت معیوب است

بررسی اهمیت فناوری در ارتقای امنیت و مبارزه با تقلب در صنعت بانکداری

«هوش مصنوعی چاقوی دولبه است؛ هم به امنیت کمک می‌کند و هم ابزاری قوی در اختیار متقلب‌ها قرار می‌دهد. به عبارتی هم امنیت را افزایش می‌دهد و هم عامل ناامنی است. باید دید هوش مصنوعی کجا می‌تواند در حوزه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات خطرناک باشد.» او ادامه داد: «نکته مهم این است که هوش مصنوعی در حوزه امنیت کمک‌کننده و تسهیل‌کننده است، اما حرف اول و آخر را نیروی انسانی می‌زند. هیچ فناوری‌ای نمی‌تواند جای نیروی انسانی را بگیرد و ما متکی به نیروی انسانی هستیم و باید آن را تقویت کنیم؛ هرچند هوش مصنوعی می‌تواند در کار نیروی انسانی اختلال ایجاد کند.»

این کارشناس تأکید کرد: «باید در نظر داشت که هوش مصنوعی لازم است و باید رشد کند، ولی باید تهدیدهای آن را بشناسیم. باید به این نکته توجه داشت که کجا تسهیلات ایجاد می‌کند و در کنار این تسهیلات چه ناامنی‌هایی به وجود می‌آورد.»

تقلب با بیان اینکه در صنعت بانکداری چون منافع مادی مهم است، امکان تقلب و ناامنی بسیار بالاست، گفت: «در بحث وجه اشتراک تقلب و امنیت ما باید دنبال ریسک‌ها و تهدیدهای امنیتی برویم. تقلب از ریسک‌ها و تهدیدها برای رسیدن به منافع خود استفاده می‌کند و در مقابل امنیت، ریسک را بررسی کرده و تهدیدها را برآورد می‌کند تا جلوی تقلب‌ها را بگیرد. باید گفت برآورد تهدیدها و ریسک‌ها نقطه مشترک تقلب و امنیت است؛ یکی برای امنیت و دیگری برای سوءاستفاده دنبال ریسک‌ها و تهدیدها می‌رود؛ بنابراین مهم است که محاسبه ریسک و تهدید انجام دهیم. با این اقدام می‌توانیم جلوی تقلب را بگیریم.»

هیچ فناوری نمی‌تواند جای نیروی انسانی را بگیرد

مدیرعامل شرکت امن‌افزارگستر شریف در ادامه درباره تأثیر و نقش هوش مصنوعی در ایجاد تقلب نیز بیان کرد:

پنل «اهمیت فناوری در ارتقای امنیت و مبارزه با تقلب در صنعت بانکداری» در دوره بیست‌وششم نمایشگاه الکامپ، با حضور و سخنرانی «هاشم حبیبی»، مدیرعامل شرکت امن‌افزارگستر شریف و «بهناز آریا»، مدیرعامل گروه شرکت‌های کهکشان و رئیس کمیسیون افتای نصر تهران و با مدیریت «حسین قرایی»، مدیرعامل کاشف در نمایشگاه الکامپ برگزار شد.

با محاسبه ریسک می‌توانیم مانع تقلب شویم

در ابتدای نشست، هاشم حبیبی، مدیرعامل شرکت امن‌افزارگستر شریف در مورد وجه اشتراک امنیت و

«ارائه یک میلیون و دویست هزار فقره وام» محمد آجدانی، معاون بانکداری نوین شرکت داتین با اشاره به اینکه وییاد در نمایشگاه الکامپ حاضر شده تا خدماتش را به مشتریان بالقوه که بازدیدکنندگان هستند، معرفی کند، می‌گوید: «طرح اعتبار پش‌توانه، یکی از اصلی‌ترین خدمات وییاد در نمایشگاه است که به واسطه آن مشتریان می‌توانند با پشتوانه رتبه اعتباری خود از ۱ تا ۱۵ میلیون تومان وام و اعتبار بگیرند.» او ادامه داد: «کاربران می‌توانند با بازپرداخت به‌موقع اقساط خود، سقف اعتبار خود را افزایش دهند.»

آجدانی اعلام می‌کند: «این طرح از سال ۱۴۰۱ عملیاتی شده است و تا این لحظه بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار فقره

وییاد ترابانک بانک پاسارگاد و محصولی از داتین است که با خدمات بانکداری دیجیتال، بیمه‌ای و اعتباری در بیست‌وششمین دوره الکامپ حضور پیدا کرد. به گفته معاون بانکداری نوین شرکت داتین، معرفی وییاد و خدمات آن (به‌ویژه طرح پشتوانه) از اصلی‌ترین دلایل حضور این مجموعه در بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ است. وییاد در حال حاضر در بیش از ۶ هزار روستا و ۱۲۰۰ شهر کاربر فعال دارد.

وییاد یک بانک کاملاً دیجیتال است که به صورت غیرحضور کاربران را احراز هویت و برای آنها افتتاح حساب می‌کند. همچنین مشتریان وییاد می‌توانند بدون وثیقه و ضامن تسهیلات بگیرند.

معاون بانکداری نوین داتین درباره حضور در الکامپ عنوان کرد

معرفی وییاد و خدمات آن به بازدیدکنندگان



گفت‌وگو با مدیرعامل وینداد در ال‌کامپ ۲۶

ارائه آنلاین خدمات حقوقی به کسب‌وکارهای رزمزاری

همکاری داشته و به صورت مستقیم به آن‌ها خدمات حقوقی ارائه داده است.

وینداد مجموعه‌ای فناوری محور است

امیری تأکید کرد: «خدمات وینداد در گام اول به صورت مشاوره به کسب‌وکارهاست اما پس از آن وارد فاز اجرایی می‌شویم. کسب‌وکارها با دریافت اشتراک حقوقی وینداد، یک تیم حقوقی ده نفره را برای مدتی مشخص به استخدام خود درمی‌آورند و بدون محدودیت از خدمات حقوقی آنها استفاده می‌کنند.» مدیرعامل وینداد تأکید کرد: «وینداد یک مؤسسه حقوقی نیست؛ بلکه تک‌کمپانی است.» او ادامه داد: «بنیان‌گذاران مجموعه وینداد، پیش‌زمینه فناوری و دولوپمنت دارند؛ تیم فنی وینداد به اندازه تیم حقوقی آن بزرگ است و دانش فنی را به تیم حقوقی منتقل می‌کند.»

درخواست خدمات براساس ترند بازار است

به گفته امیری، درخواست خدماتی که به این مجموعه ارائه داده می‌شود، بر اساس ترندهای بازار است و رابطه مستقیمی با بحث‌های رگولاتوری ندارد. او اشاره کرد: «مثلاً در سال گذشته، بحث متاورس بسیار ترند بود و این نوع کسب‌وکارها به ما درخواست خدمات می‌دادند. در سال‌های گذشته، ماینینگ رایج بود و این کسب‌وکارها از ما خدمات دریافت می‌کردند و تقاضایی که به سمت مجموعه ما می‌آید، وابسته به اخبار و اقدامات رگولاتوری نیست.»

امیری با اشاره به چالش‌های موجود برای به عهده گرفتن رگولاتوری حوزه رزمزارز در میان نهادهای حاکمیتی، مطرح کرد: «گرچه این حوزه تنظیم‌گری دقیقی ندارد، اما مجموعه‌ای از قوانین و ضوابط برای آن از پیش موجود است.»

حضور کسب‌وکارهای رزمزاری در بیست‌وششمین دوره ال‌کامپ پررنگ‌تر و جدی‌تر از دوره‌های پیشین بود. از سویی به دلیل رشد اکوسیستم رزمزاری ایران، این مجموعه‌ها با چالش‌های حقوقی بیشتری مواجه شده‌اند. وینداد ارائه‌دهنده آنلاین خدمات حقوقی تخصصی کسب‌وکارهاست و به گفته مدیرعامل آن تا به حال بالغ بر هشت هزار کسب‌وکار از خدمات ۳۶۰ درجه حقوقی این مجموعه استفاده کرده‌اند.

تمرکز وینداد، سرویس‌دهی به کسب‌وکارهای متوسط و کوچک مقیاس با کمتر از صد و پنجاه کارمند است. یکی از حوزه‌هایی که به صورت تخصصی از خدمات وینداد استفاده می‌کنند، کسب‌وکارهای رزمزاری و صرافی‌های ارز دیجیتال هستند.

«محمدحسین امیری»، هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل وینداد در خصوص خدمات حقوقی قابل ارائه به صرافی‌ها در فضایی که هنوز رگولاتوری دقیقی صورت نگرفته است، گفت: «در کل صنعت بلاکچین، چه در حوزه تبادل، چه ماینینگ و چه سایر حوزه‌ها، کسب‌وکارها با ریسک‌ها و چالش‌های متعددی مواجه هستند؛ زیرا این فضا هنوز تنظیم‌گری نشده است و رگولاتور نیز نسبت به آن بدبین است.»

او ادامه داد: «ما طی سال‌های اخیر در این حوزه اقدامات آکادمیک داشتیم؛ یعنی در خصوص قوانین کشورهای دیگر به طور دقیق تحقیقات انجام دادیم و قوانین پولی بانکی و پولشویی و مالی داخلی کشور را بررسی کردیم. زیرا کسب‌وکارهای رزمزاری به صورت غیرمستقیم با قوانین داخلی مواجه هستند.» به گفته امیری، پس از این مرحله، وینداد به صورت عملی اقدام به فعالیت در حوزه حقوقی کسب‌وکارهای رزمزاری کرده و با کسب‌وکارهای مختلفی از جمله نوبیتکس، یوبیتکس، داراماینر، بیت‌پین، بینوست، ضرب، میهن بلاکچین و سایر کسب‌وکارهای بلاکچینی

در تجمیع اطلاعات هیچ تعاملی با هم ندارند. زمانی می‌توانیم در مقابل تهدید موفق عمل کنیم که همه نقاط مختلف اطلاعات را جمع‌آوری کرده و با تحلیل و آنالیز مناسب تصمیم‌گیری و راهبری درستی از این اطلاعات داشته باشیم.»

این کارشناس در ادامه بیان کرد: «امروز می‌توانیم پیش‌گیری و پیش‌بینی در حوزه امنیت اهمیت زیادی دارد. زمانی می‌توانیم در مقابل هوش تهدید موفق باشیم که فعالیت‌های پیشگیرانه انجام داده باشیم. هوش تهدید تمام اطلاعات را جمع‌آوری و تحلیل می‌کند، رفتارهای غیرعادی را تشخیص و در نهایت پیش از وقوع اتفاق هشدار می‌دهد. وقتی رخداد امنیتی داریم، باید فعالیت‌هایی پیش از وقوع رخداد انجام دهیم که هم جلوی آن رخداد را گرفته باشیم و هم از شدت آن بکاهیم. این نکته نیز مهم است که پس از وقوع رخداد چه کنیم که هرچه زودتر به شرایط عادی

هوش تهدید تمام اطلاعات را جمع‌آوری و تحلیل می‌کند، رفتارهای غیرعادی را تشخیص و در نهایت هشدار می‌دهد

برگردیم.»

کمبود نیروی متخصص امنیت، چالش بزرگی است

مدیرعامل گروه شرکت‌های کهکشان و رئیس کمیسیون افتای نصر تهران در جواب سؤالی درباره نگهداشت نیروی انسانی متخصص در حوزه امنیت اظهار داشت: «بزرگ‌ترین چالش در حوزه امنیت و فناوری اطلاعات، کمبود نیروی متخصص و متأسفانه خروج نیروی انسانی موجود از کشور و نیز جابه‌جایی افراد متخصص در این حوزه به دلایل اقتصادی و نیز نبود ثبات اقتصادی است.» او در ادامه به بحران نرخ امنیت سایبری اشاره و در این زمینه تصریح کرد: «تربیت نیروی انسانی در حوزه امنیت بسیار مشکل است. در دنیا نرخ امنیت سایبری صفر است، اما در ایران این موضوع یک بحران است. امنیت یک بحث تخصصی چندوجهی است و باید به دانش‌های مختلف آگاهی داشت. در نقشه راه دیجیتال کشور باید نهضت بزرگ آموزشی شکل بگیرد و این مهم نیازمند کار گروهی است که در بلندمدت به ثمر خواهد رسید و در این صورت خواهیم توانست نیروهای متخصصی در حوزه امنیت تربیت کنیم.» این کارشناس با تأکید بر اینکه نیاز داریم صنعت امنیت را چابک‌تر و پویاتر کنیم، بیان کرد: «صرفاً بحث حقوق برای ماندگاری نیروی متخصص مطرح نیست و فاکتورهای دیگری لازم است؛ از جمله ثبات اقتصادی، ثبات روانی و فرصت‌های پیشرفت.»

وجود مدیریت ثقلب و مدیریت ریسک نیاز است

مدیرعامل شرکت امن‌افزارگستر شریف در بخش دیگری از صحبت‌های خود به اهمیت مدیریت ثقلب و ریسک در حوزه امنیت پرداخت و در این زمینه اظهار کرد: «نیاز به تعریف جایگاه مدیریت ریسک و ثقلب داریم؛ به عبارتی وجود مدیریت ثقلب و مدیریت ریسک نیاز است تا بتواند کلیه فعالیت‌های مرتبط با فناوری و سایر فعالیت‌های شرکت را بررسی و نظارت کند و پیش‌بینی تهدیدها و ثقلب‌ها را انجام دهد.»

حبیبی ادامه داد: «سیستم آموزشی کشور مکلف است نیروی انسانی خود را آموزش دهد که حوزه امنیت را بفهمند و اصول آن را بدانند. شرکت‌های خصوصی باید نیروی انسانی را تربیت کنند. مسلماً مهارت‌آموزی نیروی انسانی برعهده شرکت‌های خصوصی حوزه امنیت است و تربیت و کسب مهارت در شرکت اتفاق می‌افتد. اگر

شرکت‌های خصوصی نیروی انسانی را تربیت کنند و به سازمان‌های دولتی جهت فعالیت تحویل دهند و این چرخه اتفاق بیفتد، تربیت، جذب و نگهداری نیروی انسانی رخ خواهد داد. متأسفانه اقتصاد امنیت معیوب است و آن‌طور که باید برای امنیت پروژه‌های اقتصادی تعریف نمی‌شود.»

فناوری؛ شمشیر دولبه

در ادامه این نشست، بهناز آریا، مدیرعامل گروه شرکت‌های کهکشان نیز در مورد اینکه نقش فناوری‌های جدید در روند ثقلب‌های جدید به چه صورت است، تصریح کرد: «هر ۳۹ ثانیه یک حمله سایبری اتفاق می‌افتد. در این شرایط لحظه‌ای، اگر بخواهیم نقش افراد، فرآیندها و فناوری‌ها را بررسی کنیم نقش فناوری در سطح حمله از اهمیت بسیار بالایی برخوردار می‌شود. فناوری شمشیر دولبه است و باعث می‌شود سطح حمله افزایش یا کاهش یابد؛ بنابراین لازم است از فناوری برای دید ۳۶۰ درجه استفاده کنیم.»

آریا با تأکید بر لزوم شناسایی عوامل تهدید توسط سازمان‌ها در تعامل با یکدیگر تصریح کرد: «لازم است که در سازمان‌ها عوامل تهدید را شناسایی کنیم، اما در حال حاضر با وجود شناسایی این عوامل، نگاه جزیره‌ای بر این روند حاکم است. سازمان‌ها هرکدام به صورت جداگانه و جزیره‌ای این عوامل را شناسایی و جمع‌آوری می‌کنند و هیچ ارتباطی بین سازمان‌ها در این زمینه وجود ندارد. در سطح کلان سازمان‌ها و بانک‌ها

اینکه وییاد توسعه این بخش‌ها را هم در دستور کار خود قرار داده است، اضافه می‌کند: «نیازسنجی کاربر و ارائه خدمات جدید در همان راستا، یکی از استراتژی‌های وییاد است. به همین جهت در آینده نه‌چندان دور، نوع جدیدی از تسهیلات با مبالغ بیش از ۱۵ میلیون از وییاد راه‌اندازی خواهد شد. همچنین خدمات چک الکترونیک و سفته الکترونیک هم به‌زودی در اختیار کاربران قرار خواهد کرد.»

ضمائم نام سفر یکی دیگر از خدماتی است که به‌زودی وییاد از آن رونمایی می‌کند. به گفته آجدانی، این قابلیت برای آن دسته از کاربران است که برای سفرهای خود و ویژه‌های مرتبط به ضمانت‌نامه نیاز دارند.

تسهیلات به مبلغ ۲ هزار ۸۰۰ میلیارد تومان را به کاربران ارائه داده است.» او توضیح می‌دهد که تعداد وام به معنای تعداد کاربران نیست و ممکن است برخی کاربران بیش از یکبار از وییاد وام دریافت کرده باشند. معاون بانکداری نوین شرکت داتین می‌افزاید: «قصد داریم با رفع موانع وام‌دهی سنتی فرایند دریافت تسهیلات را تسریع و تسهیل کنیم.»

نیازسنجی کاربر و ارائه خدمات جدید

وییاد علاوه بر حوزه بانکداری در حوزه‌های سرمایه‌گذاری و خدمات بیمه‌ای نیز فعالیت می‌کند. آجدانی با بیان



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم





گفت‌وگو با مدیرعامل گروه بهسازان فردا در حاشیه کامپ ۲۶ تلاش برای ساخت قوی‌ترین اکوسیستم دیجیتال

زیست‌بوم‌های دیجیتال کسب‌وکار، اهمیت حضور شرکت در کامپ مبرهن است. شرکت بهسازان ملت پلتفرم متن‌باز فرانک را معرفی کرد که به گفته جعفری در راستای چابکی دیجیتالی و همکاری و تعامل با شرکت‌های ثالث و خلق جریان‌های درآمدی جدید برای بانک و شرکت‌های ثالث طراحی شده است.

شرکت به پرداخت ملت هم پایانه کارت‌خوان فروشگاهی، درگاه پرداخت الکترونیکی، نرم‌افزار موبایلی سکه، پایانه پرداخت بهای سوخت، پایانه بانکی غیرنقد و سامانه جامع «به پرداخت من» را در نمایشگاه کامپ ارائه و معرفی کرد.

جعفری ادامه داد: «شرکت مهندسی سیستم یاس ارغوانی، سرویس‌ها و محصولات زیر را عرضه کرد: کیوسک پرداخت (میکروکیوسک نیکو)، صندوق فروشگاهی (درون کارت‌خوان) اتصال بی‌سیم (به تمام دستگاه‌های کارت‌خوان بانکی، مانیتورینگ (ATM و Cashless)، خودپردازهای غیرنقدی، مانیتورینگ دستگاه‌های سوخت، کیوسک اصناف، کیوسک خدمات بانکی و CRS».

بنا بر گفته‌های او دیگر شرکت مجموعه فن آوران هوشمند بهسازان فردا، شرکت زیرساخت امن خدمات تراکنشی است که آن هم طی روزهای نمایشگاه در حوزه زیرساخت‌های ارتباطی و شبکه، امنیت اطلاعات و ارتباطات، مرکز داده، زیرساخت‌های مجازی و رایانش ابری و سرویس‌های سازمانی؛ خدمات و راهکارهایی را به بازدیدکنندگان، سازمان‌ها و شرکت‌ها ارائه داد.

شرکت مهندسی نرم‌افزار شقایق نیز از سامانه «بانک‌پلاس»، سامانه «جت‌وام»، سرویس هاب هوشمند اعلان پوش نوتیفیکیشن و سرویس آنتی‌فیشینگ رونمایی کرد. جعفری در ادامه معرفی محصولات توضیح داد: «شرکت مهندسی صنایع یاس ارغوانی که دیگر عضو خانواده بهسازان فرداست، سه سامانه تحلیل مشتریان (KYC)، سامانه نما، سامانه سمت و همچنین راهبرد نگار را عرضه کرد.»

گروه فن آوران هوشمند بهسازان فردا به همراه شرکت‌های زیرمجموعه خود در بیست‌وششمین نمایشگاه کامپ حضور داشت. این مجموعه به معرفی آخرین محصولات و دستاوردهای خود و شرکت‌های زیرمجموعه پرداخت، پلتفرم متن‌باز فرانک، سامانه جامع «به پرداخت من» و چت‌بات و سامانه «سامیار» از جمله محصولات و خدماتی است که در گروه زیرمجموعه‌های بهسازان فردا معرفی و ارائه شد. در ادامه با احمد جعفری، مدیرعامل گروه فن آوران هوشمند بهسازان فردا در خصوص حضور این شرکت در نمایشگاه کامپ و آخرین محصولات و دستاوردها گفت‌وگو کرده‌ایم.

در میان بانک‌های قدیمی ایرانی، بانک ملت در حوزه فناوری اطلاعات اعم از زیرساخت و نرم‌افزار و سامانه، جایگاه خوبی دارد. این بانک حدود ۱۰ سال پیش هلدینگ فن آوران هوشمند بهسازان فردا را در همین حوزه تأسیس کرد که حالش شرکت را مدیریت و راهبری می‌کند.

احمد جعفری، مدیرعامل گروه فن آوران هوشمند بهسازان فردا گفت: «بهسازان فردا، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فوق‌العاده و موقعیت ویژه خود، امکان توسعه محصول و ارائه خدمات ترکیبی به سایر زیست‌بوم‌های کسب‌وکاری را در خود دارد. سامانه‌های پرداخت سوخت و تدارکات الکترونیکی دولت، تنها نمونه‌هایی از مشارکت‌های موفق گروه بهسازان فردا با سازمان‌های مهم کشور است و حضور مداوم در رتبه‌های برتر و کسب جوایز مختلف در ارزیابی‌های رسمی، تأییدکننده موفقیت‌های ماست.»

جعفری در توضیح اهمیت حضور در نمایشگاه کامپ گفت: «با توجه به چشم‌انداز، مأموریت و راهبردهای گروه در توسعه و ایجاد یک زیست‌بوم قدرتمند دیجیتالی و ارائه توانمندی‌های کسب‌شده به دیگر



طهورا آدینه‌وند

Viria.adinehvand@gmail.com



هوش مصنوعی ابزار نیست زندگی است

در پیل «هیاهو برای چه چیزی؟» مطرح شد

ارزش و ایجاد تحرک تلاش دارند تا معرف اپراتور صنعت هوشمند باشند، گفت: «در حال حاضر هیجان خاصی برای هوش مصنوعی ایجاد شده و تمام شرکت‌های حوزه فناوری تلاش دارند در این عرصه دستی بر آتش داشته باشند، اما نکته مهم این است که باید در حوزه هوش مصنوعی کار اثرگذار، اصولی و مداوم که خلق ارزش کند، انجام شود.»

رئیس آزمایشگاه فناوری‌های پیشرفته فناپ در ادامه خاطرنشان کرد: «چالش بزرگی که در حوزه هوش مصنوعی کشور وجود دارد، این است که افراد متخصص و خبره در این حوزه با کم هستند یا در صورت وجود متأسفانه به خارج از کشور مهاجرت می‌کنند. نکته حائز اهمیت این است که در آینده توانمندی شرکت‌ها نه منوط به تعداد نیروی انسانی است و نه به تعداد خدماتی که ارائه می‌دهند؛ بلکه به تعداد هلدینگ‌هایی است که در کنار این شرکت‌ها در حال فعالیت هستند.»

اکوسیستم فناوری جزئی از زنجیره ارزش است

آرشام شرفایی، مدیرعامل «متایکامرس انتخاب» درباره ارتباط ایکامرس و هوش مصنوعی تصریح کرد: «هم‌اکنون گروه انتخاب با محصولات معروف و شناخته‌شده دو و اسنوا با ۲۲ هزار نیروی مستقیم در ۳۰ کشور، ۱۵۰ هزار نیروی غیرمستقیم و ۱۸ هلدینگ در حال فعالیت است. بدیهی است توسعه و نوآوری با این گستره فعالیت بسیار سخت است و هوش مصنوعی کار را تسهیل می‌کند؛ از این رو شرکت متایکامرس دروازه ورود فناوری به گروه

روز دوشنبه پنجم تیرماه همزمان با دومین روز برگزاری نمایشگاه، پیل «هیاهو برای چه چیزی؟ هوش مصنوعی و کسب‌وکارهای ایرانی» با حضور وحید مافی، مدیر فناوری گروه پارت؛ سمیه چشمی، رئیس آزمایشگاه فناوری‌های پیشرفته فناپ؛ آرشام شرفایی، مدیرعامل متایکامرس انتخاب؛ مسعود علی اکبرزاده، مدیرعامل داده‌کاوان هوشمند توسن و یوسف قاسمی، مدیرعامل دادفلامینگو با مدیریت آرش برهمند، خبرنگار ماهنامه پیوست برگزار شد.

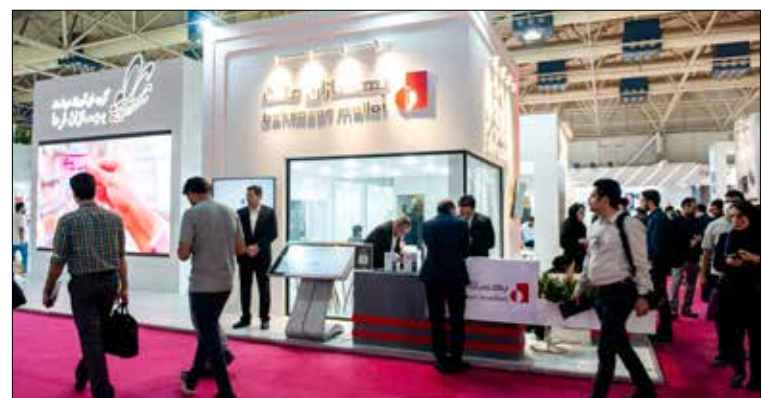
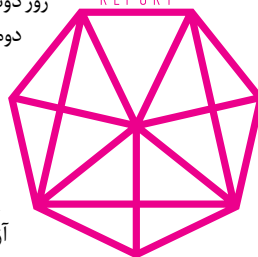
بلوغ فناوری در لایه‌های مدیریتی دچار چالش است

سمیه چشمی، رئیس آزمایشگاه فناوری‌های پیشرفته فناپ درباره اینکه سرمایه‌گذاران هنوز هوش مصنوعی را هزینه تلقی می‌کنند، گفت: «فاصله بزرگی بین فعالان و بهره‌برداران حوزه فناوری وجود دارد. یک موضوع مهم در این عرصه، بلوغ فناوری در صنایع است. در شرایط کنونی صنایع چقدر آمادگی پذیرش هوش مصنوعی و بهره‌برداری از اپراتورهای فعال در این عرصه را دارند. متأسفانه بلوغ فناوری در لایه‌های مدیریتی دچار چالش است و این موضوع ریسک‌پذیری بهره‌گیری از هوش مصنوعی را ایجاد می‌کند.»

او با اشاره به اینکه فناپ و زیرمجموعه‌های آن با خلق



شماره ۱۰۳
اوتومبیل ۱۴۰۲
سال سوم





در گفت‌وگو با مدیرعامل اجرایی والکس درباره حضور در بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ مطرح شد

والکس از تریدینگ بات و سکوی معاملاتی رونمایی کرد

ارتباط با فعالان رمزارز در ایران، به زمان و مکان نمایشگاه محدود نشده و خارج از این فضا نیز با یکدیگر در ارتباط و تعامل هستند.

رونمایی از دو محصول جدید والکس در الکامپ؛ تریدینگ بات و سکوی معاملاتی

مهدی زاده بیان می‌کند که در بیست‌وششمین دوره نمایشگاه الکامپ از دو محصول جدید خود رونمایی کردند؛ تریدینگ بات یکی از دو محصول جدید والکس است که یک استراتژی جدید مارتینگل است که بر پایه هوش مصنوعی بنا شده است. این استراتژی هم در بازارهایی با روند صعودی و هم در بازارهایی با روند نزولی کارکرد دارد. علاوه بر این، از یک سکوی معاملاتی نیز در این نمایشگاه رونمایی کردند که این سکوی می‌تواند به کاربران خود تا سقف ۴۰۰ میلیون تومان اعتبار معاملاتی و وام بدهد.

دلایل عدم حضور برخی کسب‌وکارها در نمایشگاه

مدیرعامل اجرایی والکس درباره عملکرد این دوره و استقبال کسب‌وکارها و مردم از آن گفت: «این طور به نظر می‌رسد که برخی کسب‌وکارها در نمایشگاه شرکت نکردند، با این وجود می‌توان گفت که این غیبت چهارساله توانست تب‌وتاب الکامپ را از بین ببرد و استقبال افراد و کسب‌وکارها از آن خوب بود.» او ادامه داد: «سالی که گذشت، سال سختی بود و برخی کسب‌وکارهای دیجیتال و آنلاین ضربه خوردند و این می‌تواند یکی از دلایلی باشد که در نمایشگاه شرکت نکردند. در واقع این طور به نظر می‌رسد که برخی کسب‌وکارهای دیجیتال، این نمایشگاه را بستر مناسبی برای بیان مشکلات خود و بهبود وضعیت موجود ندانستند و از شرکت در آن سر باز زدند.»

بیست‌وششمین دوره نمایشگاه الکامپ بعد از چهار سال وقفه، در تیرماه ۱۴۰۲ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، با شعار «آینده بهتر برای اقتصاد دیجیتال» برگزار شد.

صرافی‌های رمزارز نیز از این فرصت استفاده کردند تا با حضور حداکثری خود در نمایشگاه از امکان‌های موجود در آن استفاده کنند. به همین منظور به سراغ احسان مهدی‌زاده، مدیرعامل اجرایی والکس رفتیم تا با او درباره چرایی و چگونگی حضورشان در این نمایشگاه، استقبال کسب‌وکارها و مردم از آن و برنامه و محصولاتشان صحبت کنیم.

الکامپ؛ بستر تعامل و انتقال تجربه

بنا بر صحبت‌های احسان مهدی‌زاده، مدیرعامل اجرایی والکس این شرکت چهار سال است که فعالیت خود را در زمینه رمزارز آغاز کرده و هم‌اکنون یکی از رهبران رمزارز در ایران است و بیش از یک‌ونیم میلیون کاربر فعال دارد.

او معتقد است گرچه کسب‌وکارهای رمزارزی در نمایشگاه الکامپ ۱۳۹۸ نیز شرکت کرده بودند، اما امسال حضور پررنگ‌تری داشتند و نمایشگاه را جدی‌تر گرفتند و والکس نیز از این قاعده مستثنی نبود.

مهدی‌زاده نمایشگاه الکامپ را فرصتی مناسب برای تعامل چهره‌به‌چهره با رگولاتور، کاربران و اکوسیستم رمزارزی در ایران دانست و در این مورد گفت: «الکامپ بستر انتقال تجارب و بیان چالش‌ها و مشکلاتی است که هر کسب‌وکاری می‌تواند داشته باشد و این امکان را به آنها می‌دهد که محصول خود را با شفافیت و وضوح بیشتری معرفی و عرضه کنند و از نزدیک با کاربران خود آشنا شوند.»

او با اشاره به اهمیت تعامل با سایر بازیگران اکوسیستم توضیح داد که تلاش آنها برای برقراری

ادامه سخنان کارشناسان پتل با اشاره به اینکه کرونا پنجره فرصتی برای گسترش هوش مصنوعی در بیشتر کسب‌وکارهای ایرانی شد، تصریح کرد: «مجموعه پارت از سال ۱۳۹۲ فعالیت خود را شروع کرد. این مجموعه از سال ۱۳۹۶ سرمایه‌گذاری عظیمی روی هوش مصنوعی انجام داد و هم‌اکنون بالغ بر ۱۶۰ الی ۱۷۰ نیروی انسانی فقط روی توسعه سرویس‌های مختلف هوش مصنوعی با رویکرد میکروسرویس‌ی در حال فعالیت هستند.» او به تجربه موفق پلتفرم «سیگنال» در احراز هویت ۱۰ میلیون نفر اشاره کرد و گفت: «در این پلتفرم ترکیبی از حدود ۱۸ سرویس هوش مصنوعی به کار گرفته شد و در کنار هم قرار گرفتند و امکان احراز هویت افراد به‌صورت هوشمند و مجازی فراهم شد. وقتی مدلی را در حوزه‌های مختلف از جمله در حوزه بینایی و زبان طبیعی و... ایجاد می‌کنیم، بهبود بخشیدن آن نیازمند یک کار پیوسته و مستمر است. در حوزه تحقیقات و بازار برون‌داد توسعه سرویس‌های مختلف در حوزه تبدیل صوت به متن و متن به صوت را شاهد هستیم که در حوزه احراز هویت نیز مورد بهره‌برداری و استفاده قرار گرفت. یکسری حوزه‌های دیگر هم در حال گسترش است؛ مثلاً در پردازش تصویر سندهای مختلف از جمله کارت ملی، کارت بیمه ماشین، چک و سفته در مجموعه‌های مختلف از جمله بانک و بیمه و مجموعه‌های دولتی از جمله قوه قضائیه مورد استفاده قرار می‌گیرد.»

در مفهوم اکوسیستم فناوری قرار نیست همه چیز را خودمان انجام دهیم و باید این وظیفه را به هوش مصنوعی بسپاریم

هوش مصنوعی یک ابزار نیست، بلکه زندگی خواهد شد

یوسف قاسمی، مدیرعامل «دادفلامینگو» با اشاره به فعالیت شرکت در حوزه خدمات حقوقی به‌ویژه انتقال فناوری توضیح داد: «شرکت دادفلامینگو امکان حضور و فعالیت برندهای توانمند فناوری اطلاعات را با رفع موضوعات تحریم و مسائل بانکی در بازارهای بین‌المللی میسر می‌کند.» «امضان» یکی از استارت‌آپ‌های بین‌المللی فللامینگو است که در حوزه مدیریت اسناد، احراز هویت و امضای دیجیتال فعالیت می‌کند. با این استارت‌آپ اسنادی را که فیزیکاً امضا می‌شده، به‌صورت هوشمند ایجاد می‌کنیم. بانک‌ها از این استارت‌آپ استفاده می‌کنند و وقتی افراد بخواهند تسهیلات بگیرند با احراز هویت برای یک سند که یک بار ایجاد شده، امکان امضای ۱۰ هزار نفر فراهم و پس از احراز هویت سند تکمیل می‌شود. اگر فناوری باشد، اما بینش آن وجود نداشته باشد ما دچار مشکل می‌شویم. در بحث احراز هویت و امضای دیجیتال مجموعه‌های خوبی وجود دارد. موضوعی که به‌ویژه در دوران کرونا مورد توجه قرار گرفت، بهره‌گیری از هوش مصنوعی بود. نکته حائز اهمیت این بود که پیش از این دوره نیز فناوری هوش مصنوعی وجود داشت، اما سرویسی که از این فناوری استفاده‌و به شرکت‌ها و مردم متصل شود، وجود نداشت و ما در مجموعه فللامینگو سعی کردیم این مشکل را رفع کنیم.» قاسمی با اشاره به اینکه هوش مصنوعی در آینده یک ابزار نیست، بلکه زندگی خواهد شد، تصریح کرد: «داستان هوش مصنوعی در راستای بقای انسان است. ما فراموش کرده‌ایم که انسان قرار است زندگی کند، نه کار. این اصل به‌تدریج برگشت. هوش مصنوعی ما را به این اصل فراموش شده برمی‌گرداند که حداقل کار را انجام دهیم. در مورد نگرانی اخلاقی که در حوزه هوش مصنوعی وجود دارد، باید گفت اتفاقاً هوش مصنوعی در راستای زندگی بشریت است. هوش مصنوعی از همان ویژگی اصلی ژنوم انسانی است که می‌گوید ما باید زندگی کنیم. این ویژگی بقای انسان، خطرات هوش مصنوعی را نیز مرتفع می‌کند.»

انتخاب شد.»

او در پاسخ به اینکه قرار است چه اتفاقی با بهره‌گیری از هوش مصنوعی در گروه انتخاب رخ دهد، گفت: «اکوسیستم فناوری جزئی از زنجیره ارزش است. با گستردگی هلدینگ‌های مجموعه از جمله هلدینگ لوازم خانگی، هلدینگ فروش، هلدینگ لجستیک، هلدینگ گردشگری و... نیاز به ابزاری بود که کارها با هزینه کمتر، دقت بیشتر و سرعت بالاتر انجام شود. موضوع مهم این بود که اکوسیستم فناوری به زیرساخت‌های اساسی نیاز داشت و به همین دلیل دنبال «ایکامرس» رفتیم.» شرفایی در پایان صحبت‌های خود متذکر شد: «در مفهوم اکوسیستم فناوری قرار نیست همه‌چیز را خودمان انجام دهیم و باید این وظیفه را به هوش مصنوعی بسپاریم و ضرورت تمرکز بر سرمایه‌گذاری روی هوش مصنوعی ضرورتی غیرقابل اجتناب است.»

ایران در هوش مصنوعی رتبه ۷۵ را دارد

مسعود علی‌اکبرزاده، مدیرعامل «داده‌کاوان هوشمند توسن» از دیگر سخنرانان حاضر در این پتل با اشاره به فعالیت این شرکت گفت: «داده‌کاوان هوشمند توسن یکی از شرکت‌های زیرمجموعه گروه‌های توسن است. عمده فعالیت گروه توسن در حوزه بانکی و پرداخت اعم از نرم‌افزار و سخت‌افزار و سایر حوزه‌های مرتبط است. داده‌کاوان هوشمند توسن یک شرکت تخصصی است که حدود ۱۳ سال از فعالیت آن در حوزه هوش مصنوعی می‌گذرد.»

مدیرعامل داده‌کاوان هوشمند توسن اذعان کرد: «نزدیک به ۷۰ سال از طرح هوش مصنوعی در دنیا می‌گذرد و موضوع جدیدی نیست و اینکه چرا هیاهویی برای بهره‌گیری از هوش مصنوعی ایجاد شده، بیشتر به خاطر آینده‌ای است که برای آن وجود دارد. دلیل بهره‌گیری شرکت‌ها از این فناوری در درجه اول نیاز و در درجه دوم آینده‌ای است که در این حوزه در دنیا و کشور دیده می‌شود.»

علی‌اکبرزاده ادامه داد: «رتبه ایران در هوش مصنوعی ۷۵ است. وسعت سرمایه‌گذاری مایکروسافت به‌عنوان پیشرو در حوزه هوش مصنوعی ۲۵۰۰ میلیارد دلار و وسعت سرمایه‌گذاری شرکت فناوری هلدینگ آمریکایی آلفابت ۱۵۰۰ میلیارد دلار است و اگر مجموع این سرمایه‌گذاری را با میزان فروش نفت کشورمان در صد سال گذشته مقایسه کنیم که رقمی معادل ۱۱۰۰ میلیارد دلار است، به اهمیت و جایگاه این حوزه فناوری می‌رسیم. اینکه شرکت‌های بزرگ به سمت هوش مصنوعی می‌روند، به این امید است که بتوانند سهم بیشتری در بازار آینده کسب کنند و این سهم باز به موضوع نیاز برمی‌گردد؛ اینکه چقدر در بازار آینده نیاز وجود دارد.» مدیرعامل داده‌کاوان هوشمند توسن معتقد است هوش مصنوعی را می‌بایست در دو حوزه حاکمیتی و شرکتی مورد بررسی قرار داد. در حوزه حاکمیتی پروژه‌های هوش مصنوعی همچون لینوکس و موبایل ملی با وجود هزینه زیاد با شکست مواجه شدند، اما در حوزه شرکتی، شرکت‌ها می‌توانند وارد عرصه هوش مصنوعی شوند و با توجه به استعدادهایی که در حوزه شرکتی وجود دارد، مسلماً شرکت‌ها برای پاسخگویی به نیازهای خود می‌توانند در حوزه هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری کنند و این سرمایه‌گذاری قابل برگشت است.»

هوش مصنوعی نیازمند کار پیوسته و مستمر است

وحید مافی، مدیر فناوری اطلاعات شرکت «پارت» در



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم





برگزاری نشست تخصصی
مفاهیم بلاکچین

بلاکچین آمده تا همه چیز را بر هم زند

در بیست و ششمین دوره از نمایشگاه بین‌المللی ال‌کامپ، نشست تخصصی در زمینه مفاهیم بلاکچین با حضور احمد جنتی‌فر، رئیس گروه آموزش انجمن بلاکچین ایران برگزار شد. او در این نشست به گفت‌وگو در خصوص بلاکچین و ویژگی‌های این فناوری جدید پرداخت.

جنتی‌فر گفت: «در میان ۱۰ روند سال ۲۰۲۳ به گزینه بلاکچین می‌رسیم و در پنج سال متوالی این روند تکرار می‌شود. بلاکچین فناوری ذخیره‌سازی داده است که سه ویژگی مهم دارد.»

او درباره ویژگی‌های بلاکچین گفت: «بلاکچین فناوری برهم‌زننده است. ویژگی بعدی این است که انقلابی است و در واقع سومین نسل از انقلاب دیجیتال را رقم می‌زند.»

جنتی‌فر ادامه داد: «ما سه نسل انقلاب صنعتی، دیجیتال و نسل سوم تحول دیجیتال را داریم که بلاکچین در نسل سوم تحول دیجیتال جای دارد. سومین ویژگی بلاکچین غیرمتمرکز بودن آن است؛ بلاکچین نقطه مقابل تمرکزگرایی است.»

رئیس گروه آموزش انجمن بلاکچین ایران در پایان گفت: «در انجمن بلاکچین تصمیم‌گیری در یک فضای غیرانتفاعی و غیردولتی چراغی روشن کنیم که نفع آن به همه کسب‌وکارهای رمزارزی و همه ما برمی‌گردد، اما تا زمانی که تصمیم‌گیرنده‌های ما ندانند بلاکچین چیست، برای تصمیم‌گیری ترس دارند و می‌شود چهار سال بلاکچینی که بالاخره برای صرافی‌های رمزارزی اینماد تولید کردند.»



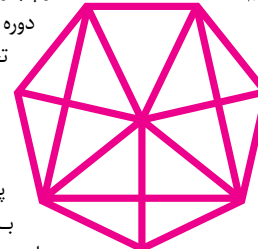
شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم



زنان سقف‌ها را شکسته‌اند

پنل «این سقف شیشه‌ای است یا بتنی؟»
با حضور زنان فعال در اکوسیستم نوآوری برگزار شد

گزارش
REPORT



در چهارمین روز برگزاری بیست و ششمین دوره نمایشگاه بین‌المللی ال‌کامپ پنل تخصصی با موضوع حضور زنان در اکوسیستم نوآوری با حضور بانوان کارآفرین این حوزه برگزار و به چالش‌های فعالیت زنان پرداخته شد. این پنل تخصصی با عنوان «این سقف شیشه‌ای است یا بتنی؟» در خصوص زنان و اکوسیستم نوآوری با حضور مریم قدس گلشن، مدیر توسعه کسب‌وکار «جیرینگ»؛ عاطفه هاشمی، بنیان‌گذار «روچ»؛ سحر بختیاری، بنیان‌گذار «آوایار» و مدیرعامل «پیمان»؛ کتابون سپهری، مربی کسب‌وکار و سمیرا مهدوی، مشاور توسعه کسب‌وکار و امور مشتریان برگزار شد. در ابتدای این پنل شرکت‌کنندگان آن به معرفی خود و تجربه‌های کسب‌وکارشان پرداختند. در همین راستا مریم قدس گلشن اظهار داشت: «قبول کردم از شکست‌ها درس بگیرم و برای رشد خودم استفاده کنم، زیرا معتقدم رشد و یادگیری نباید متوقف شود.» گلشن با بیان اینکه مشکل از خانم‌ها و نداشتن اعتمادبه‌نفس است، تصریح کرد: «این به‌مانند وجود سقف شیشه‌ای است که در دو سال اخیر ترک خورده و ممکن است بشکند.»

کمک به توسعه فرهنگی بانوان در کنار توسعه کسب‌وکار

عاطفه هاشمی، بنیان‌گذار «روچ» در سیستان و

بلوچستان، با اشاره به تجربه کاری خود گفت: «بانوان در کسب‌وکار من در جامعه‌ای زندگی می‌کنند که اجازه تحصیل و شناسنامه ندارند، نمی‌توانند دفترچه بیمه داشته باشند و حتی در برخی موارد اجازه خروج از خانه و محله خود را هم ندارند. از این رو در روچ تلاش شد زنان در کنار توسعه کسب‌وکار، یاد بگیرند زندگی مستقل داشته باشند و به تحصیل و رفاه خانواده فکر کنند.» او در خصوص توسعه کسب‌وکار خود و صادرات محصولات شرکت روچ گفت: «محصولات تولیدشده در روچ متناسب با موارد قابل استفاده در کشورهای دیگر تولید می‌شود و توسط یکسری از دانشجویان ایرانی خارج از کشور خریداری می‌شود و در کشور مقصد به فروش می‌رسد که کمک‌خرج زندگی آنها نیز هست.»

سحر بختیاری، بنیان‌گذار «آوایار» و مدیرعامل «پیمان» نیز در این پنل با اشاره به سختی‌های فعالیت زنان در جامعه ایران بیان داشت: «در برخی نقاط کشور سقف‌های سخت و محکمی وجود دارد که شکستن آن کار راحتی نیست، اما در اکوسیستم نوآوری سقفی وجود ندارد؛ بلکه بانوان فقط باید مهارت‌های خود را معرفی و عرضه کنند.»

سمیرا مهدوی، عضو هیئت‌مدیره اتاق بازرگانی ایران و ازبکستان و مشاور توسعه کسب‌وکار با اشاره به مشکلات و دغدغه‌های زنان در کسب‌وکار گفت: «ما یک سقف بتنی در ایران داریم که در کسب‌وکارهای سنتی و بازاری تکلیف مشخص است، اما اکوسیستم نوآوری خود را حامی بانوان نشان می‌دهد. در حالی که

ما نیاز به حامی نداریم، بلکه نیاز ما حمایت بر اساس توانایی‌هایمان است.»

زنان علیه زنان

وی تصویب قانون جذب ۳۰ درصدی بانوان در سمت‌های مدیریتی کشور را توهین به جامعه بانوان دانست و تصریح کرد: «این اتفاق گزارش عملکرد یک تفکر مردانه را تیک می‌زند که از وجود پدیده‌ای به نام «زنان علیه زنان» به‌عنوان نقطه‌ضعف فرهنگی کشورمان نشئت می‌گیرد؛ در حالی که بیشترین حمایت‌ها در طول تاریخ کاری من از سمت آقایان بوده و برعکس این اتفاق از جانب بانوان افتاده است.»

کتابون سپهری، مشاور توسعه کسب‌وکار با اشاره به موضوع پنل یادآور شد: «طبق بررسی‌های انجام‌شده فقط ۱۰ درصد مردم کارآفرین می‌شوند که ۱۰ درصد کارآفرینان را بانوان تشکیل می‌دهند و با توسعه استارت‌آپ‌ها این آمار به بیش از ۱۰ درصد رسیده است.» او با اشاره به قانون جذب ۳۰ درصدی بانوان خاطرنشان کرد: «به دلیل عدم مشارکت کافی بانوان در دنیا از ۱۵ سال قبل سازمان ملل مشارکت ۳۰ درصدی بانوان در سمت‌های مدیریتی دولتی را مشخص کرد تا به برابری جنسیتی در بلندمدت دست یابد؛ بنابراین این قانون جهانی است و ربطی به قانون‌گذاران داخلی ندارد.» به گفته سپهری، همه باید برای توسعه کسب‌وکار نسل زد را بشناسند، زیرا قرار است یک نسل آلفا جایگزین نسل ما شود که در همه چیز متفاوت است.





مدیرعامل
ایران کیش خبرداد

کیف پول ریال دیجیتال روی زمرد عملیاتی شد

ایران کیش با محصولات های تک خود از جمله تی بی پلاس، ریال دیجیتال و کهربا در بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ حضور داشت.

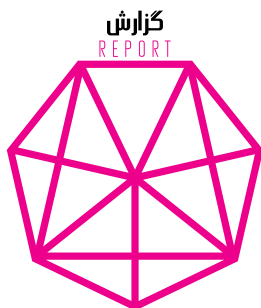
علیرضا موسوی، مدیرعامل ایران کیش درباره محصول تی بی پلاس گفت: «مرزهای نوآوری و ایجاد زنجیره ارزش در کسب و کار اهمیت ویژه ای دارد و تمامی شرکت های شبکه پرداخت و تمامی استارت آپ ها قطعاً این نکته را در نظر دارند. از مدت ها قبل ایران کیش برنامه ای برای توسعه زیرساخت ها در این حیطه داشت و یکی از زمینه هایی که به فکر توسعه آن بود، اصناف است. این شرکت با توجه به همین امر توانست با تی بی پلاس زنجیره ارزش ایجاد کند. محصول نهایی تی بی پلاس در الکامپ معرفی شد و قرار است با برنامه ریزی در راستای توسعه کسب و کار آن، تلاش و عملکردش را روز به روز بهتر و کمک کنیم تا بخشی از مشکلات زنجیره تأمین و کسب و کار حل شود.»

کیف پول ریال دیجیتال ایران کیش روی اپلیکیشن زمرد بانک تجارت یکی دیگر از محصولاتی است که امکان استفاده از ریال دیجیتال و نقل و انتقالات آن را فراهم آورده است. در این اپلیکیشن، ویژگی های ایجاد کیف پول ریال دیجیتال برای شخص کاربر، شارژ یا افزایش موجودی کیف پول ریال دیجیتال، انتقال از کیف پول ریال دیجیتال به کیف پول دیگر، دشارژ کردن کیف پول (که امکان تبدیل ریال دیجیتال را به ریال واقعی فراهم می کند) و دریافت موجودی کیف پول ریال دیجیتال ایجاد شده است.

مدیرعامل ایران کیش درباره این محصول تأکید کرد: «ریال دیجیتال پلتفرمی است که بانک مرکزی از مدت ها قبل بر آن تأکید داشته است. ایران کیش جزو شرکت های اولیه ای بود که روی این موضوع کار کرد و توانست آن را کاملاً به صورت عملیاتی درآورد. البته مراحل قانونی درباره رمزارز ملی باقی است و امیدواریم بخش حاکمیت شبکه پرداخت این موضوع را پیگیری کند.»



شماره ۱۰۲
اوت ۱۴۰۲
سال سوم



فضای مجازی فرامرزی و جهانی است

وضعیت حوزه فناوری اطلاعات کشور در نمایشگاه الکامپ بررسی شد

وقتی در صنف ما کاری انجام می شود، می بینیم چندین نهاد در این زمینه متولی هستند. مسائل و چالش های مختلفی در صنف ما بروز می کنند که نمی توانیم تشخیص دهیم این چالش ها چگونه برای ما به وجود می آید.»

او با بیان اینکه در جایی که برای شرکت ها در فضای مجازی مجوز صادر می شود باید بسترهای لازم نیز برای فعالیت آنها فراهم شود، افزود: «این مورد در زنده نگه داشتن فضای مجازی در کشور بسیار تأثیرگذار است، زیرا همکاری و اتحاد می تواند بسیاری از مشکلات ما را در مقابل نهادهای دولتی و حاکمیتی حل و فصل کند.»

◀ نهادهای دولتی معنی توسعه را نمی دانند

مهدی شریعتمدار، مدیرعامل شرکت جیبیب نیز بیان کرد: «تاکنون اهداف نظام صنفی رایانه ای ما مشخص نشده؛ در حالی که نظام مند شدن این نظام صنفی و داشتن ساختار هم اکنون بسیار ضروری است و در حوزه فناوری اطلاعات، نهادهای دولتی معنی توسعه را نمی دانند.»

او گفت: «وقتی بخش دولتی و حصولتی در بازار فعال هستند، برای بخش خصوصی جایی نمی ماند؛ بنابراین در دو سال گذشته متأسفانه هیچ گونه گفت و گویی با نهادهای حاکمیتی و دولتی انجام نشده است.» مدیرعامل شرکت جیبیب تأکید کرد: «بخش خصوصی همواره به دنبال جهانی شدن است، اما نهادهای حاکمیتی دولتی به دنبال ارائه خدمت در کشور هستند و عواقب عدم توسعه را نمی دانند.»

زیادی با نهادهای حاکمیتی و دولتی برای رفع مشکلات و چالش های فراوری این صنف برگزار شده، اما نتیجه آن برای ما قابل قبول نبوده است. فضای مجازی یک فضای فرامرزی است و مرزهای جغرافیایی در این حوزه نقشی ندارد؛ بنابراین انتظار داریم در این اکوسیستم جهانی بتوانیم شاهد رشد و توسعه فضای مجازی در کشورمان باشیم. هاشمی اظهار داشت: «تفکرات ما در بخش های دولتی به صورت جزیره ای است، اما در نظام رایانه ای کار ما به صورت ساختاری است تا محصولات این صنف به سهولت در سراسر کشور در اختیار مردم قرار گیرد.»

◀ قطعی اینترنت و گم شدن مشتریان کسب و کارهای مجازی

جلال سمیعی، مشاور محتوا و ارتباطات گروه توسعه فناوری «نوروز» در ادامه این پنل تخصصی بیان داشت: «بحران ها به توسعه کسب و کارها در فضای مجازی کمک نمی کنند و قطعی چندماهه اینترنت باعث شده سایت ها در فضای مجازی مشتریان خود را گم کنند.» مشاور محتوا و ارتباطات گروه توسعه فناوری نوروز از مهاجرت متخصصان حوزه آی تی کشور اظهار نگرانی کرد و افزود: «مهاجرت متخصصان حوزه آی تی کشور در اکوسیستم فضای مجازی جدی شده و برای بسیاری از دست اندرکاران این حوزه نگران کننده است.»

◀ چندین نهاد متولی صنف فناوری اطلاعات

مهدی فاطمیان، مدیرعامل شرکت «زیبال» نیز اظهار داشت: «مطالبات صنفی بخشی از کارهای ماست، ولی

اکوسیستم نوآوری در شرایط پر فرازونشیبی پدید آمد و با وجود همه سختی ها توانست حرکتی رو به جلو داشته باشد و به رشد و بالندگی برسد. امروز با گذشت نزدیک به یک دهه از آغاز شکل گیری این اکوسیستم، نه تنها بسیاری از چالش های آن از جمله مسائل مرتبط با رگولاتوری به قوت خود باقی ماندند بلکه چالش های جدیدی مانند مهاجرت نیروهای متخصص و محدودیت ها و اختلالات های جدید اینترنت نیز بر آنها افزوده شده اند.

«حسن هاشمی»، رئیس نظام صنفی رایانه ای کشور؛ «جلال سمیعی»، مشاور محتوا و ارتباطات گروه توسعه فناوری نوروز؛ «مهدی فاطمیان»، مدیرعامل شرکت زیبال؛ «مهدی شریعتمدار»، مدیرعامل شرکت جیبیب و «وحید شامخی»، معاون توسعه کسب و کار نوبیتکس در پنل تخصصی «در حسرت سیمرغ شدن» به بررسی وضعیت حوزه فناوری اطلاعات کشور پرداختند.

رئیس نظام صنفی رایانه ای کشور در نمایشگاه الکامپ گفت: «با اتفاقات پاییز سال گذشته و قطعی اینترنت در کشور، اکوسیستم فناوری اطلاعات و کسب و کارهای مجازی آسیب جدی دیدند.» حسن هاشمی تأکید کرد: «این شرایط سبب شد بسیاری از کسب و کارهای کشور در فضای مجازی آسیب جدی ببینند و دیگر نتوانند به حیات خود ادامه دهند.» او با بیان اینکه فعالان عرصه فناوری اطلاعات به دنبال ورود دانش روز به کشور هستند، اظهار داشت: «ورود تفکرات دولتی و حصولی به این حوزه، شرایط نامناسبی به وجود آورده است.» رئیس نظام صنفی رایانه ای کشور یادآور شد: «تاکنون جلسات





راه‌های طراحی کمپین اثربخش آشنایی با برند و تولید محتوا

کارشناس ارشد دیجیتال مارکتینگ یکتانت در ارائه‌ای با موضوع «طراحی کمپین تبلیغاتی اثربخش» در نمایشگاه الکامپ اعلام کرد که افزایش آگاهی از برندها، افزایش ترافیک بازدیدکنندگان و افزایش فروش و نصب اپلیکیشن از مهم‌ترین هدف آنها از تبلیغات و رونق کسب‌وکار در فضای دیجیتالی است. علیرضا امیرآبادی فراهانی، در ارائه تخصصی الکامپ استیج گفت: «طراحی کمپین‌های تبلیغاتی می‌تواند در هر پلتفرم تبلیغاتی آنلاین انجام شود و نتیجه مثبت آن افزایش فروش و مراجعه زیاد بازدیدکنندگان به این کمپین‌های تبلیغاتی است.»

به باور امیرآبادی، آشنایی با برند و تولید محتوا در سایت مورد نظر با استفاده از روش‌های کاری مناسب تبلیغاتی می‌تواند زمینه رشد فروش را برای شرکت‌های تجاری در فضای دیجیتالی فراهم کند. امیرآبادی با بیان اینکه هدف ما از راه‌اندازی تبلیغات در دنیای دیجیتال باید مشخص شود، گفت: «در این راستا باید کسب‌وکارهای مناسب به همراه کمپین‌های تبلیغاتی مطلوب در کنار پل‌های مورد نظر برای مخاطبان ساخته شود تا بتوانیم به اهدافمان برای راه‌اندازی این کمپین در فضای مجازی دست پیدا کنیم.» کارشناس ارشد دیجیتال مارکتینگ یکتانت بیان کرد: «تجربه نشان داده که باید در تبلیغات خود به محتوا و آیتم‌های تبلیغاتی حساسیت بیشتری داشته باشیم تا با انجام تبلیغات به هدف خود از راه‌اندازی این کمپین تبلیغاتی برسیم.»



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



پایان تلخ وی اودی‌ها؟

در پیل تخصصی الکامپ استیج مسائل و مشکلات شبکه نمایش خانگی بررسی شد

اقدام حاکمیت در مقابل پدیده شبکه‌های اجتماعی تعاملی و غیرتعاملی ایجاد محدودیت و ممنوعیت در استفاده از این ابزارهای فناوری ارتباطات بوده و پارادایم حاکم این است که در حال صیانت هستیم. نهادهای بسیاری به موازات یکدیگر شکل گرفته که رسالت خود را صیانت از فرهنگ می‌دانند و تلاش دارند محتوای نامناسب به دست مخاطب نیفتد. متأسفانه نگاه آینده‌نگری در عرصه فعالیت وی اودی‌ها وجود ندارد و حاکمیت و نهادهای دست‌اندرکار توجهی به این موضوع ندارند. نکته مهم این است که مجموع حاکمیت در سابقه خود این آمادگی را نشان نداده که امکان مراقبت به شکل واقعی را داشته باشد.»

صوت و تصویر فراگیر تعریف مشخصی ندارد

عسگری پور خاطر نشان کرد: «موضوع مهم قابل طرح دیگر خلق واژه مجهول «صوت و تصویر فراگیر» است؛ مفهومی که نمی‌توانیم آن را توضیح دهیم و متأسفانه درباره صوت و تصویر فراگیر تعریف مشخصی ارائه نشده است. البته سابقاً منظور پخش زنده بوده که متولی آن طبق قانون اساسی صداوسیماست.»

او در ادامه گفت: «نکته حائز اهمیت این است که حاکمیت همواره اشتباهی زیادی برای ممیزی دارد و در راستای منافع بخش دولتی به تضعیف بخش خصوصی می‌پردازد.»

در پاسخ به اینکه چشم‌انداز وی اودی‌ها را با این مصوبه چگونه می‌دانید و چه اتفاقی خواهد افتاد، گفت: «بعد از قانون‌گذاری در حوزه‌های جدید اظهار نظر درباره همه جوانب زود است و باید از تجارب قبل استفاده کنیم، همواره با پدیده‌های ارتباطی نوظهوری همچون ویدئو و ماهواره روبه‌رو بوده‌ایم که هنوز قوانینی مدون نشده و متأسفانه فقط محدودیت‌ها و ممنوعیت‌هایی برای بهره‌برداری و استفاده از این فناوری‌های ارتباطی وضع و مقرر شد. متأسفانه در مجموع قوانین حوزه فرهنگ و رسانه جرم‌انگاری نشده و قوانین به‌روز و مشخص نیست و بخشی از قوانین موضوعیت ندارد؛ بنابراین خلاء قانونی وجود دارد و قوانینی کاربردی در راستای فعالیت وی اودی‌ها موجود نیست. پس ضرورت دارد نهادهای دست‌اندرکار هر چه سریع‌تر در جهت رفع این نواقص گام بردارند.»

بازنگری در تنظیم‌گری

عسگری پور درباره نهاد تنظیم‌گر فعالیت وی اودی‌ها گفت: «با توجه به نبودن فعالیت پلتفرم‌های نمایش خانگی نباید به دنبال نهادهای سنتی رفت، بلکه باید نهادی نو تأسیس شود که از ویژگی‌های متناسب با نیاز این بازار برخوردار باشد؛ بنابراین باید گفت تنظیم‌گری در حوزه فرهنگ و رسانه به بازنگری و نگاه نو نیاز دارد.»

دبیر انجمن صنفی وی اودی ادامه داد: «متأسفانه همواره

در چهارمین روز نمایشگاه الکامپ پنلی با عنوان «یک پایان تلخ برای وی اودی‌ها!» در خصوص حوزه وی اودی‌ها و محتوا برگزار شد. در این پیل امیرحسین حیدری، مدیرعامل شرکت رایموندمدیا (تماشاخانه)، محمد مهدی عسگری پور، دبیر انجمن صنفی وی اودی؛ محمدجعفر نعناکار، عضو هیئت‌مدیره تلویزیون تعاملی آیو و احسان رحیم‌زاده، پژوهشگر رسانه به بحث و بررسی پرداختند.

احسان رحیم‌زاده که اجرای پیل را عهده‌دار بود، در آغاز عنوان کرد: «یکی از مصادیق موفقیت بخش خصوصی در وی اودی‌ها (شبکه نمایش خانگی) رقم خورد. در این بستر تاکنون سریال‌های با کیفیت و پرمخاطبی ساخته شده که قابل مقایسه با سریال‌های تولیدشده در صداوسیما نیست و از این منظر صداوسیما در مقابل وی اودی‌ها عقب افتاده است. در حالی که سریال‌های صداوسیما با آنتن خالی مواجه‌اند، سریال‌های متعددی را شاهدیم که در شبکه‌های خانگی در صف انتشار قرار دارند و با استقبال خوب مخاطبان روبه‌رو شده‌اند. با مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی که از پشتوانه قانونی برخوردار شد، از این پس وی اودی‌ها باید زیر نظر صداوسیما به تولید محتوای خود بپردازند.»

قوانین به‌روز و مشخص نیست

محمد مهدی عسگری پور، دبیر انجمن صنفی وی اودی





رئیس هیئت مدیره آبان تتر در حاشیه‌ی کامپ مطرح کرد سلف‌رگولاتوری، پذیرش از سمت حاکمیت نیست، ترک منازعه است

حاکمیت، پذیرش رمز ارز است و تنظیم‌گری این حوزه متأخر بر پذیرش اصل آن است. به محض ارائه یک تعریف و پذیرش ماهیت رمز ارزها، تضاد قواعد قبلی موضوع پذیرش با واقعیت‌های صنعت رمز ارز خودش را نشان می‌دهد که رگولاتور باید به حل آن اقدام کند.»

به عقیده او، این فناوری جدید و جذاب است و خلق ارزش می‌کند. حاکمیت نیز به عنوان نهاد عمومی می‌تواند از این ابزار انتفاع داشته باشد.

اما یکی از دلایل عدم پذیرش رمز ارزها برای این است که این بازار به معنای واقعی آزاد و بدون مرز است و او نمی‌تواند به راحتی آن را مطابق نظر خود کنترل کند و روی رفتار بازیگرانش تأثیر بگذارد.

رئیس هیئت مدیره آبان تتر در خصوص اختیار دادن به سه تشکل خصوصی برای دریافت نماد بی ستاره و غیر قابل درج در سایت و سلف‌رگولاتوری این حوزه

مطرح کرد: «سلف‌رگولاتوری مطرح شده، به مثابه پذیرش واقعیت رمز ارزها و فعالیت این کسب‌وکارها از سوی حاکمیت نیست؛ بلکه ترک منازعه است.»

امین‌زاده ادامه داد: «اکوسیستم ایران بزرگ شده، رشد کرده و حالا صدایش بلند شده است و حاکمیت دیگر نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد.» به گفته او اما حاکمیت آماده پذیرش این واقعیت نیست و توان تصمیم‌گیری برای آن را ندارد. امین‌زاده ادامه داد: «حاکمیت نه به لحاظ فلسفه و ماهیت و نه به لحاظ جزئیات، ایده‌ای برای تنظیم‌گری حوزه رمز ارزها ندارد. راهکار حاکمیت در نهایت محدودسازی است. به همین دلیل مسئولیت‌ها را به عهده نهادهای کنترل‌گر و ناظر گذاشته و خودش منازعه را ترک کرده است.»

امین‌زاده معتقد است با مطرح کردن سلف‌رگولاتوری، در واقع حاکمیت، برخی محدودیت‌ها را رفع کرده و اعلام کرده که گرچه کسب‌وکارها را به رسمیت نمی‌شناسد، ولی دیگر با آنها جنگ هم ندارد.

یکی از نکات چشم‌گیر بیست و ششمین دوره از کامپ، حضور جدی و پررنگ کسب‌وکارهای رمز ارزی بود. اما به عقیده رئیس هیئت مدیره آبان تتر، حضور این مجموعه‌ها به آن معنی نیست که حاکمیت و تصمیم‌گیران، این حوزه را به رسمیت شناخته‌اند.

امین‌زاده مطرح کرد: «حضور صرافی‌های رمز ارز در کامپ، اتفاق مثبتی است؛ زیرا به معنای آن است که بازار آن قدر بزرگ شده که کسب‌وکارها علاقه‌مند به حضور در چنین رویدادهایی شده‌اند. این یعنی شرکت‌ها توانمند شده‌اند و طیف گسترده‌ای از مخاطبان را با خود همراه کرده‌اند.»

به گفته امین‌زاده، دلیل حضور این کسب‌وکارهای رمز ارزی در نمایشگاه کامپ، جدا از وضعیت پذیرش توسط حاکمیت است؛ بلکه علت آن است که فضای رمز ارزی رقابتی شده و حالا کسب‌وکارها به بلوغ رسیده‌اند که حضور در چنین فضاها را به لازمه ارتباط با ذی‌نفعان، فعالیت مؤثر و برندینگ خود می‌دانند.

او ادامه داد: «اعتقاد دارم حضور صرافی‌های رمز ارز در کامپ و نمایشگاه‌های این چنینی، به معنای پذیرش آنها و مشروعیت بخشیدن به آنها از سمت حاکمیت نیست. این کسب‌وکارها مدت‌هاست در جامعه حضور دارند، فعالیت می‌کنند و مقبولیت اجتماعی دارند. حضور این کسب‌وکارها در نمایشگاه‌ها و رسانه‌ها، اتفاق عجیبی نیست؛ بلکه کاملاً منطبق با فعالیت این کسب‌وکارها در جامعه و ارتباط با مخاطب خود است.»

مسئله اصلی پذیرش از سوی رگولاتور است

به گفته رئیس هیئت مدیره آبان تتر، مسئله اکوسیستم رمز ارزی ایران، فراتر از رسمیت کسب‌وکارهای این حوزه است؛ بلکه مسئله اصلی تعریف حاکمیت از مفهوم ارز دیجیتال و سپس تنظیم‌گری فعالیت کسب‌وکارهای حوزه رمز ارز است.

امین‌زاده در این خصوص گفت: «مسئله اصلی

مجازی دارد که اساس نامه آن مرکز جزو اسناد قانونی است. مصوبه شورای عالی فضای مجازی در حکم قانون نیست و در حکم سیاست‌گذاری کلان است. طبق قانون هر چه در مجلس مصوب شود و شورای نگهبان به آن مهر تأیید بزند، در حکم قانون است. اساس نامه شورای عالی فضای مجازی که به تأیید شورای نگهبان رسیده می‌گوید که نظارت، پایش و مدیریت آی‌پی‌تی‌وی، وی اودی‌ها و رسانه‌های آنلاین با آن مرکز است و بنابراین هر مصوبه یا بخش نامه‌ای از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی یا هر نهاد دیگری از جمله صداوسیما نباید یا هر بیانیه‌ای بدهند، وی اودی‌ها مکلف به تبعیت از آن نیستند.»

انجمن صنفی در تدوین آیین‌نامه پلتفرم‌ها همکاری خواهد کرد

نعناکار افزود: «اگر قرار باشد در تدوین آیین‌نامه از همکاری پلتفرم‌ها استفاده شود، قطعاً انجمن صنفی همکاری خواهد کرد. چند نکته در اینجا قابل اشاره است؛ اول اینکه هر جا تعامل و مشارکتی وجود نداشته باشد تهاجم جایگزین خواهد شد. دوم اینکه باید مطالبه‌گر سیاست‌گذاری کلان در حوزه فرهنگ و رسانه باشیم و سومین نکته این است که قوانین هر چه زودتر شفاف، به‌روز و مدون شود.» عضو هیئت مدیره تلویزیون تعاملی آی‌یو در پایان سخنان خود گفت: «پایان تلخی در انتظار ما نیست، اما روحیه تاب‌آوری و جنگنده خود را از دست ندهیم و باور داشته باشیم که بخش خصوصی با قوانین و قواعدی که حاکم است، می‌تواند ادامه دهد و جلو برود.»

شبکه خانگی یا صداوسیما؟

احسان رحیم‌زاده، پژوهشگر رسانه و نیز مجری پنل درباره پشتوانه قانونی ساترا گفت که قرار است آیین‌نامه ساترا در مجلس تصویب شود و وجاهت قانونی یابد. این نهاد در سال ۱۴۰۰ از مجلس بودجه گرفت و به‌زودی آیین‌نامه آن نیز در مجلس مصوب خواهد شد. بنابراین اینکه بگوییم فرقی ندارد نهاد ناظر چه کسی باشد، وقتی به مصادیق نگاه می‌کنیم کمی نگران کننده می‌شود. در نمایشگاه رستا (نمایشگاه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر ایران) در سال گذشته سه پلتفرم اصلی نمایش خانگی (نماوا، فیلمبو و فیلم‌نت) حضور نداشتند و ما مصداق‌های زیادی داریم که نشان می‌دهد صداوسیما در مقابل این پلتفرم‌ها قرار دارد و مخالف این پلتفرم‌هاست. در گزارش‌های صداوسیما شاهد این هستیم که سرریال‌های پخش شده از شبکه نمایش خانگی را نقد می‌کنند و این در حالی است که بسیاری از این سرریال‌ها مجوز ساترا را دریافت کرده‌اند. این انتقاد در واقع به نوعی زیر سؤال بردن خود صداوسیماست؛ چراکه ساترا زیر نظر صداوسیما فعالیت دارد.

مجری پنل در ادامه سخنان مطرح شده در پنل به دو قطبی شدن سرریال‌ها در کشور اشاره کرد و گفت: «در حال حاضر مخاطبان، سرریال‌ها را به دو قطب خانگی یا تلویزیونی تفکیک کرده‌اند که باید این سرریال‌ها را در قالب ملی دید و تفکیک ایرانی و غیرایرانی را برای آنان قائل شد. بی‌تردید صداوسیما و شبکه خانگی باید در راستای منافع یکدیگر عمل کنند و باید همه این عرصه در راستای یکدیگر تقویت شود؛ چراکه با حذف شبکه‌های خانگی، مخاطبان به سمت صداوسیما خواهند رفت.»

رحیم‌زاده در پایان ابراز امیدواری کرد که آیین‌نامه دقیقی برای فعالیت‌های وی اودی‌ها تدوین و مصوب شود تا خط قرمزها مشخص شود و سیاه‌نمایی‌ها درباره فعالیت این پلتفرم‌ها از بین برود.

بنابراین شاهد این مهم بودیم که بدون تمهید مقدمات لازم بلافاصله سر اصل مطلب رفته و بدون مشخص کردن محتوای دقیق این واژه، صوت و تصویر فراگیر یکی از مفاهیم وی اودی‌ها شد. متأسفانه در حالی که نمی‌دانیم صوت و تصویر فراگیر دقیقاً چیست، شاهد تدوین قوانین آن هستیم.»

به قوانین بهبود محیط کسب‌وکار عمل نمی‌شود

دبیر انجمن صنفی وی اودی‌ها بر این باور است که قوانین بهبود محیط کسب‌وکار که از سال ۱۳۹۰ مصوب شده، کاملاً تزیینی است و به آن عمل نمی‌شود. در این قانون صراحتاً ذکر شده که دوایر دولتی و حاکمیتی برای پیگیری مسائل خود حتماً می‌بایست از نهادهای صنفی اظهار نظر بگیرند.

سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که از آن سال که این قانون تصویب شده آیا یک بار دولت و حاکمیت به این قانون در حوزه فرهنگ و رسانه عمل کرده‌اند؟

امیرحسین حیدری، مدیرعامل شرکت رایموندمدیا (تماشاخانه) در ادامه گفت وگوهای پنل با تأکید بر اینکه پایان وی اودی‌ها تلخ

نیست، توضیح داد: «هدف مشترک این است که این اکوسیستم زنده بماند و در جهت ارتقا و پیشرفت این اکوسیستم قرار است صحبت کنیم. طی سال‌ها به این نتیجه رسیدیم که با حاکمیت درگیر شدن راه به جایی نمی‌برد، چون در سازمان سینمایی و وزارت ارشاد انواع شوراها وجود دارد.»

او در ادامه گفت: «معتقدم به عنوان رسانه‌دار باید تلاش کنیم کار به بهترین شکل جلو برود. فرقی ندارد متولی و ناظر چه کسی است و از طرف کدام نهاد این مجوز صادر می‌شود، فقط می‌خواهیم مجوز اخذ شده و جاهت قانونی و ضمانت اجرایی داشته باشد. سینماگران و فعالان پلتفرم‌ها خط قرمزها و بایدها و نبایدها را می‌دانند و آن کسی که متولی این اتفاق است، چه وزارت ارشاد، چه صداوسیما یا هر نهاد دیگری باید تسهیلگر و کمک‌کننده باشد؛ چراکه هدف، زنده نگه داشتن این اکوسیستم است؛ بنابراین به اعتقاد بنده راهکار این است که انجمن‌ها و دست‌اندرکاران این عرصه با یکدیگر تعامل کرده و بتوانند حاکمیت را مجاب کنند که این اتفاق به بهترین نحو جلو برود، چون در غیر این صورت هم به اکوسیستم و هم به مخاطب آسیب وارد خواهد شد.»

در حوزه فرهنگ، تنظیم‌گری سلبی نیست

محمدجعفر نعمانکار، عضو هیئت مدیره تلویزیون تعاملی آی‌یو گفت: «در حوزه فرهنگ، تنظیم‌گری سلبی نیست؛ ایجابی است. متأسفانه با فقر فهم حقوقی در حاکمیت مواجه هستیم. در حوزه فرهنگ و رسانه، سلبی رفتار می‌شود و مشکل ساز است. بی‌تردید کسب‌وکار وقتی با موانع روبه‌رو می‌شود، راه و مجرای خود را پیدا می‌کند. نکته مهمی که باید در اینجا به آن اشاره کرد، این است که متأسفانه در مفاهیم ابهام داریم. در آی‌یو تلویزیون خصوصی داریم، اما متأسفانه نمی‌دانیم مفهوم صوت و تصویر فراگیر به چه معناست. آیا عاملیت در آن دخیل است یا آنچه بیرون برایش اتفاق می‌افتد.»

وی اودی‌ها مکلف به تابعیت از قانون هستند، نه بخش‌نامه

عضو هیئت مدیره تلویزیون تعاملی آی‌یو به شورای عالی فضای مجازی که با انحلال شورای عالی اطلاع‌رسانی و ادغام با شورای عالی انفورماتیک شکل گرفت، اشاره کرد و توضیح داد: «این شورا یک بازوی اجرایی به نام مرکز ملی فضای



شماره ۱۰۲
۱۱ شهریور
سال سوم





گفت‌وگو با آرش کریم‌بیگی، مدیرعامل شاتل موبایل در حاشیه‌ی کامپ ارائه راهکارهای سازمانی و سیم‌کارت هوشمند

آرش کریم‌بیگی، مدیرعامل شاتل موبایل در حاشیه‌ی رویداد کامپ در گفت‌وگو با کارنگ می‌گوید اینکه نمایشگاه‌ها با همان ساختار سنتی برگزار می‌شوند و یکسری مخاطب ثابت خاص دارند، لازم است تغییر کند و در این زمینه نیازمند تغییرات ساختاری جدی هستیم. کریم‌بیگی درباره‌ی وضعیت برگزاری کامپ پس از چهار سال می‌گوید: «کامپ و تلکام دو رویدادی هستند که پیش‌تر هر سال به‌عنوان بزرگ‌ترین رویدادهای حوزه‌ی آی‌سی‌تی برگزار می‌شدند. اما وقفه‌ای چند ساله افتاد و این اولین رویداد گردهمایی بزرگ فعالان حوزه آی‌سی‌تی بعد از مدت‌هاست.»

او معتقد است هم کامپ و هم تلکام بیشتر از آنکه در مفهوم مرسوم جهانی، نقش نمایشگاهی داشته باشند، شبیه به یک گردهمایی فعالان صنعت و مراسم دید و بازدید بود، ولی امسال تا حدودی این ویژگی تغییر کرده است. او اعلام می‌کند: «امسال با توجه به وقفه چند ساله، شرایط اقتصادی جامعه و تلاش سرمایه‌گذاران یا صاحبان کسب‌وکار دارند برای عبور از شرایط سخت اقتصادی، به نظر می‌رسد که شاهد فضای نسبتاً متفاوتی نسبت به دوره‌های گذشته بودیم. البته باز هم به دلیل وضعیت تورم، شرایط اقتصادی جامعه و تحریم‌ها و عدم حضور بازیگران خارجی با اتفاقات نظیر یک رونمایی شگفت‌انگیز در این نمایشگاه مواجه نیستیم. هنوز هم ساختار نمایشگاه به شکلی است که بیشتر به اجماع و دوره‌می می‌ماند.»

کریم‌بیگی به این نکته نیز اشاره دارد که نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران امسال تلاش کرده با برگزاری پنل‌ها و سخنرانی‌های متنوع، حجم قابل توجهی از محتوا را به این رویداد بیفزاید، اما به نظر نمی‌رسد این کار هم تغییری در جامعه ثابت مخاطبان نمایشگاه ایجاد کرده باشد.

مدیرعامل شاتل موبایل ادامه می‌دهد: «می‌دانم نظام صنفی حتی از مناطق محروم دانشجویهای باهوش و نخیه و مستعد را به نمایشگاه آورده، ولی به نظر می‌آید که این فضا نیاز به یک تحول و بازبینی اساسی دارد و با سبک و سیاق نمایشگاه‌هایی که در حال حاضر در دنیا می‌بینیم، فاصله بسیاری دارد. معتقدم باید از این نمایشگاه‌های خارجی و نحوه برگزاری شان ایده بگیریم.»

او درباره علت حضور شاتل موبایل در بیست‌وششمین نمایشگاه کامپ می‌گوید: «در هر حال کامپ و تلکام بزرگ‌ترین رویدادهای نمایشگاهی حوزه آی‌سی‌تی هستند، پس شاتل موبایل هم تلاش می‌کند در این فضا هم به معرفی محصولات و خدمات خود بپردازد و هم برای ایجاد شبکه جدیدی از مشتریان خود به خصوص با تمرکز روی لایه راهکارهای سازمانی اش تلاش کند. در نمایشگاه کامپ هم بیشتر تمرکز ما روی معرفی راهکارهای سازمانی مان بود و همین‌طور مفهوم سیم‌کارت هوشمند که به‌تازگی به شکل رسمی راه‌اندازی شده است.»

او درباره جزئیات این محصولات توضیح می‌دهد: «مهم‌ترین آنها همین سیم‌کارت هوشمند است که در واقع سیم‌کارتی است که با تحلیل موقعیت جغرافیایی مشترک بدون نیاز به نصب اپ یا نرم‌افزاری، وی را به بهترین شبکه در آن منطقه وصل می‌کند. ضمن اینکه مشترک هم با اپلیکیشن شاتل موبایل من و هم با سیستم اطلاع‌رسانی شاتل موبایل و هم با کد دستوری #*۸*۱ می‌تواند استعلام بگیرد که در حال حاضر به کدام شبکه وصل است و می‌تواند به شکل دستی هم بین شبکه‌های مختلف جابه‌جا شود. مضاف بر این، راهکارهای سازمانی را معرفی کرده ایم، به خصوص سیم‌کارت سازمانی و سرویس راهکارهای سازمانی در حوزه پیام‌دهی.»



بقای اقتصاد نوآور در تمرکز بر مسائل اساسی کشور است

در پنل تخصصی «اقتصاد نوآوری و فرصت‌های آن برای آینده» بررسی شد

کشور برمی‌آید انجام دهیم، زیرا باید توجه داشته باشیم که حاکمیت هیچ‌گاه نسبت به اقدامات و تصمیمات اشتباه خود ابراز پشیمانی نمی‌کند. او اعتقادات و دیدگاه‌های یکایک افراد جامعه را قابل احترام دانست و ضمن ابراز ناراحتی از مهاجرت جوانان و نخبان کشور افزود: «نباید فراموش کنیم برای ایرانی که دوستش داریم زنده مانده‌ایم و برای همین مملکت باید بمانیم و زندگی کنیم. نایب‌رئیس نظام صنفی رایانه‌ای تهران در پاسخ به انتقادات نسبت به فعالیت‌های صورت گرفته از سال گذشته برای زنده نگه داشتن اکوسیستم و بهبود شرایط، ابراز داشت: «چه بخواهیم و چه نخواهیم، ما زنده‌ایم و چاره‌ای جز زنده ماندن نداریم؛ پس باید از خانه‌ها بیرون بیاییم، بایستیم و با هر عقیده‌ای مملکت و جامعه را مطابق میل شخصی خود بسازیم.» او برگزاری بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی کامپ را اقدام مثبتی در راستای بیان نیازمندی‌ها و دستیابی به دستاوردهای بزرگ عنوان کرد و خاطر نشان کرد: «اخیراً رئیس جمهوری در نامه‌ای دستور رفع مشکلات اینترنت را به متولیان داده است که حاصل مطالبه‌گری فعالان حوزه فناوری در نمایشگاه امسال است.» فرامرزی حضور شرکت‌های بزرگ در نمایشگاه کامپ را ارج نهاد و

پنل تخصصی «اقتصاد نوآوری و فرصت‌های آن برای آینده» با حضور «شهاب جوانمردی»، مدیرعامل گروه شرکت‌های «فناپ»، «فرزین فردیس»، عضو کمیسیون اقتصاد نوآوری اتاق بازرگانی تهران؛ «صادق فرامرزی»، نایب‌رئیس نظام صنفی رایانه‌ای تهران و دعوت از «نازنین دانشور»، کارآفرین برتر آسیا و اقیانوسیه و مدیرعامل سابق شرکت «تخفیفان» برگزار شد. در چهارمین روز از برگزاری بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی کامپ، صادق فرامرزی، نایب‌رئیس نظام صنفی رایانه‌ای تهران که مدیریت پنل تخصصی «اقتصاد نوآوری و فرصت‌های آن برای آینده» را بر عهده داشت، گفت: «اقتصاد نوآوری مبتنی بر فناوری اگر به دلایلی مانند رویکرد رگولاتورها و اختلالات اینترنت که امروز مردم کشور را گرفتار کرده دچار مشکل شود، منتج به عقب‌نشینی و شکست می‌شود. به طور مثال می‌توان به اتفاقات سال گذشته اشاره داشت که تمامی علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری از برنامه‌های خود منصرف شدند و میزهای مذاکره را ترک کردند.» فرامرزی خطاب به فعالان حوزه فناوری و نوآوری نسبت به بهبود شرایط ابراز امیدواری کرد و گفت: «زندگی همچنان ادامه دارد و ما زنده هستیم؛ پس باید هر کاری که از دست‌مان برای نجات



شماره ۱۰۳
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم





وضعیت تولید بازی‌های رایانه‌ای در ایران در نمایشگاه کامپ بررسی شد

به آینده صنعت تولید بازی امید نیست

اینترنتی واقعاً از ظرفیت‌های لازم برخوردار است و در صورتی که بتوانیم سالانه به طور متوسط ۱۰۰ میلیون دلار از محل فروش بازی‌های رایانه‌ای کسب درآمد کنیم، سرمایه‌گذاران بیشتری برای سرمایه‌گذاری در این زمینه تمایل نشان خواهند داد.»

نگاه به بازی‌های رایانه‌ای در ایران همانند وضعیت شبکه‌های اجتماعی است

محمد مهدی بهر فراد، مدیرعامل استودیو بازی سازی «مدریک» نیز در این پنل تأکید کرد: «متأسفانه نگاه و رویکرد به بازی‌های رایانه‌ای در فضای مجازی همان نگاه و مشابه وضعیت شبکه‌های اجتماعی است و بیشتر مسئولان نظرشان این است که این صنعت در ایران وجود نداشته باشد.»

او تصریح کرد: «با توجه به مشکلاتی که در این صنعت وجود دارد هیچ آمیدی برای توسعه صنعت تولید بازی‌های رایانه‌ای در کشور نیست، اما در کشورهای همسایه ما جریان جهانی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای به خوبی مورد شناسایی قرار گرفته و در زمینه توسعه این صنعت گام‌های اساسی برداشته شده است.»

مدیرعامل استودیو بازی سازی مدریک اظهار داشت: «این در حالی است که صنعت تولید بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند با کسب درآمدهای بیشتر ارزی کشور را نجات دهد، چون ظرفیت‌های زیادی در کشورمان در این زمینه وجود دارد که به راحتی قابل دسترسی است.»

او بیان کرد: «عده‌ای در کشورمان فکر می‌کنند بازی‌های رایانه‌ای تعدادی بچه هستند که در فضای مجازی بازی می‌کنند، اما برخی شرکت‌ها در جهان سالانه ۵۰۰ میلیون دلار درآمد ارزی از این صنعت دارند و اگر صنعت تولید بازی‌های رایانه‌ای در ایران به بلوغ برسد، درآمدهای زیادی در این زمینه کسب می‌شود؛ در حالی که هم‌اکنون بیشتر متخصصان ما در صنعت تولید بازی‌های رایانه‌ای به دنبال مهاجرت هستند یا اینکه پیش‌تر مهاجرت کرده‌اند.»

هم‌بنیان‌گذار بازی «آمیروزا» در پنل «فرصت بازی از دست رفت!» در چهارمین روز از برگزاری بیست‌وششمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کامپ گفت: «روند تولید بازی‌های رایانه‌ای در ایران کاهش یافته است و در حال حاضر محدودیت‌ها سبب شده فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای تولید بازی‌های رایانه‌ای در ایران وجود نداشته باشد.»

شهریار ازهاریان فر ادامه داد: «در ۱۷ یا ۱۸ سال گذشته تجربه خوبی برای تولید بازی‌های رایانه‌ای در ایران وجود داشت، اما در این زمینه ما فرصت‌ها را به سهولت از دست داده‌ایم.»

هم‌بنیان‌گذار بازی آمیروزا تأکید کرد: «زمانی که تولید بازی‌های رایانه‌ای در ایران رایج بود، در بسیاری از کشورهای همسایه چنین صنعتی وجود نداشت، اما هم‌اکنون در ایران هیچ برنامه‌ای برای توسعه تولید بازی‌های رایانه‌ای وجود ندارد.»

ازهاریان فر با بیان اینکه تولید بازی‌های رایانه‌ای در کشور ما در سال‌های اخیر عقب‌گرد داشته، تصریح کرد: «این در حالی است که برای کسب ۱۰ ساله در کشور داشته باشیم، چون صنعت تولید بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند برای ما درآمدهای زیادی داشته باشد.»

بازی سازی در جهان محل درآمدهای ارزی است

همچنین هم‌بنیان‌گذار استودیو بازی سازی «بلوط‌گیمز» در این پنل اظهار داشت: «مهم‌ترین مشکل ما در صنعت تولید بازی‌های رایانه‌ای، نبود نیروهای انسانی متخصص در این زمینه است، چون بیشتر نیروهای انسانی توانمند این صنعت به خارج از کشور مهاجرت کرده‌اند و نیروی انسانی موجود در کشورمان هم‌اکنون نیازمند آموزش و کارآموزی است.»

سروش شهبازی افزود: «تاکنون کارهای خوبی در کشورمان در این صنعت انجام شده است. اکنون صنعت تولید بازی‌های رایانه‌ای محل کسب درآمد خوبی در بسیاری از کشورهای جهان است.»

او خاطر نشان کرد: «کشورمان در تولید بازی‌های



شماره ۱۰۲
۱۴۰۲
سال سوم



رقابت بر سر جذب نخبگان ایرانی در جهان

در ادامه این پنل فرزین فردیس، عضو کمیسیون اقتصاد نوآوری اتاق بازرگانی تهران با اشاره به لزوم توجه به موضوع مهاجرت نسل جوان و نخبگان اظهار داشت: «کشور از مهاجرت نخبگان متحمل ضررهای سنگینی شده و در مقابل رقابت برای جذب نخبگان ایرانی در سطح بین‌المللی شدت گرفته است.» او این اتفاق را موجب شیوع ناامیدی در جامعه و تهی شدن کشور از سرمایه انسانی عنوان کرد و گفت: «تصمیم برای ماندن و رفتن یک مسئله شخصی است و نمی‌توان به زور نظر اشخاص را عوض کرد، اما می‌توان به حفظ رابطه و مشارکت با ایرانیان خارج از کشور در اقتصاد نوآوری فکر کرد. اگرچه این‌گونه راهکارها مانند چسب زخمی کوچک روی خون جاری شده از بریدگی

تاکنون بالغ بر ۳ میلیون نفر از کشور مهاجرت کرده‌اند که نزدیک به ۵ درصد جمعیت ۸۵ میلیون نفری کنونی می‌شود

عمیق است.»

آخرین اظهارات دانشور

نازنین دانشور، کارآفرین برتر آسیا و اقیانوسیه و مدیرعامل سابق شرکت تخفیفان در سخنانی پیش از ترک ایران و مهاجرت به کشور آلمان اظهار داشت: «این سومین مهاجرت من است؛ اوایل سال گذشته تصمیم خود را گرفتم و امروز پس از گذشت یک هفته برای مراسم معارفه مدیرعامل جدید شرکت به تهران برگشتم و فرصتی شد تا ضمن بازدید از نمایشگاه کامپ از نزدیک با دوستان و همکارانم خداحافظی کنم.» او افزود: «زمانی که تخفیفان راه‌اندازی شد، اکثر آشنایان از من یک سؤال داشتند، «می‌خواهی چکار کنی؟». مادر تخفیفان موفق شدیم در هر سه ثانیه یک خرید موفق برای مردم رقم بزنیم و امروز میزان تراکنش‌های تخفیفان هشت برابر دوران کرونا شده است.» دانشور با بیان اینکه تصمیم به رفتن را اوایل سال گذشته گرفته، تصریح کرد: «امید هست، اما این پیچ تاریخی شرایط را سخت و بارقه‌های امید را کم‌رنگ کرده است. امیدوارم روزی به ایران برگردیم و بتوانیم به بهتر شدن شرایط کمک کنیم.»

اظهار داشت: «عنوان بزرگ بودن شرکت‌ها تغییر کرده و دیگر شرکت بزرگ معنای سابق را ندارد.» نایب رئیس نظام صنفی رایانه‌ای تهران در ادامه ضمن ابراز ناراحتی و تأسف از تصمیم مهاجرت نازنین دانشور از تلاش‌ها و اقدامات این کارآفرین نمونه و مدیرعامل سابق شرکت تخفیفان، قدردانی و تشکر و نسبت به بهبود شرایط برای ماندن و نیز بازگشت نخبگان حوزه کسب‌وکار نوآوری ابراز امیدواری کرد. در ادامه شهاب جوانمردی، مدیرعامل گروه شرکت‌های فناپ در خصوص مهاجرت نخبگان نوآور گفت: «باید قدر اشخاصی که با همه دشواری‌ها و پیچیدگی‌های فعالیت در داخل کشور، مجموعه‌ها و شرکت‌هایی با کسب‌وکارهای جدید که در گذشته وجود نداشته‌اند راه‌اندازی می‌کنند، بدانیم و از تضعیف خود پرهیز

کنیم.» او در ادامه افزود: «تاکنون بالغ بر ۳ میلیون نفر از کشور مهاجرت کرده‌اند که نزدیک به ۵ درصد جمعیت ۸۵ میلیون نفری کنونی می‌شود، اما با توجه به ظرفیت بالای نیروی انسانی نباید داشته‌ایمان یعنی افرادی با رتبه‌های پایین‌تر کنار گذاشته شوند، بلکه باید تقویت و تشویق شوند.» جوانمردی در ادامه به موضوع توسعه اقتصادی بر مبنای زیرساخت‌ها و نوع شکل‌گیری رابطه میان جامعه و حاکمیت اشاره کرد و گفت: «در هیچ دورانی دولت‌ها صددرصد از اقتصاد خارج نشده‌اند. به طور مثال در سطح اول جهانی در پروژه‌هایی که بخش خصوصی از ریسک سرمایه‌گذاری پرهیز می‌کند، این دولت‌ها هستند که با ورود خود بسترهای جدید را فراهم می‌کنند. در این زمینه می‌توان به کمک‌های مالی، تسهیلات و معافیت‌های دولتی آمریکا در پروژه‌های ایلان ماسک اشاره کرد، پس ما هم نیازمند دست‌یابی به تفاهم برای توسعه اقتصادی هستیم.» او با بیان اینکه بقای اقتصاد نوآوری در تمرکز بر حل کردن مسائل کشور و گشودن پنجره فرصت‌هاست، تأکید کرد: «اگر موضوعاتی مانند امنیت غذایی، حمل‌ونقل، سالمندی و آموزش را فراموش کرده باشیم، اقتصاد نوآوری به سقف شیشه‌ای برخورد خواهد کرد و فراتر نخواهد رفت.»





نظرات مدیرعامل شرکت معتمد تیس درباره حضور در الکامپ بستر معرفی دستاوردهای سالانه

شرکت داده‌پردازی معتمد تیس از ابتدای سال با سهام‌داری دو شرکت انتقال داده‌های آسیاتک و شرکت ساختارهای اطلاع‌رسانی نوین‌گستر (سان) ۱۴۰۱ تاسیس شد و آذر ۱۴۰۱ مجوز شرکت معتمد مالیاتی را از سازمان امور مالیاتی کشور اخذ کرد و حالا این شرکت برای تعامل مستقیم با مؤدیان و شرکای تجاری در الکامپ ۲۶ حضور پیدا کرده است. یوسف پناهی، مدیرعامل معتمد تیس، مأموریت این شرکت را اتصال به سامانه مؤدیان و اجرای تکلیف قانونی مؤدیان می‌داند: «شرکت برای مشتریان حقوقی و حقیقی برنامه‌های مدونی دارد و برای کلیه مؤدیان با تمرکز بر ارائه راهکاری مستقل و نوآورانه، ارسال صورت حساب الکترونیکی را در نظر گرفته است.» پناهی می‌گوید کسب و کار شرکت تیس بر بستر فناوری اطلاعات و در حوزه انتقال امن داده‌های مالیاتی مؤدیان است. پس قطعاً الکامپ عرصه اول ظهور و حضور ما برای نشان دادن دستاوردهای سالانه‌مان محسوب می‌شود. به گفته وی، این شرکت همچنین قرار است همایشی ۳۴۰ نفری برگزار کند. در این همایش یک کارگاه عملی در حوزه ارسال صورت حساب الکترونیکی برگزار و در پنل‌هایی درباره مباحث قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان بحث خواهد شد. تیس یک واسط اتصال برای هلدینگ‌های با تعداد شرکت زیاد دارد و از راهکارهایی برای مشتریان حقیقی رونمایی کرد.



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال اجتناب ناپذیر است

در پنل «بررسی فرصت‌ها و چالش‌های ایران
در مسیر تحول دیجیتال» مطرح شد

پنل «بررسی فرصت‌ها و چالش‌های ایران در مسیر تحول دیجیتال» همزمان با سومین روز برگزاری نمایشگاه الکامپ با حضور جمعی از کارشناسان حوزه تحول دیجیتال برگزار شد.

علی عبداللهی، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک؛ فرهاد نیلی، مدیرعامل شرکت مشاوره، مدیریت، سرمایه‌گذاری و نوآوری رهنمان و عباس معمارزاده، عضو هیئت علمی دانشگاه، کارشناسان سخنران این پنل بودند که درباره فرصت‌ها و چالش‌های ایران در مسیر تحول دیجیتال به بحث و بررسی پرداختند.

اقتصاد دیجیتال یک انتخاب نیست

عباس معمارزاده، عضو هیئت علمی دانشگاه با اشاره به اینکه اقتصاد دیجیتال در شرایط کنونی یک نیاز جدی است، گفت: «اقتصاد دیجیتال در شرایط کنونی دنیا یک انتخاب نیست، بلکه یک امر اجتناب‌ناپذیر است.

انقلاب صنعتی پنجم که اقتصاد دیجیتال باید مبتنی بر آن جلو برود، سه ویژگی دارد؛ انسان محوری، پایداری و تاب‌آوری.»

وی افزود: «انسان محوری یعنی به جای اینکه انسان در خدمت فناوری باشد، فناوری در خدمت انسان قرار گیرد و در کنار استفاده از فناوری، کرامت و حریم شخصی انسان نیز حفظ شود. پایداری به معنای اقتصاد چرخشی است، یعنی بتوانیم از منابع طبیعی به بهترین نحو ممکن استفاده کنیم. ویژگی سوم تاب‌آوری است که عبارت است از توانایی مقابله در شرایط بحرانی. این سه ویژگی به عنوان فرصت‌های موجود در تحول دیجیتال در کشور وجود دارد.»

اقتصاد دیجیتال بر شش پایه بنیادین استوار است

معمارزاده با اشاره به اینکه سهم اقتصاد دیجیتال

از تولید ناخالص ملی ۷ درصد است، توضیح داد: «اقتصاد دیجیتال بر شش پایه بنیادین استوار است که چالش‌های مهم امروز ما در عرصه تحول دیجیتال به همین پایه‌های بنیادین برمی‌گردد. هویت دیجیتال اولین پایه بنیادین است. به جز بخشی از بورس و بانک‌های کشور، بسیاری از بخش‌ها با هویت دیجیتال مشکل دارند که این عامل خود یکی از چالش‌های مهم پیش روی تحول دیجیتال در کشور است.»

وی ادامه داد: «دسترسی دیجیتال دومین پایه بنیادین است که شامل زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری می‌شود و در این عرصه نیز چالش‌هایی وجود دارد. سواد دیجیتال به عنوان سومین پایه بنیادین مطرح است. در بخش بانک، بورس و بیمه بحثی تحت عنوان فراگیری مالی هست که در صورتی اتفاق خواهد افتاد که سطح سواد دیجیتال گسترش یابد؛ موضوعی که در حال حاضر با چالش روبه‌روست.»



در گفت‌وگوی دوفره «کار درست در روزهای سخت» مطرح شد روزهای سختی داریم، اما نباید ناامید شویم

دوره به دوره در حال کاهش بوده و وضعیت کسب‌وکارهای اینترنتی دچار نوسانات شدید است پس در نمایشگاه حاضر نشویم؟ به نظر بنده کار درستی نیست.»

◀ **به خودمان امید داشته باشیم**
به گفته طالبی، در شرایط کنونی باید پذیریم مشکلات در عرصه کسب‌وکارهای اینترنتی وجود دارد و در مقابل ناکارآمدی مسئولان در طول ادوار نه‌تنها مسئولان و رسانه‌ها، بلکه دست‌اندرکاران، تشکل و انجمن‌های صنفی مرتبط با کسب‌وکارهای اینترنتی نیز نقش داشته؛ چراکه وقتی شاهد ناکارآمدی و عدم تحقق وعده‌ها بودیم نباید با آنان همراه می‌شدیم. نباید به این امید که با همراهی نهادهای دولتی می‌توانیم آنان را به سمت تأمین منافع کسب‌وکارهای اینترنتی سوق دهیم، با ایشان همگام می‌شدیم.

وی افزود: «به این نکته باید توجه داشته باشیم که کار درست در شرایط کنونی با توجه به تجارب گذشته این است که هرگز نباید به دنبال ارتباط با نهادهای بالادستی باشیم و هدف‌گذاری خود را روی اتحاد و همبستگی با نهادهای پایین‌دست متمرکز کنیم. اگر حضور در نمایشگاه الکامپ را کار درستی می‌دانیم، به این دلیل است که نشان دهیم نباید امید به حاکمیت دولتی داشت و دست‌اندرکاران کسب‌وکارهای اینترنتی در بخش خصوصی خود باید برای بهبود اوضاع آستین بالا بزنند؛ به عبارتی باید به خودمان امید داشته باشیم.»
به باور او، در این شرایط کار درست پرداختن به این موضوع است که چه کارهایی به بهبود شرایط فعلی کسب‌وکارهای اینترنتی کمک می‌کند؛ مثلاً نمایشگاه می‌تواند در این شرایط کمک کند و با حضور ۵۰۰ شرکت در نمایشگاه الکامپ می‌توانیم نشان دهیم که هنوز کسب‌وکارهای اینترنتی نفس می‌کشند. تنها کار درست در این شرایط امید دادن به کسب‌وکارهای اینترنتی است.

در سومین روز برگزاری نمایشگاه الکامپ، استیج سالن ۴۴ میزبان عادل طالبی، دبیر انجمن صنفی کسب‌وکارهای اینترنتی شد تا در گفت‌وگویی با رضا قربانی، عضو هیئت‌مدیره سازمان نظام صنفی رایانه‌ای تهران، نظرات وی درباره «کار درست در روزهای سخت» مطرح شود.

◀ **شرکت در نمایشگاه الکامپ کار درستی است؟**

عادل طالبی در خصوص اینکه حضور در نمایشگاه الکامپ با وجود همه اعتراضات و انتقاداتی که در شرایط کنونی به آن می‌شود کار درستی است یا خیر، گفت: «به اعتقاد بنده اعتراض حق طبیعی انسان‌هاست و ذات اعتراض و نقد کردن ایرادی ندارد. هر شخصی حق دارد در مورد هر موضوعی نظر خود را مطرح کند، اما اینکه با انتقاد دیگران دلسرد شده و در نمایشگاه حضور پیدا نکنیم، کار درستی نیست.»
وی افزود: «قطعاً حضور در الکامپ مورد سوءاستفاده کسانی قرار می‌گیرد که سالیان سال برای محدود کردن ما تلاش خود را به کار برده‌اند. اما آیا به خاطر اینکه از ما سوءاستفاده خواهد شد ما باید هیچ حرکت و اقدامی انجام ندهیم؟ مسلماً آنان سوءاستفاده و برداشتهای خود را از دستاوردهای ما خواهند داشت، اما این نباید باعث شود ما دست از حرکت و تلاش برداریم.»
او با بیان اینکه اگر نگوئیم نمایشگاه الکامپ یک نمایشگاه تجاری است، بی‌تردید نمایشگاهی است که بستر ارتباطات را برای کسب‌وکارهای اینترنتی فراهم می‌کند و بهترین فرصت است. وی افزود: «به خاطر حداقل ماهیت ارتباطی در نمایشگاه حضور داریم و به نظر بنده هرکس متناسب با نیاز خود حق حضور در این نمایشگاه را دارد.»

طالبی افزود: «چهار سال قبل حدود ۷۰۰ شرکت در نمایشگاه الکامپ حضور داشتند که آمار حضور کسب‌وکارهای اینترنتی در این دوره به ۴۰۰ شرکت رسیده است. در این شرایط کار درست چیست؟ آیا باید بگوئیم چون تعداد شرکت‌ها

کنونی بسیار حساس است و اگر از اقتصاد دیجیتال استفاده نکنیم، شاید در آینده‌ای نه‌چندان دور، ایران معنادار بودن خود را در اقتصاد جهانی از دست بدهد.»

او در ادامه با اشاره به فرازوفرودهای اقتصادی ایران از دهه ۴۰ تاکنون خاطر نشان کرد: «با تغییراتی که در اقتصاد اتفاق افتاد؛ از جمله تبدیل بانکداری تجاری به اسلامی و نیز خروج نرخ ارز و نرخ بهره از قلمرو مبادلات آزاد، کنترل دولت بر عرصه اقتصادی شدت گرفت. پیامدهای این کنترل تضعیف خلق ارزش، جذب استعدادها و عرصه‌های شکوفایی اقتصادی بود.»
نیلی با تأکید بر اینکه وضعیت فعلی اقتصاد ما گلخانه‌ای است، تشریح کرد: «اقتصاد گلخانه‌ای اقتصادی است که در آن نرخ بهره منفی است، نرخ ارز کنترل شده، بازار کار مشاغل رده‌پایین توسط نیروی ارزان خارجی پر می‌شود، به انرژی، آب و محیط زیست آن نیز چوب حراج زده شده است.»

◀ **گریزی از انتخاب پلتفرم‌های دیجیتال نیست**

این استاد دانشگاه شریف معتقد است پلتفرم‌های دیجیتال اصلاً انتخاب نیست و تنها را برون‌رفت از وضعیت فعلی به شمار می‌رود. اگر خارج از پلتفرم‌های دیجیتال بخواهید کسب‌وکاری راه‌اندازی کنید ناگزیر به استفاده از آب، برق و انرژی ارزان و ارز دولتی

هستید. در این شرایط دیگر وام‌دار دولت شده و با حاکمیت وارد بده‌بستانی می‌شوید که در آن نوآور نخواهد بود و در گفت‌وگویی نامتقارن با دولت قرار خواهید گرفت. چنین کسب‌وکاری که منت‌دار دولت است، دیگر نخواهد توانست مطالبه‌گر باشد. اگر بخواهیم نوآوری و داده وارد اقتصاد کنیم و اقتصاد دیجیتال را در مرکز تصمیم‌گیری قرار دهیم، باید از این وضعیت خارج شویم.

نیلی که سابقه فعالیت در پژوهشکده پولی و مالی را نیز در کارنامه فعالیت خود دارد، گفت: «ما نمی‌توانیم جزیره‌های اقتصاد دیجیتال را در کشور ایجاد کنیم، بلکه باید دنبال راهی باشیم تا بتوانیم تار اقتصاد سنتی را با پود اقتصاد دیجیتال در هم بزنیم. اقتصاد دیجیتال نوآوری، ریسک‌پذیری و انعطاف‌پذیری دارد و از همه مهم‌تر دو منبع بزرگ اقتصاد کشور را داراست؛ یکی نیروی کار با استعداد و دیگری اطلاعات لحظه‌ای که تولید می‌شود. بنابراین راهی جز این وجود ندارد که عنکبوت‌وار این دو نوع اقتصاد در هم تنیده شود. برای تحول دیجیتال باید هم از ظرفیت فناوری و نوآوری، پلتفرم‌ها و دیتاهای دیجیتال استفاده کرد، هم از ظرفیت‌های اقتصاد سنتی بهره جست.»

او یادآور شد: «متأسفانه در سیستم دولتی هنوز بوروکراسی حاکم است و با این رویکرد نمی‌توان اقتصاد دیجیتال را پیش برد. دیجیتال پلتفرم داده و اطلاعات را خلق و در مقابل نظام بوروکراسی سنتی داده و اطلاعات را حذف می‌کند؛ بنابراین باید سیاست‌گذاران با کسب‌وکارهای دیجیتال به گفت‌وگوی متقارن بنشینند؛ گفت‌وگویی که نتیجه‌اش مطالبه‌گری است. در شرایط کنونی ژئوپلتیک ایران بر اساس نگاه قدیم است در حالی که ژئوپلتیک دیجیتال مطرح است. در ژئوپلتیک دیجیتال فاصله جغرافیایی بی‌معنی است و آنچه اهمیت دارد، فاصله دیجیتال است؛ بنابراین می‌بایست فاصله دیجیتال را کم کرد.»

معمارزاده افزود: «امنیت دیجیتال یکی دیگر از آن پایه‌های بنیادین است. دارایی و اسناد دیجیتال پایه بنیادین پنجم اقتصاد دیجیتال به شمار می‌رود که در این عرصه چالش‌های قابل ملاحظه‌ای مطرح است. چقدر از اسناد موجود در کشور دیجیتال شده؟ متأسفانه هنوز توکنایز کردن دارایی‌ها در حوزه بورس و بیمه محقق نشده است. قانون دیجیتال ششمین و آخرین پایه بنیادین اقتصاد دیجیتال به شمار می‌رود. هنوز تلاش داریم با قانون‌های سنتی موجود فضای دیجیتال را نظم دهیم که غیرممکن است؛ بنابراین می‌بایست در جهت وضع قوانین جدید و متناسب‌سازی قوانین با محیط دیجیتال گام برداشت.»

این عضو هیئت علمی دانشگاه در پاسخ به اینکه چگونه کسب‌وکارهای دیجیتال را به کسب‌وکارهای سنتی در صنایع مختلف از جمله فولاد، معدن، نفت و پتروشیمی نزدیک کنیم، توضیح داد: «اگر بخواهیم کسب‌وکارهای دیجیتال را با کسب‌های سنتی آشتی دهیم، نکته مهم مشارکت کسب‌وکارها در سرمایه‌گذاری‌هایی است که در اقتصاد دیجیتال صورت می‌گیرد.»

◀ **در عرصه آی‌سی‌تی در سطح ملی برنامه‌ای وجود ندارد**

علی عبداللهی، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک درباره فرصت‌های فضای کسب‌وکار دیجیتال توضیح

داد: «فرصت‌ها همیشه بوده، هست و خواهد بود، اما نکته حائز اهمیت این است که تهدیدها و فرصت‌ها در سطح ملی و سازمانی زمانی معنادار است که بدانیم چه می‌خواهیم انجام دهیم. متأسفانه یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در عرصه کسب‌وکارهای دیجیتال این است که در عرصه آی‌سی‌تی در سطح ملی برنامه‌ای وجود ندارد. درست است که نقاط قوت و فرصت‌های زیادی در بستر اقتصاد دیجیتال وجود دارد، اما تا برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مدون و بلندمدتی در این راستا نداشته باشیم، نمی‌توان از این فرصت‌ها و نقاط بهره جست و در نتیجه انتظار تحول در عرصه اقتصاد دیجیتال را داشت؛ بنابراین لازم است دولت در گام نخست سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مدونی کند.»

او در ادامه چند نکته را درباره فرصت‌ها متذکر شد: «اول اینکه جایگاه خود را در آمار و ارقام اقتصاد دیجیتال بالا ببریم. نکته مهم دیگری که باید در جهت تبدیل تهدیدها به فرصت در نظر داشت تفاوت بنیادینی است که با دنیا در سطوح اقتصاد دیجیتال داریم و باید سهم سطح کسب‌وکارهای دیجیتال را بالا ببریم. نکته مهم دیگر که در بحث فرصت‌های اقتصاد دیجیتال حائز اهمیت است، جایگاه کیفیت است؛ در حالی که ما به کمیت توجه داریم.»

به گفته مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک، میزان سرمایه‌گذاری در عرصه فناوری اطلاعات طی چهار سال اخیر ۴۰ درصد کاهش یافته، کیفیت خدمات پلتفرم‌ها افت کرده و درصد شکایت‌ها صعودی شده که این روند کاهش‌ی حاصل حاکمیت اقتصاد دیجیتال گلخانه‌ای است.»

◀ **وضعیت فعلی اقتصاد، گلخانه‌ای است**

فرهاد نیلی، مدیرعامل شرکت مشاوره، مدیریت، سرمایه‌گذاری و نوآوری رهنمان در مورد اقتصاد دیجیتال و ضرورت بهره‌گیری از آن گفت: «شرایط



شماره ۱۰۲
اثر ۱۴۰۲
سال سوم





مدیر راهبرد مرکز تحقیق
و توسعه همراه اول
عنوان کرد

باراه اندازی مراکز نوآوری از تأمین آنتن و مودم 5G بی نیاز شدیم

مدیر راهبرد مرکز تحقیق و توسعه همراه اول به بررسی نقش آفرینی اپراتورهای تلکام در توانمندسازی و توسعه اکوسیستم دانش بنیان صنعت آی سی تی در استیج بیست و ششمین نمایشگاه بین المللی ال کامپ پرداخت. محمد مهدی قوچانی اعلام کرد که این شرکت با راه اندازی مرکز نوآوری و بازوهای سرمایه گذاری خود مانند حرکت اول، به حمایت از استارت آپ ها پرداخته و نتیجه این امر رفع نیازمندی های شبکه همراه اول مانند تأمین آنتن، مودم 5G و نیز ارائه پلتفرم IoT و ورود به عرصه هوش مصنوعی بوده است. قوچانی به بررسی نقش آفرینی اپراتورهای تلکام در توانمندسازی و توسعه اکوسیستم کشور اشاره کرد و در این زمینه گفت: «سهم اپراتورهای تلکام به دلیل عدم ورود به عرصه نوآوری نسبت به غول های فناوری مانند آمازون، اپل و متا در بازار از ۵۴ درصد به ۲۴ درصد کاهش یافته و به همین خاطر تصمیم بر حضور پررنگ در این عرصه گرفته شد.»

او ادامه داد: «طبق مطالعات انجام شده، غول های فناوری مانند آمازون با تعریف برنامه های نظام مند ۲۲ میلیارد دلار و اپل ۱۱ میلیارد دلار به حوزه مطالعات در عرصه نوآوری تخصیص داده اند، به طوری که ابزارهای نوآوری در حوزه های استارت آپ ها و شتاب دهنده ها و حتی بخش حمایت از مشتری در حوزه اینترنت اشیا ایجاد کردند تا سهم خود را در بازار افزایش دهند.»



کارنگ



شماره ۱۰۲
تیرماه ۱۴۰۲
سال سوم



نوآوران در ایران همواره ارج و قرب تاریخی داشته اند

پنل «نقش نوآوران در آینده ایران» با حضور جامعه شناسان برگزار شد

پنل «نقش نوآوران در آینده ایران» با حضور سعید معیدفر، رئیس انجمن جامعه شناسی ایران؛ علی اصغر سعیدی، جامعه شناس و هادی خانیکی، رئیس مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی در بیست و ششمین نمایشگاه ال کامپ برگزار شد.

موقعیت خاص استارت آپ ها

«نوآوران و صنعتگران ایرانی از گذشته همواره در بین مردم و جامعه ارج و قرب زیادی داشته اند.» سعید معیدفر، رئیس انجمن جامعه شناسی ایران در پنل «نقش نوآوران در آینده ایران» با اشاره به این نکته گفت: «هرچند صنعتگران ایرانی در ارائه نوآوری های جدید اعتماد خود را از دست داده اند، اما گذشته ایران زمین نشان می دهد نوآوران این سرزمین در بین مردم و جامعه خود ارج و قرب زیادی داشته اند.»

معیدفر در این پنل اظهار داشت: «معتقدم بی اعتمادی به نوآوران در ایران سابقه تاریخی ندارد و نوآوران صنعتی در کشورمان از اعتبار و ارزش اجتماعی بالایی برخوردار بوده اند.»

رئیس انجمن جامعه شناسی ایران با بیان اینکه نوآوران صنعتی در گذشته در ایران به خوبی توانسته بودند با حاکمیت و شهروندان ارتباط مناسبی برقرار کنند، گفت: «در گذشته نوآوران توانسته بودند با مردم رابطه معنوی خوبی برقرار کنند، اما در دهه های ۴۰ و ۵۰ که جریانات مارکسیستی در جهان اهمیت پیدا کرد، رشد بدبینی به نوآوران صنعتی در جامعه ما تشدید شد.»

او یادآور شد: «در دوره مدرن نیز در ایران استارت آپ ها با توجه به موقعیتی که در کشورمان حاکم است باید خود را به مراکز قدرت و مردم در جامعه نزدیک کنند.»

معیدفر تصریح کرد: «در این شرایط استارت آپ ها برای موفقیت باید رابطه خود را با حاکمیت و مراکز قدرت بیشتر کنند و تضعیف رابطه آنها با شهروندان همواره مشکلات زیادی به وجود می آورد. با این حال کسانی که نگران آینده

این کشور هستند، باید همزمان در فضای مجازی و در یک محیط واقعی ارتباطات خود را با مردم بیش از پیش تقویت کنند.»

مسئله ارتباط ضعیف

او تأکید کرد: «امروز یکی از مشکلات استارت آپ های ما ارتباطات ضعیف آنها با مردم است؛ این در حالی است که آنها باید با جامعه ایران روابط خود را ارتقا دهند زیرا ارتباط ضعیف در فضای مجازی می تواند بدبینی مردم را به استارت آپ ها بیشتر کند.»

معیدفر با بیان اینکه ارتباط استارت آپ ها و انجمن های علمی می تواند کارآفرینی را در کشور توسعه دهد، افزود: «کارهایی در قالب مسئولیت اجتماعی، مثل ساختن چند مدرسه در کشورمان مشکلات ارتباطی با جامعه را حل نمی کند؛ جامعه برای تقویت روابط اجتماعی نیازمند افراد متخصصی است که بتوانند در ایجاد این ارتباط بسیار ثمربخش واقع شوند.»

رئیس انجمن جامعه شناسی ایران در این میزگرد تأکید کرد: «به نظر می رسد در این مرحله اهل دانش و علم در کشور باید کمک کنند تا با رشد جامعه انسانی، فضای مجازی نیز در کشورمان به محل اعتماد مردم تبدیل شود.»

اعتماد شهروندان به گروه های اجتماعی

در ادامه این پنل تخصصی، هادی خانیکی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی گفت: «نوآوری و تغییرات مهم است و در این راستا اعتماد شهروندان به گروه های اجتماعی از حساسیت زیادی برخوردار است.»

خانیکی افزود: «با گسترش فساد در جامعه مردم به شدت احساس بی عدالتی می کنند و طبیعتاً اعتماد خود را به گروه های اجتماعی از دست می دهند و این می تواند اعتماد شهروندان را به گروه های اجتماعی کمتر کند.»

او گفت: «در عصر حاضر تحولات فناورانه و ارائه

نوآوری های جدید و کارآفرینی از الزامات است، ولی باید توجه شود که در فضای مجازی زمینه مساعد برای مردم فراهم آید. فضای مجازی هم اکنون برای آنها نامساعد است.»

این عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی تصریح کرد: «برای فراهم شدن فرصت های نوآورانه و کارآفرینی باید تلاش کنیم و این فضا باید به طرف بهبود و اثربخشی بیشتر حرکت کند.»

خانیکی تأکید کرد که برقراری ارتباطات مناسب بین مردم و استارت آپ ها مهم است و در این راستا استارت آپ ها باید بتوانند با گروه های محلی و اقشار اجتماعی در کشورمان ارتباط داشته باشند و ارتباط با مشتریان، مشارکت در کارهای اجتماعی، توسعه روابط عمومی و ایجاد شبکه های مجازی و محلی با رابطه قوی می تواند باعث رونق کسب و کارها در فضای مجازی شود.»

سابقه تاریخی نوآوری صنعتی

در ادامه این پنل تخصصی، علی اصغر سعیدی، جامعه شناس اظهار داشت: «در زمینه نوآوری در کسب و کارهای صنعتی غفلت تاریخی شده؛ در حالی که نوآوری جدید در صنعت در دوره معاصر پس از مشروطیت پیامدهای بسیار خوبی در کشورمان داشته است.»

سعیدی بیان کرد: «سوابق گذشته نشان می دهد در همه دوره های تاریخی نوآوری های صنعتی وجود داشته، ولی در سال های اخیر کسب و کارهای مختلفی در حوزه مهندسی، خدماتی و صنعتی از بین رفته است.»

او گفت: «هرچند افراد نوآور در دوران های گذشته در کشورمان وجود داشتند و صنعتگران زیادی هم در گذشته نوآور بوده اند، ولی هم اکنون از برخی از این صنعتگران در کشور نشانه هایی وجود ندارد.»

این جامعه شناس در پایان اظهار داشت: «در این شرایط استارت آپ ها می توانند در حوزه های مختلف صنعتی و اقتصادی تحولات بزرگی در کشورمان به وجود آورند.»