



گفت‌وگو با فاطمه نریمانی
مدیر ارشد طراحی
محصول سیمرغ تجارت

قواعد بانکی چالشی برای طراحی محصول



گفت‌وگو با **مهدی مقیمیان**
مدیرعامل گروه مبتکر و بنیان‌گذار پلتفرم مینی کالا

تحول فروش آنلاین با سوشال کامرس‌ها

تکس: نسیم اعتمادی

**اعتماد
بر اساس
خارجی بودن**

گفت‌وگو با
امیرحسین راد
مدیرعامل نویبتکس

۱۱

**موافقت معاون اول به
شرط اطمینان بخشی**

۲

اظهار نظرها درباره فروش آنلاین
همچنان ادامه دارد

خبر
NEWS

**از موج سواری
تا سمرزدایی دیجیتال**

۱۲

امتیازهای جالب شرکت‌ها
برای بهبود برند کارفرمایی

گزارش
REPORT

**حداقل
سیگنال
منفی ندهید**

گفت‌وگو با
محمد حکیمی
مدیرعامل رمزینکس

۱۱

**می‌خواهیم سراغ
زبان‌های دیگری هم برویم**

۴

گفت‌وگو با امین رحمانی
هم‌بنیان‌گذار ویرا ویراست

گفت‌وگو
INTERVIEW

**راهکار لجستیکی ارزان و
سریع برای کسب‌وکارها**

۶

رونمایی از قطار بار، سامانه تجارت
الکترونیکی راه‌آهن

گزارش
REPORT



به بهانه پنجم مهرماه روز جهانی گردشگری

سوگ ما و سرور همسایه‌ها

۲۷ سپتامبر (۵ مهرماه) در تقویم جهانی به نام «روز گردشگری» ثبت شده که در اغلب کشورهای گردشگری پذیر جهان، بهانه‌ای است برای آنکه گردشگران و میزبانان این روز را به جشن و شادمانی بگذرانند. گردشگری به معنای کلمه یک بازی دوسر برد است؛ چه صنعتی جذاب‌تر از اینکه به دیگر انسان‌ها شادی، لحظه‌های خوب و خاطره‌انگیز بفروشی، از این طریق امرار معاش کنی و در کنار چرخاندن اقتصاد کشور، فرهنگ و ارزش‌های آن را نیز به دیگران بشناسانی.

تصور کنید این روزها که گرمای تابستان جای خود را به هوای دلپذیر پاییزی داده، پنجم مهر برای ما ایرانیان نیز روزی بود تا در کنار گردشگرانی که از کشورهای گوناگون آمده‌اند تا جاذبه‌های طبیعی و همچنین فرهنگ و میراث غنی ما را ببینند، به جشن بگذرانیم. در چنان فضایی می‌شد به خود بالید که ما فرزندان نیاکان سرزمینی به این زیبایی هستیم، اما به نظر می‌آید جشن گرفتن چنین روزی در ایران حتی اگر اتفاق بیفتد، نمی‌تواند با دلخوشی همراه باشد؛ چراکه به گفته فعالان این حوزه، آمار گردشگران ورودی به ایران در برخی از ماه‌های یک سال گذشته نزدیک به صفر بوده و در حوزه گردشگری داخلی، هرچه جلوتر می‌رویم، سفر از سبد خرید خانواده‌های بیشتری حذف می‌شود و بخش زیادی از سفرهایی که توسط مردم صورت می‌گیرد از استانداردهای گردشگری به معنای جهانی آن دور بوده و اغلب تأثیری بر صنعت گردشگری کشور حتی در مقیاس محلی نمی‌گذارد؛

هرچند مسئولان ما دوست دارند با اتکا به چنین سفرهایی بگویند که اوضاع گردشگری در کشور خوب است و مردم آن‌طورها هم دچار مشکلات اقتصادی نیستند و چند ماه پیش بود که برای تهیه گزارشی با چند تن از فعالان حوزه گردشگری در کشور گفت‌وگو می‌کردم. حکایت آنها از دوران کرونا و رکودی که در پی آن صنعت گردشگری را زمین گیر کرده بود، ماجراهایی که در نیمه دوم سال گذشته از سر گذرانده بودند و ناامیدی از آینده به دلیل روندی که پیش روی خود می‌دیدند، حدیث غم‌انگیزی بود که در نهایت مرا واداشت تیرتیر آن گزارش را «گذشته‌ای سخت و آینده‌ای مبهم» بگذارم. متأسفانه در ماه‌های گذشته هیچ اتفاقی در راستای بهبود شرایط این صنعت با وجود پتانسیل بسیاری که کشور در این حوزه دارد، نیفتاده است و مسئولان به جای آنکه راهکاری اساسی در پیش بگیرند، به این دلخوش کرده‌اند که چطور با در نظر گرفتن هر فرد خارجی که وارد مرزهای ایران می‌شود به عنوان گردشگر، آمارها را آن‌طور که می‌خواهند اعلام کنند. متأسفانه این روزها پای صحبت هر کدام از فعالان بخش خصوصی در اقتصاد کشور بنشینید، از چالش‌هایی می‌گویند که تیشه به ریشه کسب‌وکارها می‌زنند؛ چالش‌هایی که راهکارهایی واضح اما دور از دسترس صاحبان و مدیران کسب‌وکارها دارند. در روزگاری که پیش چشم‌مان، کشورهای همسایه با داشتن ظرفیت‌هایی بسیار کمتر از آنچه ما داریم، در حال تبدیل شدن به قطب‌های گردشگری هستند، آیا همچنان قرار است در مناسبت‌هایی مانند روز گردشگری به جای برگزاری جشن، در سوگ فرصت‌های از دست رفته‌مان بنشینیم؟

چالش پلتفرم‌های درج آگهی با رگولاتوری با ارائه راه حل وزارت راه و شهرسازی به پایان رسید فقط مالکان ملک حق درج آگهی دارند



پیدا خواهد کرد.

بذرپاش نیز در پاسخ اعلام کرد: «این حرف درباره سکوها‌ی مجازی حمل و نقل هم بیان می‌شد و می‌گفتند اگر آژانس نباشد چه می‌شود؟ اما امروز مشاهده می‌کنید سکوها‌ی مجازی موضوع حمل و نقل را بسیار آرام، ایمن و باکیفیت مدیریت می‌کنند.»

او در ادامه گفت‌وگوی خود خاطرنشان کرد: «بخشی از سکوها هستند که آگهی منتشر می‌کردند که اخیراً همکاری خوبی با وزارت راه و شهرسازی و وزارت صمت انجام دادند و قرار شد خود مالکانی که خانه‌ها را عرضه می‌کنند، آنها را در این سامانه منتشر کنند.» بذرپاش در ادامه با اشاره به آگهی‌های جعلی درج شده در پلتفرم‌ها گفت: «بعضاً خانه‌هایی که انتشار آگهی‌شان صورت می‌گرفت، خانه‌های واقعی نبودند و این امر خود به قیمت‌سازی کاذب منجر می‌شد که این آگهی‌ها را یا املاک می‌گذاشتند یا هر شخصی که می‌توانست این کار را انجام دهد.»

مدت‌هاست که پلتفرم‌های درج آگهی در دو حوزه خودرو و املاک با تنظیم‌گر این حوزه در چالش هستند. چندی پیش بود که دو پلتفرم شیپور و دیوار متهم به ایجاد تورم در این دو حوزه شده بودند. حرف اصلی رگولاتور در این میان به پلتفرم‌ها از این قرار است که پلتفرم‌های درج آگهی، نظارتی روی قیمت ملک و خودرو ندارند.

مهرداد بذرپاش، وزیر راه و شهرسازی برای جلوگیری از قیمت‌سازی اعلام کرده از این پس تنها مالکانی که خود و ملک‌شان در سامانه املاک و اسکان احراز هویت شده‌اند، می‌توانند در این پلتفرم‌ها آگهی درج کنند و این اعلام به این معناست که دیگر بنگاه‌داران نمی‌توانند به درج آگهی در پلتفرم‌ها اقدام کنند و تنها صاحبان اصلی املاک توانایی درج آگهی را خواهند داشت.

خبرگزاری ایلنا در گفت‌وگو با مهرداد بذرپاش این موضوع را مطرح کرد که در صورت ایجاد چنین سامانه‌ای احتمال انجام معاملات زیرزمینی افزایش

اظهار نظرها درباره فروش آنلاین همچنان ادامه دارد

موافقت معاون اول به شرط اطمینان بخشی

رسمی داده شده بود.

بر اساس این مصوبه، پلتفرم‌های حوزه سلامت برای توزیع دارو دیگر نیازی به اخذ مجوز نداشتند، اما در روز ۲۶ شهریورماه شاهد خبر ابطال این مجوز توسط حیدر محمدی، رئیس سازمان غذا و دارو بودیم. بر اساس گفته‌های محمدی به نظر می‌رسید که به دستور معاون اول رئیس‌جمهور، مصوبه هیئت مقررات‌زدایی برای فروش دارو از طریق پلتفرم‌ها باطل شده است، اما لازم به ذکر است که خبر ابطال این مجوز به‌طور رسمی به سازمان غذا و دارو ابلاغ نشده بود و هیئت مقررات‌زدایی هم در خصوص ابطال این مصوبه واکنشی نداشت؛ بنابراین در مورد اجرا یا ابطال مصوبه مذکور تا همین چند روز گذشته صراحتی وجود نداشت.

طبق گفته‌های معاون اول رئیس‌جمهور این مجوز باطل نشده و دولت نیز با ارائه خدمات به مردم از طریق پلتفرم‌های آنلاین موافق است، ولی به نظر می‌رسد نگرانی‌ها و حساسیت‌هایی در مورد فرایندهای این اتفاق وجود دارد.

محمد مخبر، معاون اول رئیس‌جمهور پنجم مهرماه ۱۴۰۲ درباره موضوع سامان‌دهی فروش اینترنتی دارو در سکوها‌ی اینترنتی اظهار داشت که دولت با ارائه خدمات از طریق نرم‌افزارها به مردم موافق است. او در بازدیدی که از هشتمین نمایشگاه بین‌المللی دارو و صنایع وابسته داشت، تشریح کرد: «ما با ارائه خدمات از طریق نرم‌افزارها به مردم موافق هستیم و این موضوع از سیاست‌های اصلی دولت است. در حوزه سلامت حساسیت این موضوع مقداری زیاد است و نگرانی‌هایی وجود داشت و باید فرایندها و امکان نظارت بر آنها بررسی می‌شد. ما مصر هستیم که این اتفاق بیفتد، اما فرایندها باید اطمینان‌بخش باشند.»

بهرام عین‌اللهی، وزیر بهداشت نیز در ادامه افزود: «این فرایند باید از طریق داروخانه‌ها انجام بگیرد؛ یعنی داروخانه‌ها باید بر آن نظارت داشته باشند.» در هفتاد و هفتمین نشست هیئت مقررات‌زدایی و بهبود محیط کسب‌وکارها به پلتفرم‌هایی که در حوزه عرضه و پخش دارو فعالیت دارند، اجازه فعالیت



شماره ۱۱۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم

K A R A N G

شماره ۱۱۵ | ۹ مهر ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
شبکه‌های اجتماعی: محمد حسین صیادی‌نژاد
چاپ: هنر اشکان
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مینا والی
سر دبیر: میثم سلیمانی

تحریریه: رضا امیرزاده، راضیه مینایی
مهران امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی، عباس عین‌علی
ترانه احمد دوست، زهره دودانگه
ویراستار: یلدا شایسته‌فر



اسنپ!

← **دسترسی ناشنوابان به اسنپ**
کاربران مسافر و راننده ناشنوا یا کم‌شنوا می‌توانند در حساب کاربری‌شان نوع معلولیت خود را ثبت و از این طریق سفر راحت‌تری را با اسنپ تجربه کنند.

تپسی

← **آغاز به کار سرویس مدرسه تپسی**
سرویس مدرسه تپسی بعد از اختلالی که در آغاز سال تحصیلی برایش به وجود آمده بود، آغاز به کار کرد. تپسی این سرویس را به‌تازگی به خدمات خود افزوده است.

تبدیل
tabdeal.org

← **معامله بیت‌کوین با اهرم ۱۰**
قابلیت معامله اهرم‌دار (مارجین) در دسترس کاربران صرافی تبدیل قرار گرفته است. معامله تعهدی (مارجین) از جمله روش‌های نوین معامله در بازار رمزارزهاست.



← **جایزه‌دانشمندان اسلام**
جایزه مصطفی (ص) پنجمین دوره خود را در روز هفتم مهرماه و در استان اصفهان آغاز کرد. این رویداد تا یازدهم مهرماه ادامه دارد.



نظرها و خبرها
VIEWS AND NEWS

شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



وزارت گردشگری، در این باره محتوایی منتشر نشده است.

◀ کاربران ناراضی داخلی از سیم‌کارت‌های گردشگری

سیم‌کارت‌های گردشگری موضوع دیگری را در این میان به یاد کاربران ایرانی می‌اندازد و آن هم اینترنت طبقاتی است. کاربران ایرانی در فضای مجازی این طرح را با طرح کاپیتولاسیون مقایسه کرده و آن را ناعدالتی خوانده‌اند. این در حالی است که کارگروه فیلترینگ در حال پیگیری جدی اینترنت طبقاتی نیز هست. وزارت علوم سال گذشته اعلام کرد طبق تصویب این نهاد، اینترنت با دسترسی خاص به اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها اعطا خواهد شد. مفهوم اینترنت طبقاتی حدود یک سال است که مطرح شده و در ابتدا هدف آن بیشتر استادان دانشگاه‌ها بود. این در حالی است که بسیاری از افراد و مشاغلی که شامل اینترنت با محدودیت کمتر می‌شوند، این موضوع را ناعادلانه توصیف کرده و استفاده از اینترنت طبقاتی را تحریم کرده‌اند.

کرده که این طرح با پیگیری‌های عزت‌الله ضرغامی، وزیر گردشگری و به‌منظور بهره‌برداری دفاتر خدمات مسافرتی، هتل‌ها، راهنمایان گردشگری و گردشگران خارجی تصویب شده است. شالبافیان در ادامه گفت: «ما درخواست کرده بودیم فعالان گردشگری در اولویت این طرح قرار بگیرند، در نتیجه قرار شد فهرست دفاتر خدمات مسافرتی را ارائه دهیم تا این امکان برای آنها فراهم شود. آژانس‌های مورد تأیید که پروانه بهره‌برداری از وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی دارند، به‌منظور بهره‌برداری از این طرح معرفی شده‌اند.» او همچنین اعلام کرد: «این طرح مصوب و ابلاغ شده و ما هم بر اساس مصوبه و اولویت‌ها، بهره‌برداران را معرفی می‌کنیم. زمان‌بندی اجرای مرحله‌به‌مرحله این مصوبه هم در آینده مشخص می‌شود.» شالبافیان در ادامه ذکر کرد که به محض نهایی‌شدن موضوع سیم‌کارت گردشگری، در سامانه و سایت وزارتخانه اطلاع‌رسانی می‌شود. اکنون در سایت

سیم‌کارت‌های بدون فیلتر
گردشگری مصداق ناعدالتی هستند

کاپیتولاسیون گردشگری

سیم‌کارت گردشگری، سیم‌کارتی بدون فیلتر و محدودیت در استفاده از شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام، واتس‌آپ و تلگرام است که به‌منظور راحتی گردشگران خارجی برای ارتباط با خارج از کشور در نظر گرفته شده است.

بحث سیم‌کارت‌های گردشگری از اواخر سال ۱۴۰۱ به‌طور جدی مطرح شد. دلیل اصلی ارائه سیم‌کارت‌های بدون فیلتر به گردشگران ابتدا از سوی ضرغامی، کاهش بازدیدکنندگان خارج از کشور بیان شد. او همچنین مطرح کرده بود که گردشگران خارجی به‌دلیل اقامت کوتاه‌مدت‌شان در ایران معمولاً از پیام‌رسان‌های داخلی استفاده نمی‌کنند.

◀ تصویب طرح سیم‌کارت‌های گردشگری

تصویب طرح سیم‌کارت‌های گردشگری در کارگروه رفع مصادیق مجرمانه دادستانی کل کشور صورت گرفته است. علی‌اصغر شالبافیان، معاون وزیر گردشگری بیان

جدیدترین مصوبات مجلس برای نظام بانکی در حاشیه بررسی برنامه هفتم

سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی ایجاد می‌شود

مرکزی، برنامه افزایش سرمایه ابلاغی بانک مرکزی را به تصویب مجمع عمومی خود رسانده و فرایند قانونی افزایش سرمایه را آغاز کنند.

◀ تولد دو سامانه جدید در نظام بانکی

تشکیل دو سامانه «املاک و مستغلات شبکه بانکی» و «سامانه سهام‌داری شبکه بانکی» یکی دیگر از مصوبات این جلسه مجلس برای نظام بانکی است. در این زمینه، بانک مرکزی باید یک ماه بعد از لازم‌الاجرا شدن این قانون، سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی را راه‌اندازی کند و بانک‌ها نیز باید اطلاعات مربوط به املاک خود را در سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی ثبت کنند. تکلیف دیگر مجلسی‌ها به بانک مرکزی این است که نسبت به ارزیابی کیفیت دارایی‌های بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی مبتنی بر اطلاعات ثبت‌شده در سامانه اقدام کرده و پس از آن، هر دو سال

در جریان بررسی لایحه برنامه هفتم در مجلس، نمایندگان مجلس به بررسی مواد هفت و هشت این لایحه که به اصلاح نظام بانکی و مهار تورم مربوط می‌شود، پرداختند.

از جمله مصوبات مجلس در این زمینه می‌توان به تشکیل دو سامانه جدید در نظام بانکی، الزام بانک‌ها به ثبت اموال خود در سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی، تعیین سازوکار پرداخت بدهی‌های بانک‌ها و واگذاری اموال مازاد بانک‌ها تا پایان سال دوم برنامه هفتم اشاره کرد.

در ابتدای این جلسه، تحقق تورم ۹/۵ درصدی، رشد نقدینگی ۱۳/۸ درصدی، کاهش سالانه ۲۰ درصدی ناترازی بانک‌ها و نسبت کفایت سرمایه ۸ درصدی بانک‌ها به تصویب رسید.

در ادامه، سازوکار افزایش سرمایه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری تصویب شد که طبق آن، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی غیردولتی باید پس از ابلاغ بانک

یک بار، ارزیابی کیفیت دارایی‌ها را تکرار کند.

◀ الزام بانک‌ها به ثبت و واگذاری اموال

علاوه بر این، بانک‌ها نیز باید اطلاعات مرتبط با املاک و مستغلات تحت تملک خود یا املاک و مستغلاتی را که مدعی مالکیت بر آنها هستند، به ترتیبی که بانک مرکزی اعلام می‌کند، در سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی ثبت کنند. از سوی دیگر، بانک‌ها باید اطلاعات مرتبط با سهام‌داری خود در شرکت‌ها، اعم از شرکت‌های بورسی و غیربورسی، واگذاری اموال و اطلاعات مرتبط با سایر سهام‌داران، املاک، مستغلات، سهام و سایر دارایی‌های متعلق به شرکت‌های مزبور را به ترتیبی که بانک مرکزی اعلام می‌کند در سامانه سهام‌داری شبکه بانکی درج کنند. واگذاری دارایی‌های مازاد بانک‌ها تا پایان سال دوم نیز از دیگر تکالیف مجلس است که مسئولیت تشخیص مازاد بودن املاک با بانک مرکزی خواهد بود.



دولت باید اولین مشتری
هوش مصنوعی باشد

چالش‌های کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی

امین رحمانی، هم‌بنیان‌گذار ویراویراست، معتقد است یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، نیروی انسانی است. او در این باره می‌گوید: «ما به‌سختی می‌توانیم به یک نیرو ۷۰۰ تا ۱۰۰۰ دلار حقوق دهیم، اما در همسایگی ما کشور امارات به‌راحتی به نیروهای خود هفت هزار دلار در ماه حقوق می‌دهد.»

او می‌افزاید: «یکی دیگر از چالش‌ها بحث زیرساخت است. شرکت OpenAI که توانست ۱۰ میلیارد دلار سرمایه جذب کند، شاید بالغ بر همین مبلغ را صرف زیرساخت‌های سخت‌افزاری خود کرده باشد. ما برای آموزش مدل‌ها به قطعه‌ای به نام GPO نیاز داریم که بسیار گران است. نگهداری از این قطعه هم بسیار هزینه‌بر است.»

رحمانی ادامه می‌دهد: «چالش بعدی بحث دیتاست. در کشورهای دیگر دیتا در اختیار شرکت‌های هوش مصنوعی قرار می‌گیرد، اما در ایران دیتا در دست سازمان‌هاست. در ایران شرکت‌های هوش مصنوعی خودشان باید دیتا تولید کنند که بسیار زمان‌بر است. قانون‌گذار هم برای رفع این مشکل هیچ قانونی تصویب نکرده است.»

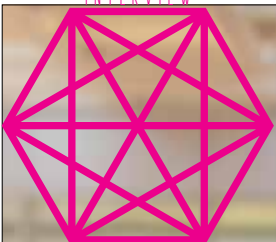
به گفته هم‌بنیان‌گذار ویراویراست چالش دیگر کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی در رابطه با بازار است. او توضیح می‌دهد: «الان شرکت‌های هوش مصنوعی زیاد هستند. یکی از اصول در این حوزه در دنیا این است که خود دولت‌ها باید محصولات هوش مصنوعی را بخرند. برای مثال رشد شرکت گوگل به دلیل حمایت دولتش بوده است. ولی در کشور ما هنوز این موضوع جا نیفتاده که دولت باید اولین مشتری هوش مصنوعی باشد. یعنی دولت باید از شرکت‌های هوش مصنوعی حمایت کند. در ایران هنوز راه زیادی مانده تا دولت متوجه شود که باید از شرکت‌های هوش مصنوعی حمایت کند. چون هزینه زیرساخت این شرکت‌ها زیاد است و تا به مدل مقیاس‌پذیری برسند، زمان می‌برد.»



کسب و کار
BUSINESS

شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم

گفت‌وگو
INTERVIEW



می‌خواهیم سراغ زبان‌های دیگری هم برویم

هم‌بنیان‌گذار ویراویراست از کاربرد هوش مصنوعی برای
درست‌نویسی در فارسی می‌گوید

درست و پاکیزه‌نویسی در زبان فارسی دغدغه افراد زیادی، از روزنامه‌نگاران گرفته تا دانشجویان است. برای درست نگاشتن علاوه بر دقت به سرعت هم نیاز داریم، اما کسانی که هر روز با این قضیه درگیر هستند، به‌خوبی درک می‌کنند که داشتن هم‌زمان دقت و سرعت در ویرایش متون فارسی کار بسیار سختی است. اینجاست که نرم‌افزارهای ویرایش متن فارسی به کمک نویسندگان می‌آیند و تا حدودی کار آنها را آسان می‌کنند. ویراویراست یکی از این نرم‌افزارهاست که سعی می‌کند بر کیفیت خروجی تأکید زیادی داشته باشد. این نرم‌افزار مشابه گرامرلی است و به گفته بنیان‌گذار آن بر خلاف سایر نرم‌افزارهای ویرایش متن فارسی که کلمات را تک‌به‌تک ویرایش می‌کنند، می‌تواند ساختار و جملات را درک کند. ویراویراست علاوه بر ویرایش متون، محصولات دیگری مانند تبدیل صوت به متن و تبدیل عکس به متن هم دارد. به‌علاوه این شرکت راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی به سازمان‌ها ارائه می‌دهد و به آنها در هوشمندسازی روندهایشان کمک می‌کند. امین رحمانی، هم‌بنیان‌گذار این شرکت دانش‌بنیان مستقر در شیراز در گفت‌وگو با کارنگ می‌گوید که شناخت نیاز مشتری و بازار برای آنها مزیتی به ارمغان آورده که توانسته‌اند با سایر کسب‌وکارهای مشابه در این حوزه رقابت کنند. او علاوه بر معرفی کسب‌وکار و محصولاتش به چالش‌های راه‌اندازی کسب‌وکار مبتنی بر هوش مصنوعی هم اشاره می‌کند. رحمانی معتقد است در راه‌اندازی کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی حمایت دولت اهمیت زیادی دارد و در تمام دنیا شرکت‌های بزرگ با کمک و حمایت دولت‌شان توانسته‌اند رشد کنند.

ایده راه‌اندازی ویراویراست چگونه
 مطرح شد؟ چه نیازی احساس کردید که به فکر
ساخت چنین نرم‌افزاری افتادید؟

من سال ۱۳۹۶ دانشجو بودم و می‌خواستم از پایان‌نامه‌ام دفاع کنم. استاد راهنمای من بسیار سخت‌گیر بود و نسبت به درستی نگارش متن حساسیت زیادی داشت.

با اینکه رشته من فنی بود، اما استاد من نسبت به درستی متن پایان‌نامه سخت‌گیری زیادی داشت و به من اجازه دفاع نمی‌داد. من هم برای دفاع عجله داشتم و آماده بودم که بعد از دفاع به آلمان بروم. به سراغ چند نرم‌افزار رفتم تا متن پایان‌نامه‌ام را ویراستاری کنم، اما کار کردن با آنها بسیار زمان‌بر بود. به همین دلیل فکری به ذهنم رسید. چند روز وقت گذاشتم و یک کد نوشتم. ۹۰ درصد کار من با آن کد درست شد و توانستم از پایان‌نامه‌ام دفاع کنم.

بعد از آن به این فکر کردم که قطعاً بسیاری از دانشجویان با این معضل مواجه هستند. با بررسی‌ای که انجام دادم، متوجه شدم استادان تحصیلات تکمیلی در دانشگاه‌های دیگر هم نسبت به نگارش متن حساس هستند.

در نگارش پایان‌نامه دانشجویان فقط به فکر نوشتن هستند و به نحوه نگارش متن توجهی ندارند.

به این فکر کردم که تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی در کشور کم نیست و با جست‌وجو در این باره متوجه شدم ۹۹۰ هزار دانشجوی تحصیلات تکمیلی در ایران وجود دارد. نرم‌افزارهای موجود را هم بررسی کردم. ویراستیار در سال ۱۳۹۰ با هزینه شورای انقلاب فرهنگی ساخته شده بود و برای آن سال‌ها نرم‌افزار خوبی بود، اما کلمات را تک‌به‌تک بررسی می‌کرد. با توجه به اینکه تا سال ۱۳۹۶ مدل‌های هوش مصنوعی جدیدی ایجاد شده بودند، دیدیم که امکان ساخت نرم‌افزار بهتری وجود دارد.

نرم‌افزارهای خارجی را هم بررسی کردم و با گرامرلی آشنا شدم. گرامرلی نیز از جامعه دانشگاهی شکل گرفته بود. به این نتیجه رسیدم که می‌توان نرم‌افزاری مشابه گرامرلی برای زبان فارسی داشت. به این ترتیب بود که تیم ما شکل گرفت.

در ابتدا تیم ما ۱۱ عضو داشت و اکثر آنها در رشته زبان‌شناسی تحصیل کرده بودند. ما به تولید داده نیاز داشتیم.

منظور من از داده، متن ویرایش‌شده‌ای است که بتوان با آن سیستم را آموزش داد، اما رفته‌رفته تیم ما کوچک‌تر شد. چون در ابتدای کار قضیه جدی نبود و فکر نمی‌کردیم تا اینجا پیش برویم.

در نهایت محصول شما در چه سالی
راه‌اندازی شد؟

نسخه اولیه محصول ما اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹ راه‌اندازی شد تا وارد بازار شود و محک بخورد. این نسخه وارد بازار شد و در مورد آن بازخوردهایی گرفتیم. سال ۱۴۰۰ یک آپدیت خیلی خوب منتشر کردیم. گوگل یک الگوریتم جدید به نام ترنسفورمر منتشر کرده بود و در آن زمان خیلی طرفدار داشت. فکر می‌کنم ما جزء اولین تیم‌ها در حوزه متن بودیم که از این الگوریتم استفاده کردیم.

این آپدیت بسیار نتیجه‌بخش بود. چت جی‌پی‌تی نیز بر اساس این الگوریتم‌ها کار می‌کند. در اواخر سال ۱۴۰۰ هم توانستیم دانش‌بنیان شویم. در حال حاضر با آخرین آپدیتی که ماه گذشته منتشر کردیم، ویراویراست شبیه گرامرلی شده و می‌توان گفت یک نسخه از گرامرلی برای زبان فارسی است. چون ویراویراست یافت جمله، ساختار و معنی کلمات را در کنار هم کاملاً متوجه می‌شود.



جذب سرمایه یکصد میلیون دلاری رایتر

رقیب جدید چت جی‌پی‌تی

می‌دهد؛ از مدل‌های ۱۲۸ میلیون پارامتری گرفته تا ۴۳ میلیارد پارامتری. این مدل‌ها از مدل چت جی‌پی‌تی ۴ که یک تریلیون پارامتر دارد، بسیار کوچک‌تر هستند. این مدل‌ها که پالمیرا نام دارند، با داده‌های عمومی از منابعی مانند صفحات وب، کتاب‌ها، ویکی‌پدیا، گیت‌هاب و محتوای ویدئویی یوتیوب آموزش دیده‌اند.

حبیب در مورد این داده‌ها توضیح می‌دهد: «این داده‌ها فیلتر می‌شوند تا داده‌هایی که حق کپی‌رایت دارند، از میان آنها حذف شوند.» او می‌افزاید: «هر شرکت یک نسخه دقیق تنظیم‌شده جداگانه از مدل را دریافت می‌کند که این مدل با داده‌های اختصاصی آن شرکت مانند گزارش‌های مالی آموزش داده شده است. این مدل‌ها همچنین با اکثر استانداردهای حفظ حریم خصوصی و امنیتی، از جمله HIPAA و قانون حفظ حریم خصوصی اروپا GDPR مطابقت دارند.»

در ماه جولای نیز رایتر مدل پالمیرام را منتشر کرد که این مدل با مجموعه داده‌های پزشکی عمومی آموزش داده شده است. حبیب در این باره می‌گوید: «مدل‌های کوچک‌تر رایتر با یک صدم هزینه سایر مدل‌های زبانی بزرگ آموزش داده می‌شوند و برای انجام وظایف خاص با سرعت‌های بالاتر آماده می‌شوند.» او خاطرنشان می‌کند: «شرکت‌ها معمولاً با چالش تنظیم مدل‌های زبانی بزرگ با حجم عظیم داده‌ای که دارند، مواجه هستند. آنها در تنظیم مدلی که بتواند هر مشکلی را حل کند، با سختی مواجه هستند.»

یکی از مزیت‌های رایتر یکپارچگی آن با ابزارهایی است که کارکنان به‌صورت روزمره با آنها سروکار دارند. به‌علاوه افزونه رایتر به‌راحتی روی برنامه‌هایی مثل گوگل کروم، گوگل داکز یا میکروسافت ورد نصب می‌شود.

استارت‌آپ هوش مصنوعی مولد «رایتر» در دومین دور تأمین مالی خود موفق به جمع‌آوری ۱۰۰ میلیون دلار شد. با این جذب سرمایه، ارزش رایتر به ۵۰۰ تا ۷۵۰ میلیون دلار افزایش یافت. مدل‌های زبانی بزرگ رایتر، قابلیت تولید طیف متنوعی از محتوا را؛ از گزارش‌های رویدادها و ایمیل گرفته تا توضیحات مربوط به محصولات و خلاصه‌های اجرایی دارند. این ویژگی، رایتر را در مقابل چت جی‌پی‌تی OpenAI و تایپ‌فیس قرار می‌دهد.

با اینکه کسب‌وکارهای زیادی در این حوزه وجود دارند، اما به گفته مدیرعامل رایتر استقبال خوبی از این استارت‌آپ به عمل آمده است. «می‌حبیب»، مدیرعامل و یکی از بنیان‌گذاران رایتر می‌گوید: «برخی مشتریان سازمانی کم‌کم از آژور OpenAI به سمت رایتر می‌روند؛ زیرا کیفیت خروجی‌های تولیدشده توسط چت جی‌پی‌تی به اندازه کافی بالا نیست. حبیب گفت که درآمد رایتر در دو سال گذشته ۱۰ برابر و از ابتدای سال جاری چهاربرابر شده است.»

او ادامه می‌دهد: «بسیاری از مردم در مورد درستی محتوای تولیدشده توسط چت جی‌پی‌تی و نمونه‌های مشابه مطمئن نیستند. حتی بسیاری اوقات نمی‌توانند از آن محتواها استفاده کنند؛ زیرا کیفیت خوبی ندارند.» رایتر در سال ۲۰۲۰ تأسیس شد و اوایل سال ۲۰۲۳ در فهرست ۵۰ شرکت برتر هوش مصنوعی مجله فوربس قرار گرفت. این استارت‌آپ ۱۵۰ مشتری سازمانی از جمله اوپر، اسپاتیفای، ونگارد، سامسونگ و لورال دارد. این دور تأمین مالی توسط آیکونیک گروث و با مشارکت بالدرتون کپیتال، اینسایت پارتنرز و اسپکت ونچرز انجام شد.

رایتر ۱۴ مدل با اندازه‌های مختلف ارائه



کارنگ



شماره ۱۱۵
۹۰۰۰۰۰۰۰
سال سوم

که می‌تواند به بهینه‌سازی سازمان‌ها کمک کند. برای مثال می‌تواند روند و روال کاری را در یک سازمان هوشمند کند و به تبع این هوشمندسازی هزینه‌های سازمان پایین می‌آید. با توجه به اینکه هوش مصنوعی می‌تواند ۲۴×۷ کار کند، نیاز مشتریان را به‌خوبی برطرف می‌کند و دیگر آن سازمان نیازی به منابع انسانی نخواهد داشت. به‌طور کلی هزینه‌های سازمان پایین و راندمان آن بالا خواهد رفت. در واقع ما برای معضلات سازمان‌ها، راه‌حل سازمانی ارائه داده و به آنها توضیح می‌دهیم که اگر از هوش مصنوعی در رابطه با یک معضل خاص استفاده کنند، راندمان آنها بالاتر خواهد رفت.

برای مثال اکنون در حال انجام کاری با اداره مالیات هستیم تا روند پاسخ‌دهی به مشتریان‌شان تسریع شود و مراجعه به این سازمان کاهش یابد. در واقع مردم می‌توانند با مراجعه به سیستمی که قرار است ما به این سازمان ارائه دهیم، پاسخ سؤالات خود را دریافت کنند.

در حال حاضر هم با سازمان‌هایی چون استانداری فارس، معاونت غذا و داروی سازمان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی شیراز، دانشگاه شیراز و سازمان

تأمین اجتماعی همکاری می‌کنیم.

این سازمان‌ها در حال حاضر از هوش مصنوعی ویراویراست استفاده می‌کنند. در واقع ما توانسته‌ایم به این سازمان‌ها، راهکارهای سازمانی و محصولات‌مان را ارائه دهیم.

به‌جز سازمان‌ها، چه تعداد کاربر از ویراویراست استفاده می‌کنند؟

بیش از ۲۰ هزار کاربر ماهانه از سیستم ما استفاده می‌کنند.

تابه حال سرمایه جذب کرده‌اید؟

ما تابه حال سه دور جذب سرمایه داشته‌ایم. اولین سرمایه‌گذار ما شتاب‌دهنده کوانتوم از دانشگاه شیراز بود. سپس از مجموعه صد استارت‌آپ، ۴۰۰ میلیون تومان سرمایه جذب کردیم. در دور بعدی هم که در سال ۱۴۰۱ بود، صندوق پارسیان، شناسا، صد استارت‌آپ و صندوق سرمایه‌گذاری اینوتک روی ویراویراست سرمایه‌گذاری کردند.

چه برنامه و اهدافی برای آینده ویراویراست دارید؟ آیا به فکر توسعه ویراویراست و ورود به بازار خارج از ایران هستید؟

ما قصد داریم به سراغ زبان‌های دیگر برای مثال زبان عربی برویم. بازار این زبان بزرگ‌تر است و استفاده‌کنندگان بیشتری دارد. ما برای زبان فارسی حدود یکصد میلیون کاربر بالقوه داریم، ولی در زبان عربی حدود یک میلیارد کاربر بالقوه وجود دارد.

پس احتمالاً بازار زبان عربی بهتر و بزرگ‌تر خواهد بود. رقابتی هم داریم، اما به واسطه اینکه قیمت تمام‌شده محصول در ایران کمتر است، برای یک کشور یا سرمایه‌گذار عربی به‌صرفه است که در ایران سرمایه‌گذاری کند.

دلیل زمان‌بر شدن فرایند راه‌اندازی، آماده‌کردن داده‌ها بود. ۸۰ درصد کار هوش مصنوعی، آماده‌سازی داده درجه یک و ۲۰ درصد هم آموزش دادن به الگوریتم‌ها و نگهداری است.

ویراویراست فقط کار ویرایش متن را انجام می‌دهد یا محصولات دیگری هم دارد؟

ما در حال حاضر چهار محصول داریم. یکی از آنها ویرایش متن زبان فارسی است که در مورد آن صحبت کردیم. محصول دیگر تبدیل گفتار به نوشتار است که ویراتایپ نام دارد. محصول دیگر هم فایل صوتی ضبط‌شده را به متن تبدیل می‌کند. این محصول را ویراآوا نامیده‌ایم.

چهارمین محصول هم عکس و پی‌دی‌اف را به متن تبدیل می‌کند که آن را هم ویرانویسه نام گذاری کرده‌ایم.

واقعیت این است که شرکت‌های دیگری هم وجود دارند که مشابه این محصولات را ارائه می‌دهند؛ مزیت رقابتی شما نسبت به آنها چیست؟

ما در این چند سال نیاز مشتری را متوجه شده‌ایم. برای مثال در بحث تبدیل فایل صوتی به متن می‌دانیم که مشتری دقیقاً چه می‌خواهد و این موضوع بسیار مهم است. بسیاری از دوستان ایده‌های خوبی دارند، اما به نیاز بازار توجهی ندارند. تا وارد بازار نشده و متوجه نشوید که مشتری دقیقاً چه می‌خواهد، نمی‌توانید در آن بازار دوام بیاورید. کسی که دوام آورده، نیاز مشتری‌اش را به‌خوبی سنجیده است.

ما هم نیاز مشتری‌مان را سنجیده‌ایم و کاری کرده‌ایم که آن نیاز به‌خوبی برطرف شود.

برای مثال در تبدیل فایل صوتی به متن، در وهله اول سعی کرده‌ایم که این کار با دقت خوبی انجام شود. در واقع ما همیشه روی کیفیت تأکید داریم. سرعت و دقت برای کاربران بسیار مهم است.

به همین دلیل ما یکسری فیچر دیگر هم ارائه می‌دهیم. یعنی بعد از اینکه فایل

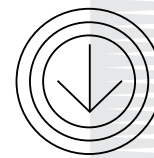
صوتی به متن تبدیل شد، آن را ویرایش می‌کنیم. تا اگر موتور صوتی ما خطایی داشته، آن را برطرف کنیم. به‌علاوه علامت‌گذاری متن را نیز انجام می‌دهیم. در بحث ویرایش متن هم مزیت ما دقت است. محصولی شبیه به گرامرلی تابه‌حال در زبان فارسی وجود نداشته است. چند نرم‌افزار مثل نویسه یا پاک‌نویس در حوزه ویرایش وجود دارند، اما محصول ما دقت و کارایی بالاتری دارد.

مزیت دیگر ما داشتن افزونه وردپرس است که این افزونه را بر اساس نیاز مشتری ایجاد کردیم. فکر می‌کنم این اولین افزونه وردپرس برای ویرایش متن زبان فارسی است.

به نظر می‌رسد اهمیت زیادی به نیازهای مشتری می‌دهید. آیا شما به سازمان‌ها و کسب‌وکارها هم نسخه شخصی‌سازی شده یا خدمات ویژه ارائه می‌دهید؟

ما یک تیم بسیار خوب در حوزه هوش مصنوعی داریم





صنعت لجستیک دیجیتالی شده چگونه می‌تواند به رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک ختم شوند؟

مزیت‌هایی برای بزرگ و کوچک

برای شرکت‌های کوچک یا شرکت‌هایی که در اول راه خود یا در مرحله بلوغ هستند، همراه شدن با تحول دیجیتال می‌تواند امری استرس‌زا باشد، اما با وجود این ترس و دلهره‌ها، دیجیتالی شدن اهمیت زیادی دارد و سود زیادی برای کسب و کارها به ارمغان می‌آورد. بر اساس مطالعه‌ای که در سال ۲۰۲۰ توسط سیسکو انجام شد، کسب و کارهای کوچک در چند حوزه کلیدی ۴۸ درصد از کل تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورهايشان را تشکیل می‌دهند. این رقم نشان‌دهنده اهمیت و بازده کسب و کارهای کوچک است. پس سیسکو پیش‌بینی می‌کند با دیجیتال سازی بیشتر، این شرکت‌های کوچک می‌توانند رشد تولید ناخالص داخلی کشورهايشان را تا سال ۲۰۲۴ به ۲/۳ تریلیون دلار افزایش دهند.

در واقع بسیاری از مشاغل کوچک‌تر در حال بررسی دیجیتالی سازی خود هستند. سیسکو در مطالعه خود دریافت که ۷۲ درصد از کسب و کارهای کوچک مورد بررسی در سراسر بریتانیا، ایالات متحده، آلمان، فرانسه، کانادا، مکزیک، برزیل و شیلی، از زمان شیوع کووید ۱۹ در حال تلاش برای سرعت بخشیدن به دیجیتالی شدن خود هستند، اما صنعت لجستیک چگونه می‌تواند از دیجیتالی شدن برای کمک به رشد شرکت‌های کوچک‌تر استفاده کند و چرا تحول دیجیتال مهم است؟

امکان رزرو فوری

در گذشته، رزرو کانتینر حمل و نقل گاهی بیش از یک هفته زمان می‌برد؛ چراکه فرایند تأیید، بیمه و بارنامه زمان‌بر بود. در واقع زمان زیادی صرف انتقال مرسوله از نقطه مبدأ به نقطه مقصد می‌شد. اما اکنون امکان انجام ۶۰ درصد از رزروها به صورت دیجیتالی فراهم شده است.

بسیاری از مراحل هم به صورت خودکار و آنی انجام می‌شوند. برای مثال قبلاً صدور بارنامه گاهی تا هشت روز هم زمان می‌برد، اما در حال حاضر این مرحله در کمتر از ۱۰ دقیقه انجام می‌شود. این اتفاق کسب و کارها را قادر می‌سازد تا به جای صرف وقت برای فرایندهای لجستیکی به کارهای مهم‌تری چون رشد و توسعه خود بپردازند.

زنجیره تامین خاص مشتری

با استفاده از فرایندهای دیجیتالی دیگر نیازی به برنامه‌ریزی‌های دستی برای نحوه دریافت محموله از انبار، بندر، قطار، کامیون و انبار نیست. کل این زنجیره می‌تواند

به صورت دیجیتالی بهینه شود. به علاوه می‌توان گزینه‌هایی را به این فرایند افزود که قبلاً از طریق تلفن یا کاغذبازی انجام می‌شدند. به طور مثال برای بیمه‌های کالاهای فاسدشدنی دیگر مثل قبل نیازی به نامه‌زدن و پیگیری و صرف وقت زیادی نیست و می‌توان به راحتی و در کمترین زمان این کار را از طریق پلتفرم‌های دیجیتالی انجام داد.

سوال مشتری

و پاسخ هوش مصنوعی

همان‌طور که گفته شد، رزرو فوری و دیجیتال در زمان و هزینه شرکت‌ها صرفه جویی می‌کند و در نتیجه منابع بیشتری برای انجام کارهای دیگر در اختیار آنها قرار می‌دهد. با این حال شرکت‌های کوچک‌تر که تازه سفر دیجیتالی خود را آغاز کرده‌اند، ممکن است نسبت به راه حل‌های دیجیتالی لجستیکی محتاط باشند. واضح است که این شرکت‌ها به یک مشاور در امور مربوطه نیاز دارند که در این زمینه نیز دیجیتالی شدن به کمک آنها می‌شتابد.

سیستم‌های هوش مصنوعی در شرکت‌های لجستیکی کمک می‌کنند به سؤالات و نگرانی‌های مشتریان زودتر پاسخ داده شود. به جای اینکه سؤالات و ابهامات ساعت‌ها و روزها در صندوق‌های ورودی بمانند تا مرتب و به بخش مربوطه ارسال شوند، سیستم‌های هوش مصنوعی کمک می‌کنند که سؤالات مشتریان به طور خودکار طبقه‌بندی شوند. این اتوماسیون کمک می‌کند تا زمان پاسخ به مشتریان سریع‌تر شود و این موضوع به نفع شرکت‌هایی است که در استفاده از فرایندهای دیجیتالی محتاط‌تر هستند. در واقع از طریق این اتوماسیون‌ها به سؤالات و ابهامات مشتریان خیلی سریع‌تر پاسخ داده می‌شود تا آنها بتوانند راحت‌تر تصمیمی بگیرند.

صرفه جویی در هزینه و زمان

در حالی که لجستیک از لحاظ تاریخی صنعتی کند در نوآوری و دیجیتالی شدن محسوب می‌شود، اما اکنون راه‌های متعددی برای شرکت‌ها وجود دارد تا خدمات لجستیکی خود را به روزرسانی کنند. این راه حل‌های ساده به شرکت‌های کوچک‌تر اجازه می‌دهد تا تحول دیجیتال خود را به سرعت آغاز کرده و زمان و منابع ارزشمندی را برای فعالیت‌های استراتژیک‌تر ذخیره کنند. با صرف زمان کمتر برای فرایندهای لجستیک و رزرو، شرکت‌ها می‌توانند بیشتر در توسعه و رشد سرمایه‌گذاری کنند.



شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



راهکار لجستیکی ارزان و سریع برای کسب و کارها

رونمایی از قطار بار، سامانه تجارت الکترونیکی راه آهن

پیش‌تاز راه و شهر در این مراسم ضمن اشاره به قدمت ارائه خدمات لجستیکی در حوزه خرده‌بار توسط شبکه ریلی کشور گفت: «حمل و نقل ریلی یک حمل و نقل سبز است که با ایمنی و سرعت بالا، هزینه‌های پایینی دارد. در حال حاضر ما این آمادگی را داریم که این سرویس را به جامعه هدف‌مان که فعالان حوزه کسب و کار و تولیدکنندگان محموله‌ها و بازارگاه‌های فعال در فضای اینترنت هستند، ارائه دهیم.» او در ادامه اظهار داشت: «مجموعه ما آماده است به جز رهسپاری که میان شهرهای استان‌های گوناگون انجام می‌دهیم، از طریق

مراسم رونمایی از «قطار بار»، سامانه تجارت الکترونیکی راه آهن با حضور مدیرعامل شرکت «توسعه بازرگانی پیش‌تاز راه و شهر» برگزار شد. شرکت توسعه بازرگانی پیش‌تاز راه و شهر با نام تجاری قطار بار مراسم رونمایی از خدمات لجستیک مبتنی بر شبکه ریلی کشور را بر بستر وب سرویس (API) با امکان ثبت و صدور بارنامه و رهگیری مرسولات در حاشیه دهمین نمایشگاه بین‌المللی حمل و نقل و صنایع ریلی برگزار کرد. «مجید فغانی»، مدیرعامل شرکت توسعه بازرگانی

مدیرعامل شرکت توسعه بازرگانی پیش‌تاز راه و شهر در حاشیه مراسم رونمایی سامانه قطار بار درباره لزوم استفاده از فناوری در صنعت لجستیک به خبرنگار کارنگ می‌گوید: «اگر قرار باشد یک کسب و کار در شبکه حمل و نقل فعالیت کند و از فناوری اینترنت استفاده نکند، محکوم به فناست.» مجید فغانی با اشاره به همکاری مجموعه تأمین برای راه اندازی این سامانه تأکید کرد که حوزه حمل و نقل خرده‌بار کشور در حال تهی شدن از خدمات شبکه ریلی

راه آهن می‌تواند انتخاب خرده‌فروشان برای ارسال ارزان و سریع مرسوله‌ها باشد

احیای یک امکان لجستیکی فراموش شده

«شاید موافق نباشید!»



هر شنبه، تحلیل خبرهای اکوسیستم بارضا جمیلی

بسندۀ کردن به سخت خبرها که صرفاً تیتراها را به شما می‌دهند چیز زیادی از واقعیت ماجراها نصیب‌تان نمی‌کند. اگر در دام نرم خبرها و داستان‌هایی که برندها برای خودشان می‌سازند هم بیفتید که تأکید اول و آخرشان این است که «ما خوبیم» یا «همه عالم سر ناسازگاری با ما دارند...» یک چاه ویل دیگر است. سردبیر کارنگ می‌گوید در این برنامه تلاش دارد تحلیل وقایع و اتفاقات را ورای خبرها و اهداف منتشرکنندگان آنها با شما در میان بگذارد.

چی شد که نصر تهران یک‌هو اینقدر

جذاب شد؟

در برنامه این هفته



اسکن کنید

استودیو راهکار

سامانه قطاربار عنوان کرد، امکان حمل ترکیبی با استفاده از این سامانه است. بر اساس این ویژگی در قطاربار تا جایی که امکان دارد، کار حمل توسط شبکه ریلی انجام می‌شود، اما برای مکان‌هایی که به این شبکه دسترسی ندارند، از شبکه‌های حملی محلی مانند خودرو استفاده می‌شود. این ویژگی باعث شده که قطاربار بتواند پوشش دهی قابل توجهی در سطح کشور داشته باشد.

همچنین سرویس «درب به درب» قطاربار این امکان به صاحبان مرسوله‌ها می‌دهد که مرسوله خود را از مبدأ خود به مقصد مورد نظر به صورت نقطه‌به‌نقطه ارسال کنند. بنا بر توضیحات ملک محمدی این مبدأ می‌تواند محل کار یا محل زندگی فرد باشد. با ایجاد این سرویس امکان پوشش دهی کل کشور با استفاده از قطاربار فراهم شده و اگر جایی هم وجود داشته باشد که این سامانه با محدودیت مواجه شود، از سایر



یکی از سرویس‌هایی که در قطاربار ارائه می‌شود، حمل خودرو به صورت درب به درب است. این سرویس حمل خودرو را از محل فرستنده تا محل گیرنده پوشش می‌دهد

تأمین کنندگان کمک می‌گیرد.

حمل خودرو به صورت «درب به درب»

یکی از سرویس‌های جذابی که در قطاربار ارائه می‌شود، حمل خودرو به صورت درب به درب است. این سرویس حمل خودرو را به صورت کاملاً اقتصادی از محل فرستنده تا محل گیرنده در سراسر کشور پوشش می‌دهد. به گفته ملک محمدی پلتفرم قطاربار یک سرویس یکپارچه کامل است و کسب‌وکارها می‌توانند از طریق API، وب یا پِنل کل فرایند خود را انجام دهند. قطاربار همچنین انواع مختلف پرداخت؛ از آنلاین گرفته تا پرداخت پس‌کرایه و در محل را پوشش می‌دهد.

او در پایان گفته‌های خود خاطرنشان کرد: «یکی از ویژگی‌های شبکه ریلی این است که می‌تواند تکمیل‌کننده زنجیره شرکت‌های حمل باشد و با توجه به قیمت پایین، سرعت بالا و برنامه‌ریزی منظمی که دارد، شرکت‌های حمل می‌توانند فرایند رهسپاری خود را از طریق این سیستم انجام دهند. در حال حاضر شرکت ملی پست از سرویس قطاربار استفاده می‌کند.» در پایان این برنامه، مدیرعامل شرکت توسعه بازرگانی پیش‌تاز راه و شهر و همچنین مدیرعامل شرکت تاپین به سؤالات خبرنگاران درباره سامانه قطاربار پاسخ دادند. مجید فغانی در پاسخ به سؤال خبرنگار کارنگ درباره خدمات حمل ترکیبی گفت: «در بسیاری از شهرها شبکه حمل و نقل درون‌شهری در اختیار خود قطاربار است، ولی ما این فضا را فراهم کرده‌ایم تا مجموعه‌هایی که جمع‌آوری و توزیع را در شبکه داخلی استان‌ها و شهرها انجام می‌دهند، قابلیت اتصال به قطاربار از طریق API را داشته باشند.»

و در محل شرکت‌هایی مانند پست جمهوری اسلامی، تیپاکس، چاپار و... که به ما ملحق شدند، خدمات خود را عرضه کنیم. بازارگاه‌های فعال در حوزه لجستیک بر پایه اینترنت می‌توانند API ما را دریافت و آن را در سایت خود که مورد وثوق فروشگاه‌ها و تولیدکننده‌های مرسولات است، رونمایی کنند و از این طریق خدمات را به جامعه کسب‌وکاری کشور ارائه دهند.» فغانی با تأکید بر اینکه قطاربار تکمیل‌کننده زنجیره لجستیک بر پایه شبکه ریلی است، درباره مشتریان بالقوه خدمات قطاربار افزود: «این محصول می‌تواند توسط مشتریان در حوزه کارخانجات، شرکت‌های حوزه توزیع و فروشگاه‌ها و... به شکلی مقرون به صرفه مورد استفاده قرار گیرد. کسب‌وکارهای حوزه B2B و B2C می‌توانند از خدمات ما در حوزه لجستیک استفاده کنند. در حال حاضر در ۴۰ نقطه ایران قطاربار نمایندگی فعال دارد که همگی به این سامانه یکپارچه متصل هستند و این امکان را دارند که مرسولات را از در منزل مشتری تحویل گرفته و در مقصد مورد نظر تحویل دهند.»

عدم وجود محدودیت وزنی در قطاربار

در ادامه این برنامه مهرداد ملک محمدی، مدیرعامل شرکت تاپین که توسعه این سامانه را بر عهده داشته، درباره ویژگی‌ها و خدماتی که توسط این سرویس ارائه می‌شود، توضیح داد. بر اساس گفته‌های او در این سرویس محدودیتی برای وزن مرسوله پستی وجود ندارد و در صورتی که ابعاد یک بار امکان این را داشته باشد که از در واگن که حدوداً دو متر در دو متر است، عبور کند، توسط این سرویس قابل حمل است. ملک محمدی تأکید کرد که با توجه به محدودیتی که اغلب شرکت‌های لجستیکی خرده‌بار دارند و مرسوله‌های سنگین‌تر از ۲۰ کیلوگرم را حمل نمی‌کنند، این ویژگی را می‌توان یکی از مزیت‌های قطاربار عنوان کرد. ملک محمدی همچنین ایمنی و سرعت بالای قطاربار را یکی دیگر از مزیت‌های آن عنوان کرد که مرسولات را در کمتر از ۲۴ ساعت به مقصد می‌رساند. به گفته او یکی از ویژگی‌های این سامانه موضوع رهگیری مرسولات است. در این سامانه تمام مرسولات در وضعیت‌های مختلف از زمان تحویل‌گیری تا تحویل در مقصد قابلیت این را دارند که توسط مشتری رهگیری شوند. مشتری می‌تواند رهگیری را در قالب اس‌ام‌اس، نوتیفیکیشن در سایت و API در اختیار داشته باشد.

حمل ترکیبی و پوشش مناطق غیرریلی کشور

یکی از ویژگی‌های دیگری که مدیرعامل تاپین برای

بود و با این اقدام ما توانستیم دوباره آن را زنده کنیم. راه‌آهن چیزی است که در همه دنیا در حال تقویت شدن است و معمولاً تمام شبکه‌های لجستیکی سعی می‌کنند خودشان را به شبکه ریلی متصل کنند. فغانی تأکید کرد که فروشندگان خرد مانند کسانی که اقدام به تولید محصولات صنایع دستی یا محصولات غذایی محلی می‌کنند و آن را در شبکه‌های اجتماعی یا مارکت‌پلیس‌ها به فروش می‌رسانند و قیمت نهایی محصول برایشان اهمیت

زیادی دارد، می‌توانند از خدمات قطاربار استفاده کنند. به گفته او قطاربار در حال حاضر به مارکت‌پلیسی مانند «باسلام» متصل شده و فروشندگانی که کالاهای خرد دارند، از طریق این پلتفرم می‌توانند از خدمات این سامانه که قیمت کمتری نسبت به سایر روش‌های لجستیک دارد، استفاده کنند. همچنین یکی دیگر از مزیت‌های قطاربار که می‌تواند برای فروشندگانی خرد آنلاین اهمیت داشته باشد، سرعت آن است.



نگاهی به فعالیت‌های گروه مبتکر

گروه مبتکر فعالیت خود را از سال ۱۳۸۹ در حوزه توسعه محصولات مبتنی بر فناوری اطلاعات آغاز کرد. این گروه از ابتدای دهه ۹۰ در زمینه تولید وبسایت برای مجموعه‌های دولتی و خصوصی فعالیت کرده و پس از آن بر اساس نیازهایی که مشتریان داشته‌اند، وارد حوزه تولید محتوا می‌شود. گروه مبتکر از اواسط این دهه کار خود را در حوزه هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاکچین و رباتیک ادامه می‌دهد و نهایتاً در سال ۱۳۹۶ وارد حوزه ساخت اپلیکیشن‌های گوشی همراه می‌شود. در مجموع، توسعه شهر هوشمند، اپراتوری تلفن همراه و ثابت، تأمین، تجهیز و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی کشور، ارائه خدمات اینترنتی، توسعه و گسترش خدمات ارزش افزوده و نرم‌افزارهای کاربردی، گسترش حمل‌ونقل هوشمند و راهکارهای جامع پرداخت خرد، شتاب‌دهی شرکت‌های نوآور، سرمایه‌گذاری خطرپذیر و... از جمله حوزه‌هایی است که گروه مبتکر در آن فعال بوده است. گروه مبتکر از اواخر سال ۱۳۹۹ پس از انجام چند پروژه در زمینه اپلیکیشن‌های گوشی همراه، تمرکز خود را روی پروژه «مینی شهر» گذاشته که قرار است ماکتی از یک شهر در فضای دیجیتال باشد. در چشم‌اندازی که برای اکوسیستم «مینی شهر» تعریف شده، این پروژه شامل مجموعه‌ای از اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌ها برای شکل‌گیری یک شهر هوشمند است. اولین پروژه برای ایجاد این اکوسیستم مینی کالاست که با تمرکز بر «سوشال کامرس» یا شبکه فروش غیرمتمرکز، فعالیت خود را آغاز کرده است. «مینی پی»، «مینی کیو»، «مینی چنج»، «مینی بانک»، «مینی مارکت»، «مینی فود» و «مینی تی‌وی» از دیگر حلقه‌های زنجیره‌ای هستند که در نهایت قرار است «مینی شهر» را بسازند. در حال حاضر «مهدی مقیمیان»، مدیرعامل گروه مبتکر و بنیان‌گذار «مینی کالا» است.



تحول فروش آنلاین با سوشال کامرس‌ها

گفت‌وگو با مهدی مقیمیان، مدیرعامل گروه مبتکر و بنیان‌گذار پلتفرم مینی کالا

گفت‌وگو

INTERVIEW

شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم

ایده مینی کالا از کجا شکل گرفت و چگونه به این جمع‌بندی رسیدید که فروشندگانی خرد در فضای آنلاین به چنین پلتفرمی نیاز دارند؟

برای جواب به این سؤال باید به کمی عقب‌تر برگردیم. «مینی کالا» در واقع بخشی از یک پروژه بزرگ‌تر به نام «مینی شهر» است که حدوداً از اواخر سال ۱۳۹۹ آن را آغاز کردیم. در حال حاضر تمرکز گروه مبتکر روی این ابرپروژه است که از ۲۱ پروژه تشکیل می‌شود و یکی از این پروژه‌ها مینی کالاست. «مینی پی»، «مینی کیو»،

«مینی چنج»، «مینی بانک»، «مینی مارکت»، «مینی کارت»، «مینی فود»، «مینی تی‌وی» و... سایر محصولات این پروژه هستند. ایده مینی شهر از اینجا شکل گرفت که بر اساس تجربه ما، در ایران دلیل شکست پروژه‌ها همیشه این نیست که خودشان بد عمل می‌کنند، بلکه می‌تواند به خاطر این باشد که حلقه‌ای از یک زنجیره کلی هستند و به دلیل عملکرد بد حلقه بعدی یا قبلی با شکست مواجه می‌شوند. این فارغ از چالش‌هایی است

که در حوزه رگولاتوری وجود دارد. ما به این نتیجه رسیدیم که برای جلوگیری از چنین اتفاقی باید همه حلقه‌های زنجیره را داشته باشیم و بتوانیم عملکرد آن را مدیریت کنیم؛ بنابراین تصمیم گرفتیم یک شهر هوشمند بسازیم و همه زنجیره‌های مورد نیاز آن را شکل دهیم. این پروژه از آنجایی که ماکت یک شهر است، مینی شهر نام گرفت. این شهر باید فروشگاه، بانک، کتابخانه، سینما، سوپرمارکت و... داشته باشد. ما تصمیم گرفتیم اجزای این شهر را به صورت جداگانه بسازیم تا در نقطه نهایی که همه اینها ساخته شد، شهر ما شکل بگیرد. سؤال اصلی ما این بود که کار را با کدام یک از اجزای این شهر آغاز کنیم. برای این انتخاب شش ماه زمان صرف کارهای تحقیقاتی کردیم تا بدانیم در حال حاضر شرایط ورود به بازار کدام یک مهیاتر است. نتیجه بررسی‌های ما این شد که به سمت تولید یک پلتفرم سوشال کامرس برویم.

چه عواملی باعث شد که به چنین نتیجه‌ای برسید؟

بیش از دوده از تولید آمازون به عنوان بزرگ‌ترین و معروف‌ترین فروشگاه اینترنتی جهان می‌گذرد و مارکت پلیس‌های زیادی با الهام از این غول ایکامرس شکل گرفته و رشد کرده‌اند. با این حال بسیاری از فروشندگان بومی در کشورهای مختلف ترجیح می‌دهند به جای استفاده از خدمات مارکت پلیس‌ها با توجه به محدودیت‌هایی که دارند، کسب‌وکارشان را در شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند و توسعه دهند. اینستاگرام در این میان یکی از جذاب‌ترین بسترهایی بوده که توجه فروشندگان در کشورهای مختلف از جمله ایران را به خود جلب کرده است. با گسترده‌تر شدن میزان فروش اینترنتی در بسترهایی مانند اینستاگرام چالش‌های مرتبط با کلاهبرداری در این فضاها نیز جدی‌تر شده است. چالش‌هایی که همچنان بدون راهکار هستند و به همین دلیل افراد ترجیح می‌دهند در چنین فضا‌هایی روی مبالغ بالا ریسک نکنند. «مهدی مقیمیان»، مدیرعامل گروه مبتکر معتقد است سوشال کامرس‌ها به عنوان نسل بعدی مارکت پلیس‌ها، جایگزین پلتفرم‌های فروش آنلاین هستند که برای چالش‌های فروش در مارکت پلیس و شبکه‌های اجتماعی راهکار ارائه می‌دهند. با او که بنیان‌گذار «مینی کالا» است درباره این سوشال کامرس ایرانی و ویژگی‌هایی که دارد، به گفت‌وگو نشستیم.

در جهان معکوس شده و همه چیز دوباره در حال حرکت به سمت غیرمتمرکز شدن است؛ همان‌طور که در حوزه بانکی بلاکچین می‌خواهد نظام مالی دنیا را از مدل متمرکز مبتنی بر بانک‌ها تغییر دهد و به یک مدل غیرمتمرکز تبدیل کند، در مارکت پلیس‌ها هم این اتفاق توسط شبکه‌های اجتماعی و سوشال کامرس‌ها در جریان است.

چه عاملی باعث می‌شود که مارکت پلیس‌ها به سوی غیرمتمرکز شدن بروند؟

مارکت پلیس تاکنون به این شکل عمل می‌کرد که از فروشندگانی می‌خواست کالایش را در اختیار او قرار داده تا آن را استانداردسازی کند، خدمات انبارداری، لجستیک، پشتیبانی و تبلیغات ارائه دهد و به این شکل باری از روی دوش فروشندگانه بردارد، اما نقص مارکت پلیس‌ها این است که سقف محدودی دارند و از یک جایی به بعد هزینه‌های عملیاتی اسکیل کردن دیگر مقرون به صرفه نیست. مگر یک مارکت پلیس چه اندازه می‌تواند انبار ایجاد کند و خدمات لجستیک ارائه دهد؟ راهکار کسب‌وکاری مانند آمازون این بود که بازار خود را به کشورهای دیگر ببرد، ولی ما در ایران یک پرچم‌دار در این زمینه داریم که در ۹،۸ سال گذشته بازار را در اختیار داشته و از ابتدای کرونا هم با رشد‌های زیادی روبه‌رو شده، اما در هر صورت برای بزرگ شدن چاره‌ای جز داشتن انبار و لجستیک ندارد. معمولاً مارکت پلیس‌ها برای آنکه بتوانند مشکلات عملیاتی خود را حل کنند، دهک خود را تغییر می‌دهند و به جای اینکه کالاهای دهک‌های ۳ و ۴ را بفروشند، اقدام به فروش کالاهایی برای دهک‌های ۸،۷ و ۹ جامعه می‌کنند تا درآمدشان جبران شود. این پاشنه آشیل یا آفت مارکت پلیس هاست.

راهکار سوشال کامرس برای این محدودیت چیست؟

سوشال کامرس همه این زیرساخت‌ها را بر عهده خود فروشنده می‌گذارد. یعنی خدماتی مانند انبار، لجستیک و استانداردسازی را ارائه نمی‌دهد و فقط به وظیفه اصلی خود که پلتفرم بودن است، عمل می‌کند. نیاز فروشندگانی که فروش امن و راحت است و این ارزش اصلی‌ای است که سوشال کامرس‌ها در اختیار فروشندگانی می‌گذارند. من

خرید آنلاین نیازی بود که کرونا به جامعه تحمیل و شرایط آن را مهیا کرده بود، وگرنه شاید سال‌ها زمان می‌برد که این بخش در این اندازه مورد توجه جامعه ایران قرار گیرد. از سویی ما در جهان یک مارکت پلیس داشتیم که نسل دوم فروش اینترنتی به شمار می‌آمد؛ آمازون دنیا را تغییر داده و صاحب آن جف بزوس به پولدارترین آدم دنیا تبدیل شده و نوک هرم نشسته بود. اما از آغاز به کار آمازون بیش از دوده می‌گذشت و قرار نبود این مدل تا صد سال دیگر هم سرآمد فروش اینترنتی باشد. ما به این نتیجه رسیدیم که نسل بعدی در حوزه فروش اینترنتی، سوشال کامرس است. مدل‌های خارجی که می‌توان آنها را نزدیک به سوشال کامرس دانست، یکی «تائوبائو» در چین است و یکی هم «اسپارک» در آمریکا است که البته سهام‌دار اصلی آن هم خود آمازون است.

سوشال کامرس چه مؤلفه‌هایی دارد و تفاوت آن با مارکت پلیس‌ها در چیست؟

سوشال کامرس در دنیا مانند ایکامرس هنوز آن قدر پخته نشده که ما بدانیم چه استانداردهایی دارد و بخواهیم با خواندن چند داستان موفقیت و شکست و بنچمارک کردن چند پروژه آن را بسازیم. در واقع این مدلی است که دنیا همچنان در حال آزمون و خطای آن است. همچنین به دلیل ماهیتی که سوشال کامرس دارد، اگر آنچه را در آمریکا در اسپارک اتفاق افتاده، در چین کپی کنید، جواب نمی‌دهد و آنچه را در چین تحت نام تائوبائو اتفاق افتاده، نمی‌توان در جای دیگر عیناً پیاده‌سازی کرد. تائوبائو در چین کار خود را در سال ۲۰۱۵ آغاز کرد و بعد از پنج سال به ۱۰۱ میلیارد دلار ارزش رسید، اما برای مثال خودروسازی مانند بی‌ام‌دبلیو پس از یک قرن فعالیت حدود ۱۰۰ میلیارد دلار ارزش دارد. این مقایسه نشان می‌دهد که سرعت بزرگ شدن این کسب‌وکار تا چه اندازه می‌تواند سریع باشد. درباره بخش دوم سؤال می‌توان به صورت خیلی موجز گفت وقتی شما مارکت پلیس را به صورت غیرمتمرکز اجرا کنید، به سوشال کامرس می‌رسید؛ ما در دوره‌ای شروع به متمرکز کردن همه چیز کردیم؛ برای مثال همه بقای‌ها را حذف و هایپرمارکت‌ها را جایگزین کردیم، اما در حال حاضر این روند



رضا امیرزاده

Amirzadeh.reza@gmail.com



📷 مکس: نسیم اعتمادی

بیشتر به فروش می‌رسد.

❏ در میان فروشندehایی که محصول یکسانی دارند، بر چه اساس یک فروشنده در بای‌باکس جایگاه بهتری می‌یابد؟

در نسخه‌های قبلی مینی کالا، اگر برای مثال دو فروشنده یک محصول یکسان را منتشر می‌کردند، سیستم آن دو را دو محصول مستقل از هم در نظر می‌گرفت، ولی در نسخه جدید این محصولات با یکدیگر ادغام می‌شوند که این موضوع امکان مقایسه قیمت و مزیت‌های فروشنده‌ها را برای خریدار فراهم می‌کند. هنگامی که شما به عنوان یک مشتری محصولی را برای خرید انتخاب می‌کنید، فهرستی از فروشنده‌های مختلف که این محصول را به فروش می‌رسانند به شما نمایش داده می‌شود؛ حتی ویدئوهای مربوط به معرفی آن محصول نیز در صورت وجود، نمایش داده می‌شود. هر فروشنده در سیستم مینی کالا یک شناسنامه مشخص دارد که مشتری به آن دسترسی دارد. در این شناسنامه با حفظ محرمانگی اطلاعات خریدار، اطلاعاتی مانند اینکه فروشنده تاکنون چه کالاهایی را فروخته، از کدام شهرها از او خرید کرده‌اند و فروشنده چه زمانی محصول را ارسال کرده، میزان رضایت خریداران قبلی و... درج شده است. یکی از کارهای مینی کالا برای جلوگیری از بروز کلاهبرداری‌های احتمالی ایجاد همین شفافیت است. همچنین فروشنده بر اساس عملکرد خود یک امتیاز در مینی کالا دریافت می‌کند؛ این امتیاز باعث می‌شود یک رقابت میان فروشندگان ایجاد شود، چرا که اولویت نمایش فروشنده‌های یک محصول یکسان به مشتری، امتیاز آنهاست و از سویی دیگر بر اساس این امتیازدهی افرادی که عملکرد نامناسبی داشته باشند، توسط سیستم شناسایی شده و حساب‌شان مسدود می‌شود.

ادامه در صفحه ۱۵

در اینستاگرام است و شخص می‌تواند ظرف ۱۵ ثانیه فروشگاه خود را بسازد. ما پرداخت یاریم و ذیل مجوز پرداخت یاری خود به دولت الکترونیک متصل هستیم و بدون آنکه فروشنده بخواهد دچار پیچیدگی شود، کارهایی مانند احراز هویت، وضعیت بانکی و... در کسری از ثانیه صورت می‌گیرد. مزیت دیگر ما این است که ساخت فروشگاه در پلتفرم ما بدون دریافت هیچ هزینه‌ای انجام می‌شود. همچنین این امکان برای فروشنده در نظر گرفته شده که با مشتری خود به صورت مستقیم ارتباط داشته باشد. فروشنده می‌تواند محصول خود را در صفحه‌ای که متعلق به خودش است عرضه و با استفاده از محیط گفت‌وگویی که ایجاد شده، با مشتری گفت‌وگو کند و هر دو طرف اطلاعات یکدیگر را مشاهده کنند. از سویی با استفاده از یک هوش مصنوعی، ذائقه کاربران شناسایی شده و محصولات مرتبط به آنها نمایش داده می‌شود. در نتیجه به نحوی کار بازاریابی برای فروشنده بدون اینکه هزینه‌ای برای تبلیغ کرده

باشد، صورت می‌گیرد. بر اساس گزارش شاپرک، هنوز ۹۶ درصد پرداخت‌ها به صورت آفلاین و سنتی صورت می‌گیرد که این نشان از عدم ورود بخش قابل توجهی از اقتصاد به فضای فروش آنلاین دارد. برای مقایسه ما به این افراد پیشنهاد می‌دهیم که در پلتفرم‌های گوناگون از جمله مینی کالا صفحه فروش ایجاد کنند و محصول خود را در آنها بگذارند و بدون اینکه کاری انجام دهند، ببینند که در کدام پلتفرم محصول بیشتر دیده می‌شود، بیشتر لایک می‌خورد و مهم‌تر از همه

تلاش کند آن را به سمت خودش جذب کند و محصولش را بفروشد.

❏ آیا مینی کالا می‌خواهد جایگزینی برای اینستاگرام باشد و بستری برای انجام خرید و فروش امن ایجاد کند؟

مینی کالا به عنوان یک سوشال کامرس جایگزین هیچ پلتفرمی از جمله اینستاگرام، دیجی کالا، باسلام و... نیست. ما همه در یک زیست‌بوم در حال زیست هستیم و به جای رقابت بهتر است با هم رفاقت کنیم تا این اکوسیستم بیشتر پیشرفت کند. به همه فروشنده‌هایی که به مینی کالا مراجعه می‌کنند، می‌گوییم که فعالیت و فروش خود را در سایر پلتفرم‌ها ادامه دهند و در مینی کالا به عنوان یک کانال فروش دیگر، چیزی به فروش خود اضافه کنند. رسالت ما در مینی کالا این است که فروش فروشنده را افزایش دهیم. ما در مینی کالا حتی به فروشنده این آموزش را ارائه می‌دهیم که چگونه فروش خود را در پلتفرم‌های دیگر یا شبکه‌های اجتماعی افزایش دهد.

❏ با توجه به اینکه سوشال کامرس برخی از خدمات مارکت پلیس‌ها را ارائه نمی‌دهد، مزیت‌هایی که مینی کالا برای یک کاربر به عنوان فروشنده در نظر گرفته، چیست؟

ساخت فروشگاه در پلتفرم ما به سادگی ساخت یک صفحه

به عنوان یک فروشنده خرد سرمایه‌ای تهیه می‌کنم تا با آن در فضای آنلاین کسب و کاری راه بیندازم. یکی از راه‌ها این است که یک سایت راه‌اندازی کنم که نیاز به تولید محتوا، تبلیغات و... دارد که با توجه به سرمایه کسب و کارهای خرد این هزینه‌ها زیاد است و برای فروشنده به صرفه نیست. راه دوم این است که من محصول خود را به یک مارکت پلیس بدهم که آن را برای من بفروشد. در این حالت من به جای آنکه محصول را تأمین کنم و صرفاً در اختیار یک مارکت پلیس بگذارم تا آن را انبار، استانداردسازی و ارسال کند، بهتر است بروم و بخشی از سهام آن را بخرم و درگیر تأمین کالا نشوم. راه دیگر این است که در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام اقدام به فروش کالای خود کنم که آن هم چالش‌های خود را دارد که شاید مهم‌ترین آن بحث اعتمادسازی و امنیت خرید و فروش باشد.

❏ در حال حاضر چه تعداد کسب و کار خرد به صورت آنلاین در ایران فعالیت می‌کنند؟

آخرین آماری که از کسب و کارهای خرد در ایران ارائه شده، می‌گوید نزدیک به ۴۹۶ هزار صفحه فروش در اینستاگرام وجود دارد. این کسب و کارها بازاری حدوداً ۳۲ هزار میلیارد تومانی را در سال ۱۴۰۱ در اختیار داشته‌اند و روزانه قریب به ۳۱۰ تا ۴۷۰ هزار فاکتور در اینستاگرام صادر کرده‌اند که به طور متوسط ارزش هر فاکتور حدوداً ۱۸۵ هزار تومان بوده و یک میلیون نفر درگیر آن بوده‌اند. پایین بودن رقم متوسط فاکتور صادرشده تحت تأثیر همان فضای ناامن در خرید و فروش‌های اینستاگرامی است که کلاهبرداری در آن زیاد اتفاق می‌افتد، پس افراد حاضر نیستند روی قیمت‌های بالا ریسک کنند. اما به هر حال این کسب و کارهای خرد یک جایی را پیدا کرده‌اند که به پول راه‌اندازی نیازی ندارد، مدیریت مشتری را خودشان بر عهده دارند و کالا هم در اختیار خودشان است. علاوه بر این آنجا یک منبع فراوان از کاربر وجود دارد که فروشنده باید



اصرار بانک مرکزی بر جمعیت کارت‌های بانکی

تعداد کارت‌های بانکی در ایران بیش از ۴۰۰ میلیون کارت است که مسئولان، تعدد کارت‌های بانکی را عاملی برای تخلفات پول‌شویی می‌دانند و راهکار آنها در این زمینه، جمعیت کارت‌های بانکی است.

اکنون پس از گذشت سال‌ها از ماندن طرح جمعیت کارت‌های بانکی در قالب پیشنهاد، بانک مرکزی پروژه جمعیت کارت‌های بانکی در کارت ملی را آغاز کرده که این طرح با مخالفت نمایندگان مجلس و کارشناسان مواجه شده است. کارشناسان از شکست این طرح، پیامدها و هزینه‌های آن ابراز نگرانی می‌کنند و از نبود ساختار و موضع مشخص بانک مرکزی انتقاد دارند. به همین دلیل، در این گزارش به بررسی ایده جمعیت کارت‌ها در سال‌های اخیر، انتقادات کارشناسان و رویکرد مجلس و دولت در این زمینه پرداخته شده است. جمعیت کارت‌های بانکی چند سال است که هر بار به صورت پیشنهاد از سوی مسئولان از جمله نمایندگان مجلس، نیروی انتظامی و... در دولت‌های مختلف برای پیشگیری از تخلفات احتمالی ناشی از تعدد کارت‌های بانکی مطرح می‌شود، اما در نهایت به نتیجه نمی‌رسد. اما این روزها با اینکه نمایندگان مجلس با مصوبه لایحه برنامه هفتم توسعه مبنی بر جمعیت کارت‌های بانکی مخالفت کرده‌اند، بانک مرکزی از اجرای آزمایشی جمعیت کارت بانک ملی در کارت هوشمند ملی مشتریان این بانک خبر داده است. در بیست‌وهفتم مردادماه امسال، تفاهم‌نامه‌ای بین بانک ملی و سازمان ثبت احوال کشور امضا شد که طبق آن در سه ماه آینده، کارت بانک ملی در کارت ملی هوشمند جمعیت خواهد شد و پس از آن کارت‌های دیگر بانک‌ها به نوبت در کارت ملی جمعیت خواهند شد تا از کارت ملی به عنوان کارت بانکی استفاده شود.



شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



قواعد بانکی چالشی برای طراحی محصول

مدیر ارشد طراحی محصول سیمرغ تجارت
از عوامل مؤثر در روند طراحی سرویس بانکی می‌گوید

تجربه کاربران هنگام استفاده از اپلیکیشن‌ها با توجه به اینکه این ابزار جایگاه مهمی در زندگی پیدا کرده‌اند، رفته‌رفته تأثیر قابل توجهی در کیفیت زیست افراد می‌یابد. به همین دلیل هنگام خلق یک اپلیکیشن باید مسائل انسانی و تجربه‌هایی که کاربر هنگام استفاده از آن به دست می‌آورد، مورد توجه قرار گیرد.

مدیر ارشد طراحی محصول سیمرغ تجارت می‌گوید که یکی از مهم‌ترین اهداف این تیم ایجاد تجربه بهتر برای مشتریان است و به همین منظور او و افراد تیمش در تلاش هستند مؤلفه‌هایی فراتر از زیباسازی اپلیکیشن را ملاک کار خود قرار دهند. فاطمه نریمانی اظهار می‌کند: «مسئله ما در

بانک‌ها و تک‌فین‌ها این است که (بر خلاف فین‌تک‌ها) در تئوری، ایده‌ای داریم که فکر می‌کنیم مشتریان حتماً آن را دوست دارند، ولی در عمل می‌بینیم که مشتری درگیر آن نمی‌شود. تعدد سرویس‌ها و اپلیکیشن‌های شکل گرفته به این شیوه در صنعت بانکی، باعث شکل‌گیری تیم طراحی محصول در سیمرغ تجارت شد.»

توجه به انسان‌ها در روند طراحی

او در ادامه با تأکید بر اینکه تمرکز سیمرغ تجارت در مسیر طراحی اپلیکیشن بابت، بر ارائه سرویس‌ها و

محصولات مورد نیاز مشتریان است تا مورد استقبال آنها قرار بگیرد، بیان می‌کند: «در مسیر طراحی بابت، توجه به انسان‌ها و نیازهای آنها را اصل قرار دادیم و سعی کردیم فقط به فروش و اعداد و ارقام توجه نکنیم، بلکه تجربه، نیاز و راحتی مشتریان را در نظر بگیریم.» مدیر ارشد طراحی محصول شرکت سیمرغ تجارت ادامه می‌دهد: «در این مسیر، رویکرد طراحی و ابزارهای آن را دنبال می‌کنیم تا از این طریق، نیازهای مشتری و کسب‌وکارها را عمیق و بی‌واسطه درک کنیم. تفکر طراحی به ما کمک کرده تا وقتی درگیر یک مسئله اساسی می‌شویم، دنبال راه‌حل‌های بی‌عیب و نقص نباشیم.»



مهسا طاعتی



Info
@Karangweekly.ir

پرداخت تسهیلات ازدواج در اپلیکیشن بابت

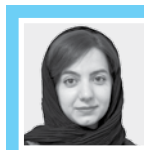
طبق گفته نریمانی، تیم طراحی محصول در سیمرغ تجارت با هدف ایجاد تجربه بهتر برای مشتری از طریق رویکرد طراحی و ابزارهای تفکر طراحی شکل گرفته است. او ضمن بیان این مطلب توضیح می‌دهد: «دغدغه تیم ما در مسیر طراحی محصول، حل مشکلات لنگری و ریشه‌ای در صنعت بانکی است؛ مشکلاتی که مردم سال‌ها در شعبه تجربه کرده‌اند و انگار هیچ‌وقت قرار نیست حل شود؛ نظیر نبود عدالت اجتماعی در دریافت تسهیلات، طولانی بودن زمان

درخواست و دریافت تسهیلات و برخورد‌های سلیقه‌ای شعب. ما در طراحی محصول سعی می‌کنیم فضای حل مسئله را به سیمرغ بیاوریم.» او پیاده‌سازی بابت در بانک تجارت را یکی از اقدامات مهم برای تسهیل دریافت وام ازدواج به صورت آنلاین اعلام می‌کند و در این زمینه می‌افزاید: «اکنون متقاضیان وام ازدواج می‌توانند با شرایط یکسان به صورت آنلاین تسهیلات خود را با اپلیکیشن بابت دریافت کنند. با توجه به عمر کوتاه فعالیت این اپلیکیشن، حدود ۳۵۰۰ فقره وام ازدواج از بستر بابت پرداخت شده است.» مدیر ارشد طراحی محصول شرکت سیمرغ تجارت در ادامه صحبت‌های خود سرویس امضا و افتتاح حساب آنلاین و نسخه جدید BNPL را از جمله محصولات ارائه‌شده در تیم طراحی محصول اعلام کرده و در این زمینه می‌گوید: «نسخه جدید سرویس BNPL به زودی به بازار ارائه می‌شود که برای طراحی این سرویس، مصاحبه‌های عمیقی با مشتریان انجام دادیم و تست کاربرپذیری از آنها گرفتیم.» او در پایان صحبت‌های خود قواعد بانکی را یکی از چالش‌های جدی برای طراحی محصول عنوان می‌کند و در این زمینه توضیح می‌دهد: «تیم طراحی محصول سیمرغ تجارت در این زمینه سعی کرده با فرهنگ‌سازی و حرکت در این مسیر جدید، با صدای مشتری با قانون‌گذار صحبت کند تا بتواند فرهنگ مشتری‌مداری در نظام بانکی را تغییر دهد.»

اعتماد بر اساس خارجی بودن

مدیرعامل نوبیتکس می گوید از نظرویزگی های پایه تفاوتی بین پلتفرم های داخلی و خارجی وجود ندارد

ماجرای هک صرافی کوینکس موضوع داغ کامیونیتی رمزآزاری ایران در هفته گذشته بوده است. در حال حاضر کوینکس واریز و برداشت را مجدداً از سر گرفته و اکنون امکان واریز و برداشت بیش از ۳۵۰ رمزارز در این صرافی ممکن شده است. گرچه این صرافی اعلام کرده که همه خسارات احتمالی را جبران می کند، با این حال دوباره این موضوع در اکوسیستم رمزآزاری ایران مطرح شده که چرا یک صرافی خارجی تا این حد با کاربران ایرانی همکاری داشته و حالا با وجود مشکل، چه کسی مسئول تأمین امنیت دارایی این کاربران است. تمام این بحث ها به یک چالش بزرگ تر می رسد: اساساً چرا با وجود صرافی های بزرگ و مطرح در داخل کشور، کاربران ایرانی تمایل دارند فعالیت اصلی خود را در صرافی های خارجی ادامه دهند؟



پرنیان ستوده
parnian.std@gmail.com

امیرحسین راد، هم بنیان گذار و مدیرعامل نوبیتکس در خصوص چالش ها و ریسک های فعالیت در صرافی های خارجی می گوید: «کاربران ایرانی در استفاده از پلتفرم های خارجی تبادل رمزارز با دو چالش مواجه هستند: چالش نخست تحریم های بین المللی و خطر فریز شدن دارایی است و چالش دوم، استفاده از صرافی هایی است که به لحاظ امنیت پلتفرم، احتمال از دست رفتن دارایی در آنها بالاست.» او در این خصوص عنوان می کند: «کاربران عمدتاً به دلیل دسترسی به ابزارها و بازارهای معاملاتی با ضریب بالاتر یا بازار فیوچر و احتمال نقدشوندگی بیشتر به سمت پلتفرم های خارجی می روند.» به گفته راد از نظر ویزگی های پایه واقعاً تفاوتی بین پلتفرم های داخلی و خارجی وجود ندارد و در حال حاضر بیشتر سرویس هایی که در پلتفرم های خارجی وجود دارد، در نمونه های داخلی نیز در دسترس کاربران قرار گرفته است.»

نقش کلیدی شیوه نگهداری دارایی کاربران در امنیت

با این حال برخی کاربران به دلیل نگرانی از تحریم، به سمت پلتفرم های کمتر شناخته شده خارجی می روند که این مسئله ریسک مضاعف دارد؛ در واقع علاوه بر مسائلی مانند بلوکه شدن دارایی، ممکن است این پلتفرم ها از درجه امنیت پایینی در نگهداری دارایی کاربران برخوردار باشند و به سادگی هک شوند. اما کاربران صرفاً به علت خارجی بودن به آنها اعتماد کرده اند.

مدیرعامل نوبیتکس در این خصوص مطرح می کند: «ما در نوبیتکس تلاش کرده ایم با اضافه کردن سرویس های مورد نیاز کاربران، بیش از گذشته پاسخگوی نیازهای کاربر باشیم تا تجربه کاربری خوبی ایجاد کنیم. اما آنچه در امنیت دارایی کاربران نقشی کلیدی دارد، شیوه نگهداری آن است که در نوبیتکس، بخش عمده دارایی های کاربران به شکل ذخیره سازی سرد یا در کلدولت ها نگهداری می شود و حتی اگر کل شبکه هم توسط هکرها هک شود، دارایی های

رمزارزی کاربران محفوظ می ماند.»

اجماع متخصصان و رگولاتور کمک کننده است

اجماع متخصصان صنعت و رگولاتور می تواند به امنیت کاربران ایرانی کمک کند؛ همچنین رگولاتوری با حمایت از توسعه پلتفرم های داخلی می تواند از سوق داده شدن کاربران به سمت نمونه نامعتبر خارجی جلوگیری کند. به گفته راد، در مجموع کاربران برای حضور در بازار رمزارز باید ملاک های گوناگونی مانند سابقه یک پلتفرم، پاسخگویی، تعداد کاربران، امنیت و شیوه نگهداری دارایی، عمق بازار و... را مد نظر قرار دهند. در مورد پلتفرم های خارجی یک سؤال این است که اگر مسئله ای ایجاد شود، چه کسانی پشت این پلتفرم هستند تا مسئولیت آن را بر عهده بگیرند؟ مواردی از این دست به شفافیت هرچه بیشتر منجر شده و در یک فضای شفاف، تصمیم گیری برای کاربر ساده تر است. مدیرعامل نوبیتکس ادامه می دهد: «پلتفرم های داخلی با تدوین استانداردها و الزامات امنیتی به صورت خودتنظیم گری و بهبود کیفیت سرویس ها، می توانند دامنه استفاده از نمونه های گمنام و نامعتبر خارجی را تا جای ممکن کم کنند.»



شماره ۱۱۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم

بحث DISCUSSION



مدیرعامل رمزینکس می گوید کاربران در خصوص موضع نهادهای قانونی نسبت به ارزهای دیجیتال مطمئن نیستند

حداقل سیگنال منفی ندهید

از سمت مدیران دولتی علیه صرافی های ایرانی صادر نشود، مفید فایده خواهد بود.»

راهکار پذیرش صرافی ها به عنوان یک نهاد رسمی

مدیرعامل رمزینکس در خصوص جلب اعتماد کاربران به پلتفرم های داخلی ادامه می دهد: «گام بعدی، پذیرش یک صرافی ارز دیجیتال به عنوان یک نهاد مالی رسمی تحت حمایت قانون است.» حکیمی در پاسخ به اینکه نقش رگولاتوری در خصوص پیشگیری از مشکلات کاربران ایرانی در بحران هایی مثل هک صرافی کوینکس چیست، عنوان می کند: «رگولاتور نمی تواند از بحران های مشابه در مورد صرافی های خارجی پیشگیری کند. همچنین با کمک به رشد و حمایت از صرافی های ایرانی و شفافیت فضا می تواند تبعات هک صرافی های خارجی نسبت به کاربران ایرانی را کاهش دهد.» او در این خصوص می گوید: «کاربری که از صرافی های خارجی استفاده می کند، تنها ارتباطی که با صرافی های ایرانی دارد، انتقالات ارز دیجیتال خود از صرافی ایرانی به صرافی خارجی یا برعکس است. هم اکنون اقداماتی چون تغییر دوره های هات ولت و تغییر آدرس واریز در صرافی ایرانی برای کاربر انجام می شود که تا حدودی کمک کننده است، ولی این موضوع به شیوه مشخصی به جلوگیری از وقایع مشابه هک کوینکس کمکی نمی کند.»

ماجرای هک صرافی کوینکس به عنوان یکی از پرکاربردترین صرافی های رمزآزاری خارجی در میان کاربران ایرانی، دوباره این بحث را در میان کامیونیتی، نهادها و صنعت رمزارز ایران مطرح کرد که چرا برخی کاربران با وجود ریسک های متعدد، همچنان در صرافی های خارجی فعالیت می کنند و اساساً حلقه گم شده در جذب اعتماد این کاربران برای فعالیت در پلتفرم های رمزآزاری داخلی چیست. محمد حکیمی، مدیرعامل رمزینکس معتقد است احراز هویت، فیلتر شدن وبسایت صرافی خارجی و همچنین محدودیت هایی که ویژه ایرانی هاست، از مهم ترین چالش های کاربران ایرانی برای فعالیت در صرافی های خارجی است که گاه به بلوکه شدن دارایی و از دست رفتن آن منجر می شود و اغلب امکانی برای پیگیری آن وجود ندارد.

ارجحیت بی دلیل صرافی های خارجی

حکیمی در پاسخ به اینکه چرا کاربران با وجود همه محدودیت ها، باز هم در صرافی های خارجی فعالیت می کنند و اساساً این پلتفرم ها چه تفاوتی با صرافی های داخلی دارند، عنوان می کند: «برخی ذهنیت هایی که به طور کلی در مورد محصول ایرانی نسبت به محصول خارجی وجود دارد، در مورد صرافی های ارز دیجیتال هم صدق می کند.» به گفته مدیرعامل رمزینکس، احتمالاً به صورت پیش فرض برای عده ای از کاربران بدون داشتن هیچ گونه اطلاعات دیگر، یک صرافی خارجی به یک صرافی ایرانی ارجحیت دارد.

شفاف نبودن رگولاتوری

حکیمی در خصوص علت بی اعتمادی کاربران به صرافی های داخلی می گوید: «نکته بعدی نبود شفافیت رگولاتوری است که کاربران در خصوص موضع نهادهای قانونی نسبت به ارزهای دیجیتال مطمئن نیستند.» مدیرعامل رمزینکس عقیده دارد در مورد تفاوت های صرافی های ایرانی و خارجی باید پارامترهای مختلف را مورد به مورد بررسی کرد. او ادامه می دهد: «طیف وسیعی از خدمات و قابلیت ها در صرافی های داخلی نیز ارائه می شود، با این حال به صورت کلی نمی توان گزاره ای در خصوص تمایزها بیان کرد.» مدیرعامل رمزینکس در خصوص حلقه گم شده برای اعتماد کاربران به صرافی رمزارز داخلی عنوان می کند: «صرافی های داخلی به طور همزمان توسط دولت و نهاد های مالی تهدید می شوند و همچنان باید اعتماد کاربر رمزارزی را جلب کنند و این کار بسیار سختی است. در حداقل ترین حالت اگر سیگنال های منفی





تلاش برای تصویب قانون حمایت از کارکنان مسن

مواجهه هزاران آمریکایی با تبعیض سنی

اوقات کارکنان در داوری اجباری حتی وکیل هم ندارند و در نهایت مجبور می‌شوند از پیگیری ادعاهای خود صرف‌نظر کنند.

پایان دادن به داوری اجباری

سال گذشته، سازمان «لیفت اور وویسز» برای تصویب قانونی جهت پایان دادن به داوری اجباری در مورد مسائل تجاوز و آزار جنسی در محل کار تلاش زیادی کرد و موفق هم شد. یکی از حامیان اصلی این قانون سناتور «کریستین گیلیبراند» بود که این اتفاق را به‌عنوان «یکی از بزرگ‌ترین اصلاحات در محل کار در تاریخ آمریکا» می‌داند. این قانون به قربانیان سوءرفتار جنسی اجازه می‌دهد تا در دادگاه شکایت کنند، نه اینکه مجبور به داوری اجباری شوند.

اکنون این فرصت پیش آمده که قربانیان تبعیض سنی نیز از قانون و حقوق مشابهی برخوردار شوند. عده‌ای از سناتورها و انجمن بازنشستگان آمریکا قانون حمایت از آمریکایی‌های مسن را معرفی کرده‌اند که کارکنان مسن را قادر می‌سازد ادعاهای خود را در دادگاه مطرح کنند. آمریکایی‌ها در سراسر کشور مشتاق‌اند تا از کارگران مسن‌تر در برابر تبعیض در محل کار محافظت کنند.

نظرسنجی اخیر مورنینگ کانسالته که توسط سازمان لیفت اور وویسز انجام شد، نشان داد که ۷۱ درصد از بزرگسالان معتقدند کسانی که با تبعیض سنی مواجه هستند، باید بتوانند شکایت خود را به دادگاه ببرند. به عبارت دیگر اکثر مردم موافق حمایت از کارکنان مسن و تصویب قانونی برای حمایت از آنها هستند. در حال حاضر برای تصویب این قانون فقط به حمایت مقامات منتخب فدرال نیاز است. با تصویب این قانون شرکت‌ها به کارکنان باتجربه اهمیت بیشتری می‌دهند و در نهایت زمین بازی را برای همه یکسان می‌کنند.

بتی فریدان، فمینیست پیشگام معتقد است: «پیری، از دست رفتن جوانی نیست، بلکه مرحله جدیدی از فرصت‌ها و قدرت است.» با این حال در آمریکا کارکنان بالای ۴۰ سال در محل کارشان مورد تبعیض قرار می‌گیرند. در سال‌های اخیر تبعیض‌های سنی علیه کارکنان باعث شده این تفکر به وجود بیاید که کارکنان مسن و باتجربه باید از محیط کار حذف شوند.

شرکت ایکس، توییتر سابق، مصداق بارز همین قضیه است. کارمندان سابق این شرکت از ایلان ماسک به دلیل اخراج کارکنان بالای ۵۰ سال شکایت کرده‌اند. یا شرکت «الی لیلی» که سال‌ها به تبعیض سنی علیه کارکنانش متهم بوده، اخیراً به پرداخت ۲/۴ میلیون دلار جریمه محکوم شده است. یکی از کارکنان سابق شرکت مائل هم اخیراً از این شرکت شکایت کرده و مدعی شده که مائل او را به دلیل سنش اخراج کرده است. شرکت «فريتودی» نیز به دلیل تبعیض سنی با دعوی قضایی روبه‌رو است.

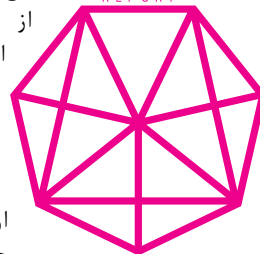
این موارد چون به دادگاه راه یافته‌اند از آنها مطلع هستیم، ولی هزاران آمریکایی با مشکل تبعیض سنی مواجه هستند و هرگز فرصتی برای شکایت کردن پیدا نمی‌کنند. شرکت‌ها به مشکلات این افراد با داوری اجباری رسیدگی می‌کنند. در این نوع داوری که به‌طور خصوصی برگزار می‌شود، شرکت متخلف به پرداخت جریمه محکوم می‌شود. بیش از ۶۰ میلیون آمریکایی در معرض داوری اجباری قرار دارند و محکوم به سیستمی هستند که به نفع کارفرماست. تعداد کارکنانی که ناراضی‌اند آنها به داوری اجباری ختم می‌شود، نسبت به آنهایی که شکایت خود را به دادگاه می‌برند، بسیار کمتر است. در داوری اجباری غرامتی که شرکت‌ها می‌پردازند هم کمتر از جریمه تعیین شده توسط دادگاه است. بسیاری



از موج سواری تا سم‌زدایی دیجیتال

امتیازهای جالب شرکت‌ها برای بهبود برند کارفرمایی

گزارش
REPORT



«ایرپی‌ان‌بی»، «پاتاگونی» و «ادوبی» از شرکت‌هایی هستند که امتیازهای جالبی را به کارمندان خود ارائه می‌دهند. برای مثال پاتاگونی به کارمندان خود اجازه می‌دهد تا زمانی که هوا خوب است، از کار مرخصی بگیرند و به موج‌سواری بروند.

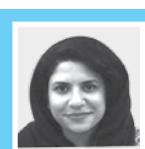
شرکت‌های بزرگ فناوری نسبت به گذشته امتیازات کمتری به کارمندان خود ارائه می‌دهند، اما هنوز کسب‌وکارهایی وجود دارند که مزایای بسیار خوبی برای کارکنان در نظر می‌گیرند. در اینجا برخی از مزایای برتری که شرکت‌ها به کارمندان ارائه می‌دهند، از وقفه‌های موج‌سواری گرفته تا کمک‌هزینه‌های مسافرتی را مرور می‌کنیم. شرکت‌های بزرگ فناوری به خاطر ارائه امتیازات خاص به کارمندان خود مشهور هستند، اما بسیاری از آنها در بحبوحه رکود اقتصادی از این مزایا کاسته‌اند. به عنوان مثال «متا» امسال ۱۰۰۰ دلار از مزایای سلامتی و تندرستی را برای

کارکنان خود کاهش داده و ارائه خدمات خشک‌شویی در محل به کارمندان خود را متوقف کرده است. این شرکت همچنین یارانه خدمات ماشین‌کرایه‌ای و لیفت را برای کارکنان منطقه سیاتل کم کرده و ارائه خوراکی‌ها و غلات صبحانه را در طول همه‌گیری کاهش داده است. گوگل نیز از ساعات کاری کافه‌های خود کاسته و سفر کارمندان را محدود به سفرهای «تجاری مهم» کرده است. با این حال هنوز هم شرکت‌هایی در ایالات متحده و کشورهای دیگر وجود دارند که امتیازاتی عالی به کارکنان ارائه می‌دهند.

پاتاگونی

شرکت پوشاک پاتاگونی با ارائه کلاس‌های تناسب اندام، یوگا، کوهنوردی و حتی موج‌سواری به کارکنان خود کمک می‌کند فعال بمانند. «ایوون شوینارد»، بنیان‌گذار پاتاگونی در سال ۲۰۱۷ گفت ما سیاستی داریم که به کارمندان خود می‌گوییم وقتی موج‌ها بالا آمدند، کار را رها کنید و به موج‌سواری بروید.

سخنگوی پاتاگونی در ایمیلی گفته که کارمندان هنوز



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com





بحران مهاجرت نیروی انسانی به بهانه بازتاب تصویر ۱۳ فارغ التحصیل در فرودگاه

تصویری آماری از مهاجرت

بحران مهاجرت از نگاه مدیران

بنابراین، آمارها به خوبی گویای بحرانی بودن خروج نیروی انسانی متخصص و نخبه از کشور است. کارشناسان و فعالان اقتصاد دیجیتال دلایل متنوعی برای از بین رفتن انگیزه نیروهای کار بیان می کنند، اما مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بین آنها مشترک است.

کارخانه نوآوری رسانه راه کار نیز به دلیل اهمیت نقش نیروی انسانی در سازمان ها و کسب و کارها، رویداد برند کارفرمایی را در هشتم شهریورماه برگزار کرد.

در این رویداد، مدیران منابع انسانی استارتآپ هایی همچون تپسی، دیجی کالا، تیزلند و شرکت های فناپ و ابر آروان به بیان پیشنهادهای و تجربه های خود درباره نیروی انسانی پرداختند. محمد خلیج، مدیرعامل اسنپ در این رویداد، بحرانی شدن مهاجرت نیروهای انسانی را از بعد همکاری منابع انسانی با شرکت های خارجی بررسی کرد و به اعتقاد او، امروز عملاً با معضلی مواجه شده ایم که رقابت شرکت های ایرانی از سطح اکوسیستم داخلی فراتر رفته و با مفهوم اقتصاد گیگ مواجه هستیم که بر اساس آن حتی لزومی برای مهاجرت فیزیکی نیست، همچنین کیوان جامه بزرگ، معاون توسعه کسب و کار فناپ رقابت با شرکت های خارجی در خصوص حقوق و دستمزد نیروی انسانی را یک جنگ نابرابر می داند و طبق گفته او، در یک سال و نیم گذشته به اندازه ۱۵ سال گذشته خروج نیرو داشتیم که بالای ۸۰ درصد آنها مهاجرت کرده اند. علاوه بر این، مسعود طباطبایی، قائم مقام مدیرعامل دیجی کالا معتقد است بحرانی شدن مهاجرت برای نیروهای انسانی فقط تحت تأثیر درآمد و عوامل اقتصادی نیست، بلکه بخش عمده عوامل تأثیرگذار بر مهاجرت افراد به نبود حس رضایت و امیدواری برمی گردد.

داستان افزایش روزافزون تمایل نیروی انسانی به مهاجرت، هفته گذشته دوباره با انتشار تصویری از ۱۳ فارغ التحصیل دانشگاه صنعتی شریف در فرودگاه نقل محافل شد و حواشی زیادی به همراه داشت و سرانجام، مشخص شد که فقط سه نفر از افراد در تصویر مهاجرت کرده اند. در واکنش به این عکس، انتقادهایی مبنی بر اینکه موج مهاجرت به آمارسازی نیاز ندارد و کافی است به آمارهای رسمی و غیررسمی و اعلام فعالان اکوسیستم استارتآپی توجه کنید، مطرح شد.

فعالان و مدیران حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات همواره از نیروی انسانی به عنوان بزرگ ترین چالش و سرمایه کسب و کارها یاد می کنند و معتقدند می توان با ارائه مشوق های مالی متنوع، منابع انسانی را به ماندن در کشور ترغیب کرد، اما آمارهای منتشرشده از افزایش مهاجرت ایرانی ها و تمایل به آن طی یکی، دو سال اخیر، نشان می دهد که افزایش حقوق نیز نتوانسته مانع ترک کشور شود.

آماري ترسناک

سالنامه رصدخانه مهاجرت ایران، یکی از نهادهای موثق در انتشار آمار مربوط به مهاجرت ایرانی هاست. طبق آخرین آمار منتشرشده از این نهاد، ۶۷ درصد نیروهای کلیدی و متخصص شرکت های دانش بنیان وارد فرایند مهاجرت شده اند. همچنین، بر اساس نتایج آخرین نظرسنجی این نهاد، فقط ۱۶ درصد از شرکت کنندگان تمایلی به مهاجرت ندارند و می خواهند در ایران بمانند. رشد این آمار در مقایسه با دو سال گذشته، رشد چشم گیری داشته است؛ زیرا دو سال پیش فقط کمی بیشتر از ۳۰ درصد از ایرانیان تمایل داشتند از ایران مهاجرت کنند. بر اساس این داده ها از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ فقط سه درصد تمایل به مهاجرت میان ایرانیان افزایش یافته بود، اما اکنون پس از دو سال این رقم دوبرابر شده است.



در محل و دسترسی به مراکز تناسب اندام و امکانات پزشکی است. سخنگوی سیتادل از طریق ایمیل به اینسایدر گفت که فقط در سال گذشته، این شرکت میزبان بیش از ۱۰۰ رویداد برای کارمندان بوده و برنامه دارد در سال جاری تعداد این میزبانی ها را افزایش دهد. سخنگوی سیتادل به اینسایدر گفته که مهم ترین رویدادهای سال گذشته شامل یک مراسم عجیب دیزنی ورلد بود که به افتخار سی امین سالگرد سیتادل و بیستمین سالگرد سیتادل اوراق بهادار برگزار شد. حدود ۱۰ هزار نفر در جشن آخر هفته که به طور کامل توسط «کن گریفین»، بنیان گذار، تأمین مالی شد، شرکت کردند.

سخنگوی سیتادل همچنین به رویدادهای دیگری که این شرکت برای کارکنان خود برگزار می کند، از جمله خرید پارک های تفریحی مانند سیکس فلگز گریت در شیکاگو، اوشن پارک در هنگ کنگ، یونیورسال استودیو در سنگاپور و خانه صدساله در سیدنی اشاره کرد. «مت جهانسوز»، مدیر ارشد مردمی سیتادل، از طریق ایمیل به اینسایدر گفته است: «چه این رویدادهای در سطح جهانی باشد که همکاران، خانواده ها و دوستان ما را گرد هم می آورد یا گفت و گو با رهبران رویکردهای فکری متفاوت باشد، ما متعهد به ارائه تجربیاتی هستیم که ارتباط و فرهنگ ما را تقویت کند.»

ادوبی

ادوبی به کارمندان دسترسی رایگان به برنامه های رفاهی مانند هداسپیس و لایف دوجو را برای خود فرد و یک همراه ارائه می دهد. سخنگوی ادوبی از طریق ایمیل به اینسایدر اعلام کرده است: «این شرکت همچنین با اسپرینگ هلت برای ارائه یک برنامه کمک به کارمندان، بدون هزینه اضافی برای خود کارمندان، شریک شده است.» سخنگوی ادوبی همچنین افزوده است: «این هزینه ۱۰ جلسه اول درمانی برای یک کارمند، همسر یا شریک و افراد تحت تکفل آنها در هر سال تقویمی را پوشش می دهد. قرار است تعداد جلسات درمانی رایگان به ۱۲ جلسه در سال افزایش یابد.»

فونتین

پلتفرم استخدام فونتین در دو سال گذشته یک برنامه پاداش همتابه همتا برای کارمندان خود داشته است. این شرکت از پلتفرم شناسایی و پاداش کارکنان، بونسلی، برای برنامه شناسایی خود استفاده می کند. به گفته «هوپ ویدرفورد»، مدیر ارشد مردمی فونتین، کارمندان می توانند به یکدیگر کارت هدیه یا کمک به سازمان های غیرانتفاعی هدیه بدهند. او ادامه داده است: «ما یک شرکت از راه دور هستیم و در گردهمایی حضوری سالانه اخیر خود به نام فونتین فورارد، بسیاری از کارمندان ما در واقع امتیازات خود را از بونسلی به طور انبوه به تعدادی از سازمان ها اهدا کردند که با مأموریت فونتین همسو بوده اند. ویدرفورد همچنین به اینسایدر گفته است: «چهار هزار دلار اهداشده به صندوق جهانی حیات وحش، ای سی ال یو، جوما ونچرز، و پروژه ترور در ژوئن و جولای نمونه ای از فعالیت های کارمندان ماست.»

اجازه دارند در مواقعی که شرایط خوب است، به موج سواری بروند، اما این انتظار از آنها وجود دارد که کار خود را انجام دهند. کارمندان همچنین به دوچرخه های الکترونیکی، زمین های والیبال شنی و قایق سواری در رودخانه پردیس رنو و نوادا، دسترسی دارند.

ایرببی

ایرببی ان بی به کارکنان خود سالانه دو هزار دلار اعتبار سفر می دهد. یکی از سخنگویان ایربی ان بی گفته که این اعتبار به صورت فصلی توزیع می شود و کارمندان می توانند از آن برای رزرو اقامت یا تجربیات دیگر در پلتفرم ایربی ان بی استفاده کنند.



ایتنا

ایتنا، یک پلتفرم انطباق و قانون مداری است که به کارمندان خود اجازه می دهد تا ۱۰۰ دلار در ماه برای رویدادهای حضوری هزینه کنند. «روکسان براس پترائوس»، بنیان گذار و مدیرعامل ایتنا گفته که شرکت در سال گذشته پس از اینکه متوجه شد رویدادهایی که برگزار می کند، مانند ساعات شاد مجازی، مناسب پایگاه کارمندان دورکارش نیست، این برنامه را شروع کرده است.

پترائوس می گوید: «فرهنگ سازی وظیفه همه است؛ بنابراین اگر می خواهیم این ایده عملی باشد، باید به کارکنان اختیارات و منابع متناسب برای انجام آن را بدهیم.» پترائوس اضافه کرده که از زمان شروع برنامه، کارمندان ایتنا برای صخره نوردی، مانیکور و پدیکور، نمایش های برادوی و... گرد هم آمده اند.

شرکت حقوقی کلیفورد چنس

در دفتر شرکت حقوقی «کلیفورد چنس» در لندن، می توانید یک استخر، مرکز خرید، خشک شویی، سالن مو، سالن بدنسازی، زمین اسکواش و استودیو رقص پیدا کنید.

به گفته «لگال چیک»، کارکنان این شرکت به یک پزشک در محل دسترسی دارند و کمک هزینه تحویل غذای روزانه ۲۰ پوند یا حدود ۲۵ دلار بعد از ساعت هفت بعدازظهر دریافت می کنند.

آن پلاگد

«آن پلاگد»، شرکتی که اقامتگاه هایی برای سم زدایی دیجیتال در کابین ارائه می دهد، سالانه یک اقامت رایگان به کارمندانش هدیه می دهد.

آن پلاگد، یک شرکت کابین سم زدایی دیجیتال مستقر در بریتانیا، همچنین دارای یک برنامه رفاهی منحصر به فرد به نام آن پلاگد خارج از دفتر کار است و کارمندان می توانند یک بار در سال، برای سه یا چهار روز در یکی از ۲۰ کابین آن اقامت رایگان داشته باشند.

سیتادل

«سیتادل» طیف قابل توجهی از مزایا را به کارکنان ارائه می دهد، از جمله مزایای آن صبحانه، ناهار، میان وعده ها





ایست آهسته برانید!

راه طولانی شکل گیری نشانه‌ها و تابلوهای راهنمایی امروزی

۴۷۶ پس از میلاد تا قرن ۱۴ ادامه داشت، زیرساخت راه‌های رومی هنوز مورد استفاده بود. در این مدت تابلوهای گوناگونی در چهارراه‌ها قرار داده شد تا مردم را به سوی شهرها راهنمایی کند؛ با این حال پس از فروپاشی روم کار نگهداری راه‌ها و جابه‌جایی دشوارتر شد. سفر برای هر کس با هر جایگاه اجتماعی؛ چه در یک واگن سرپوشیده، چه با اسب یا پیاده در دسترس بود. با این حال جابه‌جایی کالا در واگن به کند شدن سفر منجر می‌شد تا آنکه که اختراع دوچرخه و خودرو بر شتاب جابه‌جایی افزود و به تابلوهای راهنمایی بهتری نیاز بود.



مهران امیری



mehranamiri@gmail.com

دوران مدرن

قرن نوزدهم شاهد اختراعات و پیشرفت‌های بسیاری در حمل‌ونقل بود. به‌زودی بسیاری از مسافران برای گذر از شهرها و راه‌های نیازی به سوار شدن بر پشت اسب نداشتند و ابزارهای حمل‌ونقل جدید از جمله دوچرخه و خودرو در اختیار آنان قرار گرفت و این به معنای نیاز به تابلوهای راهنمایی بیش از گذشته بود. یکی از نخستین سامانه‌های سازمان‌یافته نشانه‌گذاری را باشگاه تورهای ایتالیا (Italian Touring Club) در حدود سال ۱۸۹۵ ایجاد کرد. کنگره سازمان‌های بین‌المللی تور در اوایل دهه ۱۹۰۰ در پاریس دست‌به‌کار بررسی استانداردهایی برای

در سفر به مکان‌های آشنای کمتری به استفاده از تابلوهای راهنما داریم، اما هرگاه به مکان‌هایی جدید وارد می‌شویم، نشانه‌ها و تابلوهای راهنمایی بیش از هر زمان دیگری به کار می‌آیند. این ابزار کاربردی همیشه در دسترس نبوده، اما پیشینه آن به دوران روم باستان می‌رسد. نخستین نشانه‌های راهنما در راه‌های باستانی و نشانگر طول راه بود.

روم باستان

نشانه‌های راهنمایی از زمان امپراتوری روم به کار می‌رفته، گرچه پیشینه جاده‌ها را می‌توان تا دوران برنز دنبال کرد، اما زیرساخت جاده‌ها، تونل‌ها و پل‌های رومی از پرتغال تا قسطنطنیه در خدمت جابه‌جایی پرشتاب ارتش بود و به پیشرفت رومیان کمک کرد. نخستین راهی که آنان ساختند Via Appia یا مسیر Appian بود که ساخت آن به ۳۱۲ سال پیش از میلاد برمی‌گردد. در این مسیرها نشانه‌های راهنما با فاصله معین قرار می‌گرفت تا طول مسیر را نشان دهد، همچنین روشن کند نگهداری آن بخش از راه را چه کسی انجام داده است. رومی‌ها نشانگرهایی نیز در محل برخورد راه‌ها قرار می‌دادند که فاصله تا روم را نشان می‌داد.

قرون وسطی

در دوره موسوم به قرون وسطی که از فروپاشی روم در سال



قوانین ساخت و کاربرد تابلوهای راهنمایی در قرن بیستم

رنگ‌ها علامت می‌دهند

روی قرمز تبدیل شد. این نسخه همچنین استفاده از پیام‌های اضافی روی تابلوها را ممنوع کرد.

● **سال ۱۹۶۱:** در نسخه جدید از MUTCD تغییرات بیشتری در نشان‌های راهنمایی و رانندگی ایجاد شد و استفاده از نمادها مورد توجه قرار گرفت.

● **سال ۱۹۷۱:** MUTCD برای سازگاری بیشتر نشان‌های بین‌المللی، استفاده از نمادها در تابلوهای راهنمایی را افزایش داد. در این نسخه استفاده از رنگ قرمز برای چندین نشان نظارتی اضافی مجاز شد و رنگ‌های سفید روی سبز به‌عنوان رنگ استاندارد برای نشان‌های راهنمایی پذیرفته شد. همچنین رنگ نارنجی برای تابلوهای ساختمانی و وسایل محدوده کاری معرفی شد. در این زمان برای نخستین بار مناطق قرارگیری مدرسه مورد توجه قرار گرفت و تابلوی مدرسه به شکل پنج‌گوش معرفی شد.

● **سال ۱۹۷۸:** MUTCD به‌عنوان جایگزین تابلوهایی که حاوی کلمات بود، چندین نماد جدید معرفی کرد و نمادهایی برای کارگران به بخش تابلوهای ساختمانی افزوده شد.

● **سال ۱۹۸۸:** MUTCD بخش علامت جدیدی را در مورد علائم تفریحی و فرهنگی اضافه کرد.

● **سال ۱۹۹۲:** وزارت حمل‌ونقل ایالات متحده (DOT یا Department of Transportation) و قانون اعتبارات بنگاه‌های این حوزه دستورالعملی را اعلان کردند که MUTCD را ملزم می‌کرد برای تابلوهای راهنمایی میزان کمینه بازتاب نور را در نظر بگیرد. این استاندارد جدید باید در باره همه تابلوهایی به کار بسته می‌شد که در جاده‌های باز برای سفرهای همگانی به کار رفته است.

انجمن آمریکایی بزرگراه‌ها و حمل‌ونقل ایالتی (AASHTO) و کنفرانس ملی ایمنی خیابان‌ها و بزرگراه‌ها (NCSHS) بین سال‌های ۱۹۲۳ تا ۱۹۲۷ دستورالعمل‌هایی را برای نشان‌های استاندارد و دستگاه‌های کنترل آمدوشد منتشر کردند.

● **سال ۱۹۳۵:** پس از انتشار کتاب‌های راهنمای تابلوهای رانندگی در سال‌های ۱۹۲۴ و ۱۹۲۵ و ۱۹۲۹ و ۱۹۳۰، در سال ۱۹۳۵ نخستین نسخه از کتابچه هماهنگ راهنمای دستگاه‌های کنترل آمدوشد (MUTCD) منتشر شد. نشانه‌های موجود در این راهنما به‌عنوان نشانه‌های نظارتی، هشداردهنده یا راهنما طبقه‌بندی شدند. همه تابلوها هنوز از حروف بلوکی استفاده می‌کردند که سال‌ها استاندارد بود. در این نسخه همچنین بر روشن شدن نشانه‌های ویژه مانند ایست در شب سفارش شده بود.

● **سال ۱۹۴۲:** نسخه جنگی MUTCD منتشر شد. این نسخه به شرایط خاموشی، نگهداری مواد و نیاز به محدود کردن مکان‌ها به جاهایی پرداخته شده بود که برای ایمنی همگانی و حرکت کارآمد مورد نیاز است. از آنجا که فلز و کروم برای جنگ مورد نیاز بود، علائم ساخته‌شده از چوب و مواد کامپوزیت رواج یافت. شرایط خاموشی دشواری‌های بسیاری برای کاربران خودروها ایجاد کرد. در چنان شرایطی تنها وسایل مجهز به چراغ خاموشی تأییدشده قادر به حرکت بودند.

● **سال ۱۹۴۸:** پس از جنگ جهانی دوم نسخه جدید MUTCD منتشر شد که شامل تغییراتی مهم در نشان‌های راهنمایی و رانندگی از جمله استفاده از حروف گرد و ساده‌کردن گزاره‌ها بود.

● **سال ۱۹۵۴:** تغییر بزرگ در رنگ نشانه‌ها ایجاد شد و رنگ سیاه روی زرد به سفید



شماره ۱۱۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم



ادامه از صفحه ۹

تحول فروش آنلاین با سوشال کامرس‌ها

راه‌اندازی مینی کالا به خاطر حجم کار تحقیقاتی که برای آن انجام شد، خیلی زمان‌بر بود. ما از فروردین ۱۴۰۰ کار تدوین بیزینس پلن و مارکت پلن آن را شروع کردیم و در مهرماه ۱۴۰۱ وارد بازار شدیم. ما از هفتم اسفندماه ۱۴۰۱ که کار تبلیغات خود را شروع کردیم، ظرف کمتر از ۱۲۰ روز توانستیم ۴۰ هزار فروشنده را جذب کنیم که تارگت بسیار جذابی بود و می‌توانم بگویم یک رکورد در زمینه جذب فروشنده در ایران به‌شمار می‌آید. این موضوع چند علت داشت؛ شاید اولین آن سادگی کار کردن با پلتفرم ما باشد که همه به‌راحتی می‌توانند از آن استفاده کنند. همچنین تجربه کاربری خوبی که در اپلیکیشن طراحی شده، این فضا را ایجاد کرده که افراد راحت‌تر بتوانند کار فروش آنلاین خود را انجام دهند. تبلیغات خوبی نیز در این زمینه انجام دادیم.

◀▶ **چه تعداد محصول برای فروش روی این پلتفرم قرار گرفته و تنوع آن به چه صورت است؟**

در حال حاضر بیش از ۲۰۰ هزار محصول در مینی کالا در حال فروش است و این محصولات در ۳۱۶ دسته‌بندی به فروش می‌رسند که تنوع خوبی از کالا را در مینی کالا به وجود آورده است. یکی از ویژگی‌های اصلی مینی کالا این است که آن را خود فروشنده‌ها مدیریت می‌کنند. برای مثال سؤالات مشتریان را خود فروشنده‌ها پاسخ می‌دهند. ما صرفاً در این پلتفرم نقطه‌ضعف‌های فروش آنلاین یعنی پرداخت و لجستیک را برای خریدار امن می‌کنیم و همچنین برای فروشنده استخری از کاربر را داریم تا بتواند بدون هزینه محصول خود را بفروشد.

◀▶ **علاوه بر موضوع امنیت خرید، آیا خدمات دیگری نیز برای کاربرانی که به‌عنوان مشتری به مینی کالا می‌پیوندند، در نظر گرفته شده است؟**

خریدار برای استفاده از خدمات مینی کالا به احراز هویت نیاز ندارد و صرفاً با وارد کردن شماره همراه خود، آکاننش را می‌سازد و از خدمات ما استفاده می‌کند. با آکانت خریدار افراد این امکان را دارند که فروشگاه‌های مورد نظر خود را دنبال کنند، برای محصولات کامنت بگذارند و آنها را لایک کنند. همچنین نظر افرادی که محصولی را خریداری کرده، در امتیازی که فروشنده کسب می‌کند، تأثیرگذار است. ما بخش‌های دیگری نیز برای خریداران در نظر گرفته‌ایم؛ از جمله بازی مینی کیو که افراد می‌توانند با بازی کردن کد تخفیف بگیرند و در خریدهای خود از آن استفاده کنند. در مجموع ما در مینی کالا سعی کردیم فضای شبکه‌های اجتماعی را به گونه‌ای ایجاد کنیم که به کسب و کارها آسیب نزنند.

◀▶ **همان‌طور که اشاره کردید یکی از نقاط ضعف اینستاگرام موضوع امنیت پرداخت و نبود تضمینی برای دریافت کالا است؛ در مینی کالا آیا راهکاری برای این چالش در نظر گرفته‌اید؟**

هنگام ثبت سفارش در مینی کالا، پولی بابت آن پرداخت نمی‌شود و ما منتظر می‌مانیم تا فروشنده حداکثر ظرف ۲۴ ساعت درخواست خرید را تأیید کند. این تأییدیه به این دلیل است که امکان دارد قیمت کالا تغییر کرده، آن محصول از کانال دیگری به فروش رسیده باشد یا به هر دلیلی محصول ناموجود شده یا فروشنده به هر دلیلی امکان ارسال آن را نداشته باشد. وقتی فروشنده درخواست خرید بیشتری را تأیید کند، کار پرداخت صورت می‌گیرد، اما پول به حساب فروشنده واریز نمی‌شود. پس از آن یک بازه زمانی وجود دارد که فروشنده موظف است طی آن کالا را به خریدار برساند. اگر این اتفاق نیفتد فاکتور لغو، فروشنده جریمه و پول به خریدار برگردانده می‌شود. در واقع ما امنیت خرید را تأمین می‌کنیم و با قرار گرفتن میان خریدار و فروشنده نظارت داریم که دو طرف به تعهدات خود عمل کنند.

◀▶ **از چه طریق متوجه می‌شوید که کالا ارسال شده و به دست مشتری رسیده است؟**

در زمینه لجستیک هم ما نقش نظارتی داریم. اگر فروشنده از طریق شرکت پست اقدام به ارسال محصول کند، ما کد رهگیری را از او می‌گیریم و با در اختیار داشتن سرویس اعلام کد رهگیری، می‌توانیم مسیر ارسال بسته به مشتری را پیگیری کنیم؛ استناد ما نیز به گزارش سیستمی شرکت پست است، اما اگر از سیستمی به‌جز پست، کار ارسال انجام شود، ما یک کد تحویل در اختیار خریدار قرار می‌دهیم که درج آن توسط فروشنده در سیستم به معنای این است که کالا به دست خریدار رسیده است. پس از تحویل کالا توسط مشتری ما تا هفت روز پول را نگه می‌داریم تا اگر خریدار از محصول دریافتی نارضایتی داشت، آن را اعلام کند. البته امکان دارد خریدار زودتر رضایت خود را اعلام کند که در آن صورت پول آزاد شده و به حساب فروشنده واریز می‌شود. ما بابت فروش از فروشنده کارمزد نمی‌گیریم و انتقال وجه هم بعد از ثبت رضایت به‌صورت آنی انجام می‌شود. در مینی کالا به‌دلیل ایجاد امنیت، افراد به‌راحتی می‌توانند اقلام ارزشمندتر را نیز خرید و فروش کنند. برای مثال ما در مینی کالا فروشنده‌هایی داریم که موتورسیکلت می‌فروشند و با خیال راحت فاکتورهایی بیش از ۶۰ میلیون نیز صادر می‌کنند.

◀▶ **چه تعداد فروشنده از خدمات مینی کالا استفاده می‌کنند؟**



شماره ۱۱۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم



روی زمینه سفید نوشته شده بود، در دیترویت نصب شد. تابلوهای این دوره قابلیت بازتاب نداشت و بین سازمان‌های گوناگون رویه استاندارد و وجود نداشت. با این حال آنگاه که در دهه ۱۹۲۰ جابه‌جایی خودروها افزایش یافت، زمان مناسب برای یکسان‌سازی فرارسید. استانداردسازی تابلوها از سال ۱۹۲۲ آغاز شد؛ زمانی که W. F. Rosenwald از مینه‌سوتا، J. T. Donaghey از ویسکانسین و A. H. Hinkle از ایندیانا در چندین ایالت سفر و تلاش کردند به روشی استاندارد برای نشانه‌گذاری جاده‌ها برسند. آنها در سال ۱۹۲۳ یافته‌های خود را در «نشست سالانه

انجمن بخش‌های بزرگراهی ایالتی جلگه می‌سی‌سی‌پی» (MVASHD) گزارش کردند. پس از گفت‌وگوهایی، روی برخی از شکل‌ها برای استفاده در موقعیت‌های گوناگون توافق شد که شامل موارد ذیل بود:

- **دایره:** هشدار گذر راه‌آهن؛
- **هشت‌گوش:** برای ایست؛
- **سه‌گوش:** برای نشان‌دادن نیاز به احتیاط در یک منطقه ویژه؛
- **چهارگوش:** برای نشان‌دادن احتیاط در موقعیت‌های ویژه؛
- **مستطیل:** برای آگاه‌کردن درباره مسیر یا مقررات؛

- **ستاره:** شکلی ویژه برای نشانه‌گذاری بزرگراه‌ها.

قرار شد همه نشان‌ها دارای پس‌زمینه سفید با حروف یا نمادهای سیاه باشد. همچنین قرار شد به جای اینکه مانند گذشته تابلوها را با دست نقاشی کنند، واژه‌ها یا نشانه‌ها به شکل برجسته با استفاده از قالب‌های فلزی روی تابلو قرار گیرد؛ این فرایند به شتاب گرفتن ساخت تابلوها منجر شد، اما از آنجا که دستگاه‌های موجود تنها می‌توانستند تابلوهایی به اندازه ۶۰ سانتی‌متر بسازند، بنابراین MVASHD از آن برای اندازه استاندارد خود استفاده کرد. اندکی پس از نشست MVASHD کتاب راهنمای نشان‌ها از سوی ایالت مینه‌سوتا منتشر شد. این همان چیزی است که بسیاری آن را نخستین کتابچه نشانه‌های راهنمایی و رانندگی می‌دانند.

نشان‌های جاده‌ای شد. پس از آن ۹ دولت اروپایی در سال ۱۹۰۹ برای استفاده در راه‌های خود چهار نشان تصویری را برگزیدند. دهه ۱۹۰۰ در ایالات متحده با درخواست برای نشانه‌های راهنمایی آغاز شد تا پاسخگوی رشد صنعت خودرو باشد. رانندگان در نبود نشان‌های راهنما به سادگی در راه‌ها گم می‌شدند و آنچه در راه‌ها وجود داشت نیز آسیب‌دیده یا شکسته بود.

در اوایل سال ۱۸۹۹، انجمن خودرو آمریکا تشکیل شد تا بخشی از تلاش خود را به قرار دادن تابلوهای راهنمای مسافران در راه‌ها به کار بندد. در سال ۱۹۰۵ باشگاه خودرو بوفالو (Buffalo Automobile Club) دست به کار ایجاد شبکه‌ای از تابلوهای راهنما در نیویورک شد و پس از آن باشگاه خودرو کالیفرنیا (Automotive Club of California) نیز تابلوهایی را در مهم‌ترین بزرگراه‌های پیرامون سان‌فرانسیسکو نصب کرد. آنها در برخی مکان‌ها نوارهای رنگی را برای راهنمایی دور تیرهای برق می‌پیچیدند. اگرچه تا دهه ۱۹۲۰ بیشتر خانواده‌های طبقه متوسط نمی‌توانستند خودروهایی با کارایی بیشتر را خریداری کنند، اما نشان‌های

راهنمایی هنوز مورد درخواست مالکان ثروتمند خودرو بود. تابلوها آن قدر مهم شدند که باشگاه‌های خودرو برای قرار دادن آنها در راه‌های پرطرفدار با هم رقابت می‌کردند و گاهی در یک منطقه تابلوهای زیادی وجود داشت که گیج‌کننده بود.

◀▶ **نشان‌های راهنمایی و رانندگی اولیه چگونه بود؟**

نخستین نشان‌ها مانند آنچه انجمن خودرو آمریکا ساخته بود، از چوب و روی ستون‌های فلزی قرار داشت. بسیاری از تابلوهای قدیمی در پایان برای تأمین فلز دوران جنگ جهانی دوم استفاده شد. در سال ۱۹۱۵ نخستین تابلوی ایست روی یک ورق فلزی در اندازه ۶۰×۶۰ سانتی‌متر که با حروف سیاه

مین بعد دگر مدعی میزی نیست

بی سرو صدا سرت را بپنداز پایین و برو دنبال «اون رفاهی که دنبالش می گردی»
دیگر؛ چرا عکس می گیری؟

همین چند روز پیش بود که عکسی منتشر شد که شرح آن این بود: «مهاجرت ۱۳ فارغ التحصیل نخبه دانشگاه شریف از ایران» یک عدد بیشتر عکس هم نبود. کیفیت چندان هم نداشت.

چند تا جوان یک لاقبا بودند که جلوی صف خروج ایستاده بودند، اما باز هم با همین یک عکس شورش را درآورده بودند. یکی نبود به این مهاجران بگوید: عزیز من! رفتی؟ خوش آمدی، به سلامت! چرا صف را به هم می زنی و می آیی عکس می گیری؟ حالا فکر می کنی با رفتن تو اتفاقی برای ما می افتد؟ تویی که با عکس می خواهی شوآف کنی و نمایش بدهی و این شایعه را در جامعه منتشر کنی که سرزمین مان دارد از نخبگان خالی می شود. خیر! تو که یک دانشجوی ساده بودی، وقتی ما استاد دانشگاه شریف و استاد دانشگاه تهران را داریم چه غم داریم؟ چه کم داریم؟ امثال تو را می خواهیم چه کار؟

بی سرو صدا سرت را بپنداز پایین و برو دنبال «اون رفاهی که دنبالش می گردی» دیگر؛ چرا عکس می گیری؟ آن هم سیزده تایی؟ خوب است هر سیزده تایتان را... استغفرالله!

زمین نمی ریزیم و می ریزیم توی مشت مان. همان را هم اگر تا سه دقیقه بعد از پر شدن مشت، سطل آشغال پیدا نکنیم، حوصله مان نمی کشد و می ریزیم زمین. همین قدر ضایعیم ما...

منظور من از درنیامدن شور عکس، بانمک بازی ها یا همان بی نمک بازی هایی هم که به اسم ژست های خز معروف شده است، نیست.

این مسخره بازی هایی که بعضی ها جلوی دوربین درمی آورند، این قدر مسخره نیست که به گرد پای مسخره بازی ای که منظور من است، برسد.

پس منظورم چیست؟ چه مرگم است؟

شما اگر همین یکی، دو هفته قبل به خبرهای سیاه نمایی که توسط بعضی سیاه کاران سیاه نما منتشر شد، نگاهی می انداختید، متوجه این «پرشوری» می شدید. بله،

کلاً عکس گرفتن کار خوبی است؛ البته به شرط آنکه شورش را درنیاوریم.

مطمئنم که همین الان دارید در درون خودتان سری به علامت تأیید تکان می دهید و با قیافه ای متفکر می گویند: «فرمایش بسیار دقیقی است. اساساً...» از «اساساً» به بعد دیگر هرچه بگویید فرقی ندارد.

به هر حال شما با این کلمه خود را وارد دایره دانشمندان و متفکران کرده اید.

داشتیم چه می گفتیم که رسیدیم به اینجا؟ بله، شما همین الان حرف این بنده خدای ستون نشین را تأیید کرده و خیال می کنید منظور من از «درنیامدن شور» این است که از یک صحنه تکراری هفت هزار تا عکس بگیریم. هر جا رسیدیم، اول با دو تا چشم مان کمی آنجا را نگاه کنیم و بعد عکس بگیریم.

تا چهار تا عکس گرفتیم، توهم عکاس بودن برمان ندارد. با دوربین باکیفیت و خوب گوشی های جدید فکر نکنیم فیلم بردار حرفه ای شده ایم. بدون اجازه از مردم توی کوچه و خیابان فیلم بگیریم و...

عزیز من چه حوصله ای دارید شما. چه کسی حوصله دارد این همه فکر کند و این قدر فرهیخته باشد؟ ما خیلی هنر کنیم در خیابان پوست تخمه هایمان را



عبدالله
مقدمی
@moghaddamy0007



۱

خوش شد که صدا/ به حد ویزی نیست

مین بعد دگر مدعی میزی نیست

در وا شد و بسته، گفت: «در رفت کسی؟»

گفتیم که: «نخبه» گفت: «خب... چیزی نیست!»

و دیر هم شد و نیامد. من و ماندم با مهدی و محمد. همه چیز برای یک گرد و خاک حسابی جور بود؛ چنان که ساعتی پس از آن شنیدم که گفته شده بود همانند یک پلنگ زخمی بالا و پایین اتاق را گز می کردم و خروش برمی آوردم.

مهدی بریده بریده گزاره هایی را می گفت؛ چنان که در کلاس درس پاسخگوی آموزگار شده و محمد هم حیرت زده نگاه می کرد. من پرسیدم: خب حالا ما هاب چی هستیم؟ مشتری ما قرار است هاب چه چیزی شود؟ ناگهان محمد لب باز کرد و گفت: هاب یک چیزی شدن یعنی که ما دل مان می خواهد چهارراه گردشگری باشیم، نشانه اش همین که سیم کارت بدون فیلتر برای گردشگران خارجی داریم؛ امیدواریم چهارراه تولید سخت افزار باشیم، برای همین جلوی واردات برخی انواع گوشی را می گیریم، در حالی که برخی را با برچسب داخلی می فروشیم و در داخل کشور نوکیا می سازیم تا با برچسب خارجی بفروشیم؛ می خواهیم چهارراه تولید خودرو باشیم، اما بزرگ ترین بازار خودروی چینی می شویم و پارکینگ های تولید کنندگان داخلی مان هر روز بزرگ تر می شود. به زبان امروزی ما این یعنی هاب، حالا شما با کمک فرهنگستان زبان و استادان تازه نفس ادبیات یک جایگزین مناسب برایش بگذار.

می کنم که در کاربرد واژه ها شلختگی را کنار بگذارد، ولی فکر نمی کردم باید به محمد و مهدی و سمیرا هم همان یادآوری را بکنم.

امروز در جلسه گفت و گویی که با یک مشتری داشتیم، محمد می گفت، مهدی دنبال می کرد و سمیرا هم ادامه می داد. انگار که در یک بازی فوتبال هستند و یکی توپ می گیرد و به سمت آن یکی می فرستد و دیگری گل می زند. یکی شان می گفت پروداکت ما، دیگری از نیاز بیزینس ها به این پروداکت می گفت و سمیرا هم درباره تبدیل شدن بیزینس مشتری به هاب دیتا و اوپریشن در این فیلد داد سخن داده بود. کارشناسان مشتری هم برای اینکه جلوی این گروه خارجگی کم نیاورند، یکی پس از دیگری اصطلاح و واژه فنی و تخصصی ردیف می کردند و دوستان من هم فهمیده و نفهمیده سری تکان می دادند. آن دیدار هر جور بود، پایان گرفت و به دفتر برگشتیم و از همگی شان خواستم گپ کوتاهی بزنیم و پرسیدم یکی از شما بزرگواران می تواند این واژه هاب را برای من ترجمه کند، شاید بفهمم چرا هیچ جایگزین و برگردان درست و مناسبی در زبان مادری ندارد تا از رئیس فرهنگستان خواهش کنم برایش فکری بکند! سمیرا که فهمیده بود پایان کار چگونه خواهد شد، بهانه ای آورد و رفت تا زود برگردد

شب نوشته های یک بچه نوآورا! (۹۴)

هاب یک چیزهایی

وضع پاسداشت زبان فارسی یک جوری شده که من این روزها کم کم نگران سلامت مدیران فرهنگستان و استادان زبان مادری هم هستم. موج سنگین چسباندن بی دلیل واژه های خارجی به پیکره این زبان آهسته و پیوسته همه چیز را خرد کرده و پیش می تازد؛ چنان که اگر خبر بستری شدن چند مدیر ارشد یا برخی استادان منتشر شود، جای شگفتی نیست؛ بگذریم از اینکه استادان راستین این رشته خودشان این روزها زیر فشار موج های دیگری هستند و نمی شود از آنها درخواست یاری کرد، ولی ما پارسی زبانان خودمان که می توانیم، شاید هم نمی توانیم و همین جوری در خیالات خام خودمان می پنداریم که می توانیم یا باید بتوانیم دست کم هر کدام در کار و زندگی خودمان پارسی را پاس بداریم. برای همین است که من حتی به کامیار هم که در خیلی کارها از درست شدنش ناامید هستم، پیوسته یادآوری



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

نکته



پندهای ناصر خسرو
قبادیانی

بر راه خرد رو نه مگس باش، نه عنقا

حکیم ابومعین ناصر بن خسرو قبادیانی بلخی (۴۸۱-۳۹۴ ه.ق) زاده بلخ بود.

از او ان جوانی به آموختن علوم و پژوهش درباره ادیان و خواندن سروده های شاعران ایران و عرب پرداخت. در دوره جوانی وارد دربار غزنویان و سپس دستگاه دیوانی سلجوقیان شد.

پس از آنکه در سال ۴۳۷ خوابی دید، بنا به گفته خودش از خواب ۴۰ ساله بیدار شد، کارهای دیوانی را رها کرد و به سیر آفاق و انفس پرداخت. دربار سلجوقیان پس از پیوستن وی به فرقه اسماعیلیه و تبلیغ اندیشه های آنان دستور کشتن او را داد؛ پس به ناچار راهی بدخشان شد و سرانجام در یمگان از دنیا رفت.

سفرنامه، زادالمسافرین، وجه دین، خوان اخوان، دلیل المتحیرین، روشنایی نامه و دیوان اشعار از ناصر خسرو بر جای مانده است.

ای قبه گردنده بی روزن خضرا

با قامت فرتوتی و با قوت برنا

بشکبب ازیرا که همی دست نیابد

بر آرزوی خویش مگر مرد شکبیا

با هر کس منشین و مبر از همگان نیز

بر راه خرد رو؛ نه مگس باش، نه عنقا

از بیشکی و کمی جهان تنگ مکن دل

با دهر مدار کن و با خلق مواسا

احوال جهان گذرنده، گذرنده است

سرما ز پس گرما، سرا پس صرا

