



گفت‌وگو با امید فرزین
مدیرعامل «وت‌وان»
**لجستیک
دامپزشکی
به شیوه
دیجیتال**

**گزارش
REPORT**

**قاتلان جدید
بهره‌وری**

درباره دو معضل
فرسودگی شغلی و
مشکلات سلامت روان
کارمندان

۲۶

**گفتگو
INTERVIEW**

**روح بخشیدن
به ضایعات
آهن**

گفت‌وگو با
مریم کاظمی
مجسمه‌ساز

۱۰



تهی شدن کشور از ذخیره انسانی

**گفت‌وگو با میثم رجبی مدیرعامل رادین
درباره تغییرات این شرکت و تغییرات
اکوسیستم نوآوری در دهه ۹۰**

رگولاتور به جای اینکه به رشد اکوسیستم نوآوری کمک
کند، به دنبال ایجاد پارکی با گونه‌های محدود است و
این بزرگ‌ترین پسرقت اکوسیستم رارقم می‌زند

عکس: نسیم اعتمادی

**گزارش
REPORT**

**بستر رشد
یونیکورن‌ها
آماده نیست**

درهمایش فرصت‌های
ایران در عصر دیجیتال
مطرح شد

۲۲

**گزارش
REPORT**

**افزایش عمق
رویداد در
سال‌های آتی**

حامیان مالی روز
فناوری اطلاعات از
این رویداد می‌گویند

۶

**پرنده از
قفس پرید
چرا نسل زد
توییت‌رانی می‌پسندد و لینکدین را به
آن ترجیح می‌دهد؟**



**ارائه خدمات پرداخت
برای گردشگری سلامت
گفت‌وگو با
مرتضی اعتصامی
مدیرعامل نیکو**

**چالش‌های
رگولاتوری ادامه دارد**

صرافی‌های ارز دیجیتال در
مسیر ارائه تسهیلات و وام با
وثیقه‌گذاری رمزارز

**شش درصد از مردم
مشتری نتوبانک‌ها
هستند**

مهران محرمیان
معاون فناوری‌های نوین
بانک مرکزی اعلام کرد





نگهداشت نیروی انسانی به مسئله‌ای غامض تبدیل شده است

فرار یا قرار؟ مسئله این است

را باید در نظر داشت؟

این روزها هر طرف که سر می‌چرخانی و پای درد دل هر مدیری که می‌نشینی، به مسئله نیروی انسانی و مهاجرت اشاره می‌کند. مثلاً در همین گفت‌وگوی اصلی این شماره که با میثم رجبی، مدیرعامل رادین انجام شده، اعتراف می‌کند که جذب مدیران ارشد کاری دشوار است و آنها مدت‌هاست تصمیم گرفته‌اند چنین افرادی را در مجموعه‌های خود تربیت کنند و به شکل‌های مختلف جذابیت‌هایی ایجاد کنند تا این نیروها در مجموعه رادین ماندگار شوند. در همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال هم بارها به این موضوع اشاره شده و از آسیب‌هایی که مهاجرت به پیکره کسب و کارها وارد می‌سازد، سخن به میان آمده است.



المیرا حسینی
سردبیر



elmirahosseini@gmail.com

مسئله این است که دیگر همه شرکت‌ها این مهم را دریافته‌اند که پایه و اساس کسب و کارشان کسانی هستند که در آن شرکت مشغول به فعالیت‌اند، نه سوله و کارخانه و ساختمان و تجهیزات. جابه‌جایی نیروی انسانی و قطع همکاری آن هزینه‌بر است و اگر این جابه‌جایی‌ها به‌تنهایی صورت گیرد، روند رشد شرکت را با اختلال مواجه می‌کند. به‌عنوان کسی که سال‌ها در مجموعه‌های مختلف فعالیت کرده و پای درد دل نیروی کار نشسته است، گمان می‌کنم هنوز مواردی وجود دارد که اگر کارفرما به آنها توجه کافی نشان دهد، می‌تواند از مهاجرت نیروی خود به شرکت‌های دیگر یا حتی به خارج از کشور تا حدودی جلوگیری کند. اما چه مواردی

مهم‌ترین مسئله حفاظت از سلامت روان افراد است. متأسفانه در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که به دلایل مختلف، سلامت روان افراد جامعه در معرض خطر است و کارفرمایان می‌توانند با ایجاد محیطی که از روان افراد محافظت می‌کند، جذابیت بسیاری برای کارمندان خود فراهم کنند. در صفحه‌برند کارفرمایی این شماره از کارنگ نیز به این مسئله اشاره شده و نتایج تحقیقات مؤسسه گالوپ آمده و راهکارهایی برای حفاظت از سلامت روان افراد ارائه شده است. ایجاد امکاناتی برای فعالیت ورزشی، کمک هزینه خدمات درمانی و دوره‌هایی که در آنها تنها معاشرت افراد با یکدیگر مطرح است و خبری از صحبت‌های کاری نیست، از جمله این راهکارهاست.

در ایران باید به نکته دیگری نیز توجه داشت. به دلیل فشارهایی که کارفرما به دلایل مختلف مجبور به تحمل آنهاست و وضعیت نابسامان اقتصادی، کار در برخی بنگاه‌ها به‌دشواری صورت می‌پذیرد. گاه نیروی کار اندک است و مجموعه توان افزودن فرد جدید را ندارد و به‌عبارتی می‌خواهد صرفه‌جویی کند و همین امر به فرسودگی نیروی کار می‌انجامد. تجربه همین فرسودگی‌ها در شرکت‌های مختلف یکی از عواملی است که میل مهاجرت را در افراد بیشتر می‌کند. به خاطر داشته باشیم که برای قدم گذاشتن در مسیر رشد و توسعه، مهم‌ترین دارایی ما همین افرادی هستند که «فعلاً» قرار را بر فرار ترجیح داده‌اند.



شماره ۱۰۵
مرداد ۱۴۰۲
سال سوم



Farshad Khur
Co-Founder and Chairman of the Board

رویداد رونمایی از هویت بصری جدید ابر دراک برگزار شد

افزایش درآمد ۱۶۰۰ درصدی در یک سال

رو به بالا در این لوگو نشانه‌ای از اشتیاق ما برای حرکت به جلو است. من افتخار می‌کنم که هویت ما بعد از چند سال فعالیت به صورت رسمی تعریف شده است. سلطانی نیز با اشاره کوتاهی به تاریخچه جهانی خدمات ابری در کنار گرایش‌های فناوری اطلاعات جهانی گفت: «واقعیت این است که نه ما و نه احتمالاً هیچ‌کس دیگری در ایران در این زمینه کار خارق‌العاده یا خارج از تصویری ارائه نداده است.» او لازمه توسعه سرویس‌های ابری در هر بازاری را علاوه بر تقاضای بازار، وجود دور آس مراکز داده و ارتباطات پایدار دانست که از دید او بازار ابری ایران از این سه جزء فقط تقاضا را در سطح جهانی دارد. فرشاد خونجوش، رئیس هیئت‌مدیره ابر دراک، به‌عنوان آخرین سخنران این رویداد، آمار رشد یک سال گذشته ابر دراک را در اختیار حاضران گذاشت و گفت: «درآمد ابر دراک در یک سال گذشته ۱۶۰۰ درصد رشد داشته است. نیروی کار ما نیز با رشد ۵۰ درصدی همراه بود. تعداد تیکت‌های پاسخ‌داده‌شده به مشتریان ۱۸۰۰ درصد رشد داشته و این به دلیل توسعه سرویس‌های ما اتفاق افتاد. در خصوص زیرساخت نیز باید بگویم ۵۰۰ درصد رشد را تجربه کرده‌ایم.»

ابر دراک، استراتژی ارائه‌دهنده خدمات ابری از هویت بصری جدید خود رونمایی کرد. این استراتژی شیرازی هویت خود را در رنگ‌ها و لوگوی جدید خود بازتعریف کرد. سارا راد، مدیر روابط عمومی و هم‌بنیان‌گذار ابر دراک در خصوص چهره جدید ابر دراک گفت: «به نظر ما دنیای فناوری دنیای تغییر است و اهمیت این مفهوم در ابر دراک ما را بر آن داشت تا هویت تازه بصری خود را خلق کنیم.» در ادامه سینا سلطانی، مدیرعامل و دیگر هم‌بنیان‌گذار این مجموعه در ارائه خود با اشاره به روند فناوری در ایران بیان کرد: «شاید بزرگ‌ترین دستاورد ما در این میانه این بوده که توانسته‌ایم طی این سال‌ها طعمی از گرایش‌های جهانی شرکت‌های بزرگی مانند مایکروسافت، آمازون و گوگل را در ابعادی بسیار کوچک‌تر به کاربر ایرانی بچشانیم.» در ادامه فرشاد خونجوش، رئیس هیئت‌مدیره ابر دراک به طور خلاصه به تاریخچه فناوری ابری در ایران اشاره کرد و ضمن آن گزارش‌هایی از درصد پیشرفت ابعاد مختلف این شرکت ارائه داد. با توجه به گفته‌های خونجوش، درآمد این استراتژی طی سال گذشته ۱۶۰۰ درصد رشد داشته است. راد در خصوص هویت بصری جدید ابر دراک گفت: «لوگوی جدید ما ترکیبی از حرف دال و ابر و کوه دراک است. حرکت

نامه انجمن تجارت الکترونیک تهران به رئیس جمهور

بحران اینترنت؛ مهم‌ترین عامل عقب‌ماندگی اقتصاد دیجیتال

انجمن تجارت الکترونیک تهران در یک نامه سرگشاده به رئیس‌جمهور گزارشی در خصوص اختلالات اینترنتی کشور ارائه داده است. در این نامه ضمن گزارش کاملی از اختلالات اینترنتی کشور، از رئیس‌جمهور تقاضا شده تا با اختیارات خود در خصوص این اختلالات چاره‌اندیشی کند. در نامه سرگشاده انجمن تجارت الکترونیک تهران به رئیس‌جمهور، به وضعیت بحرانی اینترنت در ایران اشاره شده و این وضعیت بحرانی از مهم‌ترین علل عقب‌ماندگی اقتصاد دیجیتال ایران و مانعی برای تحقق اهداف برنامه هفتم توسعه معرفی شده است. انجمن تجارت الکترونیک اعلام کرده شرایط فعلی اینترنت ایران در مقایسه با ۱۰۰ کشور برتر جهان بر اساس GDP در بی‌کیفیت‌ترین وضعیت قرار دارد. ایران

از نظر اختلالات اینترنت بالاتر از میانمار در جایگاه ۱۰۰/۹۹، از نظر محدودیت‌ها بالاتر از چین در جایگاه ۱۰۰/۹۹ و از نظر سرعت بالاتر از سوئدان، کامرون و کوبا در جایگاه ۱۰۰/۹۷ جهان قرار گرفته است. انجمن تجارت الکترونیک تهران اینترنت را ریشه درخت اقتصاد دیجیتال ایران دانسته و خاطرنشان کرده بدون اینترنت نمی‌توان به داشتن یک اکوسیستم قوی فناوری امید داشت. در این نامه دلایل عدم پیشرفت استارت‌آپ‌ها، تعطیلی شرکت‌های فناوری و مهاجرت متخصصان فناوری شاهی بر تأثیر اختلالات اینترنت بر اکوسیستم فناوری ایران ذکر شده است. در گزارش انجمن تجارت الکترونیک، کیفیت اینترنت ایران در سه شاخه «سرعت»، «اختلال» و «محدودیت» مورد بررسی قرار گرفته است.



شماره ۱۰۵ | ۱ مرداد ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
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
ویراستار: یلدا شایسته‌فر

به دنبال بانکداری جامع و ورود به حوزه تأمین مالی جمعی



۲۴ تیرماه اولین رویداد سالانه هلدینگ تفتا، بازوی نوآوری و فناوری بانک تجارت به نام سمفونی تفتا با سخنرانی محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ تفتا با حضور تعداد زیادی از مدیران اکوسیستم، مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس؛ احمد تقوایی، رئیس مرکز فاوا وزارت اقتصاد و امین کلاهدوزان، ریاست توسعه تجارت الکترونیک و وزارت صمت آغاز شد.

محمد فرجود، مدیرعامل تفتا ضمن تقدیر و تشکر از تمام مدیران و معاونان هلدینگ و بانک که در مسیر فعالیت هلدینگ تفتا به آن یاری رسانند، بیان کرد: «آنچه امروز به خاطر آن دور هم جمع شدیم، مروری است بر مسیری که خانواده هلدینگ تفتا تا به امروز طی کرده و در حال پیمودن است.»

فرجود همچنین از تمام شرکت‌های فین تک و آی تی، شرکت‌های فعال در حوزه نوآوری و اقتصاد دیجیتال و استارت‌آپ‌هایی که در کنار این هلدینگ در چند سال گذشته قرار گرفته بودند، تشکر ویژه کرد.

در ادامه هادی اخلاقی فیض آثار، مدیرعامل بانک تجارت ضمن ابراز خوشحالی از دستاوردهای ارزشمند بانک تجارت به واسطه همراهی افراد در مجموعه‌های تحت نظارت بانک تصریح کرد: «در ادامه این راه انتظار داریم که محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ تفتا و دیگر مدیران شرکت‌های تحت مدیریت این مجموعه با همین آهنگی که استراتژی‌های بانک هم به اجرایی شدن آن کمک می‌کند، گام بردارند.»

مدیرعامل بانک تجارت بیان کرد: «بانک تجارت از ادغام و در کنار هم قرار گرفتن ۱۲ بانک در سال ۱۳۵۸ شکل گرفت و نتیجه آن هفت دهه حضور مؤثر در اقتصاد کشور بوده

است.» هادی اخلاقی ادامه داد: «طی سالیان گذشته بانک تجارت به عنوان ارائه‌دهنده سرویس‌های مؤثر به مجموعه‌های بزرگ و تجاری شناخته شده است. این ویژگی منجر شده افراد حاضر در بانک تجارت سعی کنند این خصیصه را حفظ کنند، اما نقصان این موضوع آن است که بانک تجارت امکان اینکه در حوزه‌های دیگر خود را به اندازه کافی توسعه

دهد، از بین برده و باعث شده در بخش‌هایی فرودهایی داشته باشیم.»

او ادامه داد: «تا دو سال گذشته مجموعه‌هایی که می‌توانسته‌اند موجبات بانکداری متمرکز و کربن‌کینگ ما را شکل دهند، دائم در حال تغییر و اصلاح بوده‌اند اما در نهایت بانک توانست پلتفرمی با مبنای شرکت خدمات انفورماتیک انتخاب کند و به کربن‌کینگ جدید ورود کند و مقدمات ورود به حوزه‌های دیگر بانکداری که نیاز امروز ما برای بودن در حد یک بانک جامع

است، اجرایی کند. به موازات این قضیه بیش از ۴۰ درصد این پروژه اجرایی شده و تا پایان شهریور فاز اول این پروژه به اتمام می‌رسد.»

مدیرعامل بانک تجارت با اشاره به توسعه بخش‌های مختلف بانک تجارت گفت: «به دنبال آن بودیم به بخش‌هایی که برای توسعه متقارن بانک لازم بود به آن توجه شود، بپردازیم. این اتفاق تنها با تمرکز روی حوزه فناوری و شرکت‌های فناوری در مجموعه بانک اتفاق می‌افتاد.»

او ادامه داد: «در دو سال گذشته اصلاحات متعددی در مورد ساختار و شرح انتظارات شرکت‌ها داشتیم و همچنین

شرکت‌های جدیدی ایجاد کردیم مثل شرکت داتا که اخیراً به خانواده تفتا اضافه شده و مسئولیت تجمیع اطلاعات و مدیریت کلان داده‌های بانکی را دارد.»

اخلاقی افزود: «به تدریج با اصلاحاتی که در سایر شرکت‌ها به لحاظ ساختاری و نیروی انسانی به وجود آمد، سعی کردیم بخش‌های مختلف مورد نیاز را که می‌تواند امکان توسعه متقارن بانک را به لحاظ ظرفیت‌های فناوری برای ارائه خدمات به انواع مشتریان تجاری، شرکتی، اشخاص، اصناف و... داشته باشد فراهم کنیم و برای هر دسته از مشتریان محصولات را در سال گذشته تولید کردیم.»

هادی اخلاقی با اشاره به حمایت بانک تجارت از دانش‌بنیان‌ها، ایجاد محصول باجست و... از اقدامات انجام‌شده این بانک و تلاش بانک برای ورود به حوزه تأمین مالی جمعی گفت. مدیرعامل بانک تجارت با اشاره به چشم‌انداز این بانک در حوزه تأمین مالی جمعی بیان کرد: «در چشم‌اندازمان تا سال ۱۴۰۵ امیدوارم بتوانیم یک

بانکداری جامع شکل دهیم و در سال جاری ورود به حوزه تأمین مالی جمعی را در دستور کار قرار داده‌ایم.»

به گفته اخلاقی، بانک تجارت در حوزه خرد با ارائه محصولاتتی که در سال گذشته مبنای آن گذاشته شده، امید دارد که امسال توسعه بیشتری پیدا کند. مدیرعامل بانک تجارت با اشاره به برنامه‌های این بانک برای سال جاری گفت: «در حوزه بانکداری دیجیتال در تلاشیم با ظرفیت‌هایی که تا الان ساخته شده، از این پس بتوانیم خدمات بیشتر، گسترده‌تر و با نفوذ بیشتر داشته باشیم.»



زهرا قربانی

Zahragorbani
19991999
@gmail.com



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



محبوب‌ترین برند پایانه‌های فروشگاهی

شرکت به پرداخت ملت با کسب اکثریت آرای مردمی در دهمین جشنواره «برند محبوب» به عنوان محبوب‌ترین برند مصرف‌کنندگان در بخش پایانه‌های فروشگاهی این جشنواره شد.



نسخه جدید پی‌یاد

نسخه جدید پی‌یاد منتشر شد. از امکانات نسخه جدید این اپلیکیشن می‌توان به برداشت مستقیم از حساب، اسکن کارت بانکی و جلوگیری از ویرایش پلاک ماشین مقصد اشاره کرد.



تسکا در جمع دانش‌بنیان‌ها

تسکا با بیش از یک دهه فعالیت در زمینه ارائه راهکارهای نوین فناوری اطلاعات و پرداخت الکترونیک به جمع شرکت‌های دانش‌بنیان پیوست.



لیگ اینترنت اشیا برگزار شد

اختتامیه ششمین لیگ اینترنت اشیا در محل پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات و با حضور تیم‌های اول تا سوم لیگ اینترنت اشیا برگزار شد.



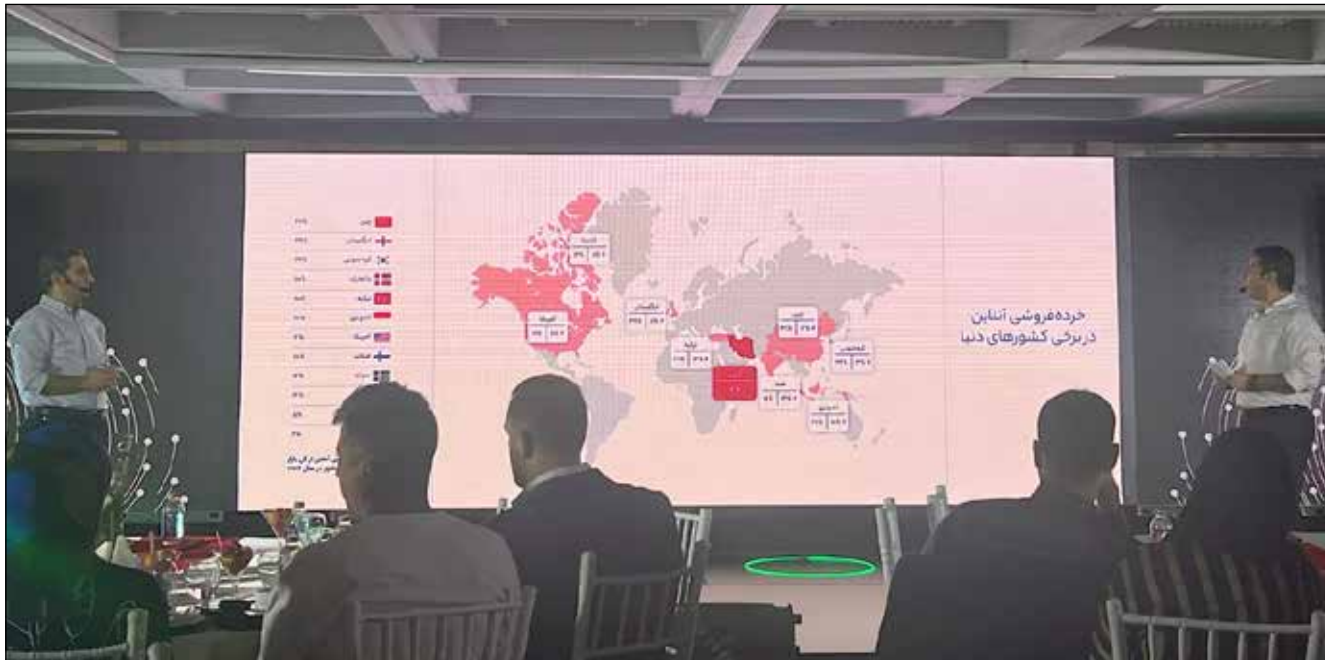
بر اساس نظرسنجی ایسپا

۶۲٫۷ درصد مردم دیجی کالا را خوشنام دانسته‌اند

دیجی کالا مدعی شده که در جریان یک افکارسنجی در بازه زمانی بهمن ۱۴۰۱ که توسط ایسپا انجام شده، حدود ۶۲٫۷ درصد افراد دیجی کالا را برندی خوشنام می‌دانستند و ۵٫۴ درصد هم گفته‌اند که دیجی کالا برندی نامعتبر است.

در سؤال دیگری از پاسخگویانی که دیجی کالا را می‌شناختند، پرسیده شده که «به‌طور کلی با شنیدن نام دیجی کالا چه احساسی نسبت به این شرکت پیدا می‌کنید؟» دیجی کالا تأیید کرده که ۶۱٫۲ درصد عنوان کرده‌اند که به این پلتفرم حس خوب و خیلی خوبی دارند، ۳۳ درصد نسبت به دیجی کالا بی‌احساس بوده‌اند و حدود ۶ درصد هم گفته‌اند که حس بد و خیلی بدی به دیجی کالا دارند.

در این افکارسنجی دیجی کالا در ۱۹ بُعد مورد ارزیابی قرار گرفته است. تنوع محصولات با ۷۸٫۲ درصد در برترین شاخص و منصفانه‌بودن قیمت‌ها هم کمترین رتبه را از آن خود کرده است. دیجی کالا اعلام می‌کند از افرادی که تجربه خرید از این برند را داشته‌اند، پرسیده که «آیا تاکنون برای پرسیدن سؤال یا طرح شکایتی با مرکز تماس یا واحد شکایات دیجی کالا تماس گرفته‌اید؟» در جواب ۱۶٫۴ درصد آنها گفته‌اند برای پرسیدن سؤال یا طرح شکایت با مرکز تماس دیجی کالا ارتباط گرفته‌اند. از آنهایی که برای پرسیدن سؤال یا طرح شکایتی با مرکز تماس دیجی کالا ارتباط گرفته‌اند، درباره «برخورد کارکنان واحد پاسخگویی» پرسیده شده که ۷۷٫۵ درصد آنها گزینه‌های خوب و خیلی خوب را انتخاب کرده‌اند. ۷۸٫۳ درصد هم اعلام کرده‌اند که مشکل آنها برطرف شده است. دیجی کالا برای دومین سال، به‌عنوان اولین برند محبوب کارفرمایی، در گزارش برند محبوب کارفرمایی ایران تلنت انتخاب شده است. این پلتفرم ادعا می‌کند بیش از نیمی از جامعه هدف قبلاً نام دیجی کالا را شنیده‌اند.



رؤیای دیجی کالا برند ملی شدن است

رویداد سالانه دیجی کالا با رونمایی گزارشی سال ۱۴۰۱ برگزار شد

رویداد سالانه دیجی کالا با رونمایی گزارشی سال گذشته این شرکت برگزار شد. سعید و حمید محمدی، هم‌بنیان‌گذاران دیجی کالا می‌گویند امسال چهارمین سالی است که دیجی کالا گزارش عملکرد خود را منتشر می‌کند. به گفته آنها، گزارش امسال با نشان دادن اهمیت تجارت الکترونیک به تاب‌آوری این حوزه در فضای ملتهب سال گذشته پرداخته است. آن‌طور که هم‌بنیان‌گذاران دیجی کالا می‌گویند، رشد خرید اینترنتی در سال ۱۴۰۱ کمترین میزان رشد ۱۰ سال گذشته خود را تجربه کرده و سال ۱۴۰۲ این نرخ افزایش پیدا کرده است. این مجموعه در سال ۱۴۰۱ کمترین نرخ میانگین رشد خود در ۱۰ سال اخیر را تجربه کرده است. بنا بر گفته‌های آنها، خرده‌فروشی آنلاین در کشور سهمی چهاردرصدی دارد که از این عدد، دو درصد سهم فروشگاه‌های اینترنتی و دو درصد سهم خرده‌فروشی‌هایی است که بر بستر شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند: «از این دو درصد سهم فروشگاه‌های اینترنتی، یک درصد از خرید و فروش به دیجی کالا اختصاص دارد. تحریم، نبود زیرساخت اینترنت، تورم و کاهش قدرت خرید از عواملی هستند که باعث می‌شوند کشوری مانند ایران نسبت به کشورهای همسایه خود عملکرد ضعیف‌تری داشته باشد.» هم‌بنیان‌گذاران دیجی کالا ادامه دادند: «سرویس گنجه و پودو (PUDO) دو سرویسی هستند که تحویل کالا را آسان کرده‌اند. این در حالی است که نزدیک به ۱۰ درصد کالاها با این شیوه فروخته می‌شود. تحویل فوری سفارش‌ها سرویس دیگری بود که سال ۱۴۰۱ عملیاتی شده است. در آپشنینگ سرویس لجستیکی دیجی کالا هم سال گذشته توسعه پیدا کرده و به این واسطه سفارش‌ها با کیفیت بالا و قیمت کمتری به دست خریدار می‌رسد. یکی از اشکالات وارده به دیجی کالا معرفی کالاها بود و مگنت برای رفع این چالش آمده است. مگنت پلتفرم بررسی و

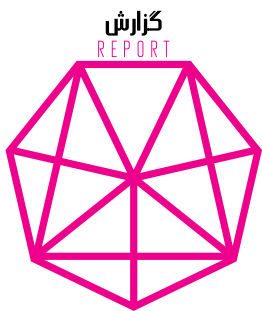
رویداد سالانه دیجی کالا با رونمایی گزارشی سال ۱۴۰۱ برگزار شد

نگاهی به گزارش عملکرد دیجی کالا

در رویداد سالانه دیجی کالا همچنین مطرح شد که دیجی کالا توانسته در زمستان و پاییز ۱۴۰۱، نرخ تحویل به‌موقع کالای ۹۳٫۹ درصدی را از آن خود کند و ظرفیت و زیرساخت‌های خود را نیز دسترس‌پذیرتر کند. در همین راستا ۵۳۰ مرکز زیرساختی ایجاد شده و امروز حتی در شهرهای کوچک این مراکز مستقر شده‌اند. دیجی کالا اکنون این ظرفیت را دارد که روزانه ۹۰۴ هزار کالا ارسال کند.»

محمدی با اشاره به مسئولیت اجتماعی ادامه داد: «دیجی کالا مهر، پایدارسازی کسب‌وکارهای بومی و محلی و کاهش مخاطرات زیست‌محیطی نمونه‌ای از اقدامات دیجی کالا در زمینه مسئولیت اجتماعی است.» طبق گفته‌های هم‌بنیان‌گذاران دیجی کالا، دیجی کالا مهر از شهریورماه ۱۴۰۰ راه‌اندازی شده و سال ۱۴۰۱ حدود ۱۳ هزار نیکوکار به مبلغ پنج میلیارد تومان نیکوکاری کرده‌اند و این روند به اهدای حدود ۸۹ هزار کالا منجر شده است.

آنها می‌گویند که دیجی کالا در سال‌های گذشته سعی کرده برای فروشندگان بومی و محلی، فضای عرضه و فروش محصولاتشان را فراهم کند. در این طرح، تاکنون بیش از شش هزار تولیدکننده توانسته‌اند بدون نیاز به واسطه‌ها، محصولات خود را از هر جای ایران به راحتی به دست مشتریان برسانند. مثلاً در سالی که گذشت، یک برنج‌فروش لاهیجانی با فروش ۶٫۳ میلیارد تومان رکورددار فروش محصولات بومی و محلی بوده است.



هم‌بنیان‌گذاران دیجی کالا ادامه دادند: «دیجی کالا با استفاده از هوش مصنوعی و بهینه‌سازی فرایندها، با روش بهینه‌سازی بسته‌بندی (Packing) و مسیر حمل‌ونقل (Optime) و توسعه مراکز تحویل حضوری و کمدهای هوشمند گنجه (PUDO)، موفق شده ۳۴ هزار درخت را نجات دهد و ۱۳۸ میلیون کیلومتر در مسیر حمل‌ونقل سفارش صرفه‌جویی کند.»

۳٫۵ میلیون بازدید روزانه از دیجی کالا

بر اساس داده‌های این گزارش، دیجی کالا با بیش از هشت هزار نیروی انسانی، پلتفرمی است با ۳۰۸ هزار فروشنده و ۹۰۴ هزار ظرفیت روزانه پردازش کالا و ۵۳۰ مرکز زیرساختی و ۹٫۷ میلیون تنوع کالایی. دیجی کالا ۴۱٫۵ میلیون بازدیدکننده یکتای ماهانه و ۳٫۵ میلیون بازدید روزانه دارد. گفتنی است تعداد فروشندگان دیجی کالا در سال ۱۴۰۱ با رشد ۲۳٫۶ درصد روبه‌رو بوده است. بنا بر اطلاعات این گزارش، هر فروشنده دیجی کالا در سالی که گذشت، به‌طور متوسط ۳۶۰ میلیون تومان فروش داشته است؛ بالاترین فروش یک فروشنده در سال ۱۴۰۱ رقمی معادل ۲۴۴ میلیارد تومان برآورد شده است. بر اساس اطلاعات این گزارش، تنوع کالایی دیجی کالا در سال گذشته با ۲۹ درصد رشد به ۹٫۷ میلیون نوع کالا رسیده است. تیم‌های سلامت پلتفرم هم با نظارت روزانه بر کالاها و قیمت‌ها و بررسی نظر کاربران، کالاهای غیراصل و قیمت‌گذاری‌های نامناسب را شناسایی می‌کنند. سال گذشته بیش از ۵۰ هزار نظر و هفت هزار گزارش کاربران بررسی و اقدام لازم انجام شده است. دیجی کالا می‌گوید که رؤیای تبدیل شدن به یک برند ملی را دارد؛ برندی که با کشور منافع مشترک داشته باشد.



غزل یگانگی



Ghazal28yeganeh@gmail.com



شماره ۱۰۵
مرداد ۱۴۰۲
سال سوم

به امید په هوای تازه تر ...

فرصتی جدید برای معرفی کسب و کار شما در قالب برنامه سازی ویدیویی



کاروکسب

روایت مستندی
از یک روز کاری شرکتها



شاید موافق نباشید

تحلیل اتفاقات روز حوزه
نوآوری و اقتصاد دیجیتال



پیشنهاد هفته

بسته پیشنهادی
اپلیکیشن، کتاب، دوره
آموزشی و ...



اتاق آبی

گفتوگوهای رودررو با
مدیران کسب و کارهای
حوزه فین تک

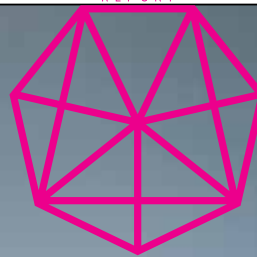


نیوز فولدر

بررسی محتوای
تولید شده در رسانه های
راه کار

استودیو راه کار





علیرضا خداکرمی، رئیس هیئت مدیره تجارت الکترونیک پارسیان مطرح کرد

توسعه و افزایش عمق رویداد در سال‌های آتی

صرفنظر از هر چیز از جمله نحوه برگزاری، نفس برگزاری رویداد بسیار ضروری بوده و هست؛ چراکه ثبت روز فناوری در تقویم با همت و پیگیری نصر صورت گرفت و باید سندش هم به نام نصر می خورد که با برگزاری رویداد این اتفاق افتاد. از نظر من زمان و مدت برنامه و محل برگزاری مناسب بود. اداره و مدیریت برگزاری قابل تقدیر بود. استقبال و حضور اهالی صنف نشان داد بیگانگی و دوگانگی از بین سازمان و اعضا رخت بر بسته و همه صنف را از خود می دانند. افزون بر این حضور رئیس مجلس و وزیر ارتباطات، حاکی از نقش آفرینی صحیح نصر در تعامل با حاکمیت است. بیانیه ابتدایی و تیزر انتقادی به قطعی اینترنت هم نشان داد که در عین بهترین تعاملات، تلاش بر این است که نیازها و خواسته‌های صنف با حفظ و ارتقای اعتبار بخش خصوصی، به حاکمیت منتقل شود. به علاوه استفاده از موسیقی زنده تلفیقی، مفهوم کاربرد فناوری در صنایع و کسب و کارهای سنتی را تداعی می کند که با رویداد هم خوانی مناسبی داشت. از نظر من لازم است هر سال توسعه و عمق رویداد بیشتر شود، بنابراین در سال‌های بعد باید تمام اعضای نصر به عنوان لایه اول و حتی دوم اقتصاد دیجیتال، خود را میزبان بدانند و مشارکت فعال داشته باشند. همچنین مهمانان علاوه بر ارکان حاکمیتی هر سه قوه، تمام انجمن‌ها و اتحادیه‌ها و صاحبان صنایع و کسب و کارها، لایه سوم اقتصاد دیجیتال را شامل شوند.



شماره ۱۰۵
مرداد ۱۴۰۲
سال سوم

افزایش کیفیت زندگی با فناوری اطلاعات

مدیرعامل ارتباط فردا از حضور در روز فناوری اطلاعات می گوید

هدینگ ارتباط فردا یکی از حامیان برگزاری روز فناوری اطلاعات بود. مسعود و کیلی نیا، مدیرعامل هدینگ ارتباط فردا درباره رویداد روز فناوری اطلاعات و هدف این مجموعه از اینکه حامی چنین رویدادی شده، گفت: «رشد فناوری اطلاعات در کشور کیفیت زندگی مردم را افزایش می دهد و یکی از عوامل رشد این حوزه در کوتاه شدن سقف قانون گذاری برای فعالان فناوری اطلاعات و حمایت بیشتر بانک‌ها و بازار سرمایه است؛ بنابراین روز فناوری اطلاعات را فرصتی دانستیم تا با فعالان این حوزه گفت‌وگو کنیم و در ضمن آن خدمات گروه ارتباط فردا را به شرکت‌های فعال در این حوزه

باید هفته فناوری اطلاعات داشته باشیم

مسعود شکرانی
مدیرعامل گروه داده‌ورز جويا عنوان کرد

دومین رویداد ملی روز فناوری اطلاعات، ۲۰ تیرماه، در محل مرکز همایش‌های برج میلاد با حضور ۱۶۰۰ تن از فعالان بخش خصوصی و دولتی برگزار شد. در این همایش رئیس مجلس شورای اسلامی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و همچنین دبیر شورای عالی فضای مجازی حضور یافتند. مسعود شکرانی، مدیرعامل گروه داده‌ورز جويا حضور این مقامات در این رویداد را اتفاق خوبی ارزیابی می کند که باعث افزایش توجه به حوزه فناوری اطلاعات و اهمیت آن در اقتصاد و آینده کشور می شود.

شکرانی با تأکید بر اینکه مهم‌ترین هدف برگزاری این رویداد جلب توجه و یادآوری اهمیت فناوری اطلاعات بوده، عدم حضور مدیران میانی تأثیرگذار در رویداد روز فناوری اطلاعات را به عنوان یکی از نقاط ضعف این برنامه عنوان می کند و معتقد است باید در سال‌های

آینده در این زمینه عملکرد بهتری داشت. او ادامه می دهد: «در سال آینده باید به جای روز فناوری اطلاعات، برای هفته فناوری اطلاعات برنامه‌ریزی کنیم و بتوانیم حضور طیف وسیعی از جامعه را که با این حوزه سروکار دارند، در این رویداد داشته باشیم. واحدهای مختلف نظام صنفی باید کمک کنند برنامه‌های ویژه‌ای در حوزه سلامت، ورزش، کار، تقویت کسب و کارهای کوچک و... در چنین مناسبتی برگزار و جامعه به خوبی با ظرفیت‌های فناوری اطلاعات آشنا شود.»

رئیس کمیسیون تأمین تجهیزات کالای فاوای سازمان نصر از فناوری اطلاعات به عنوان تنها نقطه قوت کشور در شرایط فعلی یاد می کند و باور دارد: «اگر قرار باشد روزی به نقطه اوجی که شایسته ملت ایران و ظرفیت‌هایی که دارد، برسیم، مسیر آن همین حوزه فناوری اطلاعات است؛ بنابراین باید به این حوزه توجه



فناوری اطلاعات عامل اصلی رشد کشورهای پیشرفته

مدیرعامل هلدینگ ارتباط فردا عامل اصلی رشد کشورهای پیشرفته را، فناوری اطلاعات دانست و بیان کرد: «اکنون فناوری اطلاعات در دنیا پیشران اصلی رشد و توسعه در کشورها قلمداد می‌شود و عملاً پرداختن به این روز و مسائل مربوط به آن سال به سال اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. ثبت چنین روزی در تقویم نشان دهنده اهمیت این موضوع و فرصتی برای بررسی چالش‌ها و فرصت‌ها در اکوسیستم فناوری کشور است.»

وکیلی نیا در ادامه از تأثیر مستقیم فناوری اطلاعات در زندگی روزمره افراد گفت: «در کشورهای پیشرفته حدود ۲۰ درصد از تولید ناخالص ملی حاصل حوزه‌های اقتصاد دیجیتال و فناوری اطلاعات است که این عدد در کشور ما در بهترین حالت چیزی در حدود پنج تا شش درصد است. با رشد این حوزه و رسیدن به درصد مناسب آن در تولید ناخالص ملی، عملاً شاهد رشد سرانه درآمدی

کشور خواهیم بود. همچنین با توجه به آمیختگی فناوری با زندگی روزمره، افزایش کیفیت زندگی نیز اتفاق می‌افتد.»

روز فناوری اطلاعات؛ فرصتی برای ارائه خدمات

مدیرعامل هلدینگ ارتباط فردا، در خصوص دلایل اسپانسرری رویداد ملی روز فناوری اطلاعات گفت: «شرکت ارتباط فردا به‌عنوان هلدینگ آی‌تی بانک آینده علاقه‌مند بود تا خدمات و سرویس‌های این حوزه را در اختیار افراد اکوسیستم قرار دهد. به همین دلیل روز فناوری اطلاعات را فرصتی دانستیم تا با فعالان این حوزه گفت‌وگو کنیم و ضمن آن خدمات گروه ارتباط فردا را به شرکت‌های فعال در این حوزه معرفی کنیم.»

روند روبه‌رشد فناوری اطلاعات در ایران

وکیلی نیا در خصوص چگونگی روند فناوری اطلاعات در ایران گفت: «با وجود تمام چالش‌هایی که در سال‌های گذشته در این حوزه وجود داشته، فناوری اطلاعات را در ایران، حوزه‌ای روبه‌رشد ارزیابی می‌کنم. شرکت ارتباط فردا نیز با این روند روبه‌رشد همراه است. ما در سال‌های گذشته بیش از ۱۰ سرمایه‌گذاری موفق داشته‌ایم و محصولات و سرویس‌های باکیفیتی ایجاد کرده‌ایم. برای مثال در همراه‌کارت موفق شدیم چیزی حدود ۲۰ میلیون مشتری جذب کنیم.»

او در ادامه افزود: «ما عملاً رشد اکوسیستم را شاهد هستیم و امیدواریم با کمک مسئولان و بازیگران این حوزه موانع موجود در مسیر رشد را کمتر کنیم و حمایت‌های بیشتری را شاهد باشیم.»

اکنون فناوری اطلاعات در دنیا پیشران اصلی رشد و توسعه در کشورها قلمداد می‌شود و عملاً پرداختن به این روز و مسائل مربوط به آن سال به سال اهمیت بیشتری پیدا می‌کند

کوتاه‌شدن سقف رگولاتوری برای رشد فناوری اطلاعات

وکیلی نیا درباره رگولاتوری حوزه فناوری اطلاعات در ایران بیان کرد: «من فکر می‌کنم سقف رگولاتوری این حوزه در راستای مواردی چون سهل‌کردن ورود به بازار و توسعه بازار و همچنین کاهش هزینه‌های راه‌اندازی سرویس، می‌تواند مورد بازنگری قرار گیرد و کوتاه شود.»

او در ادامه این روند عنوان کرد: «افزایش حمایت سیستم‌های مالی و بانکی نیز می‌تواند از این عرصه بیشتر باشد. با توجه به اینکه حوزه‌های فناوری اطلاعات به لحاظ سوددهی دیربازده‌تر هستند و بیشتر ارزش‌آفرینی می‌کنند، مکانیسم‌های حمایتی نیز می‌تواند با صنایع دیگر متفاوت باشد. همچنین ورود شرکت‌های فناوری اطلاعات به بازار سرمایه هم می‌تواند به رشد این حوزه کمک کند.»

او در پایان تأکید کرد: «ما در شرکت ارتباط فردا نیز برنامه‌ریزی‌هایی در خصوص فرایند بررسی شدن این شرکت داشته‌ایم و در سال آینده هم دو شرکت از شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ ارتباط فردا آماده ورود به بازار سرمایه خواهند بود.»



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



هومن سپهری، مدیرعامل شرکت تندر نور مطرح کرد

استقبال خوب فعالان حوزه آی‌تی از رویداد روز فناوری اطلاعات

نکته دیگر اینکه کارها در لحظه آخر انجام شد و برنامه فشرده بود. باید به نحوی برنامه‌ریزی کرد که کارها به این اندازه فشرده نباشند. باید از مدتی قبل برنامه‌ریزی‌ها انجام شود و همه با آمادگی کامل در رویداد حاضر شوند. برای مثال من اسپانسر باید وقت می‌داشتم تا کارهایی را جهت پرزنت در رویداد آماده کنم، اما من حتی از موضوع گفت‌وگو هم خبر نداشتم و کارها فی‌البداهه انجام شد. کارت‌های دعوت را که قرار بود به دست کسانی که دعوت کرده بودیم برسانیم، همان روز رویداد به دست ما رسید. این باعث شد اکثر افرادی که دعوت کرده بودیم، حضور پیدا نکنند.

البته در کل رویداد خوبی بود، اما اگر این نکات رعایت شوند همه چیز بهتر می‌شود. جمعیت زیادی حضور داشتند و سالن جای سوزن‌انداختن نداشت. این موضوع نشان‌دهنده استقبال خوب فعالان حوزه آی‌تی از رویداد بود. با وجود تمام مشکلات و مهاجرت بسیاری از افراد این حوزه، باز هم جمعیت زیادی حاضر شده بودند که نشان می‌دهد هنوز افراد زیادی به این حوزه اهمیت می‌دهند. بسیاری از دوستان را در این رویداد ملاقات کردیم و با دوستان جدیدی هم از بخش‌ها و صنایع‌های دیگر آشنا شدیم و شبکه‌سازی‌هایی انجام شد. این رویداد برای شرکت تندر نور بسیار خوب بود و باعث شد شناخته شود. خیلی از کسانی که با شرکت و کار ما آشنایی نداشتند، با ما آشنا شدند. این موضوع باعث می‌شود که در آینده مشتریان بیشتری داشته باشیم.

برنامه به‌خوبی اجرا شد و من راضی بودم. جناب وزیر ارتباطات، جناب آقای قالیباف و جناب آقای آقامیری تشریف آورده بودند.

حضور آنها به معنی این بود که برای رویداد ارزش نهادند. صحبت‌های مفیدی هم گفته شد. کلیپی هم که در مورد نگرانی‌های بخش سخت‌افزار ساخته شده بود، بد نبود، اما بهتر بود به همه اطلاع داده می‌شد تا در مورد مشکلاتشان بگویند و همه بخش‌ها و صنایع‌ها حرف‌هایشان را بزنند و سهمی در این کلیپ داشته باشند. از آنجایی که فرصت پرسش و پاسخ فراهم نبود، می‌توانستیم حرف‌هایمان را در قالب کلیپ در حضور آقای قالیباف و زارع‌پور بزنیم.

به‌علاوه خوب بود اگر شخصی هم از وزارت صمت تشریف می‌آورد؛ شاید بهتر باشد برای رویدادهای بعدی این نکته در نظر گرفته شود. در آن صورت می‌توانیم مشکلات و دغدغه‌هایمان را مطرح کنیم، چون همه مشکلات ما مربوط به آقای زارع‌پور و آقای قالیباف نیست، اما اگر از وزارت صمت کسی تشریف می‌آورد، صحبت‌ها تخصصی‌تر می‌شد؛ زیرا وزیر صمت در جریان همه مشکلات تمام اصناف است.

به نظر من در بخش جوایز فوتسال و مسابقات زیاد روی شد. من فکر می‌کنم جای این مسئله در رویداد نبود یا حداقل می‌شد وقت کمتری به آن اختصاص داد. روز آی‌تی بود و اختصاص وقت زیادی به این مسئله بجا نبود.



نیروی متخصص و آماده برای مهاجرت دیده نشد. نهال فناوری اطلاعات باید قدرت و قوام پیدا کند و برای این کار به تغییرات اساسی در قوانین کار، بانکی، حقوقی منطبق با شرایط روز دنیا، گمرکی و... نیاز است.



ویژه‌ای داشته باشیم.»
شکرانی پیام رئیس‌جمهور در روز فناوری اطلاعات را دارای نگاه و ادبیاتی سنتی به این حوزه دانست و عنوان کرد این پیام نشان از آن دارد که ما فعالان حوزه فناوری اطلاعات هنوز نتوانسته‌ایم این حوزه و ویژگی‌های آن را به‌خوبی به مسئولان کشور معرفی کنیم.
او اضافه می‌کند: «از نظر مسئولان کشور ما، اقتصاد یعنی اینکه چرخه بچرخد و کالایی تولید شود که وزن داشته باشد، اما امروزه در دنیا شاهد شرکت‌هایی هستیم که بدون آنکه کالایی را از مرز جابه‌جا کنند، هر ماه میلیون‌ها دلار به ارزش سهام‌شان اضافه می‌شود و از این طریق ثروت‌آفرینی می‌کنند.»
به گفته این فعال صنعت فناوری اطلاعات، در پیام رئیس‌جمهور نشانه‌ای از تغییر پارادایم و دیدگاه نسبت به نحوه ثروت‌آفرینی و نیاز اساسی به امیدبخشی به

ارائه خدمات پرداخت برای گردشگری سلامت

مرتضی اعتصامی، مدیرعامل نیکو از راهکارهای این شرکت برای صنعت گردشگری سلامت می گوید

دارای کیفیت بالایی بود که در آن به مسائلی مانند هوش مصنوعی و طراحی خدمات پرداخته شد. طراحی خدمات حوزه جدیدی در کشور ماست. ما با هدف دیدار و رایزنی با مدیران بیمارستان‌های مختلف در زمینه راهکارهایی که در حوزه‌های پرداخت، نوبت‌دهی، پذیرش و ترخیص داریم، در این نمایشگاه حضور پیدا کردیم.

آیا محصولی دارید که به‌طور خاص برای گردشگری سلامت طراحی شده باشد؟

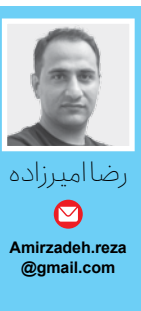
ما روی سرویس‌های چندزبانه و پرداخت با تتر و انواع روش‌های بلاکچین کار می‌کنیم که برای گردشگر خارجی (هنگامی که قصد استفاده از خدمات سلامت در کشور ما را دارد) مناسب است. ما حتی به دنبال این هستیم که دریافت کارت بانکی از مبدأ را انجام دهیم و با پی‌اس‌پی‌های مختلفی برای این کار مذاکره کرده‌ایم. در این راهکار ما می‌توانیم از مبدائی مانند کشور عمان صدور کارت و ثبت نام را انجام دهیم تا زمانی که گردشگر وارد ایران می‌شود، کارت آن آماده باشد و بتواند با آن کار پرداخت را انجام دهد.

فکر می‌کنید چنین خدماتی چه تأثیری روی توسعه گردشگری سلامت در ایران داشته باشد؟

یکی از نکات مهمی که در این رویداد روی آن تأکید شد، این بود که یک گردشگر اگر به ایران بیاید و خدمات درمانی مناسبی دریافت کند، اما سایر خدمات خوب نباشد، ناراضی خواهد بود. در نتیجه برای توفیق در حوزه گردشگری سلامت باید یک کار چندوجهی انجام شود که شبکه‌های سلامت، بیمه، گردشگری و بانکی با آن در ارتباط هستند. باید همه این شبکه‌ها با هم خدمات مناسبی ارائه دهند تا یک مسافر تجربه خوبی داشته باشد و با رضایت کامل کشور را ترک کند. حوزه پرداخت نیز از موارد مهمی است که یک

دومین همایش و نمایشگاه بین‌المللی بیمارستان‌ها و مراکز درمانی (IPH 2023) در مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما با حضور بیمارستان‌ها و مراکز درمانی داخلی، شرکت‌های حوزه گردشگری سلامت و نمایندگانی از ۳۵ کشور دنیا برگزار شد. این رویداد توسط «مرکز توسعه گردشگری سلامت کشورهای اسلامی» و با هدف انتقال تجارب بین‌المللی در حوزه مدیریت بیمارستانی، آشنایی با فناوری‌های نوین و توسعه ارتباطات شرکت‌های گردشگری سلامت و معرفی ظرفیت‌های ایران در این حوزه برگزار شد. یکی از فناوری‌های نوینی که می‌تواند نقش مؤثری در شبکه گردشگری سلامت داشته باشد، فناوری‌های پرداخت است.

شرکت فرآیند آفرینش مهستان (نیکو) که در زمینه تولید کیوسک‌های پرداخت فعال است، از جمله شرکت‌کنندگان در این رویداد بود. «مرتضی اعتصامی»، مدیرعامل این شرکت هدف این مجموعه از شرکت در این همایش و نمایشگاه را ارائه راهکار برای تسهیل موضوع پرداخت در صنعت گردشگری سلامت عنوان می‌کند.



رضا امیرزاده
Amirzadeh.reza@gmail.com

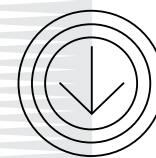
هدف شرکت نیکو از حضور در این رویداد چه بوده است؟

این نمایشگاه به‌طور تخصصی در حوزه گردشگری سلامت برگزار شده و در آن شاهد حضور مدیران بیمارستان‌های مختلف کشور هستیم که بخشی از خدمات مجموعه کیوسک مرتبط با همین حوزه است. در این رویداد شاهد حضور بیمارستان‌های مطرحی بودیم که مجوز پذیرش بیماران بین‌المللی را دارند. کنگره این رویداد نیز

برگشت‌نخبگان به شرط رونق

بررسی فرصت‌های گردشگری سلامت در گفت‌وگو با مدیرعامل «مبنا سفر دوران»

مبنا سفر دوران یکی از شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری سلامت است که در بخش گردشگران ورودی کار می‌کند و در دومین همایش «بیمارستان‌ها و مراکز درمانی» حضور یافته است. «امیرحسین ربیعی»، مدیرعامل این شرکت بخش‌های درمان، زیبایی و سلامت ذهن و روان را سه حوزه مهمی عنوان می‌کند که گردشگران سلامت تمایل دارند برای بهره‌مندی از خدمات در این حوزه‌ها به ایران سفر کنند. او در حاشیه این نمایشگاه، درباره کشورهایهایی که مردم‌شان بیشتر به‌عنوان گردشگر سلامت به ایران می‌آیند، می‌گوید: «کشورهای حوزه خلیج فارس مانند عمان و کویت در



معاون توسعه مرکز گردشگری سلامت کشورهای اسلامی
عنوان کرد

آماري از صنعت گردشگری سلامت ایران نداریم

نمایشگاه به دنبال آن بوده‌اند. او در ادامه عنوان می‌کند: «در این رویداد بخش نمایشگاهی با هدف ارائه و معرفی برند بیمارستان‌هایمان در نظر گرفته شده است. همچنین ما بخش آموزشی را در این رویداد داشتیم که شامل کارگاه‌های جانبی با هدف انتقال تجربه‌های داخلی و خارجی می‌شد. در همایش و نمایشگاه IPH برنامه‌هایی در حوزه فناوری نیز برگزار شد که به‌صورت کلی در آنها به موضوع فناوری‌های مرتبط با صنعت سلامت و گردشگری این حوزه و فرصت‌ها و تهدیدهایی که به همراه دارند، پرداخته شد.

حضور بیش از ۳۰ کشور دنیا در این رویداد

استراتژی ما در این رویداد حضور کشورهای بیشتر بود که خوشبختانه توانستیم توجه بیش از ۳۰ کشور دنیا را جلب کنیم و میزبان کشورهای مختلف، از بخش‌های درمانی گرفته تا شرکت‌های تسهیلگر که تاکنون حتی مدل همکاری‌شان با ایران تعریف نشده بود، مانند بنگلادش و چندین کشور آفریقایی باشیم. نمایندگان این کشورها با حضور در این رویداد با ظرفیت‌هایی که ایران در حوزه گردشگری سلامت دارد، آشنا شدند. کشورهای حاضر در این رویداد از حوزه خلیج فارس، آفریقا، اروپا و کشورهای آسیایی بودند و در مجموع پراکندگی خوبی داشت.

همکاری بیش از ۴۰ کشور با مرکز گردشگری سلامت کشورهای اسلامی

شهریاری با اشاره به اینکه مرکز توسعه گردشگری سلامت کشورهای اسلامی به‌صورت رسمی فعالیت خود را از سال ۱۳۹۴ با هدف توسعه شبکه بین‌بازیرگانی مختلفی که در صنعت گردشگری سلامت هستند، آغاز کرده، خاطر نشان می‌کند: «ما در این مجموعه به دنبال شبکه‌سازی میان بازیگران این عرصه در داخل ایران، سایر کشورهای اسلامی و در مرحله بعد سایر کشورهای جهان هستیم. در حال حاضر بیش از ۴۰ کشور دنیا به‌عنوان عضو یا همکار با این مرکز همکاری می‌کنند که با یکدیگر ظرفیت‌هایمان را در این حوزه به اشتراک می‌گذاریم.»

معاون توسعه و همکاری مرکز توسعه گردشگری سلامت کشورهای اسلامی در پایان یکی از بزرگ‌ترین مشکلات حوزه گردشگری سلامت در ایران را نبود آمار در این حوزه عنوان و اضافه می‌کند: «با وجود آنکه آمار دقیقی از این حوزه توسط نهادهای رسمی اعلام نمی‌شود، اما آنچه مشخص است اینکه ظرفیت ایران در این حوزه با آنچه اکنون به‌صورت بالفعل در حال انجام است، فاصله زیادی دارد.»

صنعت گردشگری پیچیدگی‌های خاص خود را دارد و همان‌طور که در صورت رونق بر اغلب بخش‌های اقتصاد تأثیر می‌گذارد، برای توسعه نیز به کمک بخش‌های متنوعی نیازمند است. صنعت گردشگری سلامت هم از این قاعده پیروی می‌کند و برای رشد و توسعه خود علاوه بر بخش درمان به شبکه آژانس‌های مسافری، حوزه‌های دیگر گردشگری، زیرساخت‌های اقامتی، بانکی و... نیز نیاز دارد.

تقویت برندسازی حوزه درمان ایران

آرمین شهریاری، مدیرعامل شتاب‌دهنده لانچ‌آپ و معاون توسعه و همکاری مرکز توسعه گردشگری سلامت کشورهای اسلامی در حاشیه دومین همایش و نمایشگاه بین‌المللی بیمارستان‌ها و مراکز درمانی (IPH 2023)، تقویت موضوع برندسازی برای مراکز درمانی ایران و معرفی بهتر آنها در جهان را یکی از مهم‌ترین اهداف این رویداد عنوان می‌کند. او در این باره می‌گوید: «هدف ما از برگزاری چنین رویدادی انتقال تجربه‌های بین‌المللی به‌خصوص در زمینه بیمارستان‌های دولتی و خصوصی کشور بوده است. همچنین معرفی توانایی‌ها و امکاناتی که بخش درمان ما دارد، در راستای توسعه برند بیمارستانی ایران یکی از مهم‌ترین اهداف برگزاری این نمایشگاه است.»

به گفته شهریاری، یکی از مشکلاتی که در حوزه گردشگری سلامت وجود دارد، این است که یکی از مهم‌ترین بازیگران این عرصه یعنی بیمارستان‌ها، کلینیک‌ها و پزشکان در حوزه بین‌المللی در زمینه برندینگ عملکرد خوبی نداشته‌اند.

حضور مهمانان از کشورهای مختلف با هدف معرفی توانمندی حوزه درمان ایران به جهان از دیگر اتفاقاتی است که برگزارکنندگان این





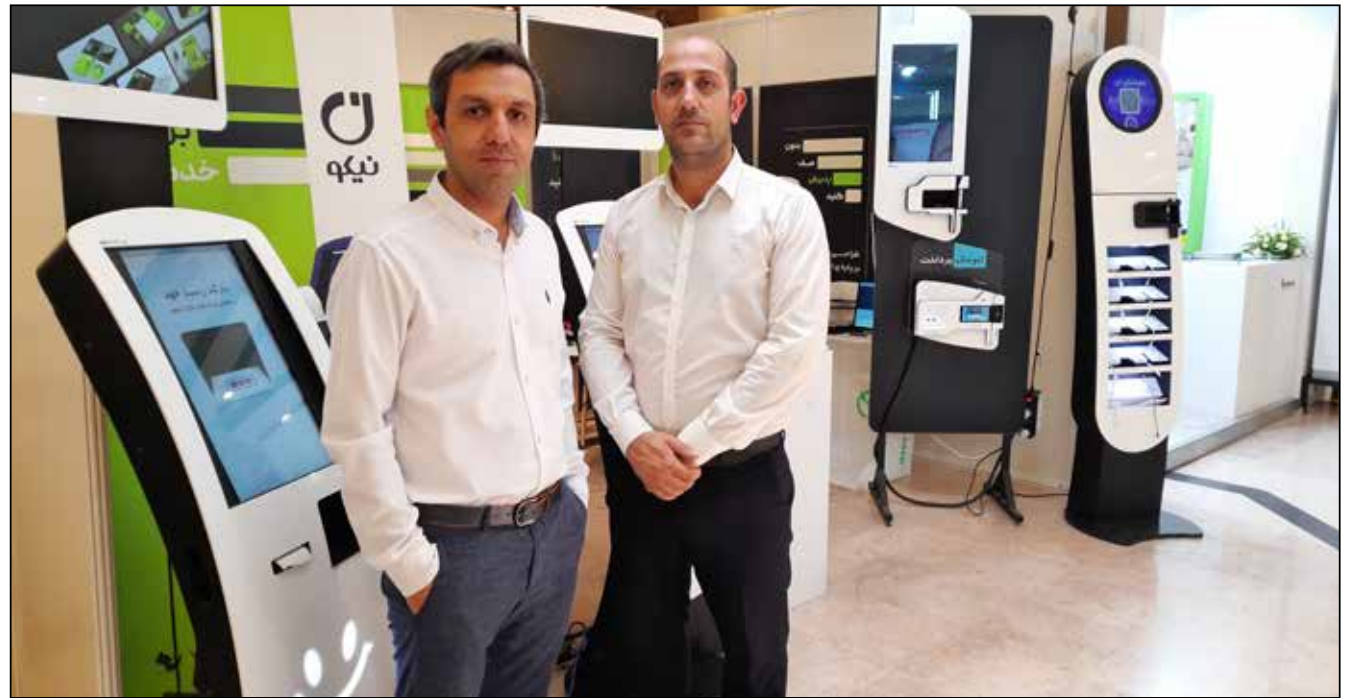
اظهارات مدیر گردشگری سلامت مرکز قلب تهران

سالانه ۱۵۰۰ بیمار خارجی داریم

بیمارستان‌ها یکی از مهم‌ترین بازیگران عرصه گردشگری سلامت هستند که با توجه به ظرفیت‌های خود می‌توانند با فعال شدن در حوزه برندینگ تأثیر ویژه‌ای در آمار گردشگران ورودی که به قصد درمان به کشور می‌آیند، داشته باشند. به باور مدیر گردشگری سلامت مرکز قلب تهران، در حال حاضر ایران نسبت به کشورهای همسایه در زمینه درمان پیشرفته‌تر است، اما اگر نتواند همچنان به این پیشرفت ادامه دهد، بعد از ۱۵،۱۰ سال سایر کشورهای نیز به جایگاه فعلی ایران می‌رسند و فرصتی که برای گردشگری حوزه سلامت وجود دارد، از بین می‌رود. سیدمحسن اسماعیلی، مدیر روابط عمومی و مدیر گردشگری سلامت مرکز قلب تهران عنوان می‌کند افراد خارجی که برای درمان به این بیمارستان مراجعه می‌کنند، بیشتر از کشورهای عراق، افغانستان، حوزه خلیج فارس و آسیای میانه هستند. او درباره آمار گردشگران سلامت این بیمارستان می‌گوید: «ما در مرکز قلب تهران سالانه حدود ۱۵۰۰ بیمار از کشورهای مختلف داریم که از این تعداد حدود ۱۵۰ الی ۲۰۰ نفر برای ادامه درمان بستری می‌شوند.» اسماعیلی ادامه می‌دهد: «کشور ما از لحاظ پزشکی پیشرفت خوبی کرده و امکانات خوبی دارد؛ به نحوی که می‌توانیم نیازهای کشورهای همسایه را که کمتر در این حوزه توسعه داشته‌اند، برطرف کنیم، اما باید در نظر داشته باشیم که در ۱۰ الی ۱۵ سال آینده آن کشورها هم توسعه پیدا می‌کنند و ما باید از این فرصت استفاده کنیم و به سمتی برویم که در زمینه درمانی یکسری کارهای انحصاری در کشور داشته باشیم. تنها در این صورت در آینده می‌توانیم روند گردشگری سلامت را حفظ کنیم.»



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



گردشگر حوزه سلامت بتواند از طریق کیوسکی که در آژانس‌ها در کشورهای مبدأ مانند عراق، عمان و... قرار می‌گیرد، خودش را پذیرش کند و کارهای پرداخت را از همان جا انجام و برنامه‌ریزی سفرش را بر اساس این نوبت‌دهی و پذیرش صورت دهد.

علاوه بر کیوسک‌های تریاژ اولیه، محصولات ما شامل کیوسک‌های پذیرش، پرداخت و شارژ گوشی همراه می‌شود. کیوسک‌های پرداخت برای داروخانه‌ها و مراکز درمانی که مبتنی بر بارکد کار پرداخت را انجام می‌دهند، مناسب است. این نوع کیوسک با توجه به نیازها انواع مختلفی دارد. کیوسک‌های نوبت‌دهی برای بیمارستان‌ها و کلینیک‌هاست که کار نوبت‌دهی و پذیرش بیمار را انجام می‌دهد. نوعی از کیوسک‌ها هم برای تسهیل در ترخیص بیمار طراحی شده‌اند.

کیوسک‌هایی هم برای شارژ موبایل در محیط‌های درمانی داریم که علاوه بر انجام کار شارژ گوشی‌های همراه به صورت رایگان، دارای یک صفحه نمایش هستند که می‌توان برای ارائه تبلیغات و اطلاع‌رسانی مورد نیاز از آن استفاده کرد. محتوای این صفحه نمایش‌ها از طریق یک پنل تحت وب قابل کنترل است. همچنین این نوع کیوسک مجهز به یک دستگاه کارت‌خوان اندروید است که می‌توان از آن برای خیریه یا هر خدمت دیگری در مراکز درمانی استفاده کرد. صرفه اقتصادی استفاده مراکز درمانی از محصولات ما کاملاً مشخص و اثبات شده است.

برای آنها ایجاد شود. این محصول می‌تواند در داخل کشور، علاوه بر بالا بردن دسترسی مردم مناطق محروم به پزشکان حاذق، هزینه درمان را نیز پایین بیاورد.

شرکت نیکو در حوزه بیمارستان و مراکز درمان چه محصولات و راهکارهای دیگری دارد؟

محصولات نیکو در صنعت پرداخت شناخته شده است. ما روی کیوسک‌های سلف سرویس پرداخت کار می‌کنیم و همان‌طور که گفتیم در حوزه درمان کارهای مرتبط با نوبت‌دهی، پذیرش و ترخیص بیمار را به صورت سلف سرویس ارائه می‌دهیم. ما علاوه بر ارتباط قدرتمند در

شبکه پرداخت کشور، یک ارتباط قوی هم با شبکه HIS یا نرم‌افزارهای بیمارستانی داریم که موقعیت مجموعه ما را ممتاز می‌کند. ما از این اعتبار برای ارائه خدمات سلف سرویس به مشتری استفاده می‌کنیم. با ارائه این خدمات بیمار می‌تواند خودش خدمات مورد نیازش را از طریق کیوسک دریافت کند. دکتر متخصص خود را انتخاب کند و... ما روی این موضوع کار می‌کنیم که

گردشگر سلامت با آن سروکار دارد و لازم است تمهیدات لازم برای تسهیل امور در این حوزه صورت گیرد. مجموعه ما روی این خدمات کار کرده و در این نمایشگاه هم مطرح کردیم که نیکو می‌تواند راهکاری ارائه دهد که گردشگر در

مبدأ کارهای پرداخت خود را انجام دهد. همچنین ما اینجا محصولی را با همکاری شرکت نبض رونمایی کردیم که به وسیله آن می‌توان ویزیت تریاژ اولیه بیمار شامل نوار قلب، فشار خون و... را با یک استند استیشن سلف سرویس به طور کامل انجام داد و اطلاعات آن را برای پزشک ارسال کرد.

یعنی این محصول امکان ویزیت یک گردشگر سلامت را

پیش از آنکه وارد ایران شود، فراهم می‌کند؟

بله؛ پزشک می‌تواند بر اساس این اطلاعات اولیه ویزیت را انجام دهد. این راهکار به جز در بحث گردشگری سلامت، برای مناطق محروم نیز قابل استفاده است. بیمار برای هر ویزیتی که با این دستگاه انجام می‌شود، مبلغی را پرداخت می‌کند؛ برای مثال این سیستم می‌تواند به یک روستا برده شود و در آنجا افراد چکاپ شوند و یک پرونده الکترونیک



استفاده از خدمات پزشکی ایران که از لحاظ کمی و کیفی در خاورمیانه جزء برجسته‌ترین کشورها به شمار می‌رود، از سایر جاذبه‌های گردشگری کشور نیز بازدید کنند و به نحوی موجب رونق سایر حوزه‌های گردشگری شوند.

این فعال حوزه گردشگری سلامت باور دارد با رونق این صنعت می‌توان شاهد برگشت نخبگان پزشکی و درمان به کشور بود.

به گفته او گردشگران اروپایی در زمینه درمان بیشتر برای موضوعات درمان نابابوری، مسائل ارتوپدی و چشم‌پزشکی به ایران سفر می‌کنند. همچنین حوزه زیبایی از دیگر مواردی است که برای گردشگران اروپایی جذابیت دارد.

این زمینه آمار خوبی دارند. همچنین با توجه به بازگشایی سفارت‌های ایران و عربستان، شاهد گردشگرانی از این کشور که به قصد امور درمانی به ایران می‌آیند، هستیم. عراق هم از جمله کشورهایی است که در این زمینه می‌توان از آن نام برد.»

ربیی خاطر نشان می‌کند که مجموعه مینا سفر دوران وارد حوزه برندینگ صنعت گردشگری سلامت هم شده و این فعالیت را در کشورهای مسلمان و عرب‌زبان و همچنین کشورهای اروپایی دنبال می‌کند.

به گفته او فعالیت در حوزه برندینگ باعث شده توجه‌ها به سوی ایران جلب شود و انتظار می‌رود گردشگران علاوه بر



روح بخشیدن به ضایعات آهن

گفت‌وگو با مریم کاظمی که شیوه نوینی در مجسمه‌سازی را پی گرفته است

می‌دهد. زنی که مواد اولیه کارش را از بازار مردانه آهن و

گورستان‌های خودرو جمع‌آوری می‌کند و هر بار موجودی لطیف و باروج خلق می‌کند. مریم کاظمی بانویی است که خود را چلنگر می‌نامد. کسی که خورده‌های آهن را به هم جفت‌وجور می‌کند. نه آهنگر صرف است و نه مجسمه‌ساز معمولی. او در سال ۱۳۵۵ در تهران به دنیا آمده و متأهل است. در رشته مدیریت مالی تحصیل کرده و سال‌ها به کار حساب و کتاب مشغول بوده است. او ۱۷ سال سابقه کار مالی دارد، ولی همیشه معتقد بوده کار مالی سرد و بی‌روح و خشن است. به همین دلیل تصمیم می‌گیرد شغلش را رها کند و به فعالیت هنری بپردازد. این بار مجسمه‌سازی را انتخاب می‌کند، ولی

مجسمه‌سازی هنری است که هر بار اسمش را می‌شنویم، تصاویر و مصداق‌های زیاد و متنوعی در ذهن ما شکل می‌گیرد؛ از مجسمه‌های گچی کوچک روی طاقچه‌های قدیمی تا مجسمه‌های عظیم‌الجثه در میدان شهرها. این هنر قدرت خلقی دارد که گویا می‌توان به اندازه تنوعی که در همه موجودات روی زمین هست، برایش مصداق پیدا کرد. در این شماره از کارنگ با زنی مجسمه‌ساز آشنا می‌شویم که روش و متریاال بسیار خاصی را برای کار خود انتخاب کرده و ترکیب نوآورانه‌ای بین لطافت هنر مجسمه‌سازی، سختی آهن و ضایعات آهن و خودرو برقرار کرده است. او به آهن سخت و سرد در قالب مجسمه‌های با روح و لطیف، جان

مجسمه‌سازی با آهن و ضایعات آن. **◀◀** لطفاً از کار خود برای ما بگویید. کار ما در یک جمله روح‌دادن به آهن سرد و سخت است. ما به آهن شکل می‌دهیم و به آن روح می‌بخشیم تا به شکل اجسام مختلف دربیاید و مجسمه‌ها و طرح‌های انتخابی مشتری را با آهن می‌سازیم. ما با هر نوع آهنی محصول تولید می‌کنیم؛ با پروفیل، ورق، مفتول و ضایعات آهن و هر چیزی که از مشتقات آهن باشد. سایز محصولات ما اکثراً بسیار بزرگ است و محصولات ظریف که برای دکوراسیون کوچک استفاده می‌شود، تولید نمی‌کنیم، ولی از هر سایز متریالی



درباره ابیگل جانسون مدیر موفق فیدلیتی

تصور اکثر ما این است که فرزندان پدران ثروتمند، به تلاش و کار زیاد نیازی ندارند و بدون دردسر می‌توانند از ثروت پدران شان استفاده کنند و خود را درگیر کسب‌وکار نکنند. «ابیگل جانسون» یکی از این زنان است؛ دختر یکی از سرمایه‌داران آمریکایی که با تلاش توانست شرکت پدرش «مؤسسه سرمایه‌گذاری فیدلیتی» را گسترش دهد و در فهرست زنان قدرتمند جهان قرار گیرد. ابیگل در سال ۱۹۶۱ در بوستون به دنیا آمد. او وارد شرکت Booz Allen Hamilton شد و به‌عنوان مشاور جوان شروع به فعالیت کرد. در این مسیر احساس کرد به اطلاعات بیشتری نیاز دارد و پس از آن تصمیم گرفت در رشته مدیریت بازرگانی در دانشگاه هاروارد به ادامه تحصیل بپردازد. پس از اتمام تحصیلات در مقطع کارشناسی ارشد MBA به شرکت پدرش رفت و فعالیت جدی در سرمایه‌گذاری را آغاز کرد؛ شرکتی که پدر بزرگش در سال ۱۹۴۶ تأسیس کرده بود. او ۹ سال به‌عنوان تحلیلگر و مدیر پورتفولیو در شرکت سرمایه‌گذاری فیدلیتی کار کرد. بعد مدیر شرکت تحقیقاتی زیرشاخه مجموعه شد و چهار سال نیز این سمت را بر عهده داشت. مدیریت بخش خدمات اجتماعی و بازنشستگی، سمت بعدی او بود تا اینکه در سال ۲۰۱۴ مدیرعامل شرکت شد. بعد از حضور او شرکت در سال ۲۰۱۸ ریمارزهای خود را منتشر کرد و با پلتفرم خود توانست ثروتش را به ۳٫۷ تریلیون دلار برساند. مدیریت بخش بازنشستگی و پس‌انداز ۲۵ میلیون آمریکایی و ۲۰ هزار شرکت، نمایانگر وسعت مجموعه‌ای است که تحت مدیریت ابیگل بود. این شرکت در سال ۲۰۱۸ بیش از ۴۵ هزار کارمند در سراسر جهان داشت.



شماره ۱۰۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم





تأملی درباره زنان شاغل و استحکام روابط خانوادگی

خانواده‌ها حامی زنان کارآفرین موفق هستند

خانه را انجام می‌دهند، امروزه جای حمایت خانواده‌ها را پر کرده‌اند، اما باید به خاطر داشته باشیم که این نهادها فقط در سال‌های پس از نوزادی فرزندان، تا زمان ابتدای تحصیل کارایی دارند و پس از آن زنان مجبورند با کمک خانواده و خود فرزندان مسئولیت‌ها را تقسیم کنند.

اولویت‌های زنان شاغل بسیار در هم تنیده و غیرقابل اغماض است، شاید طرح این نکته که «حواس مان به تقویت روابط خانوادگی و مناسبات فامیلی و مهمانی و دید و بازدید باشد» بسیار پیش‌پا افتاده به نظر برسد، اما این اقدام همیای تقویت همه مهارت‌های مدیریتی و توسعه شغلی برای زنان حیاتی است. یکی از اصول بسیار مهم رهبری برای زنان که در سطح بین‌المللی مطرح می‌شود و ارتباطی با میزان رفاه اجتماعی و خدمات یاری‌رسان به مادران ندارد، مبحث حمایت و حمایت‌گر است.

وجود حامی در همه سطوح برای زنان بسیار مهم است. در سطح جهانی و تخصصی، پیشنهاد می‌شود حتماً همکار یا مدیری را به‌عنوان مربی یا منتور انتخاب کنید. در سطح حمایت همپایان، پیشنهاد می‌شود که با یکی از همکاران برای همراهی و هدف‌گذاری همراه شوید. حتی در سطح افزایش مهارت‌های فردی و شجاعانه نیز پیشنهاد شده که فردی شجاع‌تر از خودتان را به‌عنوان حامی انتخاب کنید.

البته پیشنهاد حامی بودن نیز هم برای مردان و هم برای زنان مطرح می‌شود؛ اینکه حامی اطرافیان‌تان باشید و در این فرایند خودتان نیز رشد کنید.

واضح است دایره اصلی حمایت برای هر فردی دایره خانواده و دوستان نزدیک او هستند. پس بهتر است به دلیل کمبود وقت یا کم‌اهمیت دانستن روابط دوستی و خانوادگی، این دست حمایتگر را که در مواقع حیاتی و اضطراری می‌تواند به کمک زنان شاغل بیاید، قطع نکنیم.

عصر فناوری ابزارهای بسیار زیادی برای گسترش و استحکام ارتباطات در اختیار ما قرار داده است. امروزه به جای نامه‌های ماهی یک بار و تلفن‌هایی که برای پاسخ‌دادن‌شان باید تا منزل همسایگان می‌رفتیم، در کسری از ثانیه می‌توانیم با دوستان و اقوام‌مان در سراسر دنیا ارتباط برقرار کنیم، اما این امر موجب استحکام روابط و تقویت نسبت‌های خانوادگی نشده است. البته کمبود زمان یا زیادبود اتلاف وقت، در زندگی امروز موجب این اتفاق شده است، ولی در مورد زنان شاغل این امر نه تنها یک بحث انسانی است، بلکه یکی از مهم‌ترین اصول پیشرفت در محیط کار نیز به‌شمار می‌رود.

دکتر زهرا آراستی، استاد کارآفرینی دانشگاه تهران در پایان‌نامه خود به یکی از تحقیقات حوزه زنان اشاره می‌کند که «اورهان و اسکات» در سال ۲۰۰۱ انجام داده‌اند و به این نتیجه رسیده که زنانی که دارای کسب‌وکارهای طولانی‌مدت و دائمی هستند، دارای توافق و حمایت خانوادگی‌اند؛ بنابراین حمایت خانواده در پیشرفت مسیر شغلی، به خصوص فعالیت‌های کارآفرینانه در زنان، دارای اولویت بسیار زیادی است. یعنی تنهایی و قطع ارتباط مؤثر با اطرافیان باعث می‌شود زنان در شغل‌شان نیز ضعیف شوند و مجبور به ترک کار یا تعطیل کردن کسب‌وکار خود شوند.

این گزاره منطقی به نظر می‌رسد که زنان برای تقسیم نقش‌های سنتی خود ناچارند از کمک همسر و اطرافیان خود بهره‌برند، اما با توجه به سستی روابط و کاهش مناسبات گرم بین خانواده‌ها آیا این امر ممکن است؟ آیا همین سردی و قطع روابط، تأثیر منفی روی شغل زنان ندارد؟ زنان در شرایط اضطراری از چه کسی کمک خواهند گرفت؟

شاید پاسخ دهید نهادهای حمایتی (که البته در ایران وجود ندارد) یا ارگان‌های خصوصی که خدمات نگهداری فرزند یا کمک در برخی وظایف

که طرح جالبی شد. سفارش‌هایی از اربیل، عراق و آلمان نیز داشته‌ایم. در مورد درآمد، هزینه‌های کار زیاد است و به دلیل ارزش نداشتن کار هنرمندانه، درآمد بالایی از این کار کسب نمی‌کنیم، اما به اندازه دخل و خرج کارگاه و اداره یک کسب‌وکار درآمد داریم.

چه مشکلاتی برای ادامه مسیر کسب‌وکار و توسعه کارگاه دارید؟

در ابتدا، مشکلات بسیاری داشتیم، چون هیچ تجربه‌ای در این کار و در این صنعت نداشتیم و همین امر باعث می‌شد کار برایم سخت‌تر شود، اما بعد از آموختن، باز جلو رفتم و مشکلات کم شد، ولی مشکلی که اکنون بسیار بزرگ است، قیمت لحظه‌ای آهن است. آهن متریاصلی کار ماست و افزایش قیمت‌های عجیب و لحظه‌ای دارد که این موضوع باعث می‌شود که پیش‌بینی ما از قیمت محصول درست نباشد و در نهایت نتوانیم به اندازه زحمتی که می‌کشیم، دستمزد کسب کنیم. چون نمی‌شود قیمت محصول را هر لحظه تغییر داد و به دلیل اینکه محصولات ما ماندگار هستند، وقتی مشتری یک محصول را پس از مدتی برای پروژه دیگری دوباره سفارش می‌دهد، نمی‌تواند بپذیرد که همان محصول را چندبرابر بخرد که البته این قیمت آهن و رزین و متریاصلی اولیه است که چندبرابر شده، نه دستمزد ما!

به نظر شما آیا جنسیت شما روی پیشرفت و توسعه کسب‌وکارتان تأثیر داشته است؟

بله قطعاً داشته، اما حس می‌کنم این تأثیر مثبت بوده است. پس از اینکه مشکلات اولیه ورود به یک کسب‌وکار خشن و مردانه را پشت سر گذاشتیم، کم‌کم برای همه بسیار جالب شد که یک خانم، در این صنعت فعال است و همین تضاد باعث بیشتر دیده شدن شد و حس می‌کنم نسبت به مردانی که همپای من در این کسب‌وکار فعال بودند، پیشرفت بیشتری کردم و مشتریانی هستند که انتخاب می‌کنند این محصول را به یک خانم سفارش دهند.

چه چشم‌اندازی برای کسب‌وکارتان متصورید؟ تمام هدفم این است که بتوانم محصولاتم را بیشتر از پیش به کشورهای خارجی بفروشم. برای هنر ارزش بیشتری قائل هستند، صادر کنیم و در همین راستا برنامه توسعه گام‌به‌گام نیز دارم. توسعه کارگاه و تغییر مکان کارگاه یکی از گام‌های این مسیر بود که به‌تازگی انجام دادم.

چه توصیه‌ای برای زنان مانند خودتان دارید؟

هدف داشته باشید. هدف داشتن بسیار مهم است و باعث می‌شود شما از حواشی دور شوید و گاهی اوقات برای هدف‌تان جان‌فشانی نیز بکنید. گاهی لازم است اولویت‌بندی کنیم و حتی از برخی چیزهایی که برایتان مهم است نیز بگذرید، ولی در انتهای کار راضی هستید، زیرا هدفی را که در ذهن داشته‌اید، به دست آورده‌اید. من گاهی در کارگاه حتی پوستم آسیب می‌بیند، اما وقتی کار تمام می‌شود، حس رضایت بسیار زیادی دارم.

استفاده می‌کنیم از پیچ و مهره و سکه گرفته تا ورق‌های چندمتری و بسیار سنگین آهن.

بیشتر محصولات ما به دلیل بزرگی و اشغال کردن حجم زیاد، سفارشی است و به سفارش ارگان‌های مدیریت شهری تولید می‌شود؛ البته برای مشتریان خصوصی که برای دکوراسیون خاصی به محصولات ما نیاز دارند نیز سفارش آماده می‌کنیم.

کارگاه ما یک محیط گرم و پرسروصداست که باید در آن به آهن شکل دهیم و با پتک‌ها و مشعل‌ها و دستگاه‌های برش و جوش کار کنیم. در حقیقت این رشته، ریشه در آهنگری دارد، ولی کسی که مجسمه‌سازی نمی‌داند نمی‌تواند در این رشته ورود کند.

چه شد که به این رشته علاقه‌مند شدید و کار خود را رها کردید؟

من از ابتدا به فعالیت‌های هنری علاقه‌مند بودم، اما مسیر زندگی طوری پیش رفت که وارد کار مالی شدم. طی ۱۷ سال مدیر مالی شرکت شدم و درآمد خوبی هم داشتم، اما روحم به دنبال هنر بود. همیشه با خودم می‌گفتم که بعد از بازنشستگی، به فعالیت هنری می‌پردازم، اما طی مسیر، حس کردم که دیر می‌شود و باید شروع کنم. حس می‌کردم کار مالی زیادی خشن است. وارد این هنر شدم و در ابتدای این کار، اصلاً تصور نمی‌کردم که این هنر این قدر سخت و سنگین باشد، ولی از یک چیز مطمئن بودم؛ اینکه می‌خواهم رشد کنم و کسب‌وکار و محصولاتم را توسعه دهم. این شد که با سماجت کارم را ادامه و گسترش دادم.

این کار چه چالش‌هایی به همراه دارد؟

این کار بسیار بسیار سخت و طاقت‌فرساست؛ به نحوی که برخی روزها من در کارگاه گریه می‌کنم، اما وقتی کار نتیجه می‌دهد بسیار خوشحال می‌شوم و حس خوبی پیدا می‌کنم. اولین سختی، محیط گرم و پرسروصدای کارگاه است. اینکه باید آهن سرسخت را شکل دهیم، از سختی‌های دیگر کار است. اما نکته مهم این است که در بخش تهیه متریاصلی، من باید در محیط‌های کاملاً مردانه به دنبال موادی که احتیاج دارم، بگردم. وقتی در انبارهای ضایعات آهن، به دنبال یک قطعه می‌گردم تا کارم را تکمیل کند، حس بسیار عجیب و سختی دارم، اما همه اینها وقتی کار تکمیل و تحویل مشتری می‌شود، به انرژی برای ادامه دادن بدل می‌شود.

در حال حاضر کارتان در چه مرحله‌ای قرار دارد؟

به لطف خدا، هر روز بیشتر شناخته می‌شویم و نشریات و افراد تأثیرگذار پیام‌های بسیاری برایم می‌فرستند و تحسینم می‌کنند. البته می‌دانم بخشی از این تأثیرگذاری و تشویق اطرافیان، به دلیل این است که ترکیب مجسمه‌سازی با آهن سرد و سخت توسط یک خانم بسیار عجیب و جالب به نظر می‌رسد، اما همین اثرگذاری، باعث شده سفارش‌های زیادی از ایران و خارج از کشور داشته باشم. مثلاً چندی پیش پرتره پادشاه امارات متحده عربی را با سکه‌های یک دره می‌ساختیم



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم





جذب سرمایه ۴۲ میلیون
دلاری کوری

خدمات لست مایل در صنعت ساخت و ساز

در سال ۲۰۱۸، «مت لافرتی» و «برایان گونزالس»، «کوری» را که یک پلتفرم فناورانه متمرکز بر ارائه خدمات لست مایل است در کالیفرنیا تأسیس کردند. هدف آنها از راه اندازی کوری کمک به مشتریان به ویژه توزیع کنندگان، صرفه جویی در هزینه های عملیاتی، افزایش فروش و حل ناکارآمدی های مربوط به لجستیک در صنعت ساخت و ساز است.

لافتی در مورد کوری و کاری که انجام می دهد، می گوید: «کوری خدمات لست مایل را در صنعت ساخت و ساز ارائه می دهد، یعنی تجهیزات مورد نیاز سازندگان را از نزدیک ترین محل برای آنها ارسال می کند. کوری یک راه حل عملکردی کامل را در سرتاسر کشور ارائه می دهد.» به عبارت دیگر خدمات مورد نیاز یک پروژه را از مرحله ابتدایی تا انتهای آن برای مشتریان فراهم می کند و مشتریان می توانند بارهای خود را؛ از ماشین آلات سنگین گرفته تا لوله و آجرم کن، از نزدیک ترین محل به مقصد مورد نظرشان ارسال کنند.

به نظر می رسد سرمایه گذاران هم به خاطر همین مزیت کوری به آن علاقه مند شده اند و روی آن سرمایه گذاری کرده اند. لازم به ذکر است که کوری اخیراً در دومین دور تأمین مالی خود موفق به جذب ۴۲ میلیون دلار شده است. در واقع کوری تا به حال ۴۸٫۲ میلیون دلار سرمایه از سرمایه گذاران خطر پذیر جذب کرده است. لافرتی در مورد سرمایه های جذب شده می گوید: «این سرمایه ها در راستای توسعه محصول، زیرساخت ها و نوآوری در فروش و بازاریابی به کار گرفته خواهند شد.»

این پلتفرم اخیراً یک API راه اندازی کرده که به شرکت ها امکان می دهد وسایل نقلیه متناسب با بار خود را انتخاب کنند. به علاوه سفارش دهندگان می توانند مسیر بار خود را نیز برنامه ریزی و از این طریق از طولانی شدن مسیر جلوگیری کنند.



شماره ۱۰۵
۱۴۰۲
سال سوم



عکس: نسیم اعتمادی

ارائه خدمات لجستیک و دامپزشکی به شیوه دیجیتال

گفت و گو با امید فرزین، مدیرعامل «وت وان»؛ پلتفرمی در استان گلستان که در زمینه دام مشغول به ارائه خدمات است

در ایران حدود ۸۰ میلیون رأس دام سبک و سنگین وجود دارد که همچنان ۷۰ درصد از آنها به شیوه سنتی نگهداری و پرورش داده می شوند. نیازهایی که دامداران در این حوزه داشتند و همچنان برای رفع آنها از روش های سنتی که دشواری های خود را داشت استفاده می کردند، «امید فرزین»، مدیرعامل و بنیان گذار پلتفرم خدمات دامپزشکی و لجستیک آنلاین «وت وان» را بر آن داشت که در زمینه خدمات لجستیک و دامپزشکی آنلاین فعالیت مجموعه خود را در استان گلستان آغاز کند. او معتقد است این حوزه به واسطه بکر بودنش، ظرفیت های زیادی برای رشد و توسعه در داخل و خارج از ایران دارد. در ادامه کارنگ با او درباره پلتفرم وت وان و خدمات متنوعی که ارائه می دهد به گفت و گو نشستیم.

چه شد که به ایده پلتفرمی آنلاین، برای ارائه خدمات لجستیک و دامپزشکی رسیدید؟
من در یک خانواده دامدار زندگی کرده ام و از نزدیک با دشواری هایی که دامداران با آن مواجه هستند و از زبان هایی که به خاطر نبود امکانات متحمل می شوند، آشنایی

داشته ام. در کشور ما نزدیک به ۸۰ میلیون رأس دام سبک و سنگین وجود دارد که ۷۰ درصد آن به صورت سنتی نگهداری می شود و نزدیک به ۴۶ هزار و ۲۰۰ دامپزشک داریم که ۲۰ هزار تن از آنها بیکار هستند. بعد از آنکه احساس کردیم در این زمینه نیازهایی وجود دارد، در استان

گلستان و شهرستان گنبد کاووس تحقیقات بازار را شروع کردیم و چندین تست بازار انجام دادیم. از جمله اینکه از ۲۰۰ دامدار و ۵۰ دامپزشک خواستیم که پرسش نامه ای را پر کنند. در نهایت متوجه شدیم که این افراد در حوزه حمل دام و همچنین دامپزشکی به خدمات جدید و خروج از بستر

شرکت های اماراتی به دنبال بازار لجستیک منطقه از جذب سرمایه تا شبکه سازی

پلتفرم لجستیک دیجیتال ترانسپورتر (Transportr) دور هشت رقیمی بود چه اولیه خود را با مشارکت هلدینگ و سرمایه صنعتی اتحاد ونچرز با موفقیت به پایان رساند. این شرکت مستقر در امارات متحده عربی که در سال ۲۰۲۰ تأسیس شده، یک بازار حمل و نقل دیجیتال چندوجهی است که با اتصال حمل کنندگان در صنایع مختلف به یکدیگر و ایجاد یک شبکه لجستیک، توانسته جابه جایی کارآمد، شفاف و مقرون به صرفه کالا را تسهیل کند. این پلتفرم همچنین به مسائلی مانند نرخ حمل و نقل، فرایندهای دستی، افزایش دید، قابلیت ردیابی و خدمات مشتری رسیدگی می کند. درآمد حاصل از دور تأمین مالی این شرکت برای رشد در

بازار امارات متحده عربی و همچنین تسهیل توسعه در عربستان سعودی مورد استفاده قرار می گیرد. این یک حرکت استراتژیک کلیدی برای بهره برداری از بخش لجستیک پر رونق در منطقه است. مدیرعامل شرکت ترانسپورتر می گوید: «برای مدیریت تمام حالت های حمل و نقل (جاده ای، دریایی، ریلی و هوایی) و همچنین انبارداری؛ حمل و نقل مواد، آموزش لجستیک و موارد دیگر تکامل یافته است.» او با تأکید بر اینکه چشم انداز ترانسپورتر این است که به هر شرکتی یک راه حل دیجیتالی یک مرحله ای ارائه دهد تا تمام فعالیت های زنجیره تأمین خود را با در نظر گرفتن عوامل محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مدیریت کند.

نئوبانک ۲.۰ منتشر شد

مؤسسه‌مدیچی، یکی از جامع‌ترین گزارش‌های تحقیقاتی فین‌تک را در مورد نئوبانک انجام داده است. شاید به جرئت بتوانیم بگوییم جذاب‌ترین بخش فین‌تک در یکی، دو سال اخیر نئوبانک‌ها بوده‌اند. این گزارش حاصل مطالعه‌ای جامع مبتنی بر داده‌های اختصاصی حوزه فین‌تک مؤسسه‌مدیچی، گردآوری شده از بیش از ۱۳ هزار شرکت نوپا، همچنین حاصل سال‌ها رصد صنعت فین‌تک، برگزاری جلسات توفان فکری و مصاحبه‌های عمیق با متخصصان این حوزه و در نهایت شناسایی روندهای بازار است. کتاب «نئوبانک ۲.۰» با هدف ایجاد آشنایی مقدماتی با نئوبانک‌ها در جهان، حاصل ترجمه این گزارش جامع است. بیش از ۵۰ مصاحبه در دوره‌های سه‌ماهه با متخصصان صنعت انجام شد تا به روزترین و ارزشمندترین دیدگاه‌ها در خصوص بخش‌هایی به دست آیند که در این کتاب پوشش داده شده‌اند.



نیز ارائه می‌دهد؟

ما برای بیماری‌های حوزه دام یک هوش مصنوعی طراحی کردیم که دامدار می‌تواند با استفاده از این فناوری و با ثبت علائم بیماری دام خود، از نوع بیماری مطلع شود و بر اساس آن تصمیم بگیرد که آیا نیاز به دامپزشک وجود دارد یا خیر. برای دامپزشکان هم بخشی در این هوش مصنوعی در نظر گرفته شده تا بتوانند از این طریق به رفرنس‌های جدید جهانی درباره انواع بیماری دام که قرار است مورد درمان قرار گیرد، دسترسی داشته باشند. این پلتفرم امکانات دیگری نیز دارد، از جمله تماس تصویری و صوتی، پرونده درمانی و آلارم برای تیمار و تکرار درمان دام‌ها. این تماس تصویری برای ارتباط میان دامدار و دامپزشک و همچنین دامپزشک و دامپزشک است تا بتوانند از این طریق از یکدیگر مشاوره بگیرند.

آیا تاکنون مجموعه شما اقدام به

جذب سرمایه کرده‌است؟

در حال انعقاد قراردادی با یک شتاب‌دهنده به نام تریگ آپ هستیم که به نحوی زیرمجموعه بانک پاسارگاد است و قرار است سرمایه‌گذاری روی پلتفرم ما را با صندوق نوآوری گلستان به صورت کوینوست انجام دهد.

چشم‌اندازی که برای این پلتفرم

دارید به چه صورت است؟

برنامه ما این است که این پلتفرم را برای مرحله اول در ایران توسعه دهیم. استان‌هایی که تعداد دام زیادی دارند، مانند آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، کرمان و... جزء اهداف ما برای توسعه هستند. البته در حال حاضر هم امکان استفاده از این پلتفرم برای همه دامپزشکان و دامداران کشور فراهم است و افراد می‌توانند آن را از طریق گوگل پلی و کافه‌بازار دانلود کنند. از سویی در رویداد فینوتکس با چند تاجر از کشورهای تاجیکستان، قزاقستان و روسیه رایزنی داشتیم و آنها تمایل نشان دادند که این پلتفرم در کشورشان فعالیت کند.

مهم‌ترین چالش‌هایی که در راه‌اندازی و

توسعه این پلتفرم داشتید، چه بوده است؟

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که در مسیر با آن مواجه بودیم، بحث فرهنگ‌سازی است. ما می‌خواستیم به یک دامدار سنتی که کمتر با فناوری‌هایی از این دست آشنایی داشته، یاد بدهیم که چگونه از این پلتفرم استفاده کند و این برای ما خیلی سخت بود، اما به مرور متوجه شدیم که هر دامدار یک دامپزشک مورد اعتماد خود را دارد و اگر آن دامپزشک هر تجویزی برای درمان دام ارائه دهد، دامدار آن را می‌پذیرد. به همین دلیل ما کار بازاریابی خود را از طریق دامپزشکان پیش بردیم تا کسب و کارمان توسعه پیدا کند.

سنتی نیاز دارند. بعد از آن تست بازار دیگری را از طریق تماس‌های تلفنی به صورت ارائه مشاوره و خدمات آغاز کردیم، اما متوجه شدیم که این بستر به دلیل محدودیتی که برای پیشرفت کار ما دارد، مناسب نیست. در ادامه پلتفرمی را به نام وت‌وان طراحی کردیم که در آن یک دامدار بتواند به سادگی درخواستش را ثبت و از این طریق با راننده حمل دام یا برای نیازهای دامپزشکی نزدیک‌ترین دامپزشک در مواقع اورژانسی ارتباط گرفته و خدمات مورد نیاز را دریافت کند. این شروعی برای کسب و کار ما بود.

در واقع رانندگانی که در حوزه حمل دام

فعالیت می‌کنند، در پلتفرم شما پروفایل دارند؟

بله؛ نحوه کار به این صورت است که دامدار می‌تواند برای حمل دام‌های خود از یک نقطه به نقطه‌ای دیگر، شبیه تاکسی‌های اینترنتی، ابتدا مبدأ و مقصد خود را در پلتفرم مشخص و درخواست خود را ثبت کند. سپس پلتفرم بر اساس اطلاعات وارد شده هزینه حمل را تعیین می‌کند. در ادامه کسانی که وسیله نقلیه مناسب برای حمل دام دارند و در وت‌وان ثبت‌نام کرده و دارای پروفایل کاربری هستند، این درخواست را می‌پذیرند.

حمل دام بیشتر مربوط به

چه حوزه‌هایی می‌شود؟

استان گلستان نزدیک به دو میلیون و ۵۰۰ هزار رأس دام سبک و سنگین دارد که از این میزان ۸۰۰ هزار رأس مربوط به عشایری است که نیاز به حمل و نقل دام دارند. همچنین در شهرستان گنبد کاووس روزانه پنج هزار مورد خرید و فروش دام انجام می‌شود که بخشی از آن برای کشتارگاه است که به استان‌های مازندران، گیلان و تهران فرستاده می‌شود. خود گنبد کاووس و شهرستان‌های دیگر استان نیز نیازهایی در زمینه حمل دام دارند که می‌توانند از طریق پلتفرم ما آنها را برطرف کنند.

در حال حاضر پلتفرم شما چه تعداد

کاربر دارد؟

ما نزدیک به دو هزار کاربر داریم و حدود ۲۳۰ دامپزشک با پلتفرم ما کار می‌کنند. در آغاز کار برخی دامپزشکان که سابقه زیادی داشتند، مایل به همکاری نبودند، اما در ادامه آنها هم متوجه شدند که استفاده از این پلتفرم به نفع خودشان است. در واقع در این پلتفرم، بستری برای دامپزشکان فراهم شده که از طریق آن قبل از آنکه بخواهند در روستایی حضور پیدا کنند، می‌توانند کار اطلاع‌رسانی را انجام دهند.

آیا به جز تسهیل ارتباط میان

دامپزشک و دامدار، پلتفرم شما خدمات دیگری



شماره ۰۵
۱۴۰۲
سال سوم

ادامه می‌دهد: «هدف ما این است که برای شرکای خود ارزشی مانند صرفه‌جویی قابل توجه در هزینه، دسترسی به تجزیه و تحلیل داده‌ها و هوش مصنوعی به ارمان بیابوریم.» «هش موو» (HashMove) که در سال ۲۰۱۷ توسط نعمان محمد، رایان البکری و سرفراز علم تأسیس شد، راه‌حلی را برای نیازهای لجستیکی مختلف، از جمله منبع‌یابی نرخ فوری برای مرحله اولیه حمل و نقل، قابلیت‌های رزرو کارآمد، جای‌جایی و ردیابی محموله‌ها ارائه می‌کند. سرمایه‌گذاری‌های انجام شده، نقش مهمی در برنامه‌های توسعه هش موو و همچنین انتقال دفتر مرکزی آن به عربستان سعودی خواهد داشت. هدف این حرکت استراتژیک، سرمایه‌گذاری بر صنعت لجستیک

پر رونق پادشاهی و قرار دادن هش موو در خط مقدم بازار است. هش موو با ایجاد یک حضور قدرتمند در عربستان سعودی، می‌تواند خدمات خود را افزایش دهد و شبکه خود را در منطقه تقویت کند. گسترش هش موو و نقل مکان به عربستان سعودی با چشم‌انداز بلندمدت این شرکت برای تبدیل شدن به یک بازیگر کلیدی در بازار لجستیک خاورمیانه مطابقت دارد. بودجه جدید هش موو را قادر می‌سازد تا قابلیت‌های خود را افزایش دهد، عملیات خود را مقیاس‌بندی کند و حتی ارزش بیشتری را برای مشتریان خود فراهم کند. این شرکت در حال حاضر بیش از ۹۰۰ ارائه‌دهنده لجستیک را در ۹۰ کشور جذب کرده و هدف آن ایجاد انقلابی در چشم‌انداز تدارکات جهانی است.



مدیرعامل نو بیتکس
مطرح کرد

هنوز موانع بر سر راه زیاد است

امیرحسین راد، مدیرعامل نو بیتکس در پنل پول دیجیتال که در همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال برگزار شد، درباره توکن و اقتصاد مبتنی بر توکن در ایران گفت: «زیرساخت‌های بلاکچینی برای اقتصاد مبتنی بر توکن و توکنایز کردن دارایی تا حدودی ایجاد شده، اما در عمل موانع زیادی برای تحقق آن وجود دارد.» او با اشاره به اینکه به صورت کلی در ایران امکان انتشار آثار هنری به صورت ان اف تی و خرید و فروش آن شکل گرفته و همچنین توکن هویت یا KYC تعریف شده، افزود: «با این حال هنوز توکنایز کردن دارایی، کاربرد و کارکرد خود را پیدا نکرده و بخش عمده‌ای از موانع این کار نیز به فضای رگولاتوری برمی‌گردد.»

مدیرعامل نو بیتکس ادامه داد: «متأسفانه قانون‌گذار فضا را برای ایده‌های نوآورانه باز نمی‌کند. این در حالی است که توسعه و رشد نوآوری در کشور دو پیش شرط دارد و یکی از پیش شرط‌ها وجود فضای باز در کشور است که در آن، سیاست‌ها شفاف بوده و نهاد تصمیم‌گیر اجازه ریسک کردن داشته باشد.»

راد با بیان اینکه رگولاتور ترجیح می‌دهد ریسک نکند، چون باید در مقابل نهادهای گوناگون پاسخگو باشد، در ادامه دومین پیش شرط نوآوری را سرمایه دانست و گفت: «باید شرایطی ایجاد شود که سرمایه‌گذار بتواند در این فضای پرریسک خطر کند. در دنیا دو تا سه میلیارد دلار در سال در اکوسیستم بلاکچینی سرمایه‌گذاری می‌شود، اما در کشور ما این میزان از ریسک‌پذیری در سرمایه‌گذاران وجود ندارد که دلایل متعددی نیز دارد.»



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



چالش‌های رگولاتوری ادامه دارد

صرافی‌های ارز دیجیتال در مسیر ارائه تسهیلات و وام با وثیقه گذاری رمزارز

فعالان این حوزه در خصوص سابقه و انواع وام‌دهی رمزارزی و چالش‌های رگولاتوری آن گفت‌وگو داشتیم.

سابقه وام‌دهی با وثیقه‌گذاری رمزارزی و انواع آن

به گفته امید امین‌زاده، رئیس هیئت‌مدیره آبان‌تتر مفهوم قرض‌دهی و وام‌دهی رمزارزی از حدود پنج سال پیش در بسیاری از پلتفرم‌های تبادل ارز دیجیتال خارجی وجود داشته است. فرایندهای لندینگ از طریق وثیقه‌گذاری رمزارز، دومین لایه از فایننشال سرویس‌هاست و از این طریق کاربران می‌توانند ارز دیجیتال خود را به جریان انداخته و از طریق آن خلق ارزش کنند.

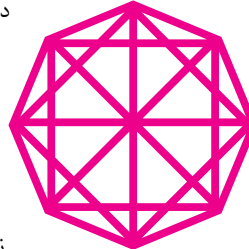
امین‌زاده مطرح کرد: «با توسعه و فراگیری دارایی‌های دیجیتال، ابزارهای مشتقه آن شکل گرفت و حالا فرایندهای قرض‌دهی و وام‌دهی توسط این دارایی نیز به عنوان ابزار مکمل ایجاد شده است.»

که در حوزه‌های مختلفی در سراسر جهان مرسوم است و با هدف کاهش ریسک نهادهای مالی اعتباردهنده انجام می‌گیرد. با رشد موضوع فین‌تک در جهان و همچنین با به رسمیت شناخته شدن نسبی دارایی‌های دیجیتال توسط بنیاد استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی (IFRS)، نقش پررنگی برای این دارایی در حوزه بیمه، وام‌دهی و تأمین مالی خرد به وجود آمده است. اما بر اساس قوانین پولی و بانکی کشور ما، ارائه تسهیلات و وام‌دهی تنها از طریق شبکه بانکی ممکن است و هیچ بخش دیگری جز این شبکه، مجاز به دریافت سپرده و ارائه وام نیست. با این حال با ورود کسب‌وکارهای رمزارزی و کسب‌وکارهای لندتکی، این بخش از قوانین به روزرسانی نشده و ارائه خدمات وام‌دهی توسط این کسب‌وکارها در فضایی مبهم پیش می‌رود. اخیراً تعدادی از صرافی‌های ارز دیجیتال از سرویس‌های وام‌دهی رمزارزی و ارائه خدمات اعتباری خود رونمایی کرده‌اند که با استقبال کاربران نیز مواجه شده است. در همین راستا با

فرایند وثیقه‌گذاری و دریافت وام و تسهیلات در سیستم سنتی مالی، فرایندی پیچیده و زمان‌بر است و به دلیل بوروکراسی‌های مختص به هر کشور، همه افراد امکان بهره بردن از آن را ندارند. در مقابل فرایند وثیقه‌گذاری و وام‌دهی رمزارزی با پیچیدگی کمتر و در زمانی کوتاه انجام می‌شود. در این روش افراد دارایی دیجیتال را

در اختیار سایر کاربران یا پلتفرم تبادل قرار می‌دهند و تحت شرایطی مشخص، در قبال آن ارز فیات یا سایر رمزارزها را دریافت می‌کنند. در این حالت وثیقه کاربران، همان دارایی دیجیتال آنهاست که ریسک نکول و عدم پرداخت وام را کاهش می‌دهد. موضوع Collateralized یا همان وثیقه‌گذاری، سال‌هاست

تحلیل
ANALYSIS





پیروزی ریپل در دادگاه

موضع SEC تغییر می کند؟

دادگاه ریپل لبز (Ripple Labs) و کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) بالاخره بعد از دو سال کشمکش هفته گذشته به پایان رسید و ریپل برنده این دادگاه بود. اکنون با پیروزی ریپل و با اتفاقات پیش آمده، قانون گذاری ایالات متحده آمریکا از رئیس کمیسیون بورس و اوراق بهادار می خواهد تا موضع خود نسبت به رمزارزها را تغییر دهد.

ریچی تورس، نماینده نیویورک و از قانون گذاران بزرگ ایالات متحده، از جمله افرادی است که سعی دارد موضع کمیسیون بورس و اوراق بهادار نسبت به رمزارزها را تغییر دهد. وی از گری گنسلر، رئیس کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا خواست تا پس از آنچه به قول خودش در «روز وحشتناک دادگاه» تجربه کردند، کمی در مورد موضع و رویکردش نسبت به رمزارزها تجدیدنظر کند.

تورس طی نامه ای در ۱۸ جولای خطاب به گری گنسلر، از کمیسیون بورس و اوراق بهادار ایالات متحده آمریکا خواست تا موارد اجرایی خود را به آن دسته از «باز یگران بد» حوزه رمزارزها محدود کند و از عمل کردن بدون فکر و تبعیض در مورد همه دست بردارد.

تورس نیز همانند بسیاری از کارشناسان دیگر معتقد است که درخواست تجدیدنظر آتی برای دادگاه بعید به نظر می رسد و با اتفاقات پیش آمده پس از پیروزی ریپل، این امکان وجود دارد که پرونده کمیسیون بورس و اوراق بهادار علیه کوین بیس نیز در خطر باشد. این کمیسیون در ماه ژوئن بود که به اتهام ارائه اوراق بهادار ثبت نشده شکایتی را علیه کوین بیس تنظیم کرده و به دادگاه ارائه داد.

در حال حاضر واکنش کمیسیون بورس و اوراق بهادار نسبت به حکم پیروزی ریپل و رویکردی که در پیش خواهد گرفت مشخص نیست.



این خصوص مطرح کرد: «متأسفانه همان وضعی را که در رگولاتوری کلی فضای رمزارزها در کشور وجود دارد، در حوزه وام دهی رمزارزی نیز شاهد هستیم. از طرفی بر اساس ابلاغیه سال گذشته پلیس فتا در خصوص کسب و کارهای رمزارزی، موضوع وثیقه گذاری و وثیقه پذیری و همچنین سپرده گذاری و سپرده پذیری رمزارزها منع شده است. به عقیده من، متن آن ابلاغیه دچار شتاب زدگی بوده و دقت کافی را نداشته است، چراکه ممانعت از سپرده گذاری و سپرده پذیری با ایجاد حساب کاربری در یک صرافی رمزارزی در تضاد است.»

آشتیانی به اشاره به لایحه برنامه هفتم که در اردیبهشت ماه به مجلس ارائه شده، تصریح کرد: «خوشبختانه در متن اولیه لایحه برنامه هفتم توسعه به این موضوع اشاره شده که بانک ها و مؤسسات اعتباری و صندوق ها و نهادهای مالی دارای مجوز از سازمان بورس و نهادهای مالی دارای مجوز از بانک مرکزی، نسبت به پذیرش دارایی های نامشهود قابل تبادل در بازار در فرایندهای اعتبارسنجی و وثیقه گذاری، ضمانت و پذیرهنویسی اقدام کنند.»

آشتیانی تأکید کرد: «طبیعتاً رمزارزها یکی از بهترین دارایی های نامشهود قابل تبادل در بازار هستند.» به گفته او این بند نشان می دهد که به سمت وثیقه گذاری و وثیقه پذیری و همچنین سپرده گذاری و سپرده پذیری رمزارزها حرکت می کنیم، گام مؤثر و بزرگی برای تحقق سهم ۱۰ درصدی اقتصاد دیجیتال در GDP کشور است.

آشتیانی مطرح کرد: «یکی از مشکلات ما در حال حاضر عدم تعریف مشخص از دارایی نامشهود و رمزارز به عنوان بخشی از این دارایی در قانون مصوب مجلس است.»

او تأکید کرد: «ما دچار پیچیدگی رگولاتوری در این زمینه هستیم؛ از سمتی تعریف دقیق دارایی نامشهود و رمزارزی را نداریم و از طرفی دیگر برنامه هفتم به وضوح اجازه ضمانت از طریق این دارایی را اعطا کرده، اما از سمت پلیس فتا چنین چیزی نهی می شود.»

او ادامه داد: «به نظر می رسد ضرورت وحدت فرماندهی در حوزه اقتصاد دیجیتال و همدلی تشکل های بخش خصوصی با حاکمیت واحد می تواند چنین موضوعاتی را رفع کند.»

دیدگاه قرن

شانزدهمی مجوز محورانه

آشتیانی در خصوص به رسمیت شناختن دارایی دیجیتال برای وثیقه گذاری مطرح کرد: «نقدی که به همین جمله مثبت قانون برنامه هفتم وارد است، مبتنی بر این است که باز هم چنین حقی

را به نهادهای دارای مجوز از سازمان بورس و بانک مرکزی اعطا کرده است.» او تأکید کرد: «مجدداً در این بند، با دیدگاه قرن شانزدهمی رگولاتوری مجوز محورانه در حوزه اقتصاد دیجیتال مواجه هستیم.» آشتیانی ضمن انتقاد از دیدگاه مبتنی بر مجوز محوری سنتی گفت: «قول می دهم ما مرگ اقتصاد کشور و فرصت سوزی های گسترده ای را شاهد خواهیم بود. اگر دست از این ادبیات برنداریم.» او اضافه کرد: «این نگاه، امکان رشد اقتصاد دیجیتال را از میان خواهد برد.» آشتیانی تأکید کرد که قانون گذاران باید نقش پررنگ کسب و کارهای فین تکی و به ویژه کسب و کارهای رمزارزی را در رشد و توسعه چرخه اقتصاد کشور به رسمیت بشناسند.

او در انتها اضافه کرد: «به حاکمیت توصیه می کنم که برای پیش بردن دیدگاه اقتصاد دیجیتال، از رویکرد سنتی برای مدیریت آن و مجوز محوری دست بردارد و به کسب و کارهای بخش خصوصی اجازه دهد که تسهیلات تکلیفی خرد بانک ها را به عهده بگیرند و به این کسب و کارها امکان تأمین اعتبار خرد را بدهد تا دارایی رمزارزی مردم به چرخه تولید و اقتصاد کشور برگردد.»

امین زاده در خصوص ظرفیت های بازار ایران جهت وام دهی رمزارزی مطرح کرد: «گفت و گو درباره این سرویس جذاب است؛ با این حال من بازار را چندان بزرگ و وسیع نمی دانم.» او ادامه داد: «اما سرویس وام دهی رمزارزی باید وجود داشته باشد تا فرهنگ آن ایجاد شود و بازار آن توسعه پیدا کند.» رئیس هیئت مدیره آبان تتر، به خاطر مقیاس کوچک این بازار، ریسک چندان از سمت رگولاتور را برای آن متصور نیست. امین زاده مطرح کرد: «گرچه ریسک بالایی در دنیای رمزارزها وجود دارد، اما این نوع سیستم های مبتنی بر بدهی، به کاربران امکان معامله بیشتری را ارائه می دهد و کاربران ارزهای دیجیتال، غالباً ریسک پذیری بالاتری دارند و گمان من به این ابزارها اقبال خوبی نشان می دهند.»

پلتفرم های رمزارزی فعلاً صلاحیت ندارند

سالار تحویلدار، مدیر توسعه کسب و کار تترلند نیز در خصوص زیرساخت های حقوقی ارائه سرویس های اعتباری توسط صرافی های رمزارزی مطرح کرد: «ما در تترلند بر این باوریم که به دلیل عدم وجود مجوزهای لازم، پلتفرم های رمزارزی فعلاً صلاحیت ارائه سرویس های وام و اعتباری را ندارند؛ به عقیده ما ارائه چنین خدماتی نیازمند تأمین زیرساخت های حقوقی و اخذ مجوزهای شورای عالی پول و اعتبار و بانک مرکزی است و اگر پلتفرم های رمزارزی اقدام به ارائه چنین خدماتی کنند، تخلف محسوب شده و ممکن است تبعات داشته باشد.»

او تأکید کرد: «بنابراین تترلند برای ارائه چنین محصولی با مجموعه هایی که مجوز لازم برای این سرویس را دارند، همکاری خواهد کرد.»

ریال؛ مزیت استفاده از سرویس های اعتباری صرافی های داخلی است

تحویلدار در خصوص مزیت کسب و کارهای ایرانی در حوزه اعطای وام رمزارزی و سرویس های اعتباری مطرح کرد: «کاربران ایرانی انتخاب های متعددی در خارج دارند، اما در آن صورت نمی توانند ریال دریافت کنند و نهایتاً می توانند در مقابل وثیقه رمزارز خود، رمزارز دریافت کنند.» او تأکید کرد: «مزیت صرافی های رمزارزی ایرانی ها در سرویس های اعتباری، ارائه ریال است.»

به گفته مدیر توسعه کسب و کار تترلند، از آنجایی که پلتفرم های رمزارزی در ایران در مسیر رشد و بلوغ قرار گرفته اند، سرویس های اعتباری و وام دهی نیز می تواند زمین بازی جدید و جذابی برای رقابت این کسب و کارها باشد.

تحویلدار در خصوص مؤلفه های متعدد برای تنوع بخشی به ارائه این سرویس ها توسط پلتفرم های ایرانی گفت: «یکی از اصلی ترین مزیت های رقابتی که در این حوزه وجود دارد، درصد کارمزد و بهره وام اعطاشده به کاربر است.» او ادامه داد: «مؤلفه مؤثر دیگر، نسبت ارزش وثیقه به میزان اعتبار دریافتی است که Loan to Value نامیده می شود. هرچه این درصد بالاتری باشد، پلتفرم رمزارزی می تواند سرویس جذاب تری به کاربران خود ارائه دهد.»

به گفته تحویلدار، تنوع بازپرداخت، مدت بازپرداخت و زمان انتظار کاربر برای دریافت اعتبار، از دیگر آیت مهایی هستند که می توانند در میان صرافی های ایرانی تمایز ایجاد کند.

رگولاتوری؛ چالش اصلی

عباس آشتیانی، مدیرعامل انجمن بلاکچین ایران نیز در

او در خصوص انواع وام دهی رمزارزی توضیح داد: «در یک روش، کاربران دارایی خود را به یکدیگر قرض می دهند.» این روش وام دهی رمزارزی همتابه همتا یا P2P است که بر بستر قرارداد هوشمند پیش می رود.

به گفته رئیس هیئت مدیره آبان تتر، در روشی دیگر، پلتفرم تبادل رمزارز، دارایی را از منابع خود به کاربران قرض می دهد و وام دهی رمزارزی را توسط نهادهای مالی دیگر جهت ترجمه وثیقه ممکن می کند. امین زاده ضمن توضیح فرایند وام دهی سنتی بانک ها با وثیقه گذاری دارایی را کد در قبال وجه نقد، مطرح کرد: «اغلب بانک های جهان از جمله کشور ما، دارایی دیجیتال را تقریباً به رسمیت نمی شناسند. اما مشتریانی هستند که دارایی دیجیتال دارند و قصد دارند این دارایی را به عنوان وثیقه استفاده کنند.» او ادامه داد: «در این موقعیت نهادی، ریسک را مدیریت می کند؛ یعنی ارز دیجیتال کاربر

را به شکل متعارف سیستم سنتی پولی، تبدیل و ترجمه می کند و آن را در اختیار بانک قرار می دهد. طبیعتاً این کار، هزینه ها را افزایش می دهد و نهاد واسط، وام را با سود عملیاتی خود به کاربر بازمی فروشد.» به گفته رئیس هیئت مدیره آبان تتر، بسته های اعتباری هم شکل دیگری از وام دهی و خارج از فرمت P2P است که توسط برخی کسب و کارهای رمزارزی داخلی نیز ارائه می شود.

ساختار شکنی در مقابل رگولاتور به عهده بخش خصوصی است

علاوه بر اینکه بر اساس قوانین موجود، اعطای وام و تسهیلات اعتباری در انحصار شبکه بانکی است، الزامات ابلاغ شده از سمت فراجه به کسب و کارهای رمزارزی نیز وام دهی رمزارزی را با ابهام و محدودیت مواجه کرده است. بنا بر این ابلاغیه، دارایی کاربران به صورت امانی در اختیار این پلتفرم ها است و در نتیجه آنها مجاز نیستند از این دارایی به منظور کسب سود یا ارائه وام استفاده کنند. با این حال وام دهی رمزارزی و سایر اشکال ارائه اعتبارات مالی به کاربران، از مهم ترین کاربردهای ارز دیجیتال و دیفای است که در نقاط مختلفی از جهان با اقبال خوبی روبه رو شده هستند. امین زاده در خصوص چالش های رگولاتوری ایران در خصوص وام دهی رمزارزی و وثیقه گذاری دارایی دیجیتال عنوان کرد: «رگولاتور در این زمینه سکوت کرده است. قوانین موجود از یک منظر، پاسخ به این گونه نیاز کاربران را مهیا نمی کند و از منظر دیگر، محدودیت هایی برای وسیع شدن ابعاد آن در نظر گرفته است.» به گفته او مبنای حقوقی ارائه این سرویس توسط آبان تتر، فعالیت های شرکت همکارش در زمینه وثیقه گذاری و دریافت وام است. امین زاده در خصوص تلاش برای تغییر رویکرد رگولاتور ادامه داد: «اصولاً در همه جای دنیا، بازار جلودر از رگولاتور قدم برمی دارد. توسعه از شکست ساختار ایجاد می شود و پس از آن رگولاتور مجوزی ایجاد می کند و کسب و کارها در ساختار جدید اقدام به اخذ آن مجوز می کنند.» به گفته او، بدون شکستن ساختار، توسعه ای حاصل نمی شود و این ساختار شکنی به عهده بخش خصوصی و اکوسیستم است.

همه ماجرا رگولیشن نیست

امین زاده در خصوص سایر محدودیت ها و ریسک ها برای ارائه خدمات وام دهی رمزارزی مطرح کرد: «همه ماجرا رگولیشن نیست. به گمانم موضع رگولاتور در این خصوص در حال حاضر جسورانه نیست و بیشتر نظاره گر بوده و به نوعی ترک منازعه کرده است.»

او ادامه داد: «بخشی از ریسک وام دهی رمزارزی به ریسک ها و خطرات بازار و همچنین استقبال کاربران وابسته است. بحث دیگر، محاسبات ریاضی و نقدشوندگی و مدیریت ریسک های مالی و ریسک فنی است که توسط ما مدیریت می شود.»



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



نگاهی به فعالیت‌های اخیر رادین

در مسیر تحول

یکی از مهم‌ترین نکاتی که شرکت‌های بزرگ به آن توجه دارند، این است که در شرایط امروز دائماً باید در حال تغییر و تحول و گسترده کردن بازارهای هدف خود باشند. این مسئله‌ای است که رادین به آن توجه نشان داده است. این شرکت نه تنها زنجیره خدمات و محصولات گذشته خود را تکمیل کرده، بلکه با راه‌اندازی استارت‌آپ استودیو درصدی است به بازارها و حوزه‌های جدیدی وارد شود. همین مسئله توجه کارنگ را به خود جلب کرد تا به سراغ مدیرعامل این شرکت، میثم رجبی برود و از او درباره آخرین تغییرات و چشم‌اندازها بپرسد.

رجبى معتقد است که اصولاً حوزه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزارهای های‌تک از نظر اندازه بازار و میزان رشدی که می‌توانند در حوزه B2B داشته باشند، سقف محدودتری دارند. این مسئله در مجموعه‌های قدیمی‌تر مشابه هم دیده می‌شود. بر اساس ظرفیت‌های بازار ایران، شرکت‌های نرم‌افزاری B2B نمی‌توانند به شرکت‌های چند هزار میلیاردی تبدیل شوند، زیرا سطح تقاضا در کشور محدود است. بنابراین آنها در فاز سوم، عملاً رادین را به دو بخش تقسیم کرده‌اند؛ یکی بخش B2B که پیش‌تر شکل گرفته بود و مستقلاً کارش را انجام می‌داد و دیگری راه‌اندازی یک استارت‌آپ استودیو در دل رادین.

به گفته رجبی، ۸۰ درصد ایده‌های کسب‌وکاری این استارت‌آپ استودیو از دل تیم‌های مختلف خود رادین و جلسات توسعه کسب‌وکاری که برگزار می‌کنند، بیرون می‌آید و ۲۰ درصد هم مربوط به تیم‌هایی می‌شود که از مرحله ایده‌پردازی عبور کرده‌اند و رادین، پس از بررسی‌ها، به این تیم کمک می‌کند تا مرحله بذری را در این استارت‌آپ استودیو پشت سر بگذارند. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، به دلیل آنکه بازار B2B محدودتر است، تمرکز ایده‌های استارت‌آپ استودیو بر خلق کسب‌وکارهایی است که بازار B2C را هدف قرار می‌دهند.



شماره ۱۰۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم

تهی شدن کشور از ذخیره انسانی

گفت‌وگو با میثم رجبی، مدیرعامل رادین؛ او معتقد است رگولاتور به جای اینکه به رشد اکوسیستم نوآوری کمک کند، به دنبال ایجاد پارکی با گونه‌های محدود است و این بزرگ‌ترین پسرفت اکوسیستم رارقم می‌زند

شرکت «پیشرو فناوری اطلاعات رادین» سال‌هاست از زیر بیرق مجموعه «حصین» بیرون آمده و فعالیت خود را به شکل مستقل ادامه می‌دهد. اما با وجود اینکه این شرکت عمر نسبتاً کوتاهی دارد، تحولات بسیاری در آن اتفاق افتاده است. از سروسامان دادن به خدماتی که به واسطه آنها سروشکل یک شرکت مستقل را به خود گرفت تا افزودن خدماتی در قالب دیپارتمان‌های جدید و توجه به فناوری‌های نوظهور و تکمیل سبد خدماتی‌اش. حالا هم مدتی است با راه‌اندازی استارت‌آپ استودیویی در دل شرکت، سعی دارد تمرکز خود را از محصولات B2B به سمت محصولات B2C ببرد. میثم رجبی، مدیرعامل رادین می‌گوید علت این کار دستیابی به بازارهای بزرگ‌تری است که در حوزه B2B وجود ندارد. همچنین او معتقد است استفاده از تجربیات گذشته حصین در این حوزه کسب‌وکاری و استخر کاربرانی که به واسطه سال‌ها فعالیت حصین در حوزه B2C ایجاد شده، به موفقیت محصولات و خدمات استارت‌آپ استودیو آنها کمک می‌کند. اشاره رجبی مشخصاً به کسب‌وکارهای طاقچه، مایکت و گوشی‌شاپ است که سال‌ها از فعالیت‌شان می‌گذرد. آنچه در پی می‌آید، گفت‌وگوی کارنگ با رجبی در خصوص مسیری است که رادین طی کرده است. در بخش دیگری از گفت‌وگو نیز نظر او را درباره اتفاقات مهم اکوسیستم، وضعیت رگولاتوری، مسئله سرمایه‌گذاری خطرپذیر و... جویا شدیم. او معتقد است رگولاتور به جای اینکه کمک کند اکوسیستم نوآوری رشد و پیشرفت داشته باشد، علاقه‌مند به ایجاد پارک است. پارکی که گونه‌های محدودی در دل خود دارد. او این مسئله را عامل بزرگ پسرفت اکوسیستم طی سال‌های اخیر می‌داند.

شده‌اند؛ از جمله «دزگی» که بی‌زینس کاستودی ماست و در حال عقد قرارداد با یک صرافی رمزارز هستیم. محصول کامل شده و اگر قرارداد ببندیم، وارد مرحله ارائه سرویس می‌شویم.

از آنجا که سناریو ما این است که فعلاً در مراحل پیش‌بذری (pre-seed) و بذری (seed) سرمایه‌گذاری انجام دهیم، سه محصول دیگر هم داریم که در حال توسعه هستند. یکی محصولی است که با استفاده از هوش مصنوعی در بازار مالی EPS را پیش‌بینی می‌کند. در تیم بانکی ما R&D محصول کرافاندینگ مان شروع شده و در تیم تک‌لک‌مان هم یک محصول IoT داریم که هنوز خروجی محصول از آن نگرفته‌ایم. اصولاً به سراغ محصولاتی رفته‌ایم که خود فناوری مزیت اصلی است؛ پیکی، والتو و دزگی بسیار های تک هستند و دستیابی به فناوری آنها به این سادگی‌ها نیست.



المیرا حسینی
سردبیر

elmirahosseini@gmail.com

رشدی که می‌توانند در حوزه B2B داشته باشند، سقف محدودتری دارند. این مسئله را در مجموعه‌های قدیمی‌تر مشابه هم می‌بینیم. بر اساس ظرفیت‌های بازار ایران، شرکت‌های نرم‌افزاری B2B نمی‌توانند به شرکت‌های چند هزار میلیاردی تبدیل شوند، زیرا سطح تقاضا در کشور محدود است. بنابراین در فاز سوم، عملاً رادین را به دو بخش تقسیم کردیم؛ یکی بخش B2B که پیش‌تر شکل گرفته بود و مستقلاً کارش را انجام می‌داد و دیگری راه‌اندازی یک استارت‌آپ استودیو در دل رادین. این استارت‌آپ استودیو با چه منطقی و به چه شکلی ایجاد شد؟ ما می‌دیدیم در دیپارتمان‌ها و تیم‌هایمان فناوری‌هایی وجود دارد که می‌تواند از درون آنها کسب‌وکارهایی استخراج شود که این کسب‌وکارها به شکل بالقوه در بازار ایران می‌توانند بازارهای بالای ۵۰۰ و بالای هزار میلیارد تومان را لمس کنند؛ اتفاقی که در بخش B2B رخ نمی‌داد.

در حال حاضر استارت‌آپ استودیو در چه مرحله‌ای قرار دارد؟

از زمانی که چنین تصمیمی گرفتیم، پروژه‌های مختلفی شروع شدند. سه پروژه که وارد مرحله کسب‌وکاری شده‌اند، یکی سوپرپا مالی «مانی» ماست که مرحله توسعه محصولش تمام شده و از فروردین ۱۴۰۲ سرویس ارائه می‌دهد و در حال حاضر به صورت وایت لیست و به شکل B2B2C در حال ارائه سرویس به مخاطبان است. همچنین کیف پول سخت‌افزاری «والتو» را داریم که اخیراً نسخه تجاری آن ریلیز شده و در حال ارائه خدمات است. محصول سید خرید هوشمند «پیکی» ما هم که تبدیل به کسب‌وکار شده، چیزی شبیه به «آمازون فرش» (AmazonFresh) است که فعلاً به شکل پایلوت در یک فروشگاه بزرگ از آن استفاده می‌شود. در ادامه دو کسب‌وکار دیگر نیز اضافه

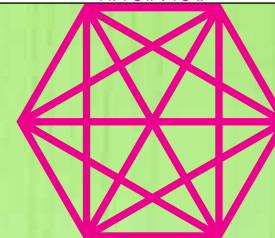
رادین زمانی تصمیم گرفت توسعه برخی محصولات را که در سال‌های گذشته ارائه می‌داد، متوقف کند و روی محصولات دیگری تمرکز داشته باشد. علت این تغییر رویکرد چه بود؟ به شکل مختصر، چه محصولاتی کنار گذاشته شدند و تمرکز روی چه محصولاتی صورت گرفت؟

ما در گروه حصین یکسری محصولات خاص و بعضاً های‌تک داشتیم. پیش‌تر این فعالیت‌ها نیز اشتیاق خود مجموعه حصین بود که علاقه‌مند است کارهای هیجان‌انگیز فنی انجام دهد. این خدمات و محصولات از سال ۸۳ که حصین تأسیس شد، به مرور ایجاد شدند و بسیار پراکنده بودند. برای سروسامان دادن به این وضعیت، اولین کاری که انجام دادیم، این بود که از اواخر ۹۷، با کنار هم قرار دادن این ابزارها تحت یک مدیریت مستقل، شرکت رادین را تأسیس کردیم. در فاز اول باید ساختاری شکل می‌گرفت تا مشتریان قبلی که در حال دریافت سرویس بودند، همچنان این سرویس‌ها را دریافت کنند. ما عملاً سه مرحله را تا امروز طی کرده‌ایم. مرحله اول این بود که آن دیپارتمان‌ها به شکل واحد کسب‌وکاری مستقل درآیند، با مشتریان خود تعامل کنند و محصولات قدیمی کنار گذاشته شود که در این راستا چهار واحد کسب‌وکاری شکل گرفت؛ پرداخت الکترونیک، بانکداری الکترونیک، تلکام، زیرساخت و امنیت فناوری اطلاعات. بر اساس نیاز مشتریان در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ دو دیپارتمان جدید را هم به مجموعه افزودیم که عبارت‌اند از دیپارتمان داده و هوش مصنوعی و دیپارتمان بلاکچین. به این شکل سبد محصولات مان تقریباً تکمیل شد. این مرحله که شامل تلاش برای پوشش نیازهای مشتریان مان بود، فاز دوم فعالیت ما را شکل داد.

در فاز سوم به سمت ایجاد یک تغییر دیگر رفتیم. این را مد نظر داشته باشید که اصولاً حوزه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزارهای های‌تک از نظر اندازه بازار و میزان

به نظر می‌رسد برخلاف فعالیت‌های گذشته رادین که تمرکزش روی B2B بود، در استارت‌آپ استودیو به ارائه محصولات و خدمات B2C روی آورده‌اید؛ درست است؟

بله؛ دلیلش هم این است که ما در خود گروه حصین زیرساخت‌های B2C داشتیم و می‌توانستیم از آنها بهره ببریم. ما به صورت تجربی فضای کسب‌وکار B2C مانند مایکت را تجربه کرده‌ایم، به علاوه گوشی‌شاپ و طاقچه را. اینها کسب‌وکارهای موفق هستند که توانسته‌اند به مرحله سوددهی برسند. کار بسیار سختی هم بوده و مسیر دشواری را پشت سر گذاشته‌اند. حصین از سال ۹۰ روی مایکت سرمایه‌گذاری کرده و از سال ۹۳ روی گوشی‌شاپ و طاقچه. تا اینها کسب‌وکارهای موفق شوند، زمان زیادی برد و زحمت بسیاری هم کشیدیم. حالا که دانش تجربی ایجاد شده، می‌توانیم از آن بهره ببریم. به علاوه به واسطه



📷 مکس؛ نسیم اعتمادی

سربار. بنابراین چک‌سایزهای شتاب‌دهی به میلیارد رسیده و وی‌سی‌ها باید در چک‌سایزهای ۵ تا ۱۰ میلیارد صحبت کنند. چون منابع نبوده، وی‌سی‌ها نتوانستند خود را با رقم‌های جدید تطبیق دهند. پس این یک واقعیت است. مثلاً به وی‌سی ۲۰ میلیارد داده‌اند و گفته‌اند با این مبلغ باید ۱۰ سرمایه‌گذاری داشته باشید، در حالی که با ۲۰ میلیارد امروز تنها می‌توان دو سرمایه‌گذاری انجام داد. بنابراین از آنجا که منابع نبوده، وی‌سی‌ها هم نتوانستند سازوکار داخلی خود را تطبیق دهند و نوعی قفل‌شدگی در اینجا وجود دارد. اما همه ماجرا هم این نیست و از آن طرف حرف سرمایه‌گذار نیز درست است. دهه ۹۰ جریانی در کشور شروع شد. درختی که باید شاخه‌هایی پیدا می‌کرد که خودشان تنومند شوند و شاخه‌های بعدی از آنها منشعب می‌شدند، از دست رفت. یعنی ما الان تنه پهنی داریم و کسب‌وکارهایی مانند اسنپ، مایکت و دیجی‌کالا شکل گرفتند اما شاخه‌های بعدی قطع شدند. آن افرادی که در این مسیر آمدند و به هر دلیلی ناموفق بودند ولی تجربه ارزشمندی داشتند که می‌توانستیم از تجربیاتشان بهره ببریم، عمدتاً از ایران خارج شده‌اند. بنابراین کشور از نظر ذخیره انسانی تهی شده است. مسئله هم لزوماً فنی نیست، بلکه فهم تیم‌های جدید از بازار ایران و قواعد کسب‌وکاری در کشور و محدودیت‌ها بسیار سطحی است. بنابراین عملاً ایده خوب و نوآورانه‌ای نیست، چون کسانی ایده‌پردازی می‌کنند که تازه از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند. نکته دوم اینکه باز به همین دلیل نداشتن تجربه، معمولاً این محصولات به مرحله تجاری‌سازی و جذب مشتری نمی‌رسند. این موضوع وی‌سی‌ها را ناامید می‌کند. بنابراین حرف هردو طرف درست است، ولی به اعتقاد من، مهم‌ترین قضیه این است که ما افرادی را که بعداً باید لوکوموتیو این سیستم می‌شدند، از دست داده‌ایم.

ادامه در صفحه ۳۱

پیچیدگی‌اش هم از لحاظ معماری محصول است. در حوزه تلکام این شدیدتر است و محصولاتی را به اپراتورها ارائه داده‌ایم که در شرایط تحریم اصلاً امکان تأمینش وجود نداشت؛ محصولات نوپای حوزه IoT است، مثل مدیریت سیم‌کارت و دستگاه‌های متصل به شبکه از راه دور. در حوزه امنیت هم همین‌طور.

◀️ طی سال‌های اخیر روند جذب سرمایه دائماً در حال دشوارتر شدن است. سرمایه‌گذاران گلایه می‌کنند که تیم و ایده خوب کم است و استارت‌آپ‌ها نیز مدعی هستند که سرمایه‌گذاران به معنای واقعی کلمه خطرپذیر نیستند. با توجه به اینکه شما مدتی است تجربیاتی نیز در این حوزه دارید و با تیم‌ها درگیر هستید، چه عاملی را در سخت‌شدن سرمایه‌گذاری مهم‌تر می‌دانید؟

یک مشکل به هم خوردن چک‌سایزهاست. ما در بازار زمانی می‌گفتیم شتاب‌دهنده‌ها - که در مرحله پیش‌بذری و بذری در کنار کسب‌وکارها قرار می‌گیرند - چک‌سایزشان ۲۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان است. زمانی که حرف از اعداد میلیاردی بود، به سراغ وی‌سی‌ها می‌رفتیم. ولی واقعیت این است که در حال حاضر یک شرکت به صورت تقریبی برای یک دولوپر متوسط به بالا باید سالی یک میلیارد هزینه کند؛ در حدود ۵۰۰، ۶۰۰ میلیارد تومان حقوق این فرد است و مابقی هم هزینه‌های

سرمایه‌گذار بعدی هستیم. در مانی سرمایه‌گذار بعدی ما خود گروه حصین بوده است. مدل پذیرفتن ایده از خارج رادین را هم داشته‌ایم و چون فعلاً در مرحله عقد قرارداد هستیم، فعلاً اسم نمی‌برم. محصول یا ایده‌ای وجود داشته که فاز پیش‌بذری را طی کرده و ما به نحوی آن تیم را پیدا کرده‌ایم و می‌خواهیم با ما وارد فاز بذری شوند.

◀️ ترکیب سهام‌داری رادین در حال حاضر به چه شکل است؟ زمانی که رادین به شکل شرکت درآمد، تقریباً نسبت سهام‌داری به این صورت بوده که بیش از ۷۰ درصد متعلق به حصین بوده و مابقی نیز متعلق به بنیان‌گذاران خود رادین. در راند بعدی سرمایه‌گذاری، ثروت ستارگان با تملک بخشی از سهام به سهام‌داران اضافه شد.

◀️ مزیت رقابتی اصلی محصولاتی که شما ارائه می‌دهید، چه هستند؟

تقریباً می‌توان گفت مزیت رقابتی اصلی ما در بخش محصولات B2B این است که بدون رقیب هستیم، زیرا به سراغ محصولات سخت و های تک رفته‌ایم. مثلاً در بخش محصولات بانکی، محصول اومنی چنل ما تقریباً در ایران رقیبی ندارد. در حوزه پرداخت هم CMS ما محصولی است که واقعاً مشابه ندارد و محصول بزرگ و پیچیده‌ای است که

همین کسب‌وکارها، ما در برخی موارد استخر کاربر داریم. مثلاً در والتو، بخشی والت نرم‌افزاری است که به پشتوانه مایکت می‌توان کاربر جذب کرد و از ظرفیت‌های آن بهره برده‌ایم. عملاً قسمت پیچیده مانی هم اتصال کسب‌وکارها به یکدیگر بوده و دو مورد از این کسب‌وکارها برای خودمان هستند، یعنی مایکت و گوشی شاپ که در خود گروه حصین وجود داشت. آن اعتماد به نفسی که باعث شد بتوانیم به سمت B2C حرکت کنیم، به خاطر این بود که تجربه قبلی وجود داشت.

◀️ پذیرفته شدن تیم‌ها در استارت‌آپ استودیو رادین چه مراحل دارد؟ تیم‌ها از داخل خود رادین شکل می‌گیرند یا از خارج رادین اضافه می‌شوند؟

تقریباً می‌توان گفت ۸۰ درصد از دل خود رادین هستند. ما در تیم‌های B2B جلسات توسعه کسب‌وکاری داریم و کارمان این است که استارت‌آپ‌های دنیا و ایونت‌های جهانی را بررسی کنیم و اساساً موضوع نوآوری است. زمانی که به یک ایده می‌رسیم که آن ایده واقعاً با مزیت اصلی ما همخوانی دارد، کار را شروع می‌کنیم. یکی از بخش‌های مهم، بررسی بازار است تا ببینیم همان‌طور که پیش‌تر گفتیم، این ایده می‌تواند بازاری با حداقل ۵۰۰ میلیارد یا بهتر از آن، بازاری بالای هزار میلیارد تومان داشته باشد؟ اگر چنین بود، وارد فاز پیش‌بذری می‌شویم. در این فاز از تیم‌های B2B خودمان بهره می‌گیریم؛ مثلاً فاز اولیه «والتو» در تیم امنیت ما طی شد، چون محصول کریپتوگرافی است. وقتی که پروتوتایپ جواب گرفت، در مرحله بذری، تیمی از اینها را جدا می‌کنیم و ممکن است در مواردی از بیرون هم نیرو جذب کنیم، کما اینکه پیش‌تر این کار را کرده‌ایم و آن را تبدیل به یک تیم مستقل می‌کنیم. در این مرحله هدف این است که این تیم بتواند به محصول تجاری برسد. از سری A به بعد که همان اسکیل آپ است، ما علاقه‌مند به ورود



اقتصاد دیجیتال کشور نیازمند یک استراتژی مشخص است

روایت مدیرعامل تپسی از هزارتوی رگولاتوری پذیرش در بورس

مدیرعامل توسن تکنو در همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال از سهم ۴ درصدی خرده‌فروشی آنلاین از تراکنش‌های کشور خبر داد و گفت: «فروشگاه‌ها می‌توانند اقتصاد دیجیتال را با تجارت دیجیتال در دست بگیرند.»

محمد مظاهری در این همایش درباره فرصت‌های اقتصاد دیجیتال در فروشگاه‌ها اظهار کرد: «برای بررسی فرصت‌های اقتصاد دیجیتال در فروشگاه‌ها باید به زیست‌دوگانه فروشگاه‌ها پرداخت.»

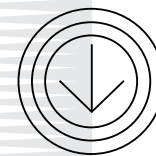
طبق آمارها، در سال معادل ۴۵ میلیارد تراکنش در شبکه پرداخت صورت می‌گیرد که ۹۰ درصد این معاملات در فروشگاه‌های فیزیکی انجام می‌شود. به عبارت دیگر، سهم خرده‌فروشی آنلاین طبق گزارش دیجی کالا معادل ۴ درصد است که از این

سهم خرده‌فروشی آنلاین ۴ درصد است

مدیرعامل توسن تکنو درباره فرصت‌های اقتصاد دیجیتال در فروشگاه‌ها مطرح کرد



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



مدیرعامل رهنمان در همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال مطرح کرد

اقتصاد دیجیتال؛ پیشران رشد اقتصاد کشور

او در توضیح چرایی این امر گفت: «چراکه ما در پارادایم انقلاب صنعتی زندگی می‌کنیم. در پارادایم انقلاب صنعتی منابع را تزیریق می‌کنیم، اما رشد بعد از مدتی باز هم متوقف می‌شود.» به گفته نیلی واقعیت این است در سطح خرد می‌توانستیم شاهد مسئله تحلیل خلایقانه و بهبود شرایط باشیم، اما این مهم هم زمانی اتفاق می‌افتاد که نظام حقوقی کشور به بنگاه‌های زیان‌ده اجازه ورشکستگی می‌داد و در حال حاضر چنین چیزی وجود ندارد.

نیلی ادامه داد: «اگر بر دهه ۹۰ متمرکز شویم حکمرانی، شرکت‌ها و جوانان به بلوغ رسیدند که بخش دیجیتال در اقتصاد کشور متولد شد. شرکت‌هایی متولد شدند که سرمایه زیادی نداشتند و از دولت ارز، ریال و منابع ارزان نمی‌گرفتند و رانت نداشتند، اما رشدهای دورقمی ثبت کردند و توانستند این رشدها را تکرار کنند.»

نیلی ادامه داد: «هنوز اندازه اقتصاد دیجیتال در کشور و حتی در دنیا به نسبت کوچک است؛ اقتصاد سنتی دارای ویژگی‌هایی نظیر مقیاس، پایداری، اشتغال‌زایی و دسترسی است. اما باید پذیرفت که اقتصاد سنتی با شرایط موجود دیگر رشد زیادی نخواهد داشت.»

به اعتقاد مدیرعامل رهنمان اقتصاد دیجیتال، نوآور، فناور، منعطف و چابک است؛ و از همه مهم‌تر از کلان‌داده استفاده می‌کند. او توضیح داد: «اگر بخواهیم اقتصاد واقعی را ببینیم باید بپذیریم که زیست‌دوگانه اقتصاد میانگین موزون بخش سنتی و دیجیتال است.» نیلی با بیان اینکه ایرانیان در مقیاس فردی زیست‌دوگانه را در درون خود یکپارچه کرده و پذیرفته‌اند، گفت: «زیست‌دوگانه بخش شرکتی ما هنوز دوپاره است. اما رگولاتور و سیاست‌گذار هنوز تک‌زیست است.»

فرهاد نیلی، مدیرعامل رهنمان در پنبلی با عنوان زیست‌دوگانه کسب‌وکارها به بررسی راه‌های رشد اقتصاد دیجیتال کشور در همایش «فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال» پرداخت. به عقیده او، اقتصاد سنتی با شرایط حال حاضر امکان رشد زیادی نخواهد داشت و فرصت‌ها در رشد اقتصاد دیجیتال نهفته‌اند. بنابراین باید اجازه دهیم پیشران اقتصاد کشور، بخش دیجیتال باشد. بخش دیجیتال می‌تواند زیست‌دوگانه را با به‌کارگرفتن توان اقتصاد سنتی در زنجیره تأمین خود یکپارچه کند. فرهاد نیلی، مدیرعامل رهنمان در ابتدای سخنرانی ضمن بیان اینکه همه ما کم‌وبیش، شش‌دهه تورم دورقمی اقتصاد ایران را تجربه کرده‌ایم، گفت: «این شاخص در ناخودآگاه ما رسوخ کرده و در تمام تصمیم‌گیری‌ها حضور دارد.»

او ادامه داد: «تا قبل از دهه ۹۰ غصه ما فقط یک چیز بود؛ تورم. چون در آن زمان رشد اقتصادی وجود داشت، می‌توانستیم به بقای خود ادامه دهیم.» اما به گفته نیلی، منحنی رشد اقتصادی از دهه ۹۰ تقریباً متوقف و افقی شده است. این رشد در دهه ۴۰ خیز گرفت و در دهه ۵۰ کمی کندتر شد، اما در دهه ۹۰ متوقف شد و زمانی که رشد اقتصادی متوقف می‌شود، ما درمانده می‌شویم.

نیلی با بیان اینکه در شرایط موجود کشور نمی‌توان در سطح کلان فرصت‌سازی کرد، توضیح داد: «حتی اگر سناریوهای باز کردن اقتصاد را در نظر بگیریم که مقیاس را بزرگ می‌کند؛ اگر رگولاتوری مقررات‌زدایی کرده و سیاست‌گذار از ظرفیت دانش و عقلانیت موجود استفاده کند، دوباره به سطحی می‌رسیم که رشد اقتصاد سنتی متوقف می‌شود.»





علی دیوانداری مطرح کرد

تغییر پارادایم در حوزه خدمات مالی

علی دیوانداری، کارشناس بانکی در همایش «فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال» با بیان اینکه فین‌تک‌ها می‌توانند از هدر رفتن منابع بانکی جلوگیری کنند، گفت: «فین‌تک‌ها می‌توانند در صنعت خدمات مالی برای ایجاد نوآوری و فناوری و دیجیتالی شدن نقش آفرینی کنند.»

دیوانداری در این همایش درباره هزار راه نرفته در صنعت بانکی اظهار کرد: «همواره صحبت از خدمات مالی جذاب است و در کشورمان کارهای زیادی باید در این حوزه انجام دهیم؛ زیرا در کشور ما به دلیل مشکلات ساختاری در حوزه بانکی و خدمات مالی تاکنون نتوانسته‌ایم اقدامات تأثیرگذاری انجام دهیم. اکنون در حوزه خدمات مالی تغییر پارادایم رخ داده

و باید طور دیگری به این حوزه نگاه کنیم. در جهان این‌گونه برنامه‌ریزی شده که هوش مصنوعی از بیرون به انسان کمک می‌کند.»

دیوانداری در بخش دیگری از صحبت‌های خود با بیان اینکه دیجیتالی شدن یک دگرگونی رخ داده است و باید این دگرگونی را درک کنیم، در این باره توضیح داد: «صنعت خدمات مالی یک اقیانوس ناشناخته است و تاکنون کمترین استفاده را از این حوزه کرده‌ایم. در حوزه خدمات مالی به سمت نوآوری و فناوری حرکت کرده‌ایم؛ اما در سطح محصول گیر کرده‌ایم. در این زمینه، باید به سمت نوآوری و فناوری حرکت کنیم تا جایگاه بین‌المللی در حوزه خدمات مالی به دست بیاوریم.»

طبق گفته دیوانداری، انقلاب دیجیتال در صنعت خدمات مالی دسترسی بهتر و سهل‌تر برای بهره‌مندی از خدمات مالی ایجاد می‌کند. این کارشناس بانکی با بیان این مطلب ادامه داد: «تمام سرمایه‌های کشور در اختیار بانک‌های بزرگ است؛ اما این فین‌تک‌ها و لندتک‌ها هستند که در دسترسی به تسهیلات خرد نقش آفرینی می‌کنند. این در حالی است که بانک‌ها می‌توانند از طریق بانکداری باز و تعامل با فین‌تک‌ها در ارائه تسهیلات خرد نقش بهتری ایفا کنند.»

تصمیم‌گیری کند، باید ساختار سازمانی تصمیم‌گیری خوبی داشته باشد و برای هر تصمیمی یک تصمیم‌گیر واحد تعیین کند.»

او ادامه داد: «در مرحله اول یک مسیر تصمیم‌گیری درست، افراد و رویه‌ها باید با هدف و استراتژی سازمان هم‌راستا باشند.»

به گفته مدیرعامل تپسی در ادامه این روند فرهنگ سازمانی هم باید هدف سازمان را پوشش دهد. او ادامه داد: «بدیهی است که در این مسیر وجود فناوری و اتوماسیون هم ضروری است و نکته مهم اینجاست که همه این موارد باید در راستای استراتژی و هدف غایی سازمان باشند.»

به عقیده منشی‌پور در مقیاس‌های بزرگ نظیر بخش اقتصاد دیجیتال کشور هم همین روند باید حاکم باشد. به گفته او تصمیم‌گیری در ایران معمولاً از انتهای این چرخه آغاز می‌شود و بدون توجه به نکات زیربنایی می‌شود نکات روبنا اجرائی شوند. منشی‌پور تأکید کرد: «مشخص و واضح بودن استراتژی‌ها در تمام مراحل تصمیم‌گیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و اگر استراتژی واضح نباشد و هدف غایی مشخص نشده باشد و ما ندانیم چه می‌خواهیم، بدیهی است که در تصمیم‌گیری شکست می‌خوریم.»

به گفته او ما سه راه برای تعیین استراتژی داریم. اول اینکه بنشینیم و هیچ کاری نکنیم.

دومی این است که نواقص اقتصاد دیجیتال کشور را به حساب مشکلاتی که در سایر بخش‌ها وجود دارد، بگذاریم و بگوییم سایر بخش‌های کشور مشکلاتی دارند و لزومی ندارد اقتصاد دیجیتال را بهبود بخشیم. استراتژی سوم هم این است که اقتصاد دیجیتال پیشران کل اقتصاد کشور باشد. با اتخاذ این استراتژی سایر صنایع می‌توانند از اقتصاد دیجیتال الگو بگیرند، روند مهاجرت معکوس شود و GDP به طرز معناداری تحت تأثیر قرار گیرد.

او در انتها با تأکید بر اینکه ایران هنوز از فناوری دنیا فاصله زیادی ندارد، گفت: «تصمیم‌سازان کشور باید یکی از این استراتژی‌ها را انتخاب کنند تا شیوه تصمیم‌گیری، رویه‌ها و استانداردها به طور کامل مشخص شوند.»

لازم به ذکر است همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال (IDEAS) با حمایت گروه توسن و شرکت‌های زیرمجموعه، همکاری دانشگاه صنعتی شریف، دانشگاه تهران و توسط شرکت مشاوره مدیریت رهنمان، ۲۵ و ۲۶ تیرماه در برج میلاد برگزار شد.

منشی‌پور در ادامه روند پذیرش تپسی در بورس توضیح داد: «بعد از این مرحله هیئت پذیرش اول تا سوم را طی کردیم و در آخر از نظر فنی تأیید شدیم و یک سال و نیم در مرحله نظارتی متوقف شدیم.»

مدیرعامل تپسی ادامه داد: «در حوزه نظارت هم دغدغه‌های زیادی مطرح شد که همگی آنها هم قابل درک و درست هستند؛ اما تعداد این دغدغه‌ها آن قدر زیاد بود که تبدیل به فشار شد و گاهی فکر می‌کردیم در مملکت خودمان دچار خشونت خانگی شده‌ایم.»

به گفته منشی‌پور اصلی‌ترین دلایلی که مسیر پذیرش تپسی در بورس را دشوار و طولانی کرد همین تعدد دغدغه‌ها و تعدد تصمیم‌گیران بود. او گفت: «در این پروسه ما با یک فهرست طولانی از تصمیم‌گیران و سردمداران کشور از جمله رئیس‌جمهور، معاون اول ریاست‌جمهوری، دادستان کل کشور، دبیر شورای عالی فضای مجازی، وزیر اقتصاد، وزیر ارتباطات و... مواجه بودیم و پروسه به قدری برای ما طولانی شده بود که سه دوره ریاست سازمان بورس را دیدیم و در نهایت توانستیم موفق شویم.»

تعدد تصمیم‌گیران

آسیب‌زا است

منشی‌پور ادامه داد: «تعدد تصمیم‌گیران شاید در همه موارد کشور از جمله واردات خودرو، تأمین آب، برق و حتی موضوع حساسی نظیر برجام وجود داشته باشد و به همین دلیل است که تعدد دغدغه ایجاد می‌شود و تصمیم‌گیری را دچار چالش می‌کند.»

او با بیان اینکه چند دلیل عمده در خصوص چالش تصمیم‌گیری در کشور وجود دارد، گفت: «نبود تصمیم‌گیر واحد و تعدد تصمیم‌گیران، فقدان قوانین استاندارد و رویه‌ها، مقاومت مدیران در مقابل پذیرش موضوعات نوین و ریسک‌پذیری پایین مدیران از چالش‌های اصلی رگولاتوری کشور هستند.»

منشی‌پور توضیح داد: «اگر یک سازمان، مجموعه یا شرکتی بخواهد به صورت مؤثر در مجموعه خود

همایش «فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال» روز یکشنبه بیست‌وپنجم تیرماه با حضور جمعی از کارشناسان، مسئولین دولتی، صاحبان کسب‌وکارها و... آغاز شد. میلاد منشی‌پور، مدیرعامل تپسی در ارائه‌ای با عنوان «هزارتوی رگولاتوری» در این همایش به توضیح روند دشوار پذیرش تپسی در بورس پرداخت و اصلی‌ترین دلیل طولانی شدن این روند را تعدد تصمیم‌گیران دانست و در ادامه تأکید کرد که قانون‌گذاران و تصمیم‌گیران کشور باید استراتژی اقتصاد دیجیتال کشور را مشخص کنند تا بتوان در این حوزه استانداردهایی و تصمیم‌گیری کرد.

سخت‌ترین مسیر بوروکراتیک کشور

منشی‌پور با بیان اینکه ورود تپسی به عنوان اولین استارت‌آپ به بورس سه سال طول کشید، گفت: «اگر ما یک شرکت فولادی،

سیمانی، یا هر شرکت صنعتی دیگر بودیم پروسه ورود به بورس برای ما شش ماه، ۹ ماه و اگر خیلی تنبلی می‌کردیم، نهایتاً یک سال طول می‌کشید.»

طبق توضیحات منشی‌پور، پروسه ورود تپسی به بورس دو بخش اساسی داشت؛ یکی بخش فنی و

مالی و دیگری بخش نظارتی و هردوی این بخش‌ها هر کدام یک سال و نیم به طول انجامید. منشی‌پور با توضیح اینکه برای تمام بدنه اقتصادی کشور مبرهن بود که استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناوری باید وارد بازار سرمایه شوند، بیان کرد: «اما نمی‌دانستند چطور با این موضوع مواجه شوند؛ چراکه شیوه برخورد بیشتر مدیران به موضوعات مالی شیوه

حسابداری است و حسابداری هم به گذشته می‌نگرد؛ اما استارت‌آپ‌ها به آینده نگاه می‌کنند.»

او با بیان اینکه در نهایت ما سخت‌ترین مسیر بوروکراتیک یک کشور را طی کردیم، گفت: «به کمیته فنی سازمان حسابرسی رفتیم و در انتهای این مسیر یک استاندارد جدید برای شناسایی دارایی نامشهود شرکت‌های فناوری شناسایی شد.»



پهورا آدینه‌وند

Viria.adinehvand@gmail.com



شیوه بر خور د بیشتر مدیران به موضوعات مالی شیوه حسابداری است و حسابداری هم به گذشته می‌نگرد؛ اما استارت‌آپ‌ها به آینده نگاه می‌کنند



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



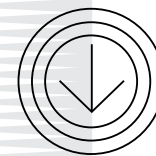
و جزئیات این تراکنش‌ها را نمی‌دانیم. اگر قرار باشد فاکتور تراکنش‌ها در داخل مغازه‌ها و فروشگاه‌ها بماند، ارزش دیجیتالی ایجاد نمی‌کند؛ اما اگر از طریق هوش مصنوعی بتوان به فاکتورهای فروشگاه‌ها دسترسی پیدا کرد، از این طریق می‌توان به رفتار دیجیتالی مشتری و سلاقی او پی برد.»

طبق گفته مدیرعامل توسن‌تکنو، فروشگاه‌های یکپارچه تا ۶۰ درصد می‌توانند کسب‌وکار خود را رشد دهند. مظاهری با بیان این مطلب در ادامه اعلام کرد: «خدمات مالی را باید روی پیشخوان فروشگاه‌ها ببریم. فروشگاه‌ها می‌توانند اقتصاد دیجیتال را با تجارت دیجیتال در دست بگیرند. اخیراً تجربه سرویس پرداخت کارت به کارت را داخل مغازه‌ها پیاده کرده‌ایم و کسب‌وکارها به شدت استقبال کردند؛ اما رگولاتور به دلیل مالیات موافق اجرای این طرح نبود.»

میزان، فقط ۲ درصد در بستر فروشگاه‌های اینترنتی انجام می‌شود.

او در ادامه به تفاوت تجارت الکترونیک و تجارت دیجیتال پرداخت و در این زمینه گفت: «تجارت الکترونیک فقط به فروشگاه آنلاین می‌پردازد؛ در حالی که تجارت دیجیتال هم به فروشگاه آنلاین و هم فیزیکی توجه دارد. در نگاه تجارت دیجیتال یک مفهوم به نام فروشگاه‌های یکپارچه شکل گرفته که طبق این مفهوم، اگر شما از یک فروشگاه آنلاین خرید کنید، نباید برای آن فرقی با فروشگاه فیزیکی داشته باشد.»

طبق گفته مظاهری، نگاه پلتفرمی در تجارت دیجیتال، نوآوری در فروشگاه‌ها ایجاد می‌کند. او با بیان این مطلب افزود: «از ۴۵ میلیارد تراکنش انجام شده در صنعت پرداخت اطلاعاتی به صورت فاکتور نداریم



ویژگی‌های رگولاتوری عصر دیجیتال از نگاه بنیان گذار توسن رگولاتوری فعلی ما مبتنی بر توسعه نیست

داد: «با این روش می‌توان مخاطرات احتمالی را به رگولاتور شناساند و برای چالش‌ها و بحران‌ها راه‌حل یافت.»
به اعتقاد او اگر تنظیم‌گر نگاه داده‌محور دارد، باید داده‌های مورد نیاز حاصل از این فضای آزمایشی را در اختیار او قرار داد تا مخاطرات ورود یک نوآوری را بشناسد؛ چراکه در غیر این صورت دچار درس‌های بسیاری می‌شود. فاطمی با تأکید بر اینکه البته شرکت‌های فناوری هم مقصر هستند، توضیح داد: «موضوعات اساسی و کاربردی را برای رگولاتور تفهیم نکرده و باعث ایجاد یک فضای پرابهام برای آنها شده‌اند. شرکت‌های فناوری باید بدانند که اگر نتوانند دیتای لازم برای ارزیابی تنظیم‌گر ایجاد کنند، چیزی جز ابهام و تصمیمات نادرست به بار نمی‌آید.»

بنیان‌گذار هلدینگ توسن بیان کرد: «داده‌های حاصل از فضای گلخانه‌ای به تنظیم‌گران ارائه می‌شود و مبنای مقررات جدید برای کاربست ایده‌ها و نوآوری‌های جدید قرار می‌گیرد. حتی سرمایه‌گذاران هم می‌توانند از داده‌های تولیدشده برای تصمیم‌گیری استفاده کنند.»
به گفته فاطمی، اگر استارت‌آپ‌ها با استفاده از این فضای گلخانه‌ای بتوانند ثابت کنند که مخاطره‌ای ایجاد نمی‌کنند و برای مدیریت چالش‌های احتمالی برنامه و اهداف مشخصی دارند، تنظیم‌گران با تعیین چهارچوب‌های مشخص می‌توانند زمینه ورود نوآوری‌ها را به بازار فراهم کنند.

یکی از نکات مهم رگولاتوری در کشور این است که تنظیم‌گران به صرف فعل تنظیم‌گری به انجام آن می‌پردازند و هیچ هدف مبتنی بر توسعه‌ای در عملکرد رگولاتوری مشاهده نمی‌شود. فاطمی با تأکید بر اینکه تنظیم‌گران باید خود را آموزش داده و به‌روزرسانی کنند، توضیح داد: «رگولاتوری باید یادگیرنده باشد و به‌برون‌رفت از شرایط حال حاضر کمک کند.»

ولی‌الله فاطمی، بنیان‌گذار هلدینگ توسن در اولین روز همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال در ارائه خود با موضوع رگولاتوری هوشمند و هدفمند به موضوع تنظیم‌گری اقتصاد دیجیتال و راه‌های بهبود آن پرداخت. به عقیده او، همان‌طور که عصر دیجیتال یک فضای یادگیرنده و داده‌محور است، رگولاتوری هم باید با سازگار شدن با این فضا یادگیرنده و هوشمند شود. به گفته او یکی از راه‌های ارائه داده به تنظیم‌گر فضای گلخانه‌ای است.

او همچنین در خصوص شرایط فعلی رگولاتوری کشور معتقد است یکی از نکات مهم رگولاتوری در کشور این است که تنظیم‌گران به صرف فعل تنظیم‌گری به انجام آن می‌پردازند و هیچ هدف مبتنی بر توسعه‌ای در عملکرد رگولاتوری مشاهده نمی‌شود. بنیان‌گذار هلدینگ توسن با طرح این پرسش که انتظار ما از یک رگولاتوری هوشمند چیست، عنوان کرد: «عصر دیجیتال یک فضای یادگیرنده است و بنابراین تنظیم‌گری هم باید با این فضا سازگار شود و تصمیم‌گیری‌ها به‌گونه‌ای صورت گیرد که فرصت‌ها را از دست ندهیم تا بتوانیم به آینده امیدوار باشیم.»

طبق توضیحات او، می‌توان چالش میان ارزش‌های یک نوآوری جدید در اقتصاد و مخاطراتی را که در اثر کاربست نوآوری ایجاد می‌شود، در یک فضای گلخانه‌ای مورد آزمایش قرار داد و سنجید. به گفته او این روشی است که از سال ۲۰۱۶ در دنیا هم به کار گرفته می‌شود. فاطمی معتقد است در این فضا به نوآوران فرصت داده می‌شود ایده خود را در مقیاس کوچک عملی کنند و حتی اجازه داده می‌شود برخی مقررات دست‌وپاگیر را نادیده بگیرند. فاطمی در این خصوص توضیح

طهورا
آدینه‌وند

Viria.adinehvand@gmail.com

نشش درصد از مردم مشتری نئوبانک‌ها هستند

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی اعلام کرد

به بانکداری باز وجود دارد.» او در ادامه اعلام کرد: «در کشور ما در زمینه خدمات تحت پوشش فین‌تک‌ها وضعیت خوبی داریم، اما در راستای استانداردسازی این حوزه ضعیف عمل کرده‌ایم.» معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در بخش دیگری از صحبت‌های خود به بخشنامه نظارتی این بانک در زمینه API اشاره کرد و گفت: «برای فین‌تک‌های باریسک بالا محدودیت‌هایی در زمینه ارائه API ایجاد کردیم که این محدودیت‌ها برای فین‌تک‌های با شمولیت بالا ایجاد نشده است.»

مهران محرمیان، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در همایش «فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال» درباره اقدامات بانک مرکزی در جهت توانمندسازی اقتصاد دیجیتال اظهار کرد: «در دهه ۷۰ در بانک مرکزی در زمینه بانکداری متمرکز شروع به کار کرده و شعب را به یکدیگر متصل کردیم و در دهه ۸۰ میز زیرساخت‌های بانکی همچون ساتنا و پایا شکل گرفت. دهه ۱۴۰۰، دهه نظارت و فین‌تک‌هاست. در سال‌های اخیر سامانه‌های متعددی در بانک مرکزی ایجاد شده و این سامانه‌ها از بستر سنتی وارد بلوغ دیجیتال شده‌اند.»

طبق گفته معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی، در سال گذشته تراکنش‌های شبکه شتاب و ساتنا معادل ۶۹ و ۳۴ هزار میلیارد تومان بوده است. او ضمن بیان این مطلب گفت: «بلوغ دیجیتال و فشار رقابت باعث شده کسب‌وکارها به سمت فناوری و هوش مصنوعی حرکت کنند.»

بانک مرکزی کمترین دخالت را در بانکداری باز دارد

محرمیان در بخش دیگری از صحبت‌های خود با بیان اینکه اکنون زمان حرکت در مسیر اقتصاد دیجیتال است و اگر به این سمت نرویم، در این حوزه عقب خواهیم ماند، گفت: «در بانکداری باز کشورها رویکردهای متفاوتی دارند و باز یگران متعددی نیز وجود دارد. بانک مرکزی در حوزه بانکداری کمترین دخالت را داشته و این در حالی است که در دنیا نگاه سخت‌گیرانه‌ای

صحب دربارہ رمزارزها دشوار است
طبق گفته محرمیان، حدود ۶ درصد از جمعیت کشور مشتری خدمات نئوبانک‌ها هستند. معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی با بیان این مطلب اظهار کرد: «اعتبارسنجی در ایران بحثی است که باید جدی گرفته شود. در حال حاضر بین ۳۰ تا ۴۰ درصد مردم اعتبارسنجی شده‌اند و عددی بالغ بر ۷۰ درصد از مردم اصلاً اطلاعات اعتبارسنجی ندارند.»
او ادامه داد: «در مدل جدید اعتبارسنجی، دقت اعتبارسنجی ۸۰ تا ۸۹ درصد است و پوشش اعتبارسنجی نیز نزدیک به ۱۰۰ درصد خواهد رسید و در اعتبارسنجی به مدل‌های جهانی نزدیک خواهیم شد.»
محرمیان به باز یگران و عناصر تأثیرگذار در اقتصاد دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: «فین‌تک‌ها، بانکداری باز و حضور



مهسا طاعتی

Info@Karangweekly.ir

۱۰۵
۱۴۰۲
سوم

شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سوم



مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک مطرح کرد

لازمه تحول دیجیتال، مهاجرت به اقتصاد دیتامحور است

کسب و کارهای بزرگ، متوسط و کوچک در موقعیت صفر قرار می‌گیرند. مهم نیست یک فروشگاه بزرگ و با شعبه‌های متعدد هستیم یا بانکی که سال‌هاست قدمت دارد. در عصر دیجیتال این مهم است که کدام ارگان یا کسب و کار می‌تواند از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده کرده و استراتژی‌های تحول دیجیتال را در فرهنگ سازمانی خود ایجاد کند.

به گفته عبدالهی اقتصاد هوشمند مفهوم جدیدی است که سهم ۸/۸ تریلیون دلاری در بازار جهانی دارد و در حال پیشی گرفتن از اقتصاد دیجیتال است. برای بسیار از افراد این سؤال پیش آمده که ما چگونه می‌توانیم به این روندها دست پیدا کنیم؟ پاسخ این است که لازم نیست هیچ اقدامی انجام دهیم و تنها باید این تحولات را دنبال کنیم.

او در بخش دیگری از صحبت‌هایش از نحوه به‌کارگیری فرصت‌های مقاومت در برابر تهدیدها صحبت کرد. به گفته عبدالهی، با گسترش عصر دیجیتال فرصت‌ها و تهدیدها در زمینه تمدن بشری افزایش پیدا کرده و اگر برنامه و استراتژی نداشته باشیم، در هیچ سطحی اعم از ملی، خصوصی و سازمانی به تحول دیجیتال دست پیدا نمی‌کنیم.

عبدالهی در پایان به رگولاتوری و نقش مهم رگ‌تک در عصر دیجیتال اشاره کرد و گفت: «دغدغه و چالش‌های رگولاتور موضوع یادگیری یا ناآگاهی نیست و مشکل اصلی رگولاتور، شیوه تطبیق کسب و کارهای نوآور با مدل‌های سنتی است. لازم است تا مانند نمونه‌های موفق جهانی رگ‌تک و ساپ‌تک به‌عنوان راهکارهای انطباق، استانداردها را به رسمیت بشناسیم. البته ما ناامید نیستیم؛ عاشق ایرانییم و برای پیشرفت ایران و افزایش سواد دیجیتالی کشور از طریق ایجاد فرهنگ سازمانی و ثبات مدیریتی تلاش می‌کنیم.»

در دومین روز همایش «فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال» در مرکز همایش‌های برج میلاد، علی عبدالهی، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک در بخش «قایقی باید ساخت» درباره فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال صحبت کرد. مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک با اشاره به اینکه در عصر تغییر پارادایم‌ها و گذار از اقتصاد دیجیتال به سمت اقتصاد هوشمند هستیم و نحوه نگرش به زندگی و حتی نگاه به کسب و کارها در حال تغییر است، توضیح داد: «در کتاب عصر دیجیتال آمده که به‌زودی جمعیت آنلاین دنیا از جمعیت واقعی جهان بیشتر می‌شود. این اتفاق هم‌اکنون رخ داده و امروز هر فردی بیشتر از چند حساب کاربری و سیم‌کارت دارد. گفته می‌شود که تاریخ این عصر به تاریخ غیرفیزیکی و تاریخ مجازی تقسیم می‌شود و تمام اینها گواه تغییر پارادایم‌ها به‌واسطه تحول دیجیتال است.»

بر اساس گفته‌های عبدالهی، طبق آمار مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، شکایت از کسب و کارهای فناوری محور در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال گذشته آن حدود ۱۷ درصد بیشتر شده است. عبدالهی دلیل این امر را تعدد شرکت‌ها و فعالیت آنها در اقیانوس قرمز می‌داند. همچنین او با اشاره به ضعف توجه به جایگاه فناوری اطلاعات گفت: «۲۶ بار واژه فناوری در برنامه بودجه آمده که البته ۲۰ بار آن به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مربوط بوده است.»

قرار گرفتن تمام کسب و کارها در نقطه صفر

او با بیان اینکه یکی از تأثیرات مهم این تغییر، قرار گرفتن تمام کسب و کارها در نقطه صفر است، توضیح داد که در عصر دیجیتال تمام



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



مثلاً چین همه‌چیز را در این حوزه ممنوع کرد، اما اتحادیه اروپا و آمریکای شمالی محدودیت‌های چندانی برای تبادل ارزهای دیجیتال در نظر نگرفته‌اند، اما در این کشورها با داشتن سیستم مالیاتی آهنین، برای مبادلات و ماینینگ، بسته به ارزش دارایی، مالیات‌های سنگین ۳ تا ۳۷ درصدی وضع شده است.»

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی تأکید کرد که باید با دقت به سمت حوزه رمزارزها رفت و به همین دلیل در کشور ما نیز هنوز تصمیم جدی درباره آن گرفته نشده است. او ادامه داد: «به‌طور خاص شاید در بحث مالیات بر عایدی سرمایه، شاهد جدی‌ترین تصمیم در این حوزه باشیم که از رمزارزها هم مالیات اخذ شود. در نظر داریم مشابه تصمیم‌های اتحادیه اروپا در رگولاتوری حوزه رمزارزی ایران نیز انجام دهیم.»

محرمان مطرح کرد: «در سال ۹۵ در بانک مرکزی یک سناریو نگاری انجام شد و بر اساس آن، چهار سناریو برای اقبال عمومی و پذیرش رمزارزها از سوی حاکمیت مورد بررسی قرار گرفت.» معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی ادامه داد: «بر اساس بررسی انجام شده از زمان ظهور بیت‌کوین تا به الان، در ابتدا اقبال عمومی و پذیرش حاکمیت‌ها نیز وجود نداشت و بانک‌ها نیز آن را انکار می‌کردند. در ادامه و با ایجاد دو رشد قیمتی بالا، اقبال عمومی

افزایش پیدا کرد و حالا به نظر می‌رسد به زمان پایداری رسیده باشد. همچنین به نظر می‌رسد در حال حاضر با توجه به مطرح شدن بحث CBDC، رویکرد حاکمیت‌ها به این حوزه مثبت‌تر شده است.» به گفته محرمان، ایران یکی از کشورهایی است که با ریال دیجیتال به جمع ۱۳۰ کشور این پروژه پیوسته و در حال آزمایش آن است.

نئوبانک‌ها از موارد مهم رشد در اقتصاد دیجیتال هستند. در ایران نئوبانک‌ها چندسالی است که به‌خوبی توانسته‌اند وارد بازار شوند؛ گرچه نئوبانک‌ها در ایران مجزا از بانک نیستند و در واقع فرزندخوانده بانک موجود هستند.» او در ادامه به موضوع «محچک» هم پرداخت و گفت: «راه‌اندازی محچک بیش از ۸۰ درصد مبالغ چک‌های برگشتی را کاهش داد و کاهش زندانیان چک با اجرای قانون جدید امکان‌پذیر شد.»

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در پایان صحبت‌های خود اهداف بانک مرکزی را جمع‌آوری دیتای درست، دقیق و راهبردی و همچنین شفاف‌سازی عنوان کرد. محرمان بخش دیگری از سخنرانی خود را به موضوع رمزارزها و نگاه بانک مرکزی به این پدیده نوظهور دنیای مالی اختصاص داد و مطرح کرد: «صحبت درباره رمزارزها از سمت بانک مرکزی دشوار است.»

شاید در بحث مالیات بر عایدی سرمایه، شاهد جدی‌ترین تصمیم در این حوزه باشیم که از رمزارزها هم مالیات اخذ شود. در نظر داریم مشابه تصمیم‌های اتحادیه اروپا در رگولاتوری حوزه رمزارزی ایران نیز انجام دهیم

در جست‌وجوی نقطه تعادل

به گفته معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی، ارز دیجیتال در دنیا برای شفافیت و کاهش فقر و ایجاد مساوات معرفی شد، اما مانند هر فناوری دیگری، مشکلات و ریسک‌هایی نیز با خود به همراه داشت که به باور برخی، رمزارز را به ابزاری برای پول‌شویی و قاچاق و کارهای مجرمانه بدون افشای هویت تبدیل کرده است.

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی تأکید کرد: «پیدا کردن نقطه تعادل در این طیف نظرات به حوزه رمزارزها، دشوار است. زیرا با پدید آمدن ابزارهای این چنینی، کلاهبرداران و مجرمان نیز به استفاده از این ابزارها تمایل پیدا می‌کنند.» محرمان در ادامه گفت: «تصمیم‌گیری در این حوزه سخت است و کشورهای متعدد، رویکردهای گوناگونی به آن دارند.





بستر مناسب برای رشد یونیکورن‌ها آماده نیست

در میزایده انتظار تا ظهور اولین تک شاخ ایرانی مطرح شد

رشد کنند و ظرفیت‌های خود را به سرمایه‌گذاران بشناسانند و به همین دلیل سرمایه‌گذاران دائم نسبت به سرمایه‌گذاری بر این گونه استارت‌آپ‌ها اقبال نشان می‌دهند و بنابراین یونیکورن‌ها به سرعت سرمایه جذب می‌کنند و به یک میلیارد دلار می‌رسند.»

به گفته او به همین دلیل استارت‌آپ‌های بزرگی که به یک میلیارد دلار رسیده‌اند اما پیش از آن عرضه اولیه سهام آنها صورت گرفته، به عنوان یونیکورن به رسمیت شناخته نمی‌شوند. به گفته مدیرعامل سراوا، نکته مهم دیگر درباره یونیکورن‌ها این است که نسبت ارزش به سرمایه جذب شده کل در این شرکت‌ها بسیار بالاست.

فرزین با ذکر یک مثال در این باره توضیح داد: «مجموع سرمایه جذب شده در شرکت استرایپ (Stripe) که یک شرکت بزرگ فناوری در حوزه خدمات مالی است کمتر از چهار میلیارد دلار است، اما ارزش این شرکت به ۱۰۰ میلیارد دلار در بازار می‌رسد و این نسبت ۲۵ برابری رقم بسیار قابل ملاحظه‌ای است.»

میزایده همایش «فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال» با محوریت مقیاس‌پذیری کسب‌وکارها و ظهور یونیکورن‌ها در ایران، برگزار شد.

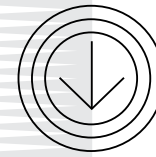
نسبت ارزش به سرمایه جذب شده در یونیکورن شدن مهم است

در این میزایده که تحت عنوان «مگر اسباب بزرگی همه آماده کنی» برگزار شد؛ فرزین فردیس، عضو هیئت رئیسه اتاق ایران و مدیرعامل سراوا؛ فرشاد فاطمی، اقتصاددان و استادیار دانشکده اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف و کیوان جامه‌بزرگ، معاون توسعه راهبردی فناپ درباره مقیاس‌پذیری و ظهور یونیکورن‌ها در ایران صحبت کردند.

فردیس در این گفت‌وگو در پاسخ به سؤال فاطمی در خصوص ویژگی‌های یونیکورن‌ها عنوان کرد: «یکی از ویژگی‌های شرکت‌های یونیکورن که کمتر به آنها پرداخته شده، این است که یونیکورن‌ها شرکت‌های بخش خصوصی هستند که توانسته‌اند به سرعت



شماره ۱۰۵
امرداد ۱۴۰۲
سال سوم



مدیرعامل فناپ از چالش‌های سرمایه‌انسانی می‌گوید اقتصاد دیجیتال ظرفیت بالایی در تربیت نیروی انسانی دارد

طبق گفته مدیرعامل فناپ، نظام آموزشی ابتر برای تربیت نیروی انسانی از دیگر چالش‌های موجود در زمینه نیروی انسانی است. او با بیان این مطلب ادامه داد: «در ایالات متحده که ما رشد و توسعه را از آن یاد می‌گیریم، در بیش از ۱۱ ایالت، موضوع مدرک و مدرک‌گرایی از گردونه خارج شده و کمپانی‌های بزرگ آن را کنار گذاشته‌اند. باید بنگاه‌های اقتصادی را به دانشگاه تربیت نیروهای کارآمد تبدیل کنیم، زیرا بنگاه‌ها در دنیا مکمل دانشگاه‌ها هستند.»

او زمان ورود به بازار کار را از دیگر ملزومات نگهداشت نیروی انسانی دانست. مدیرعامل فناپ با بیان این مطلب از لزوم کاهش زمان ورود به بازار کار در اقتصاد دیجیتال گفت و در این زمینه توضیح داد: «ما اکثراً به دنبال جذب نیروهایی هستیم که سال‌ها در دانشگاه‌ها بوده و خسته و کم‌انگیزه هستند. به همین دلیل متوسط سنی افراد برای جذب در بازار کاری ما ۲۶ سال است. در خیلی از موارد، افرادی را که خسته شده‌اند می‌خواهیم وارد بازار کنیم. این در حالی است که در دنیا، افراد در ۲۲ سالگی به صورت جدی وارد بازار کار می‌شوند.»

او در پایان صحبت‌های خود گفت: «اقتصاد دیجیتال ظرفیت بالایی برای آموزش دانش‌آموزان دارد تا آنها را برای ورود به بازار کار آماده کند که تغییری در بازار کار ایجاد شود. اگر به توسعه نگاه می‌کنیم و به آینده کشور نگاهی داریم، باید یادمان باشد که همه چیز از انسان شروع می‌شود، با انسان امتداد می‌یابد و با انسان تمام می‌شود.»

مدیرعامل فناپ در همایش «فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال» به بیان چالش‌های سرمایه‌انسانی و مهاجرت نیروهای متخصص پرداخت. شهاب جوانمردی در این همایش با بیان اینکه در همه حوزه‌ها با بحران نیروی انسانی و مهاجرت مواجه هستیم، اظهار کرد: «با اینکه همه ما از خروج هموطنان مان و نیروهای کارآمد از کشور ناراحت هستیم، اما این جمعیت حاضر در همایش قابلیت این را دارند که با وجود همه مشکلات، امکان توسعه را فراهم کنند. اقتصاد دیجیتال، نگاه متفاوتی به مسائل و مشکلات دارد و همواره برای توسعه راه‌حل دارد.»

مدیرعامل فناپ در بخش دیگری از صحبت‌های خود چالش‌های نگهداشت نیروی انسانی در کشور را بررسی کرد و در این خصوص توضیح داد: «یکی از انتقادات در این زمینه این است که بسیاری از جوانان را خودمان قبل از اینکه به ثمر برسند، اخته می‌کنیم و موجبات مهاجرت آنها را فراهم می‌کنیم؛ بنابراین چرا به آدم‌ها برچسب می‌زنیم و قبل از ثمردهی آنها را از چرخه خارج می‌کنیم؟»

جوانمردی در ادامه تسلط مدرک‌گرایی در بازار کار کشور را یکی از مشکلات در زمینه نیروی انسانی دانست و در این زمینه گفت: «تعریف مهارت و تخصص باید تغییر کند؛ چراکه تعریف فعلی سر درخت نیروی انسانی را قطع می‌کند. در بسیاری از جاهای دنیا موضوع مدرک و مدرک‌گرایی به شدت رو به افول است و صلاحیت‌های حرفه‌ای، توانمندی‌های نرم و تخصص‌ها باعث ارزش‌گذاری کار افراد می‌شود.»





در اختتامیه همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال مطرح شد

عصر دیجیتال متولی ندارد

هوش مصنوعی و حکمرانی داده ستون‌های آن هستند: «در این دو روز سعی کردیم این تارو پودهای دیجیتال را به هم بیافیم و در قالب پلتفرم ایده‌ها قدم به قدم این مفهوم را جلو ببریم. سعی کردیم موضوعات را براساس میزان تأثیرگذاری آنها بر اقتصاد دیجیتال بچینیم. چهارگانه کسب‌وکار، حکمرانی، تمدن و افراد را هم در این طرح تعریف کردیم.»

در ادامه اختتامیه رضا قربانی با اشاره به اینکه علاوه بر نقش رگولاتور، حواشی‌هایی درباره وزارت ارتباطات وجود دارد؛ مثل اینکه این وزارتخانه به مانع توسعه اقتصاد تبدیل شده، پرسید که واقعاً چه کسی باید مسئول و پاسخگوی عصر دیجیتال باشد؟

ولی‌اله فاطمی در پاسخ به این پرسش توضیح داد که الکترونیک و دیجیتال به صاحب و مالک وابسته نیستند. حکمران باید بداند که برای حرکت در این مسیر در کنار بخش خصوصی باشد. البته دغدغه‌های حاکمیت هم قابل درک و غیرقابل چشم‌پوشی است.

قربانی از فرشاد فاطمی نیز پرسید که توشه او به عنوان یکی از افراد تیم اجرایی از این دو روز همایش چه بوده است؟ او پاسخ داد برای ادامه انگیزه بیشتری گرفته است. او تصریح کرد: «هرچند می‌گوییم حکمران باید صدای ما را بشنود، اما برداشت من از گفته‌های نماینده‌های بیمه مرکزی و بانک مرکزی این بود که ادبیات و خواسته‌های آنها به ما شباهت دارد.»

نامداری نیز گفت: «همه ما گزینه رفتن و ترک کشور را داشته‌ایم، اما مانده‌ایم و حالا که هستیم سعی می‌کنیم با مجموعه کنش‌ها و مطالبه‌گری‌ها بر چهار رأس کسب و کار، حکمرانی، تمدن و مردم تأثیر بگذاریم.»

احمدآبادی نیز عنوان کرد که در سراسر دنیا نوآوران برای ایجاد تغییر برای ابهام‌زدایی از رگولاتور تلاش می‌کنند. با همین رویکرد ما با برگزاری این جنس همایش‌ها در این راستا قدم می‌گذاریم.

اختتامیه همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال با حضور فرهاد نیلی، مدیرعامل رهنمان؛ مجید نیلی احمدآبادی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران؛ محمد فاضلی، جامعه‌شناس؛ فرشاد فاطمی، عضو هیئت علمی دانشگاه شریف؛ نیما نامداری، تحلیلگر فناوری‌های مالی؛ ولی‌اله فاطمی، بنیان‌گذار گروه توسن و رضا قربانی، عضو هیئت‌مدیره سازمان نصر تهران به‌عنوان مدیر پتل برگزار شد.

در ابتدای اختتامیه همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال، رضا قربانی عنوان کرد: «عمده سخنرانی و ارائه‌های دوازده همایش به رگولاتور و حاکمیت معطوف بود، اما مواجهه ما با حاکمیت چگونه باید باشد؟ هر جا که می‌رویم در بحث اقتصاد دیجیتال به در بسته حاکمیت می‌خوریم.»

او خطاب به محمد فاضلی ادامه داد: «به‌عنوان کسی که در دانشگاه کار می‌کردید این تیغ تیز حاکمیت به تن شما خورده است و حالا سؤال من است که امروز آن طیف را چطور می‌بینید؟» فاضلی توضیح داد: «من یک ایده دارم و معتقدم توسعه یعنی پروژه‌های مشترک حاکمیت، بخش خصوصی و جامعه. یا به این شکل ادامه می‌دهیم یا سال‌ها و دهه‌ها عقب می‌افتیم. جامعه راه خودش را می‌رود، حکمران باید حرف‌ها بشنود که این هم‌افزایی شکل بگیرد، نمی‌دانم دیگر به چه زبانی بگوییم؛ از این روشن‌تر و واضح‌تر. این همه آدم در این دور روز به اینجا آمدند و درباره ساختن دنیای بهتری که در آن فرد ایرانی، بیزینس ایران و حاکمیت ایرانی باید کنار هم قرار بگیرند صحبت کردند. بارها گفته‌ایم که وظیفه حکمران اعتمادسازی است و در سایه اعتمادسازی اوست که بخش خصوصی درک می‌کند و اعتمادش را پاسخ می‌دهد.»

بر اساس گفته‌های نیلی نیز تاروپود زندگی دیجیتالی مانند ماتریسی است که سلامت، هنر و سرگرمی، بانکداری، بیمه، محیط زیست سطرها و تنظیم‌گری، پول دیجیتال، مقیاس‌پذیری، سرمایه‌انسانی، تحول دیجیتال،

او ادامه داد: «طبق یکی از گزارش‌های PWC در خصوص محیطی که استارت‌آپ‌ها در آن تبدیل به یونیکورن می‌شوند، در چنین محیطی دسترسی به سرمایه‌گذاران ضرورت دارد که این مهم در ایران محدود است. در ایران روابط بین سرمایه‌گذار و استارت‌آپ‌ها هم به درستی تنظیم‌گری نشده است.»

او افزود: «نکته دوم در خصوص ساخته شدن یونیکورن‌ها این است که دائم بخشی از زنجیره تولید علم در جهان باشیم. نکته سوم هم مربوط به دسترسی به بازارهای بین‌المللی است.»

طبق آماري که فردیس ارائه داد، ۸۰ درصد از ۱۲۱۵ یونیکورن جهان دامنه سرویس خود را به فضای بین‌المللی توسعه داده‌اند. او با اشاره به اینکه نکته مهم دیگر در خصوص محیط مناسب برای رشد یونیکورن‌ها محیط کسب‌وکار کارآفرینانه است، گفت: «این محیط در ایران توسط نظام حکمرانی، بخش خصوصی و مردم تضعیف شده است. ما نتوانسته‌ایم جوانان را نگه داریم و کاری کنیم افراد با اشتیاق پول خود را وارد این فضا کنند.»

یونیکورن شدن بدون دسترسی به بازار جهانی معنی ندارد

کیوان جامه‌بزرگ نیز درباره چشم‌انداز یونیکورن شدن شرکت‌های حوزه دیجیتال توضیح داد: «در فضای فعلی نمی‌توان ارزش‌گذاری دقیق و قابل استنادی درباره یونیکورن‌ها در ایران داشت. واقعیت این است که در شرایط موجود این سؤال مطرح می‌شود که یونیکورن بشویم تا بعد از آن چه اتفاقی بیفتد؟»

او ادامه داد: «در دنیا یونیکورن‌ها سمبل بزرگی برای امید به موفقیت هم برای سرمایه‌گذار و هم برای سرمایه‌پذیر محسوب می‌شوند، اما در حال حاضر اگر مجموعه‌های ما در ایران یونیکورن شوند، قرار است چه اتفاقی برایشان رقم بخورد؟»

به گفته جامه‌بزرگ، مسیرهای پیشرفت یونیکورن‌ها در ایران بسته است و به‌سختی می‌توان در مورد ارزش‌گذاری شرکت‌های بزرگ حوزه دیجیتال صحبت کرد. اما اگر شرکت‌هایی مانند اسنپ، دیجی کالا و علی‌بابا در کشوری مانند امارات بودند، حتماً ارزش‌شان بالای یک میلیارد دلار بود و یونیکورن محسوب می‌شدند.

معاون توسعه راهبردی و امور شرکت‌های فناپ با یادآوری این نکته که زمانی یونیکورن شدن تقریباً دست‌نیافتنی بود، گفت: «اما حالا حدود ۱۲۰۰ شرکت یونیکورن در دنیا وجود دارد و ما حتی با دکاکورن‌ها و هکتاکورن‌ها مواجه هستیم.»

جامه‌بزرگ با ذکر یک مثال ادامه داد: «در ترکیه شرکتی مانند ترندیول که سال‌ها بعد از دیجی کالا شروع به فعالیت کرده و به لحاظ ارزش بازار، میزان تراکنش روزانه و کاربر فعال به دیجی کالا نرسیده، دکاکورن

(استارت‌آپ با ارزش ۱۰ میلیارد دلار) شده است. به باور من شرکت‌های بزرگ حوزه دیجیتال ما در یک اقتصاد نرمال حتماً یونیکورن محسوب می‌شوند و قابل ارزش‌گذاری خواهند بود.» جامه‌بزرگ با بیان اینکه در یک اقتصاد بسته یا کوچک نمی‌توانیم یونیکورن‌های متعدد داشته باشیم، گفت: «یونیکورن‌های دنیا یا سرمایه‌گذار خارجی داشتند یا توانستند بازار بین‌المللی را در اختیار بگیرند. بازار ما در منطقه بازار بزرگی محسوب می‌شود، اما در بازار ۸۰ میلیونی با پولی که روز به روز تضعیف می‌شود، امید یونیکورن شدن در عرصه بین‌المللی ضعیف است. ما نیاز به اقتصاد بین‌المللی داریم که در آن یونیکورن‌ها به وجود بیایند.»



چرایی اهمیت یونیکورن‌هاست

فرشاد فاطمی در ادامه گفت‌وگو در این میز ایده عنوان کرد: «چرا یک میلیارد دلاری شدن استارت‌آپ‌های فناوری اهمیت دارد و برای آن اصطلاح ویژه‌ای نظیر یونیکورن خلق شده و به کار می‌رود؟»

فردیس در پاسخ به این پرسش ضمن بیان اینکه ملت‌ها به این موضوع توجه ویژه نشان دادند، توضیح داد: «شاید یکی از دلایل این امر آن است که قصد داشتند کشور خود را ری‌برند کنند. به‌عنوان مثال چین تا دهه گذشته عملاً کارخانه ارزان دنیا بود و توانست نزدیک به سه دهه رشد اقتصادی هشت تا ۱۰ درصد را به این روش به دست آورد.»

او ادامه داد: «اما این رشد اقتصادی از این طریق برای چین کافی نبود و برای استمرار رشد سالانه هشت تا ۱۰ درصدی نیاز به یک ری‌برندینگ داشتند. نیاز داشت که با نسل جدید خود مفاهمه کند، امید بیشتر به جامعه خود تزریق کند و در نهایت تصویر جدیدی از چین را به جهان عرضه کند.»

طبق صحبت‌های مدیرعامل سروآوا به همین دلیل است که در حال حاضر دیگر کسی چین را به‌عنوان یک کارخانه ارزان قیمت نمی‌شناسد و وقتی از چین صحبت می‌کنیم از شرکت علی‌بابا، آنت‌فایننشال، تیک‌تاک، بایدو، تنسنت و امثال اینها حرف می‌زنیم و چین امروز را به این شرکت‌ها می‌شناسیم.

دسترسی به بازار بین‌المللی ویژگی مهم محیط رشد یونیکورن‌هاست

فردیس در ادامه میز ایده بر تأکید بر اینکه از ۱۲۱۵ یونیکورن در جهان هیچ استارت‌آپی با پول ملی یونیکورن نشده، ادامه داد: «در امارات، مصر، سنگال، آرژانتین و کشورهای دیگر، استارت‌آپ‌ها با سرمایه بین‌المللی یونیکورن می‌شوند.»



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم





پرنده از قفس پرید

چرا نسل زد توییتر را نمی پسندد؟

بیزینس اینسایدر در سال ۲۰۱۹ نشان داد که فقط ۲۳ درصد از نسل زدی‌ها روزانه توییتر را چک می‌کنند. در واقع بسیاری از این افراد فقط برای چک کردن اخبار گاهی به توییتر سر می‌زنند. به گفته آنها توییتر با خواسته‌های آنها همخوانی ندارد.

چرا نسل زد لینکدین را ترجیح می‌دهند؟
«سوزی اونز»، مدیر ارشد ارتباطات شرکتی لینکدین می‌گوید: «جمعیت نسل زد در لینکدین به سرعت روبه‌رشد است؛ به نحوی که نسبت به سال گذشته ساخت حساب کاربری توسط دانش‌آموزان ۷۴ درصد افزایش یافته است.»

داده‌های انتشارات درام هم نشان می‌دهد تا سال ۲۰۲۵، نسل زد ۲۷ درصد نیروی کار را تشکیل می‌دهند. به همین دلیل این نسل برای آموختن حرفه، یادگیری، شبکه‌سازی و استفاده از فرصت‌های تجاری به‌طور گسترده‌ای به شبکه‌های اجتماعی روی آورده‌اند. بر اساس برآوردها مشارکت این افراد در لینکدین دوبرابر سال ۲۰۲۰ است و با وجود ۷۸ میلیون نسل زد در لینکدین، جمعیت آنها در حال حاضر ۱۰ درصد از کل کاربران این پلتفرم را تشکیل می‌دهد. علاوه بر این، لینکدین برای ایجاد یک پلتفرم ایمن، فراگیر و قابل اعتماد برای کاربران خود تلاش کرده است. چنانچه یکی از نظرسنجی‌های لینکدین نشان می‌دهد که ۸۰ درصد نسل زدی‌ها معتقدند لینکدین برندی است که می‌تواند به آن اعتماد کنند. ۷۳ درصد آنها هم از ارسال محتوا و تعامل با سایر کاربران احساس امنیت می‌کنند. در حالی که سایر شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی مانند تیک‌تاک با نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و مشکلات قانونی مواجه هستند، شرکت مادر لینکدین، مایکروسافت، تا حد زیادی از برچسب‌های منفی دور مانده است. به علاوه، لینکدین اقداماتی را برای رسیدگی به مسائلی مانند آزار و اذیت و سخنان مشوق عداوت و تنفر انجام داده است.

سال‌ها توییتر انتخاب اول جوانانی بود که به دنبال برجسته کردن نام‌شان در صنعت و حرفه‌ای بودند که در آن فعالیت می‌کردند. با این حال، در سال‌های اخیر، لینکدین به‌عنوان یک رقیب جدی برای توییتر ظاهر شده و مخاطبان آن روزبه‌روز بیشتر می‌شوند. از طرف دیگر خرید توییتر توسط ایلان ماسک و اتفاقات متعاقب آن باعث شدند که توییتر محیط ناپایداری داشته باشد. این مسئله محرک دیگری برای ترک توییتر توسط نسل زد می‌باشد. به نظر می‌رسد توییتر و نسل زد به یک نقطه حساس رسیده‌اند که اگر توییتر مشکلات خود را حل نکند، این افراد به‌زودی از این پلتفرم کوچ خواهند کرد.



راضیه مینایی
Raziyeh.minaei995@gmail.com

چونامطلوب از دید نسل زد می‌باشد
«جیک بچورست»، بنیان‌گذار و مدیرعامل Trndstrs یکی از کاربران نسل زد لینکدین با ۶۰ هزار فالوور، معتقد است: «به‌طور کلی نسل زد می‌تواند توییتر را ترک کند و به پلتفرم‌های دیگر بگردد. این نسل زد به یک نقطه حساس رسیده‌اند که اگر توییتر مشکلات خود را حل نکند، این افراد به‌زودی از این پلتفرم کوچ خواهند کرد.»

جو این پلتفرم سیاسی، سنگین و جنجال‌برانگیز است. همچنین داده‌های به‌دست آمده از نظرسنجی وی‌پلاس نشان می‌دهد از سال ۲۰۱۶ استفاده از توییتر بین نسل‌های زد و ملنیال روبه‌کاهش است. شاید نسل زد‌ها چهار ساعت از زمان خود را در روز صرف پلتفرم‌های آنلاین کنند، اما تمام این چهار ساعت را در یک پلتفرم نمی‌گذرانند. این نسل از اسنپ‌چت برای ارتباط برقرار کردن، از اینستاگرام برای همراهی با دوستان‌شان، از یوتیوب برای خندیدن و یادگیری، از لینکدین برای یافتن شغل و ساخت برندهای شخصی، از فیس‌بوک برای گروه‌ها، تولدها و رویدادها و از تیک‌تاک برای خوش‌گذرانی استفاده می‌کنند. «نیل سیوآداس»، یکی از کاربران پرتعداد لینکدین در این مورد اشاره می‌کند: «توییتر هم یکی از پلتفرم‌های اصلی است، اما واقعاً نمی‌دانیم با آن چه کاری انجام دهیم. توییتر برای نسل ما پلتفرمی است که در آن حساب کاربری داریم، اما بسیار کم از آن استفاده می‌کنیم.» نظرسنجی



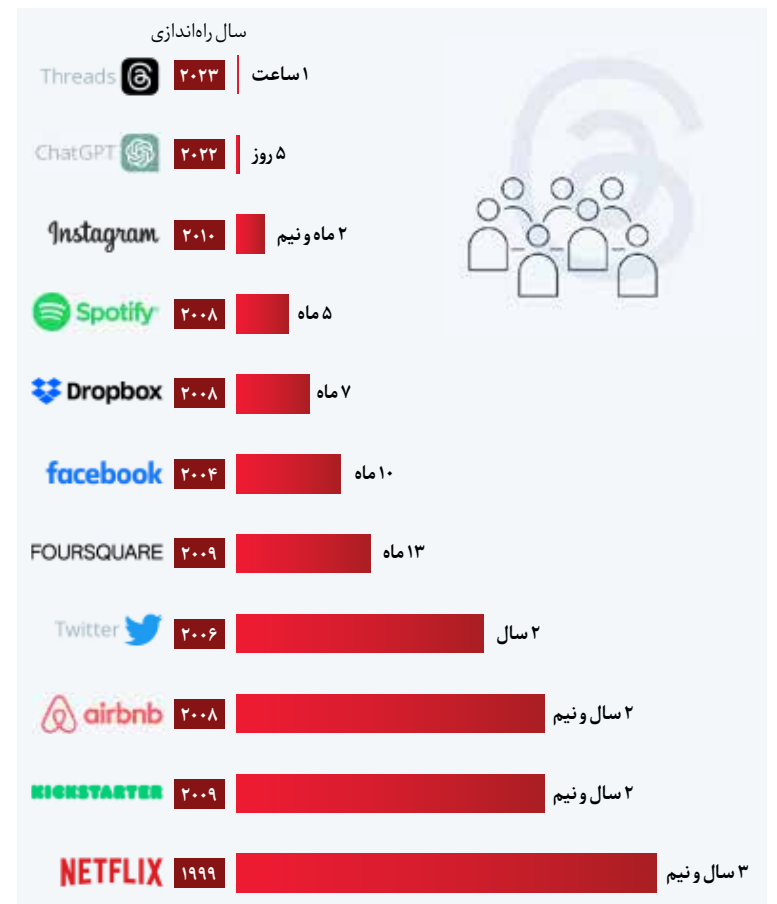
جذب یک میلیون کاربر طی یک ساعت! تردز؛ پرچم‌دار پلتفرم‌های آنلاین از لحاظ جذب مخاطب

دراپ‌باکس و فیس‌بوک هستند که توانسته بودند این تعداد کاربر را به‌ترتیب در ۷ و ۱۰ ماه جذب کنند. برای سایر پلتفرم‌ها مانند فوراسکوئر و توییتر دست‌یافتن به یک میلیون کاربر بیش از یک سال زمان برد.

تأثیر فراگیری اینترنت بر جذب مخاطب

لازم به ذکر است عمر برخی پلتفرم‌هایی که در فهرست زیر آمده از ۱۵ سال بیشتر است. برای مثال نتفلیکس که در سال ۱۹۹۹ تأسیس شد، بعد از سه سال و نیم، یک میلیون کاربر داشت. این موضوع خود نشان‌دهنده پیشرفت پلتفرم‌های آنلاین و اینترنت است. با مرور این نمودار می‌توان نتیجه گرفت همان‌طور که اینترنت در طول زمان فراگیرتر شد، خدمات آنلاین نیز توانستند با سرعت بیشتری کاربر جذب کنند. به عبارت دیگر، هر چه جلوتر می‌رویم و اینترنت بیشتر توسعه پیدا می‌کند و دسترسی مردم به خدمات آنلاین راحت‌تر می‌شود، پلتفرم‌ها با سرعت بیشتری رشد می‌کنند و مخاطبان بیشتری را در زمان کوتاه‌تری به دست می‌آورند.

بر اساس گفته شرکت متا، تردز توانسته در دو ساعت اول بعد از راه‌اندازی دو میلیون کاربر جذب کند. این محصول جدید شرکت متا از پیام‌های متنی حداکثر ۵۰۰ کاراکتری، عکس و فیلم‌های کوتاه‌تر از پنج دقیقه‌ای پشتیبانی می‌کند. تردز از دید سازندگان آن مکانی برای مکالمات دوستانه است. تردز که رقیبی برای توییتر محسوب می‌شود، توسط ایلان ماسک تهدید شده است. در واقع ایلان ماسک گفته که از متا برای استخدام کارمندان سابق توییتر و سرقت اسرار تجاری شکایت خواهد کرد. در حال حاضر تردز از لحاظ سرعت دانلود توسط کاربران در بین پلتفرم‌های آنلاین دیگر، رتبه اول را دارد و توانسته پرچم را از دست چت‌جی‌پی‌تی بگیرد. چت‌جی‌پی‌تی که در ماه نوامبر راه‌اندازی شد، بعد از پنج روز توانست یک میلیون کاربر جذب کند. سایر سرویس‌های آنلاین مانند توییتر و اسپاتیفای نیز در مدت زمان طولانی‌تری توانستند این مقدار کاربر را جذب کنند. برای مثال اینستاگرام در دو ماه و نیم و اسپاتیفای طی پنج ماه توانستند یک میلیون کاربر جذب کنند. رتبه پنجم و ششم در این فهرست



شماره: ۱۰۵
آدرس: تهران، خیابان ولیعصر
سال سوم



هشدار به بیگ تک‌ها!

زنگ خطری برای منابع انرژی

سال گذشته چیزی نمانده بود که برق مرکز داده الی قطع شود. الی یک مرکز داده ابری واقع در ویرجینیای شمالی است؛ منطقه‌ای که بیشتر از هر جایی در آمریکا مرکز داده دارد. قطعی برق یک مرکز داده موضوع مهمی است و نشان‌دهنده میزان مصرف برق این نوع مراکز است. در واقع مراکز داده برقی زیادی مصرف می‌کنند تا جایی که شرکت برق این منطقه، دومینیون انرژی، هشدار داده بود که شاید نتواند تقاضای این مراکز را تأمین کند. تازه این اتفاق قبل از محبوبیت هوش مصنوعی مولد و ظهور چت‌جی‌پی‌تی رخ داده بود. این فناوری مصرف انرژی مراکز داده جدید را تقریباً دو یا سه برابر می‌کند.

جنگ بیگ تک‌ها بر سر انرژی

ارائه‌دهندگان اصلی فضای ابری مانند آمازون، مایکروسافت و گوگل با هم در رقابت هستند تا به تقاضای روزافزون برای هوش مصنوعی مولد پاسخ دهند، اما مسئله مهم‌تر، دسترسی به برق است؛ چیزی که حتی ممکن است از طراحی مدل‌های جدید اهمیت بیشتری داشته باشد. بر اساس گزارش شرکت مک‌کنزی پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰، مصرف برق مراکز داده به ۳۵ گیگاوات در سال برسد. لازم به ذکر است مصرف برق این مراکز در سال ۲۰۲۲، ۱۸ گیگاوات بود و این افزایش مصرف بسیار چشم‌گیر است. افزون بر این، گزارش تحقیقاتی دیگری تخمین زده که مراکز داده هوش مصنوعی می‌توانند بیش از پنج‌برابر مراکز داده ابری انرژی مصرف کنند. در واقع نه تنها صنعت فناوری، بلکه سایر صنایع و کل جامعه آمادگی این موج از مصرف انرژی را ندارند. به نظر می‌رسد آینده چالش‌برانگیزی در انتظار است؛ آینده‌ای که در آن شرکت‌های بزرگ فناوری با ساخت مدل‌های هوش مصنوعی باعث مختل شدن شرکت‌ها و بیکاری کارمندان می‌شوند؛ زیرا آنها با فعالیت‌هایی که در زمینه هوش مصنوعی انجام می‌دهند، نه تنها هزینه انرژی خود را افزایش می‌دهند، بلکه کار شرکت‌های دیگر را نیز مختل می‌کنند. چنانچه «نامو»، تولیدکننده اسلحه، اعلام کرده

دیگر نمی‌تواند کارخانه خود را توسعه دهد، زیرا تمام برق مازاد منطقه توسط مراکز داده تیک‌تاک مصرف می‌شود. علاوه بر شرکت‌ها، صدای خانوارها هم در مورد این وضعیت بلند شده است. برای مثال در سال ۲۰۲۲ مردم در اعتراض به مرکز داده جدید آمازون در ویرجینیا تجمع کردند.

چرا مراکز داده نسل جدید انرژی بیشتری مصرف می‌کنند؟

آموزش مدل هوش مصنوعی بسیار انرژی‌بر است و به استفاده از واحدهای پردازش گرافیکی نیاز دارد. این پردازنده‌های گرافیکی تراشه‌های تخصصی‌ای هستند که بهتر از واحدهای پردازش مرکزی یا پردازنده‌هایی که در اکثر سرویس‌های ابری سنتی استفاده می‌شوند، عمل می‌کنند. این پردازنده‌ها سریع‌تر کار می‌کنند و می‌توانند همزمان چند عمل را انجام دهند. سرورهای کامپیوتری هوش مصنوعی که در مراکز داده نصب می‌شوند، اغلب مجهز به چندین پردازنده گرافیکی هستند و معمولاً توسط انویدیا عرضه می‌شوند. هر پردازنده گرافیکی حدود ۴۰۰ وات برق مصرف می‌کند؛ بنابراین یک سرور هوش مصنوعی می‌تواند دو کیلووات برق مصرف کند. در حالی که یک سرور معمولی ابری ۳۰۰ تا ۵۰۰ وات برق استفاده می‌کند.

هشدار مایکروسافت

«تام کین» که حدود دو دهه بر مراکز داده ابری مایکروسافت نظارت داشت، سال گذشته در مورد همین مسئله هشدار داد. کین گفت: «راه‌اندازی یک مرکز داده هوش مصنوعی به ۱۰۰ کیلووات انرژی نیاز دارد، در حالی که برای راه‌اندازی یک مرکز داده معمولی تقریباً یک سوم این مقدار نیاز است، زیرا برای آموزش یک مرکز داده اولاً آن مرکز تا جایی ممکن بزرگ ساخته می‌شود و ثانیاً کامپیوترهای زیادی در آن قرار داده می‌شوند که ۲۴ ساعته کار می‌کنند و این مرکز داده با قدرت زیادی انرژی مصرف می‌کند.» او افزود: «اما وقتی فکر کنید هوش مصنوعی چه چیزی ارائه می‌دهد و چه کارهایی می‌کند، نظرتان عوض می‌شود.»



نتفلیکس چگونه تلاش می‌کند تا کاهش رشد بی‌سابقه خود را جبران کند؟

فصلی جدید برای غول استریم

رشد نتفلیکس در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۰ به ترتیب ۱۸/۸۱ و ۲۴/۰۱ درصد بوده است. با نگاهی به این ارقام متوجه رشد نزولی این شرکت در سال‌های اخیر به خصوص سال ۲۰۲۲ می‌شویم.

البته هنوز مشخص نیست که آیا آخرین سرمایه‌گذاری نتفلیکس و روی آوردن آن به استریم بازی‌های ویدئویی موفق خواهد شد یا خیر؛ خصوصاً وقتی می‌بینیم شرکتی مانند گوگل سرویس استریم بازی‌های خود را پس از گذشت کمتر از سه سال تعطیل می‌کند. ولی نباید فراموش کرد که زمانی نتفلیکس در صنعت استریم پیشرو بود و در سال ۲۰۰۷ جهت کل صنعت سرگرمی را تغییر داد و آن را به سمت استریمینگ برد.

آهسته و پیوسته

به نظر می‌رسد نتفلیکس با وجود اشتیاقی که به راه‌اندازی بازی‌های ویدئویی دارد، اما آهسته و با سرعت ثابتی در این مسیر حرکت می‌کند. البته این اقدام نتفلیکس به نفع رقباست و هنوز آنها را به عکس‌العمل وانداشته است. به گزارش تک کرانچ، نایت اسکول استودیو اولین استودیویی بود که توسط نتفلیکس در سپتامبر ۲۰۲۱ خریداری شد. یک ماه پس از راه‌اندازی این استودیو، دو بازی به صورت آزمایشی راه‌اندازی شدند که با سری بازی‌های «استرنج تینگز» مرتبط بودند.

«شان کرانکل»، بنیان‌گذار نایت اسکول استودیو می‌گوید: «ما باز یگران زیادی را دیده‌ایم که وارد این فضا می‌شوند و تلاش می‌کنند یک تغییر بزرگ ایجاد کنند، اما قرار است رویکردی محتاطانه و سنجیده در پیش بگیریم. قرار نیست به سرعت به نوک قله صعود کرده و آن را فتح کنیم و پرچم نتفلیکس را هم در آنجا بگذاریم.»

نتفلیکس قصد دارد مانند رقبا یک گام به جلو بردارد و صفحه جدیدی را در شرکت خود باز کند. به عبارت دیگر این شرکت استریم قصد دارد با هدف جذب و حفظ مخاطبان جوان‌تر بخش بازی‌های ویدئویی را به صورت جدی دنبال کند. رقبا نتفلیکس در سال‌های اخیر اچ‌بی او مکس و دیزنی پلاس را راه‌اندازی و در برند خود تغییراتی ایجاد کرده‌اند. این موضوع باعث شده پیشنهادها موجود در نتفلیکس محدود به نظر برسند.

در اواخر سال ۲۰۲۱، نتفلیکس شروع به ساخت بازی‌های اپلیکیشن موبایل خود کرد. بر اساس گزارش‌ها نتفلیکس در راستای ساخت بازی‌های ویدئویی، یک استودیوی اختصاصی به نام «نایت اسکول استودیو» در هلسینکی فنلاند راه انداخت و ده‌ها نفر را در آن استخدام کرد تا بازی‌های استریم بسازند. نتفلیکس اوایل همین ماه هم جدیدترین بازی شرکتش را منتشر کرد.

«آکسون فری ۲: لاست سیگانلز»، جدیدترین بازی نتفلیکس، یک بازی گرافیکی ماجراجویانه است که ادامه سری اول آن است. این بازی بسیار پرفرمدار روی اپلیکیشن موبایل نتفلیکس، پلی‌استیشن و نینتندو سوئیچ در دسترس است.

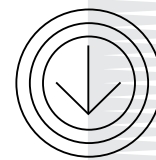
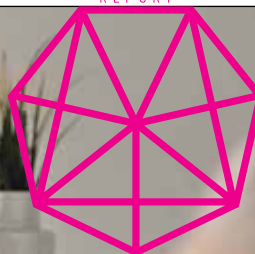
کاهش رشد بی‌سابقه نتفلیکس

به نظر می‌رسد روی آوردن نتفلیکس به بازی‌های آنلاین ویدئویی به این دلیل است که رشد آن به شدت کاهش یافته و تک‌رقمی شده است. طبق داده‌های شرکت «استاک آنالیز» رشد سالانه این شرکت تا سال گذشته هرگز زیر ۱۲ درصد نبوده است. اگرچه نتفلیکس در سال ۲۰۲۲، به میزان ۳۱/۶۲ میلیارد دلار درآمد داشت، اما سال خود را با رشد ۶/۴۶ درصدی به پایان رساند. لازم به ذکر است



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم





کارگران استارباکس در تلاش برای پیوستن به اتحادیه کارگری یک دعوی قدیمی

کارگران خیابان میشیگان استارباکس برای رأی دادن به اتحادیه، پرونده تشکیل می دهند. این عملیات بیش از ۲۰۰ کارمند دارد و رأی گیری تعیین می کند که آیا آنها می توانند به عنوان بخشی از اتحادیه بین المللی کارکنان خدمات قرارداد ببندند یا خیر. این اتحادیه گفته که این بخش بیش از ۲۰۰ کارمند دارد و با ۳۵ هزار فوت مربع بزرگترین شعبه استارباکس است که در سال ۲۰۱۹ افتتاح شد. تشکیل پرونده در هیئت ملی روابط کار ایالات متحده شامل کارت های امضا شده از کارمندان است که خواستار رأی گیری در مورد وابستگی به اتحادیه هستند.



شماره ۱۰۵
مهره ۱۴۰۲
سال سوم

استارباکس که با عنوان «شریک» از کارمندان خود یاد می کند، گفته است: «به عنوان یک شرکت معتقدیم که روابط مان با شرکایمان، هسته اصلی فرهنگ و تجربیاتی است که در فروشگاه های خود ارائه می دهیم. برای این منظور هر جا که بتوانیم به سرعت و به طور گسترده مزایای شریک را بهبود می بخشیم. گذشته ما نشان دهنده نوع برخورد ماست.»

این شرکت گفته است که کارکنان ۱۸,۷۵ تا ۳۰,۲۵ دلار در ساعت بر اساس شغل و سابقه شغلی دریافت می کنند و اعلام کرد که از انتخابات مخفیانه استقبال می کند. کارگران استارباکس را به ارائه دستمزدهای غیراستاندارد و شرایط کاری ناپایم متهم کرده و استدلال می کنند که برخی از ناظران سوءاستفاده کرده اند.

اگر کارگران به اتحادیه بپیوندند، به همکاران خود در دو رستوران دیگر استارباکس در آمریکای شمالی خواهند پیوست. کارمندان سیاتل و نیویورک در آوریل ۲۰۲۲ به اتحادیه پیوسته اند. اتحادیه و استارباکس بر سر رفتار ناعادلانه کاری از جمله اخراج کارگران طرفدار اتحادیه، درگیر دعوا شده اند. هیئت ملی روابط کار ایالات متحده که نظارت بر اتحادیه را بر عهده دارد، اعلام کرده که ۱۰۰ شکایت در مجموع ۳۵۷ اتهام علیه استارباکس صادر کرده است.

قاتلان جدید بهره وری

تحقیقات مؤسسه گالوپ نشان می دهد فرسودگی شغلی و مشکلات سلامت روان بزرگ ترین مشکلاتی خواهند بود که بر میزان بهره وری کارمندان تأثیر منفی می گذارند

وقتی گالوپ بزرگترین روندهایی را که رهبران کسب و کار باید در سال جاری مراقب آنها باشند فهرست کرد، پیامی صریح در مورد بهزیستی روان شناختی ارائه داد: «فرسودگی شغلی و مشکلات سلامت روان، قاتلان جدید بهره وری هستند». سه نفر از هر ۱۰ کارمند گزارش داده که اغلب یا همیشه دچار فرسودگی می شود و از هر ۱۰ نفر، چهار نفر می گویند که کار بر سلامت روان آنها تأثیر منفی داشته است.

نظرسنجی گالوپ یک شکاف بزرگ و روشن بین نحوه نگاه کارکنان و رهبران را به سازمان ها نشان داد: ۶۵ درصد از مدیران ارشد منابع انسانی به شدت موافق بودند که سازمان آنها به رفاه کلی کارکنان اهمیت می دهد، اما فقط ۲۴ درصد از کارمندان همین نظر را داشتند. بسیاری از سازمان ها واقعاً می خواهند به کارکنان خود کمک کنند تا به وضعیت سلامتی بهتری دست یابند، اما به اندازه کافی تلاش نمی کنند تا متوجه شوند برای

تحقق این امر چه چیزی لازم است. اغلب اوقات ابتکارات بهداشت روانی در دسته بندی سلامت شخصی قرار می گیرند. بسیاری از مشاغل پوشش بیمه خدمات سلامت روان و دسترسی به مشاوره ارائه می دهند؛ برخی برای کارمندانی که به دفتر می آیند، کلاس های مدیتیشن یا یوگا در محل برگزار می کنند. رهبران کسب و کار اغلب فکر می کنند با انجام این ابتکارات می توانند بگویند نقش خود را در کمک به مراقبت از سلامت روان اعضای تیم

این یک تصمیم منطقی است

فارمرز گروپ کارمندان را ملزم به حضور در دفتر کرد

پس از اینکه مدیرعامل جدید غول بیمه، «فارمرز گروپ» از سیاست دورکاری عقب نشینی کرد، کارمندان تهدید به استعفا یا عضویت در اتحادیه کارگری می کنند. «وال استریت ژورنال» که اسکرین شات هایی از واکنش ها را بررسی می کرد، گزارش داد کارمندان ناامیدی خود از این تصمیم را در یک پلتفرم رسانه اجتماعی داخلی فارمرز گروپ با بیش از ۲۰۰۰ نظر ابراز کردند. کارگرانی که در این پلتفرم اظهار نظر کرده اند، گفته اند در حال بررسی گزینه ترک شغل یا تشکیل اتحادیه هستند. یکی از آنها گفته با این وعده استخدام شده که دورکاری ممکن خواهد بود.

سنت را بر عهده گرفت، ماه گذشته اعلام کرد که اکثر کارمندان باید سه روز در هفته در دفتر کار کنند. کارلی کرافت، سخنگوی فارمرز گروپ گفت که این شرکت در ماه سپتامبر به سیاست کار ترکیبی تغییر رویه خواهد داد. او گفت این کارمندان سه ماه مهلت داشتند تا تعدیل و ترتیبات را انجام دهند. کرافت نوشت: «تغییر سیاست ترکیبی تقریباً بر ۶۰ درصد از کارکنان شرکت تأثیر خواهد گذاشت.» این بیانیه ادامه داد: «ما معتقدیم رویکرد ترکیبی به ما امکان می دهد به انعطاف پذیری که همه ما برای آن ارزش قائل هستیم، دست یابیم و در عین حال از مزایای محیط اداری بهره ببریم. هدف ما این است که همکاری، خلاقیت و نوآوری



مدیر اجرایی سابق گلدمن ساکس از این بانک به خاطر فرهنگ کاری پرفشار و تهاجمی شکایت کرد

تأثیر منفی فرهنگ قلدری

روزنامه «دیلی تلگراف» با استناد به یک شکایت حقوقی گزارش داد یکی از مدیران سابق گلدمن ساکس گفته فرهنگ کار در دفتر لندن آن قدر بد است که مردم در جلسات گریه می‌کنند.

به گزارش تلگراف، یان داد مدیر اجرایی سابق این شرکت گفته که «فرهنگ قلدری» گلدمن، او را به سمت فروپاشی روانی سوق داده و ساعات بسیار طولانی کار بر سلامت روان او تأثیر منفی گذاشته است. بر اساس داده‌های پرونده گلدمن، این شکایت توسط داد که رئیس جهانی استخدام در گلدمن ساکس بود، در دیوان عالی دادگستری لندن ثبت شد.

تلگراف گزارش داده که او در پایان سال ۲۰۱۸ به این بانک ملحق شده بود و در سال ۲۰۲۱ آن را ترک کرده است.

در گزارش تلگراف آمده که داد گفته فرهنگ کار در بانک سرمایه‌گذاری نخبگان آن قدر ضعیف بود که کارمندان حتی نظرات تهاجمی مانند «این را به عنوان اولین مشت به صورت تان قبول کنید» می‌شنیدند.

گلدمن ادعای داد درباره گریه کارمندان در جلسات را در پرونده حقوقی خود در پاسخ به این شکایت رد کرد. بانک در پرونده خود که با اینسایدر در میان گذاشت، گفت: «همانند بسیاری از محیط‌های کاری، مواردی وجود داشت که همکاران به دلایل مختلف (گاهی بی‌ربط به کار و گاهی اوقات مرتبط با کار) ناراحت می‌شدند، اما تکرار یا معمول بودن چنین مواردی تکذیب می‌شود.»

گلدمن همچنین گفته که این شرکت «خواسته‌های غیرمنطقی یا نامناسب» را به داد تحمیل نکرده و به او «هدف یا اهداف تحویل یا ضرب‌الاجل» نداده است. این بانک در پرونده خود گفته است: «اگر او احساس فشار می‌کرد، این فشار از درون بوده و به او

تحمیل نشده است. اگر او ساعات کاری بیش از حدی داشت، به این دلیل نبود که از او چنین خواسته‌ای داشتیم یا چنین انتظاری می‌رفت.» پرونده بانک همچنین می‌گوید «پشتیبانی کافی» و «منابع سلامتی» از جمله حمایت از سلامت روان را برای او فراهم کرده است.

گلدمن در بیانیه‌ای به اینسایدر گفت: «ما معتقدیم این ادعاها کاملاً بی‌مورد هستند.» حساب کاربری لینکدین که به نظر می‌رسید متعلق به داد باشد، بلافاصله به پیام اینسایدر که خواستار اظهار نظر فوری بود، پاسخی نداد. فرهنگ محیط کار پرفشار در گلدمن ساکس و بانکداری سرمایه‌گذاری به طور کلی موضوع پوشش مطبوعاتی و دادخواهی بوده است.

در سال ۲۰۲۱ یک نظرسنجی غیررسمی از ۱۳ بانکدار جوان که برای مدیریت گلدمن ساکس ارسال شد و شرایط کاری «غیرانسانی» در این شرکت را توصیف می‌کرد، در رسانه‌های اجتماعی منتشر شد. سخنگوی گلدمن در آن زمان در بیانیه‌ای به اینسایدر گفته بود: «یک سال پس از ابتلا به کووید، مردم به طور قابل درکی درگیر هستند و به همین دلیل است که ما به نگرانی‌های آنها گوش می‌دهیم و اقدامات متعددی برای رسیدگی به این نگرانی‌ها انجام می‌دهیم.»

گزارش شده است که سال گذشته در ایالات متحده، گلدمن ساکس به اتهامات شریک سابق خود که به فرهنگ تبعیض علیه زنان در این شرکت متهم شده بود، رسیدگی کرد. بلومبرگ در آن زمان گزارش داد که بانک ۱۲ میلیون دلار به شریک سابق پرداخت کرد تا این مطالبات را تسویه کند و اشاره کرد که مشاور عمومی بانک در آن زمان گفته است گزارش‌های بلومبرگ حاوی اشتباهاتی است و ما این داستان را رد می‌کنیم.

خود ایفا کرده‌اند. اما آیا واقعاً این طور است؟

ورزش و بهبود سلامت روان

سلامت روان با بسیاری از اشکال دیگر سلامتی مرتبط است که برخی از آنها تمرکز کمی از سوی کارفرمایان دریافت می‌کند. در واقع محققان در تحقیق برای «وضعیت تناسب کار و زندگی» دریافتند که کمک به کارکنان در سایر شکل‌های سلامتی اغلب بزرگ‌ترین راه برای کمک به سلامت روان است.

ثابت شده است که ورزش فیزیکی سلامت روان را بهبود می‌بخشد. در نظرسنجی از ۵۰۰۰ کارمند در صنایع مختلف، بسیاری گفتند که انجام تمرینات

ورزشی روش مورد علاقه آنها برای مبارزه با استرس است. همچنین آنها دریافتند کسانی که از دسترسی کارفرما به باشگاه‌های ورزشی استفاده می‌کنند، ۴۳ درصد کمتر احتمال دارد که شغل خود را بعد از دو ماه ترک کنند. این مطالعات نشان می‌دهد وقتی کسب‌وکارها به افراد امکان دسترسی به فعالیت‌های فیزیکی و انعطاف‌پذیری برای شرکت در این فعالیت‌ها در ساعات کاری معمولی می‌دهند، میزان بهره‌وری و رضایت کارکنان نیز افزایش زیادی پیدا می‌کند. این

تازه شروع کار است. برنامه‌های سلامت مالی مستقیماً به سلامت روان نیز مرتبط است. در مقایسه با ۵۸ درصد در سال گذشته، نزدیک به دو سوم (۶۴ درصد) آمریکایی‌ها تا حدودی یا بسیار نگران پول هستند. بنیاد اتاق بازرگانی ایالات متحده می‌گوید برنامه‌های سلامت

مالی به قدری تأثیرگذار هستند که تبدیل به یک الزام در دنیای تجارت شده‌اند. اما بسیاری از کارفرمایان هنوز از ارائه این برنامه‌ها امتناع می‌کنند. مزایایی که کارکنان مایل‌اند در دسترس داشته باشند، شامل دسترسی به مشاوره متخصصان سرمایه‌گذاری، خدمات بانکی بدون کارمزد و تخفیفات وام مسکن است.

تمرکز بر سلامت اجتماعی

در مرحله بعد سازمان‌ها باید سلامت اجتماعی را که شامل کمک به کارکنان برای توسعه و تقویت روابط است، به عنوان بخشی از استراتژی رفاه کارکنان خود قرار دهند. به خصوص در محیط‌های دورکاری یا هیبرید که پیدا کردن دوستان نزدیک از طریق کار برای افراد چالش‌برانگیزتر

است.

ابتکارات متعددی می‌تواند به رفع این مشکل کمک کند. برخی شرکت‌ها برنامه ناهار ترتیب می‌دهند، از جمله ناهار مجازی که طی آن از مردم انتظار نمی‌رود کار کنند، بلکه این دورهمی‌ها صرفاً برای صحبت و برقراری ارتباط انجام می‌شود. رویدادهای خارج از محل و روزهای خیریه که در آن کارمندان برای انجام کارهای غیرانتفاعی گرد هم می‌آیند، می‌تواند فرصت‌های مناسبی برای ایجاد پیوند میان همکاران باشد. مؤسسه ملی بهداشت ایالات متحده توصیه می‌کند افراد برای بهبود سلامت اجتماعی باید با هم فعالیت کنند، بنابراین فرصت‌های کارمندان برای فعالیت بدنی در گروه می‌تواند مفید باشد.

سلامت فکری و فرصتی برای رشد

شاید ناشناخته‌ترین بخش یک استراتژی برای تقویت سلامت روانی کارکنان، سلامت فکری باشد. همان‌طور که بخش علوم بهداشت دانشگاه ایالتی واشنگتن تحلیل می‌کند، سلامت فکری درگیر کردن فرد در فعالیت‌های ذهنی خلاق و محرک برای گسترش دانش و مهارت‌ها در جهت کمک به رشد پتانسیل‌های فردی است. دسترسی

کارکنان به طیف گسترده‌ای از گزینه‌ها برای یادگیری در مورد دنیای اطراف‌شان می‌تواند برای بهبود سلامت روان شگفت‌انگیز باشد. این امر همچنین می‌تواند به آنها کمک کند خارج از چهارچوب فکر کرده و ایده‌های جدید را راحت‌تر بررسی کنند.

ارائه همه این راه‌حل‌ها ممکن است برای همه شرکت‌ها دشوار و سنگین باشد، اما لازم نیست هر شرکتی همه این کارها را خودش انجام دهد. با رشد سرسام آور استارت‌آپ‌های BYB بیشتر و بیشتری ایجاد می‌شوند تا این نوع فرصت‌ها را برای ارائه به کارکنان در اختیار سازمان‌ها قرار دهند.

کلید کسب‌وکارها این است که بدون فشار به کارمندان قدرت دسترسی و انتخاب بدهند. به عنوان یک مدیر عامل تأثیر پذیرش این درک گسترده‌تر از سلامت روانی را دیده‌ام. هرچه خدمات بیشتری پیشنهاد دهیم، کارمندان بیشتری می‌گویند که رفاه آنها بهبود یافته است.



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

در نظر سنجی از ۵۰۰۰ کارمند در صنایع مختلف، بسیاری گفتند که انجام تمرینات ورزشی روش مورد علاقه آنها برای مبارزه با استرس است



شماره ۱۰۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم

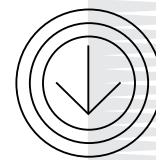


سیاست‌های کاری انعطاف‌پذیر عادت کردند، این سیاست‌های جدید باعث اعتراض بسیاری از آنها در سراسر صنایع شده است. برخی کارمندان فارمرز گروپ این تصور را داشتند که سیاست قبلی کار از راه دور یک «تغییر دائمی» است، اما مدیران گفته‌اند در سال ۲۰۲۲، زمانی که جف دیلی مدیرعامل بود، کار حضوری اختیاری بود.

کرافت گفت: «تصمیم به استقبال از دورکاری در آغاز همه‌گیری در مارس ۲۰۲۰، تصمیمی بود که در آن زمان منطقی بود و اتخاذ رویکرد ترکیبی در سپتامبر ۲۰۲۳ چیزی است که اکنون برای سازمان ما منطقی به نظر می‌رسد.»

را تقویت کنیم و در عین حال فرصت‌های بهتری برای یادگیری، آموزش، راهنمایی، توسعه شغلی و تعامل ارگانیک فراهم کنیم.» تصمیم وارگاس منعکس‌کننده رفتار فهرست‌فزاینده‌ای از شرکت‌هایی است که کارگران را به کار در دفتر دعوت می‌کنند. هفته گذشته متا گفت که کارمندان باید سه روز در هفته در محل کار خود حضور داشته باشند. کارکنان آمازون اخیراً در اعتراض به برنامه‌های بازگشت این شرکت به دفتر، دست از کار کشیده‌اند.

مدیران بر این باور تأکید کرده‌اند که کار حضوری باعث افزایش بهره‌وری و همکاری کارمندان می‌شود. با این حال، پس از اینکه کارمندان در طول همه‌گیری به



استفاده از هوش
مصنوعی در الومارت

دسترسی
به راحتی بیشتر

گروه فناوری در الومارت در استفاده از هوش مصنوعی محاوره‌ای برای متحول کردن صنعت خرده‌فروشی پیشگام است. پس از ۲/۵ سال کار روی هوش مصنوعی مکالمه‌ای، این تیم به نتایج قابل توجهی دست یافته است. الومارت با پیش‌بینی درآمد ۶۲۲ میلیارد دلاری در سال مالی ۲۰۲۳ و ۱۵۲/۳ میلیارد دلار در سه‌ماهه اول سال مالی ۲۰۲۴، بزرگ‌ترین خرده‌فروش در جهان است. این کسب‌وکار از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی محاوره‌ای استفاده می‌کند تا به مشتریان کمک کند کالاهای مورد نیاز خود را راحت‌تر پیدا و خریداری کنند. الومارت در کمک به مشتریان در حین خرید، خودکارسازی خدمات‌دهی به مشتری و افزایش بازدهی کارمندان از هوش مصنوعی محاوره‌ای استفاده می‌کند. با کمک هوش مصنوعی مکالمه‌ای، نمایندگان خدمات مشتری زمان کمتری را پای تلفن می‌گذرانند و ۶۶ میلیون تماس کمکی امکان‌پذیر شده است.

این تیم به منظور ارائه خدمات بهتر به مشتریان خود، از تخصص و داده‌های خرده‌فروشی خود برای آزمایش سریع و درس گرفتن از اشتباهات آنها استفاده کرده است. تیم فناوری نوظهور به دلیل پلتفرم استاندارد، مقیاس‌پذیر و سریع در استقرار خود توانست در عرض چند هفته الومارت شیلی را مجهز کند و این پلتفرم را با نیازهای خاص کشور تطبیق دهد. تیم شیلیایی بیش از ۶۰ جریان منحصربه‌فرد را توسعه داده که به افزایش ۲۰ درصدی رضایت مشتری منجر شده است.

«از سم پیرس» یک ابزار هوش مصنوعی مکالمه‌ای است که توسط تیم فناوری نوظهور الومارت توسعه یافته تا کارایی کارکنان فروشگاه را در زمینه‌هایی مانند خدمات مشتری و زمان‌بندی افزایش دهد. برای مثال یک مشتری می‌تواند برای یافتن مکان یک کالا در فروشگاه از «از سم پیرس» استفاده کند که در همه برنامه‌های تلفن همراه الومارت قابل دسترسی است. کارمندان نیز از این ویژگی استفاده می‌کنند تا بفهمند چه کاری را در چه زمانی باید انجام دهند.



KARANG



شماره ۱۰۵
مهره ۱۴۰۲
سال سوم



رویکرد مصرف‌کنندگان تغییر کرده است

به نظر می‌رسد اولویت خریداران آنلاین تغییر کرده و به جای حساسیت روی قیمت، کیفیت و اصالت محصولات را در اولویت بالاقرار می‌دهند

نظرسنجی اخیر «آمازون» و «یوگا» نشان می‌دهد که خریداران آنلاین در سنگاپور در هنگام تصمیم‌گیری برای خرید، کیفیت و اصالت محصول را در اولویت قرار می‌دهند و ۸۰ درصد مایل به پرداخت قیمت بالاتر برای این ویژگی‌ها هستند.

◀ قیمت‌های عالی و تحویل سریع

در مقایسه با دو سال پیش کیفیت محصول، هزینه

محصول، هزینه ارسال، نظرات مشتریان و اصالت برای خریداران آنلاین اهمیت بیشتری پیدا کرده است. مقوله‌هایی مانند بهداشت و مراقبت شخصی و رایانه و الکترونیک تأکید بسیاری بر کیفیت و اصالت محصول دارند. مصرف‌کنندگان بر این باورند که فروشندگان، توزیع‌کنندگان و فروشگاه‌های تجارت الکترونیک در مسئولیت تضمین اصالت محصول شریک هستند.

تخفیف‌ها و تبلیغات اولویت اصلی خریداران تجارت

الکترونیک هستند. به گفته لئو لافورگیا، مدیر آمازون سنگاپور این شرکت روی چیزهایی مانند قیمت‌های پایین، انتخاب گسترده و تحویل سریع که مشتریان به آنها اهمیت می‌دهند، وسواس دارد. او می‌گوید: «در طول رویداد سالانه «پرایم‌دی» در ۱۱ و ۱۲ جولای در سنگاپور، اعضا از دسترسی انحصاری به معاملات شگفت‌انگیزی از جمله تا ۷۰ درصد تخفیف برای کتاب‌های پرفروش، تخفیف حداقل ۵۰ درصدی روی مارک‌های معروف مانند «بوز»،

میلیارد دلار خرج کردند. این رقم ۰٫۲ درصد از کل ماه می افزایش یافته است. فروش خرده‌فروشی و خدمات غذایی ایالات متحده پس از کاهش جزئی در ماه مارس، از آوریل تا ژوئن ۱٫۶ درصد افزایش یافته است.

آلستر بورثویک، مدیر مالی بانک آمریکا گفت: «مصرف‌کننده هنوز در یک مکان کاملاً سالم است. مصرف‌کننده بسیار انعطاف‌پذیر است. این وضعیت همچنان ادامه دارد و ما در حال حاضر از آن سود می‌بریم.»

اما این بدان معنا نیست که همه چیز می‌تواند برای همیشه به همین منوال پیش برود. خانوارها به دلیل افزایش هزینه‌ها که مقدار بیشتری از درآمدهای هفتگی

پیش‌بینی‌کنندگان اقتصادی پس از نزدیک به دو سال هشدارهای بد و غم‌انگیز درباره یک رکود کاملاً اجتناب‌ناپذیر، نظر خود را تغییر دادند. در واقع اکنون با کاهش تورم و قوی ماندن بازار کار، «فرد نرم» محتمل‌تر به نظر می‌رسد. این اصطلاح به تلاش سیاست‌گذاران برای کاهش سرعت اقتصاد با نرخ‌های بهره بالاتر بدون ایجاد رکود اشاره دارد. اگر فدرال رزرو موفق شود، جروم پاول، رئیس هیئت‌مدیره یک «متشکر» بزرگ به مصرف‌کنندگان آمریکایی که به خرج کردن پول ادامه می‌دهند، مدیون خواهد بود.

طبق برآورد ماهانه خرده‌فروشی وزارت بازرگانی ایالات متحده، خریداران و ناهارخوری‌ها در ماه ژوئن ۶۸۹/۵

یک فرود نرم

به نظر می‌رسد اوضاع
اقتصادی خرده‌فروشان
روبه بهبود است



استفاده از فناوری های بیومتریک و نگرانی های مشتریان

جنجال فیس واچ

کند. نمایه نیویورک تایمز خاطر نشان می کند که تشخیص چهره فیس واچ، دارای مجوز از آمازون و ریل نتورکز، در نزدیک به ۴۰۰ فروشگاه در بریتانیا مستقر شده است.

یکی از مقامات دفتر کمیسر اطلاعات به تایمز گفته که تغییرات ایجاد شده توسط فیس واچ شامل علایم بیشتر، اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در مورد کاهش تعداد مجرمان و هشدارهای کمتر است.

در همین حال یکی از مشتریان می گوید که فیس واچ از سال ۲۰۲۰ تاکنون ۵۰ هزار پوند (تقریباً ۶۵۵۰۰ دلار آمریکا) در یک اپراتور خرده فروشی با ۲۳ فروشگاه صرفه جویی کرده است.

به گزارش سون نیوز، در استرالیا، خرده فروش «بانینگز» با تابلوهای خود جنجال هایی را به راه انداخته و به مشتریان هشدار می دهد که هم از تشخیص چهره و هم تشخیص شماره پلاک می توانند در فروشگاه های خود استفاده کنند. دفتر کمیسر اطلاعات استرالیا در حال بررسی استفاده بانینگز از تشخیص چهره است و خرده فروش استفاده خود از این فناوری را تا پایان تحقیقات به حالت تعلیق درآورده است.

مشخص نیست که چه مدت از تشخیص خودکار پلاک توسط بانینگز استفاده شده است. این خرده فروش در حال حاضر استفاده از تشخیص چهره را مجدداً معرفی نکرده است.

بر اساس گزارش «سی تی اینسایدر»، ظاهر تابلویی هشداردهنده، مشتریان فروشگاه «شاپ رایت» در کنتیکت ایالات متحده باعث نگرانی ساکنان منطقه شده است. این علایم تلاشی برای برآورده کردن الزامات شفافیت قانون حفظ حریم خصوصی داده های کنتیکت است که از اول جولای اجرایی شد.

ارتباطات واضح در مورد استفاده از بیومتریک در محیط های خرده فروشی حداقل از منظر تجاری، حتی از مکان هایی مانند فروشگاه ها مهم تر است. با این حال خرده فروشانی که از تشخیص چهره استفاده می کنند و فروشندگانی که آن را عرضه می کنند، همچنان با فرستادن پیام های خود به مشتریان مشکل دارند.

بر اساس گزارش «بیگ برادر واچ» استفاده «فیس واچ» از تشخیص چهره زنده در سیستم پیشگیری از سرقت در فروشگاه توسط دفتر کمیسر اطلاعات بریتانیا، آن طور که این شرکت ارائه کرده بود، نبود.

بیانیه ای در وبسایت فیس واچ و حساب های رسانه های اجتماعی مبنی بر اینکه دفتر کمیسر اطلاعات محصولات خود را «کاملاً مطابق با قانون حفاظت از داده های بریتانیا» تشخیص داده، حذف شده است. علاوه بر این، گروه حمایت نامه ای را منتشر کرده که از طریق یک درخواست آزادی اطلاعات منتشر شده که در آن دفتر کمیسر اطلاعات هشت نقطه جداگانه از قوانین حفاظت از داده ها را شناسایی می کند که توسط سیستم بیومتریک با پیشگیری کمتر نقض شده است.

به فیس واچ دستور داده شد که یکسری تغییرات را در روش پردازش داده ها در ۱۲ نقطه که از سند حذف شده، انجام دهد. مراحل اضافی مشخص شده توسط دفتر کمیسر اطلاعات شامل بررسی منظم خط مشی، ارزیابی تأثیر حفاظت از داده ها و ارزیابی منافع قانونی است. چندین مورد از ۱۰ مورد توصیه شده برای اقدامات پیش تر نیز ویرایش شده اند.

تأیید دفتر کمیسر اطلاعات اغراق آمیز بود و در توییت بعدی تصریح کرد که «تأیید کلی شرکت ارائه نشده است». دفتر کمیسر اطلاعات همچنین از این شرکت خواست استفاده از لوگوی خود را در موارد تبلیغاتی متوقف

موبایل کامرس هر دو شاهد افزایش سهم خود از سبد خرید در سنگاپور بوده اند. او می گوید: «این تا حدی در تعداد فروشگاه های فیزیکی که تعطیل شده اند، به ویژه فروشگاه های زنجیره ای قدیمی «رایسنسون» که اخیراً فقط فعالیت آنلاین دارند، منعکس می شود.»

وی معتقد است که همه گیری و محدودیت های حرکتی مرتبط با آن ضربه مهلکی به عملیات فروشگاه های فیزیکی زده است که اثرات آن تا حدودی پابرجا می ماند. مصرف کنندگان در سنگاپور با طیف گسترده ای از پلتفرم های آنلاین نیز مواجه اند؛ بازیگران بین المللی مانند آمازون، تعدادی از آسیا محورها مانند «شاپی»، «لزادا»، «کو۱۰» و چینی هایی مانند «تایوبابو» و «علی اکسپرس».

او می گوید نظرسنجی های اخیر نشان می دهد دو فاکتور اصالت و کیفیت اهمیت بیشتری یافته اند و بدون شک تحت تأثیر تجربه مصرف کننده و همچنین گزارش های اخیر در مورد کلاهبرداری ها، ریسک پلتفرم برجسته تر شده است. وی خاطر نشان می کند: «مراقبت شخصی، محصولات غذایی و لوازم الکترونیکی به ویژه محصولات پرخطری برای خرید از یک فروشنده ناشناس یا پلتفرم کمتر شناخته شده هستند، زیرا خطر فیزیکی یا مالی قابل توجهی در کیفیت پایین وجود دارد.» او فکر می کند از آنجا که پلتفرم های بیشتری می توانند میزبان فروشندگان باشند، مشتریان مسئولیت کیفیت را به جای فروشنده به عهده خواهند گرفت. او توضیح می دهد: «برخی پلتفرم ها همچنین با خودکار کردن پرداخت ها یا با عضویت در یک برنامه فوق العاده (مانند گرب در سنگاپور)، خریدهای تکراری را آسان تر می کنند یا با داشتن مشارکت های انحصاری یا دوره های متعدد تخفیف ویژه، جذابیت خود را افزایش می دهند. ممکن است ارائه کمترین قیمت برای اقلام بهترین راه پیش رو برای اپراتورهای تجارت الکترونیک نباشد. بلکه ارائه تضمین اصالت، کیفیت، محافظت در برابر تقلب و ضمانت بازگشت پول می تواند راه هایی برای غلبه بر تفاوت های کوچک قیمت باشد. پلتفرم ها باید تلاش های خود را برای تأیید کیفیت فروشندگان حاضر بهبود بخشند.» در نهایت او احساس می کند که فروشگاه های محلی باید خدمات پس از فروش خود را به ویژه در سیاست های بازپرداخت و مبادله بهبود بخشند. این امر می تواند به آنها نسبت به فروشندگان آنلاین حتی با قیمت های بالاتر برتری دهد.



شماره ۱۰۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم

«سونی» و «اپیتکس» برخوردار شدند. اعضا می توانند منحصراً در سایت آمازون سنگاپور به نسخه های جدیدی از «هسپرو» دسترسی داشته باشند که شامل برندهای محبوب اسباب بازی مانند «تویبستر»، «مونوپلی»، «ترنزفورمز»، «پلی داه» و «نرف» است. تعهد ما برای کمک به مشتریان برای هزینه کردن کمتر و لبخند زدن بیشتر فراتر از پرایم دی است. فروشندگان می توانند با فول فیلمنت بای آمازون، در هزینه های عملیاتی خود صرفه جویی کنند و فقط برای فضای ذخیره سازی استفاده شده و سفارش هایی که ما انجام می دهیم، هزینه پرداخت کنند.»

لافورگیا می گوید این به فروشندگان اجازه می دهد از صرفه جویی در مقیاس بزرگ استفاده کنند تا قیمت های عالی و تحویل سریع را برای مشتریان ممکن سازند.

وی خاطر نشان کرد: «به همین دلیل است که ما از طریق برنامه هایی مانند ثبت برند و برنامه ضد جعل «پراجکت زیرو» با برندهایی که در آمازون فروش دارند کار می کنیم و آنها را تقویت می کنیم تا اطمینان حاصل کنیم که فقط محصولات معتبر در فروشگاه های ما فروخته می شوند.»

بهبود فناوری های حفاظتی

گزارش حفاظت از برند آمازون، تلاش هایشان را برای محافظت از مشتریان، برندها و شرکای فروش برجسته می کند. او می گوید: «ما همچنان به بهبود فناوری های حفاظت خودکار خود ادامه می دهیم که به طور مداوم نقاط داده بسیاری را برای شناسایی فعالیت های تقلبی اسکن می کند و نیاز برندها به یافتن و گزارش تخلفات را کاهش می دهد.» این شرکت همچنین اقدامات پیشگیرانه ای را برای جلوگیری از فهرست شدن محصولات غیرمنطبق در نظر گرفته و برای تضمین کیفیت به طور مرتب بر محصولات فروخته شده در فروشگاه های خود نظارت می کند. علاوه بر این، گارانتی A تا Z از مشتریان در هنگام خرید اقلام فروخته شده توسط فروشنده شخص ثالث محافظت می کند تا مشتریان با اطمینان خرید کنند. او تأکید می کند: «هدف ما ایجاد یک تجربه خرید یکپارچه بر اساس ارزش، راحتی و اعتماد بالاست.»

مزیت اصلی کدام است؟

به گفته سشان راماسوامی، دانشیار آموزش بازاریابی در دانشگاه مدیریت سنگاپور، هم تجارت الکترونیک و هم

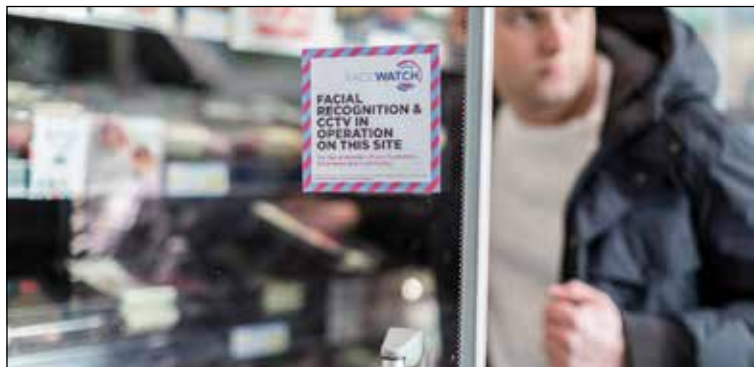
آنها را به خود اختصاص می دهد، تحت فشار قرار گرفته و وادار شده اند از ذخایر نقدی دوران همه گیری بیشتر استفاده کنند.

نیل ساندرز، تحلیلگر خرده فروشی «گلوبال دیتا» در یادداشتی نوشته است: «مصرف کنندگان به دور از افسردگی هستند، اما روحیه جشن ندارند. مردم هنوز مراقب خریدهای خود هستند و سعی می کنند به بودجه های تعیین شده پایبند باشند.»

خرده فروشان تغییر جهت هزینه ها در راستای امتناع از خریدهای سنگین به نفع موارد ضروری را درک کرده اند، اما نتیجه این است که مردم هنوز هم پول خرج می کنند. از آنجایی که هزینه های مصرف کننده تقریباً ۷۰ درصد از

اقتصاد ایالات متحده را تشکیل می دهد، تداوم قدرت در آن حوزه کلیدی برای عملکرد بهتر ایالات متحده از سایر کشورهای ثروتمند در جهان بوده است.

حتی اگر ایالات متحده از رکود اجتناب کند، شرکت ها ممکن است نیاز داشته باشند خود را به دوره های با سودهای کمتر تطبیق دهند، اما این مشکلی است که مدیران اجرایی برای مقابله با آن بیش از حد مجهز هستند. مهم تر از همه برای اقتصاد گسترده تر، فرود نرم به این معنی است که خانوارها همچنان کالاها و خدمات مورد نیاز خود را خواهند داشت، کسب و کارهایی که به خوبی اداره می شوند همچنان درآمد کسب می کنند و کارگران همچنان شغل خواهند داشت.





رخدادهای مهم تاریخ بانکداری

از شوالیه‌های بانکدار تا فرمان روزولت

← ۱۱۰۰ - شوالیه‌های معبد نخستین کارهای بانکداری اروپا را در سراسر این قاره تا قرن چهاردهم اداره می‌کردند.

← ۱۳۹۷ - بانک مدیچی فلورانس در ایتالیا پایه‌گذاری شد که تا سال ۱۴۹۴ به کار خود ادامه داد.

← ۱۵۵۳ - اجازه‌نامه نخستین شرکت سهامی، شرکت ماجراجویان تجاری به سرزمین‌های جدید (Company of Merchant Adventurers to New Lands) در لندن صادر شد.

← ۱۶۰۲ - بورس اوراق بهادار آمستردام توسط شرکت هند شرقی هلند برای معاملات در سهام چاپی و اوراق قرضه آن ایجاد شد.

← ۱۶۰۹ - بانک میادلات آمستردام (Amsterdamsche Wisselbank) ایجاد شد.

← ۱۶۵۶ - نخستین بانک اروپایی که از اسکناس استفاده کرد، در سوئد و برای مشتریان خصوصی افتتاح و در سال ۱۶۶۸ به یک بانک عمومی تبدیل شد.

← دهه ۱۶۹۰ - مستعمره خلیج ماساچوست نخستین مورد از بین ۱۳ مستعمره‌ای بود که اسکناس‌های دائمی در گردش منتشر کرد.

← ۱۶۹۵ - پارلمان اسکاتلند بانک اسکاتلند را ایجاد کرد.

← ۱۷۱۶ - «جان لاو» (Banque Générale) را در فرانسه افتتاح کرد.

← ۱۷۱۷ - آیزاک نیوتن نسبت

ضرابخانه‌ای جدید بین نقره و طلا را ایجاد کرد که به کنار گذاشتن نقره از فرایند سنجش دوفلزی و ورود بریتانیا به روند پذیرش ارزش پول بر پایه طلا منجر شد.

← ۱۷۲۰ - حباب شکست شرکت دریای جنوبی (South Sea) و ناکامی «جان لاو» در طرح می‌سی‌سی‌پی موجب بحران مالی اروپا شد و بسیاری از بانکداران را ناگزیر به کنار گذاشتن تجارت کرد.

← ۱۸۰۰ - خانواده روچیلد (Rothschild) بانکداری سراسری اروپا را ایجاد و ناپلئون بناپارت بانک فرانسه را تأسیس کرد.

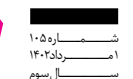
← ۱۸۱۸ - نخستین بانک پس‌انداز پاریس ایجاد شد.

← ۱۸۲۵ - سقوط بازار سهام از بانک انگلستان آغاز و موجب ورشکستگی ۷۰ بانک بریتانیا شد.

← ۱۸۶۲ - دولت فدرال تحت ریاست آبراهام لینکلن، رئیس‌جمهور ایالات متحده، برای تأمین مالی جنگ داخلی آمریکا، پول کاغذی قانونی به نام Greenbacks را صادر کرد.

← ۱۹۳۰ تا ۱۹۳۳ - سقوط وال استریت در سال ۱۹۲۹ موجب تعطیلی ۹ هزار بانک شد و یک‌سوم عرضه پول در ایالات متحده را از بین برد.

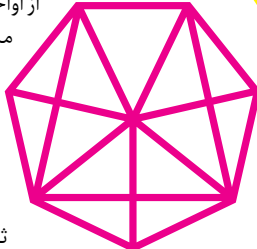
← ۱۹۳۳ - با صدور فرمان اجرایی روزولت، رئیس‌جمهور ایالات متحده مالکیت سکه‌های طلا، شمش طلا و گواهی‌های طلا توسط شهروندان ایالات متحده بیش از مقدار مشخصی ممنوع شد که در عمل تبدیل دلار آمریکا به طلا را پایان داد.



شماره ۱۰۵
مهره ۱۴۰۲
سوم

گزارش

REPORT



از اواخر قرون وسطی بازرگانان مسیحی جایگاه ممتاز یهودیان به عنوان وام‌دهنده پول را از آنان گرفتند. این روند اندک‌اندک تا بدانجا پیش رفت که بانکداری در بین ثروتمندان اروپا هواداران زیادی یافت. در ادامه نگاهی می‌کنیم به روند گسترش بانکداری از قرن ۱۵ تا قرن ۱۹ میلادی در بعضی از کشورهای قدرتمند آن زمان.

ایتالیا: بین سال‌های ۱۵۲۷ و ۱۵۷۲ چند گروه از خانواده‌های مهم بانکدار پدید آمدند که خاستگاه‌شان جمهوری جنوا در شمال ایتالیا امروزی بود، مانند خانواده‌های گرمالدی (Grimaldi)، اسپینولا (Spinola) و پالوچینو (Pallavicino) که اثرگذار و ثروتمند بودند، همچنین خانواده‌های دوریا (Doria)، پینلی (Pinelli) و لومینلی (Lomellini) که ارزش‌گذاری کمتری داشتند.

اسپانیا و امپراتوری عثمانی: نخستین الگوی مبادله و سپرده‌گذاری در اسپانیا که برگرفته از الگوی کار بانکداران ونیزی بود، در سال ۱۴۰۱ در بارسلون به کار گرفته شد که پایتخت شاهزاده کاتالونیا نیز بود. این الگو به نام Taula de Canvi پایه کار این بانک قرار گرفت که آن را نخستین بانک همگانی اروپا نیز می‌دانند.

به نظر می‌رسد یهودیان مارانو (Marrano) که از ایبریا (Iberia) گریختند، در قرن شانزدهم شیوه‌های سرمایه‌داری اروپایی، بانکداری و حتی مفهوم مرکانتیلیست (Mercantilist) اقتصاد دولتی را به امپراتوری عثمانی معرفی کردند (نظریه مرکانتیلیسم از قرن ۱۶ تا ۱۸ در اروپا مورد استفاده بود که دیدگاه ناسیونالیسم اقتصادی بر پایه افزایش قدرت دولت با به کار بستن مقررات و ترویج می‌کرد



ظهور نخستین بانک‌های مرکزی

مروری بر گسترش بانکداری از قرن ۱۵ تا ۱۹ میلادی

و در مقابل اقتصاد مطلق‌گرای سیاسی قرار داشت). سرمایه‌داران اصلی استانبول در قرن شانزدهم یونانی‌ها و یهودیان بودند. بسیاری از سرمایه‌گذاران یهودی مارانو در دوره اخراج یهودیان از اسپانیا گریختند و برخی از آنها دارایی‌های زیادی با خود داشتند. برجسته‌ترین خانواده بانکدار یهودی در امپراتوری عثمانی قرن شانزدهم خانواده مندز (Mendes) بود که در سال ۱۵۵۲ با پشتیبانی سلطان سلیمان به استانبول نقل مکان کرد. گفته می‌شود آلوارو مندز (Alvaro Mendes) در سال ۱۵۸۸ هنگام ورود به استانبول ۸۵ هزار دوکات (Ducat؛ سکه طلای قدیمی) با خود به همراه داشت. خانواده مندز به‌زودی در کارهای مالی دولت امپراتوری عثمانی و تجارت با اروپا موقعیت برتر را به دست آورد. آنها با پشتیبانی حکومت عثمانی در بغداد قرون ۱۸ و ۱۹ رشد کرده و وظایف تجاری مهمی مانند وام‌دهی و بانکداری انجام می‌دادند. یهودیان مانند آرامنه می‌توانستند آن دسته از فعالیت‌های تجاری ضروری مانند قرض‌دادن و بانکداری را انجام دهند که بر پایه قوانین اسلامی برای مسلمانان ممنوع بود.

آلمان: در قرن پانزدهم دو خانواده بزرگ بانکدار فوگر (Fugger) و ولزر (Welsler) در قلمرو آلمان جنوبی پیدا شدند. آنها توانستند بیشتر اقتصاد اروپا را در دست بگیرند و کارهای مالی بین‌المللی در قرن شانزدهم تحت سلطه خود در بیاورند. فوگرها نخستین منطقه مسکن اجتماعی آلمان را در آگسبورگ برای فقرا ساختند که هنوز هم پابرجاست. بانک اصلی فوگر از سال ۱۴۸۷ تا ۱۶۵۷ به کار خود ادامه داد، اما بانکداران هلندی در پایه‌گذاری بانکداری در ایالت‌های شمالی آلمان نقش ایفا کردند. بانک برنبرگ (Berenberg) قدیمی‌ترین بانک آلمان و دومین بانک قدیمی جهان است که در سال ۱۵۹۰ توسط برادران هلندی هانس (Hans) و پاول برنبرگ (Paul Berenberg) در هامبورگ ایجاد شد. این بانک هنوز در



ادامه از صفحه ۱۷

تهی شدن کشور از ذخیره انسانی

به سمت بازار سرمایه بروید، در دارایی پوست کسب‌وکار را می‌کنند. هیچ وقت نمی‌آید فضای جدیدی ایجاد کند. لندنتک‌ها ممکن است فضایی شبه‌بانکی داشته باشند و اتفاقاً اگر شما می‌خواهید رگوله کنید، اول باید آنها را به رسمیت بشناسید. در تجارت الکترونیک تعزیرات بعضاً جدی است و در حوزه سلامت هم که وحشتناک است. علاوه بر رگولاتور قانونی، صنف پزشکان را داریم که بسیار قدرتمند هستند و مقاومت صنفی سفت و سختی می‌کنند.

با توجه به مهاجرت‌های گسترده طی سال‌های اخیر، بسیاری از شرکت‌ها از کمبود نیروی انسانی متخصص رنج می‌برند. شما در مجموعه‌تان چطور این دغدغه را مرتفع کرده‌اید؟

نکته مهمی که در مورد رادین خیلی پررنگ است و شاید بتواند نمونه‌ای باشد که مجموعه‌های بزرگ‌تر هم از آن استفاده کنند، این است که ما بسیار روی تربیت نیروی انسانی تأکید داریم. تربیت هم به آن معنا نیست که من فردی را استخدام کنم و آموزش دهم. مهم‌ترین کار ما سروکله زدن با افراد و ایجاد آن شاخه‌های جدیدی است که خودشان بعداً بتوانند بار بدهند. همان‌طور که گفتم، عملاً نیروهایی که چهار، پنج سال در مجموعه ما بوده‌اند، رهبری کسب‌وکارهای جدید را در دست گرفته‌اند. این‌گویی می‌تواند برای مجموعه‌هایی که به دنبال رشد هستند، الگوی خوبی باشد. به این خاطر که مجموعه از یک اندازه‌ای که بزرگ‌تر می‌شود، این توان را دارد که تأمین مالی ایده‌ها را از منابع خودش انجام دهد. ما هم همین کار را انجام می‌دهیم. ولی نمی‌توانیم انتظار جذب نیروی انسانی C-Level را داشته باشیم و منتظر باشیم که بازار به ما چنین نیرویی تحویل دهد. باید این نیرو را تربیت کنیم. این هم یک پروسه دو، سه ساله دارد و شرکت‌ها باید حوصله به خرج دهند.

مسئله مهاجرت برنامه‌ریزی‌هایتان را به هم نمی‌زند؟

یکسری میزها داریم برای اینکه الان چه کسی را انتخاب و رویش سرمایه‌گذاری کنیم؛ هم از نظر کاراکتر و هم شرایط زندگی که ریسک‌های مهاجرت کمتر باشد. همچنین به روش‌های مختلف افراد را پایبند می‌کنیم و کسی که به این کسب‌وکار اضافه می‌شود، خودش سهام‌دار است و چون تصویر بزرگی از آینده دارد، به امید آن چشم‌انداز، حداقل تا بره‌های امیدواریم که بماند و برای موفقیت شرکت تلاش کند.

مهم‌ترین تغییرات رفتاری اکوسیستم فناوری را طی این سال‌ها چه می‌دانید؟ چه مواردی در جهت بلوغ یا عقب‌ماندگی و پسرفت دستخوش تغییر شده‌اند؟

مهم‌ترین تغییری که در دهه ۹۰ اتفاق افتاد، این بود که ترس کارآفرینان و تیم‌های استارت‌آپی از انجام کارهای خارق‌العاده که ماهیت برهم‌زننده دارند یا فناوری پیچیده دارند، ریخته و این بسیار مورد مهم و ارزشمندی است. در حال حاضر در لایه محصول و حتی در لایه کسب‌وکار، این احساس که این کار شدنی نیست، وجود ندارد. پسرفتی هم که اتفاق افتاده، به دلیل رفتار رگولاتور بوده است. چرا ما به این فضا می‌گوییم اکوسیستم؟ یک جنگل یا بیابان را به عنوان یک اکوسیستم در نظر بگیرید. هم درخت دارد، هم مارمولک، هم علف، هم حیوان بزرگ. کنار هم بودن اینها با سایه‌های مختلف است که عملاً اکوسیستم را ایجاد می‌کند. شما اما رگولاتور به دنبال ایجاد پارک است. شما در پارک اکوسیستم نمی‌بینید. پنج مدل گیاه می‌کارند و قانون می‌گذارند که چمن‌ها هم بیشتر از پنج سانتی‌متر بلند نشوند. این بزرگ‌ترین پسرفتی است که اتفاق افتاده است. رگولاتور شاید در سال‌های گذشته به دلیل اینکه فضا را نمی‌شناخت، چنین رفتاری نداشت ولی اتفاقاً به خاطر شوکی که دچارش شد، در حال حاضر این رفتار را از خود نشان می‌دهد. آن زمان این قدر دستگاه چمن‌زنی دستش نبود، اما امروز بسیاری از ایده‌ها و کسب‌وکارها به دلیل این دستگاه چمن‌زنی دیگر امکان تولد یا بقا ندارند و این مهم‌ترین پسرفتی است که اتفاق افتاده است. پنج یا هفت سال پیش چنین موردی نبود.

بیشتر کسب‌وکارها از عقب بودن رگولاتور از کسب‌وکارها و رویکرد بازدارنده آن گلایه دارند. در حوزه فعالیت شما، وضعیت رگولاتوری به چه شکل است؟ به خصوص در حوزه‌های جدیدی که وارد آن شده‌اید.

مشکلات بسیاری وجود دارد، به خصوص در حوزه‌هایی که رگولاتور قدرتمندی وجود دارد، مثل حوزه سلامت یا فین‌تک و تا حدی هم تجارت الکترونیک. در حال حاضر بانک مرکزی در فین‌تک اختیار تام دارد؛ مثلاً در مورد همین لندنتک‌ها که اتفاقاً فاز اول محصول مانی ما لندنتک است، صورت مسئله حسابداری جریان مالی صورت مسئله‌ای است که رگولاتور به هیچ‌وجه زیر بار آن نمی‌رود. او می‌گوید من یکسری پروتکل دارم؛ یا بانک هستی یا مربوط به بازار سرمایه. اگر به سمت فضای بانکی بروید، فوری می‌گوید مجوزت کجاست؟ اگر هم



شماره ۱۰۵
مهرماه ۱۴۰۲
سال سوم



محلی برای کارهای بانکی به روشی که امروزه می‌شناسیم، نداشت؛ گرچه بورس سلطنتی لندن در سال ۱۵۶۵ پایه‌گذاری و ایجاد شده بود. شیوه‌های بانکداری مدرن از جمله Fractional Reserve و انتشار اسکناس در قرن هفدهم بنا نهاده شد. در آن دوران بازرگانان ثروتمند دست‌به‌کار ذخیره طلاهای خود نزد زرگران لندن شدند که خزانه‌های خصوصی داشتند و برای خدمات خود هزینه‌ای دریافت می‌کردند. آنها در برابر هر سپرده فلز گران‌بها رسیده‌هایی صادر می‌کردند که به منزله گواهی مقدار و درجه خلوص فلزی بود که به آنها سپرده شده بود. این رسیده‌ها قابل واگذاری نبود و تنها سپرده‌گذار اصلی می‌توانست سپرده خود را دریافت کند. به تدریج زرگران قرض دادن پول از سوی سپرده‌گذاران را آغاز کردند که به گسترش شیوه‌های بانکداری مدرن انجامید. سفته (که به اسکناس تبدیل شد) برای پولی صادر می‌شد که به‌عنوان وام نزد زرگر سپرده شده بود.

این شیوه‌ها گونه جدیدی از «پول» را ایجاد کرد که در واقع بدهی بود؛ یعنی بدهی پلافروشان به جای نقره یا سکه طلا قرار گرفت که از سوی نظام سلطنتی تحت نظارت بود. توسعه این روش نیازمند پذیرش تجار سفته زرگران بود که در صورت درخواست قابلیت پرداخت داشت. اما پذیرش همگانی نیز به نوبه خود نیازمند ایجاد این باور همگانی بود که سکه در دسترس خواهد بود، همچنین دارندگان آن اوراق حق قانونی پرداخت بدون قید و شرط را دارند.

اختیار خاندان برنبرگ است. هلند: در قرون شانزدهم و هفدهم فلزات گران‌بها از دنیای جدید، ساحل طلائی (Gold Coast)، ژاپن و نقاط دیگر همراه با افزایش قیمت به اروپا وارد می‌شد. به لطف امکان ضرب سکه رایگان، وجود بانک آمستردام و تجارت و بازرگانی گسترده، هلند توانست سکه و شمش بیشتری را برای سپرده‌گذاری در بانک‌های خود جذب کند. در همین دوره مفاهیم بانکداری و سامانه‌های پرداخت و آنچه Fractional Reserve Banking نامیده می‌شود، توسعه بیشتری یافت و به انگلستان و نقاط دیگر نیز رسید.

قرن ۱۷ تا ۱۹ و پیدایش بانکداری مدرن: کارکردهای سنتی بانکداری از جمله پذیرش سپرده، وام‌دهی، تبدیل پول، انتقال وجوه با صدور بدهی بانکی که جایگزین سکه‌های طلا و نقره بود، در پایان قرن شانزدهم و در طول قرن هفدهم با یکدیگر ترکیب شد. شیوه‌های جدید بانکداری با ایجاد روندهای امن و راحت پرداخت در کنار افزایش عرضه پول مورد نیاز کارهای تجاری به نیازها پاسخ داد و با کاهش بدهی‌های تجاری موجب رشد تجاری و صنعتی شد. در پایان قرن هفدهم بانکداری نیز برای تأمین

مالی کشورهای اروپایی مبارز اهمیت پیدا کرد. این کار به مقررات‌گذاری دولتی و شکل‌گیری نخستین بانک‌های مرکزی منجر شد. کامیابی روش‌های جدید بانکداری در آمستردام و لندن به گسترش این مفاهیم و دیدگاه‌ها در سایر نقاط اروپا نیز کمک کرد.

انگلستان و زرگران لندن: شهر لندن تا قرن هفدهم هیچ



مهران امیری



چنین شد چاره بلبل زبانی

به هر حال همین زبان بلد بودن بالاخره این پرنده زبان دراز را وسوسه کرد که راه بیفتد پی شکم خودش و همین طور کتره‌ای و بدون مجوز، توی اینترنت زارتنی سایت دوبله فیلم بدهد بالا

زبان دراز را وسوسه کرد که راه بیفتد پی شکم خودش و همین طور کتره‌ای و بدون مجوز، توی اینترنت زارتنی سایت دوبله فیلم بدهد بالا و کار و کاسبی کلی آدم را که برای یک برگ مجوز راه پادیه رفته‌اند و هفت شهر سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر را چرخیده‌اند و جواب سلام رسانه ملی را داده‌اند، کساد کند. یعنی شما یک عدد بلبل باشی که فوق فوقش ۲۰۰ گرم وزن داشته باشی و این طور بخواهی وسط شهر لات بازی در بیاوری، دیگر خیلی نوبر است.



عبدالله مقدمی

@moghaddamy0007

من البته همین الان هم از سرعت عمل مسئولان عزیز ممنونم، اما به نظرم برای

اینکه شتاب صفر تا صدشان بیشتر هم بشود، یک معاینه فنی هم بروند. این طوری ممکن است شتاب‌شان آن قدر زیاد شود که اصلاً قبل از اینکه فکر این کارهای زشت و مذموم توی سر هر موجودی (حالا می‌خواهد بلبل باشد یا خر) بیفتد، آنها اقدام کنند.



به سرعت رفت سمت نغمه خوانی
از آن اعمال بد که خوب دانی
صدایش شد ولی در باغ فیلتر
چنین شد چاره بلبل زبانی

انگار فیلیمو و نماوا و باقی بستگان سببی و نسبی، این طوری بوده‌اند که با آن همه خدم و حشم و یال و کویال و دوبلور و گوینده و کارمند و دفتردار و منشی و نگهبان و آبدارچی، همین طوری راست شکم خودشان را نگرفته‌اند و بدون مجوز از دوستان پلامانج، کرکره را بالا نداده‌اند. یعنی عقل این همه آدم نمی‌رسید و همین یک بلبل بچه‌زرنگ شهر بود!

نخیر بلبل جان! این خبرها هم نیست. درست است که شما زبانت خوب است. دراز است. خودت خوش رنگی،



شاعر یک زمانی نوشته بود: «صبح دم مرغ چمن با گل نواخته گفت/ ناز کم کن که در این باغ بسی چون تو شکفت». حالا گذشته از اینکه می‌بینیم همان دوره و زمانه هم چه مرغ چمن‌های پررو و تیکه‌اندازی وجود داشته، خواستم یادآوری کنم که حدس می‌زنم آن «مرغ چمن» حکماً بلبل بوده است. اصلاً همین است که از قدیم هر کس که زبان دراز بود، ملقب به بلبل زبان می‌شد.



بعدها همین بلبل پیشرفت کرد و طوری زبان‌های خارجی را یاد گرفت که این بار دیگر زبان دانی اش به ضرب المثل تبدیل شد. از آن به بعد بود که هر کس مثلاً خوب انگلیسی حرف می‌زد، می‌شد ابزار دست والدین. یعنی چطوری؟ یعنی این طوری؛ پدر و مادرها در طول تاریخ برای تشویق فرزندان شان به الگوهای مناسبی نیاز داشتند که آن را توی سر بچه‌شان بزنند. مثلاً در این مورد، وقتی یکی خیلی خوب زبان خارجی حرف می‌زد، پدر و مادرها آن فرد را توی سر بچه‌شان می‌زدند و طرف را نشان بچه می‌دادند و می‌گفتند: «یاد بگیر! داره مثل بلبل انگلیسی حرف می‌زنه.»



به هر حال همین زبان بلد بودن بالاخره این پرنده

شب نوشته‌های یک بچه نوآور! (۸۸)

بروتالیسم خصوصی دولتی

کامیار می‌گفت: «خیلی‌ها را می‌شناسم وقتی به مراسم و رویدادهای گوناگون می‌روند، با دست‌کم یک هدیه، تعدادی جوک جدید که از سایر شرکت‌کنندگان شنیده‌اند و چندتایی کارت ویزیت و بروشور برمی‌گردند. نام برنامه سمینار، همایش یا کنگره باشد، تقریباً برای شرکت‌کننده و برگزارکننده تفاوت زیادی ندارد؛ آنچه تفاوت ایجاد می‌کند، محل برگزاری و شیوه پذیرایی است. در اینجا است که برای همه این انواع برنامه‌ها از واژه سمینار استفاده می‌شود که همگان آن را به خوبی درک می‌کنند. حتی وقتی پیشوند یا پسوند بین‌المللی به آن بچسبند و چندتایی مهمان خارجی حاضر باشند، آنچه مهم است نه تعداد و جایگاه و اثرگذاری و کشور مربوط، بلکه سنگ تمام گذاشتن در تبلیغات و پذیرایی است. بالاخره باید جلوی مهمان خارجی آبروداری کرد.»



مهران امیری
mehranamiri@gmail.com

خودش درباره هر موضوعی چه وقت و چگونه حس وظیفه می‌کند.»
سمیرا گفت: «اینها مرا به یاد رویدادهای این روزها از جمله روز فناوری اطلاعات انداخت که وزیر ارتباطات انگار مسئولیتی درباره ارتباطات و اینترنت و فیلتر و سدجور گرفتاری کاربران ندارد و چون ستاره‌ای در مراسم این روز درخشید و سخنرانی هم کرد. دیگرانی از این قوه و آن قوه هم بودند و با قوت سخنرانی کردند و از سودمندی و کارکردهای فناوری اطلاعات گفتند. مدیران نهادهای صنفی هم لبخند بر لب مهمان‌داری کردند و من در میان همه آن هیاهو و برو و بیا یاد آن دوست معمار و هنرمند افتادم که می‌گفت رویدادهای فناوری‌مان هم شده مثل تشریفات رسمی دولتی. انگار معماری بروتالیسم (Brutalism) باشد، همه چیز خط‌کشی شده، منظم، یک دست، بی‌رنگ، کم‌رنگ، عظیم، یک‌جایی خشن. این طور که باشی، چه فرقی دارد خصوصی هستی یا دولتی، نوآور و فناورانه و دانش‌بنیان هستی یا چیزی دیگر؟ در این رویدادها نوآور و فناور و دانش‌بنیان و ... هستند، اما مهم مسئولان هستند که می‌آیند و سخنرانی می‌کنند و معماری این زیست‌بوم را هم بروتالیستی کرده‌اند.»



نصایح عطارد نیشابوری به خدمت‌کوش تا یابی تو حرمت

فریدالدین ابوحامد محمد عطارد نیشابوری (۵۴۰-۶۱۸ ه.ق.) عارف و شاعر بلندآوازه ایرانی پایان سده ششم و آغاز سده هفتم و زاده نیشابور بود. شخصیت عطارد در «ابر ابهام» است و اطلاعات ما حتی درباره سنایی که یک قرن پیش از عطارد می‌زیسته، بسیار بیشتر است. وی داروسازی و داروشناسی را از پدرش آموخت و در عرفان مرید سلسله‌ای ویژه از بزرگان تصوف نبود و به کار عطاردی و درمان بیماران می‌پرداخت. او علاقه‌ای به مدرسه و خانقاه نشان نمی‌داد و دوست داشت راه عرفان را از داروخانه‌اش پیدا کند. در همین حال شغل عطاردی موجب بی‌نیازی و بی‌رغبتی عطارد به مدح‌گویی برای پادشاهان شد. زندگی او به تنظیم اشعار بسیارش از جمله چهار منظومه، دیوان اشعار، مجموعه رباعیات و مختارنامه گذشت.

ز عهد خویش داد خویش بستان
اگر غافل شوی باشی چو مستان
نفس‌های تو معدود است یکسر
کند بر هر یکی حکمی به محشر
چو خدمت هست ترک نافلة گوی
به خدمت برده‌اند از هر کسی گوی
به خدمت کوش تا یابی تو حرمت
به خدمت مرد گردد اهل صحبت
چنان خدمت کن ای یار یگانه
که منت بر تو نباشد جاودانه
چو خدمت کردی و منت نهادی
یقین آن رنج را بر یاد دادی
به دست و کسب خود می‌کن تو کاری
که راحت می‌رسد از تو به یاری
مدار از کس دریغی لقمه خویش
اگر باشد شه و ور هست درویش
به دستت گرفتد وقتی دو تا نان
بنه نانی از آن بر خوان اخوان



شماره ۱۰۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم

