



گفت‌وگو با مهسا پسرک‌لو،
سرپرست خدمات کاربران
تترلند

**کاهش نیاز
به پشتیبانی
با هوشمندسازی
فرایندها**



روایت‌های دست اول تیم رسانه‌های راه‌کار از

GITEX 2023

در صفحات کارنگ از جیتکس می‌خوانید

- ۲ به دنبال نامی آشنا
- ۳ بهار فناوری در پاییز فصل‌ها
- ۳ جایی برای درخشش استارت‌آپ‌ها
- ۴ شبکه‌سازی بین متخصصان داخلی و خارجی
- ۵ جیتکس، فرصتی برای جذب سرمایه
- ۶ از جذب سرمایه تا افزایش اعتماد به نفس

اولویت ما کاربران مان هستند

فرهاد مرادی، مدیرعامل
سروش پلاس از فعالیت‌ها
و برنامه‌های این پیام‌رسان
داخلی می‌گوید



از ایده تا راه‌اندازی کسب‌وکار در آمپیر

بازدید تیم کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار از کارخانه نوآوری آمپیر

اثر منفی
قیمت‌گذاری
دستوری

پشوتن پورپزشک
مدیرعامل پادرو

قیمت‌گذاری
دست‌مان نیست

محمود لیائی
مدیرعامل
شرکت ملی
پست



تأیید مصوبه هیئت مقررات زدایی توسط معاونت حقوقی رئیس‌جمهور

پلتفرم‌ها می‌توانند در حوزه توزیع دارو فعالیت کنند

حضور تیم رسانه‌ای راه‌کار در جیتکس ۲۰۲۳

هستند، گفت‌وگو و شبکه‌سازی می‌کند و تلاش دارد به این سؤال پاسخ دهد که دبی برای اکوسیستم نوآوری ایران چه فرصت‌ها و آورده‌هایی دارد.

رضا قربانی، مؤسس کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار؛ مینا والی، مدیرعامل کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار؛ میثم سلیمانی، سردبیر کارنگ و راه پرداخت؛ رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب‌وکار کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار و ایمان جلیلی، سردبیر استودیو راه‌کار در رویداد جیتکس حضور خواهند داشت.

شایان توجه است که ویژه‌برنامه «اتاق آبی» نیز در حاشیه رویداد جیتکس روز دوشنبه ۲۴ مهرماه منتشر می‌شود. «اتاق آبی» برنامه گفت‌وگو محور و چالشی استودیو راه‌کار با اجرای میثم سلیمانی است. افزون بر این، فصل دوم «شاید موافق نباشید» هم در نمایشگاه جیتکس کلید می‌خورد و هر روز شاهد یک قسمت از این برنامه در حاشیه نمایشگاه جیتکس خواهیم بود. برنامه «شاید موافق نباشید» نیز با اجرای رضا جمیلی، هر هفته در استودیو راه‌کار منتشر می‌شود و فصل اول آن اخیراً به پایان رسیده است. به علاوه، تیم رسانه‌ای راه‌کار از حامیان رسانه‌ای رویداد پرشین‌تک سامیت است. این رویداد نیز در حاشیه جیتکس در ۲۵ مهرماه برگزار می‌شود. در پرشین‌تک سامیت فعالان اکوسیستم فناوری و استارت‌آپی ایرانی حضور خواهند داشت و در مورد هوش مصنوعی، متاورس و فین‌تک به گفت‌وگو می‌پردازند.

جیتکس یکی از بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های فناوری و اطلاعات در جهان محسوب می‌شود که برترین تولیدکنندگان فناوری جهان و منطقه را گرد هم می‌آورد. به علاوه این رویداد یک پل ارتباطی میان فناوری‌های نوین و استارت‌آپ‌ها در سراسر جهان است.

کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌های ایرانی نیز امسال به رسم هر سال در این نمایشگاه شرکت می‌کنند. اما امسال حضور ایرانی‌ها در جیتکس پررنگ‌تر از سال‌های گذشته است؛ زیرا پل ارتباطی اختصاصی شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی و پل ارتباطی ملی ایران در جیتکس ۲۰۲۳ برپا می‌شوند. دبی و نمایشگاه جیتکس برای کسب‌وکارهای ایرانی جذابیت زیادی دارد، زیرا می‌توانند با حضور در آن فرصتی پیدا کنند تا دستاوردهای خود را با دیگر کسب‌وکارهای دنیا به رقابت بگذارند.

کارنگ در جیتکس ۲۰۲۳

لازم به ذکر است که تیم رسانه‌ای کارخانه نوآوری راه‌کار نیز امسال در این نمایشگاه حضور خواهد داشت. در واقع «کارنگ»، رسانه اقتصاد نوآوری کارخانه نوآوری راه‌کار، پوشش خبری ویژه‌ای از جیتکس ۲۰۲۳ ارائه می‌دهد و در این راستا گفت‌وگوها و گزارش‌های متنوعی از کسب‌وکارهای ایرانی‌ای که در دبی فعالیت می‌کنند، تهیه می‌کند. به علاوه، با افرادی که تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار در دبی را دارند یا به دنبال کسب این تجربه



شماره ۱۱۷
۲۳ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



ما در انزوا، همسایه در حال برگزاری بزرگترین رویداد فناوری منطقه

به دنبال نامی آشنا

قرار است در روزنوشته‌هایم درباره آنچه در جیتکس می‌بینیم، غر نزنم. غر زدن و درست‌ترش «انتقاد کردن» بخشی از کار روزنامه‌نگار است، ولی نه همه آن. گاهی فقط باید نگاه کنیم و آنچه را می‌بینیم روایت کنیم؛ بدون اینکه تحت تأثیر حواشی قرار بگیریم. باید بتوانیم دقیق و منصفانه و بدون پیش‌زمینه‌هایی که همواره همراه ما هستند، بنویسیم.

نوشتن و گفتن بدون در نظر گرفتن شرایطی که ما در آن فعالیت می‌کنیم، سخت‌تر از چیزی است که فکرش را می‌کنم. هر بار که با بخشی از یک رویداد خارج از ایران به اشتیاق می‌آیم، اولین چیزی که به ذهنم می‌آید این است که چرا ما در کشورمان نمی‌توانیم چنین تجربه‌ای داشته باشیم. مقایسه تمام این تجربه‌های جدید با نداشته‌هایمان به یک عادت تبدیل شده که ناخودآگاه اتفاق می‌افتد. یک سؤال با تمام پاسخ‌هایی که تا امروز شنیده‌ام هنوز برایم بدون جواب مانده است؛ سؤالی که می‌ترسم برای نسل‌های بعدی مان هم تکرار شود.

وقتی تجربه حضور در دوره‌های قبلی جیتکس و یک دوره رویداد «سی‌ام‌تی» یا همان «کارت و پرداخت دبی» را مرور می‌کنم، همیشه این سؤال و مقایسه آنچه می‌دیدم با شرایطمان در ایران برایم تکرار می‌شود. فکر می‌کنم فراغت از این پیش‌زمینه‌ها کار سختی است. دارم تلاش می‌کنم این بار از زاویه دیگری به آنچه در «جیتکس گلوبال» و «اکسپند نورث استار» خواهیم دید، نگاه کنم. اکنون که در

حال نوشتن این یادداشت هستم، کمتر از ۱۲ ساعت به افتتاح نورث استار مانده است؛ رویدادی که در واقع بخش استارت‌آپی جیتکس است و یک روز زودتر از رویداد اصلی کار خود را شروع می‌کند. روز شنبه، یک روز پیش از افتتاح این رویداد با همکارانم در راه‌کار چند ساعتی را در «دبی هاربر»؛ محل برگزاری نورث استار چرخ می‌زدیم و چند گزارش تصویری از فضای نمایشگاه چند ساعت پیش از آغاز آن آماده و منتشر کردیم.

در بخشی از نمایشگاه و در بین غرفه‌های کوچک به دنبال نام ایران و نام‌های احتمالاً آشنای کسب‌وکارهای کوچک هم‌وطن بودم. نیرویی که من را برای پیدا کردن نام‌های ایرانی در میان غرفه‌ها، سخنرانان و پنلیست‌های رویداد می‌کشد، برایم عجیب است. گمان می‌کنم پیدا کردن یک نام آشنا در میان خیل نام‌های غریب آرامشم می‌دهد. شاید هم آن قدر فاصله ما از دنیا زیاد شده که به طرز عجیبی دیگران را بیگانه می‌بینیم. به نظر من آن قدر سطح و جنس دغدغه‌های ما با سایر جاهای دنیا متفاوت است که از نظر روانی هم فاصله زیادی با سایرین احساس می‌کنیم.

امروز در جایی از دنیا که چندان هم از وطن‌مان دور نیست و در حالی که نظاره‌گر مردمی هستم که از آینده و شکل آن می‌گویند، تصور اینکه چطور انتخاب‌هایمان این اندازه فاصله ما را از بقیه دنیا زیاد کرده، سخت است. تلاش می‌کنم بدون دیدن این فاصله‌ها درباره اتفاقات رویداد بگویم و در این چند روز که در فضای بزرگ‌ترین نمایشگاه خاورمیانه حضور دارم، امیدوارم بتوانم فارغ از همه پیش‌زمینه‌ها تصویری نزدیک به واقعیت از آن ارائه دهم تا به کار خوانندگان و اکوسیستم نوآوری ایران بیاید.



مینا والی
مدیرمسئول
@mina_vali

KARANG

شماره ۱۱۷ | ۲۳ مهر ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: میثم سلیمانی

تحریریه: رضا امیرزاده، راضیه مینایی
بهناز ملکی، مهران امیری
عبدالله مقدمی، عباس عین‌علی
ترانه احمد دوست
ویراستار: یلدا شایسته‌فر
مدیرهنری: روح‌اله گیتی‌نژاد

مدیرفنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: نسیم اعتمادی، مریم سعیدیپور
شبکه‌های اجتماعی: محمدحسین
صیادی‌نژاد، حانیه همتی
چاپ: هنر اشکان
نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله
غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وبسایت: karangweekly.ir



افزایش سقف تسهیلات قرض الحسنه ضروری

با تصویب شورای پول و اعتبار سقف فردی تسهیلات قرض الحسنه ضروری برای اشخاص حقیقی و حقوقی افزایش یافت.



بیشترین سهم سپ در ابزار تراکنش دار

شرکت پرداخت الکترونیک سامان (سپ) در جدیدترین گزارش شاپرک، بیشترین سهم در ابزارهای تراکنش دار اینترنتی و موبایلی را به خود اختصاص داد.



لرستانی مدیرعامل آپسان شد

با تصویب هیئت مدیره شرکت آپسان (آسان پرداز توسن)، آرش لرستانی به عنوان مدیرعامل این شرکت منصوب و جایگزین احمد افتخاری شد.



تفاهم نامه مبین نت و بنیان نوآوری هوش مصنوعی

مراسم تفاهم نامه همکاری شرکت مبین نت و بنیان نوآوری هوش مصنوعی با موضوع توسعه اکوسیستم تحول دیجیتال و تولید محصولات مبتنی بر این فناوری برگزار شد.



شماره ۱۱۷
۲۳ مهر ۱۴۰۲
سال سوم

یادداشت اول از هفت یادداشت در حال و هوای جیتکس

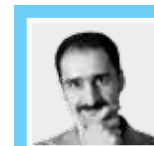
بهار فناوری در پاییز فصل ها

جیتکس ۲۰۲۳ روز دوشنبه ۲۴ مهرماه شروع می شود؛ بخش استارتاپی اش اما از امروز. این چهل و سومین جیتکس تاریخ است. با توجه به اینکه جیتکس از سال ۱۹۸۱ شروع شده، اگر سالی یک جیتکس برگزار می شد،

امسال باید چهل و چهارمین دوره اش می بود؛ ولی یکی کمتر است؛ به خاطر آن سالی که کرونا رویدادها را یکی پس از دیگری تعطیل می کرد؛ همان کرونایی که سبب را برای همیشه خاموش کرد.

اگر از آن سال های سیاه بپریم؛ ۴۴ سال استمرار در برگزاری یک رویداد به تنهایی قابل تحسین است، بماند که هر سال چیزی به این رویداد اضافه شده و در چهل و سومین دوره قوی تر از همیشه بازگشته است. سال های کرونا تأثیر غیرقابل انکاری بر کیفیت این

رویداد گذاشته بود، ولی حالا به نظر می رسد با رویدادی طراز اول در سطح جهان روبه رو هستیم. رویدادی که در خاموشی سبب آلمان کماکان به مسیرش ادامه داده و پایه پای رویدادهایی مانند MWC بارسلونا و CES



رضاقربانی
@mediamanager_ir

لاس وگاس به قبله فناوری و نوآوری تبدیل شده است. گفته می شود امسال بیش از ۱۷۰ هزار نفر در این رویداد مشارکت خواهند داشت. ۱۷۰ هزار نفر در زبان راحت می چرخد؛ وگرنه آنهایی که رویدادی در ابعاد چند صد برابر کوچک تر برگزار کرده اند هم می دانند که به همین سادگی نیست برگزاری رویدادی در این ابعاد. همین موضوع به پاشنه آشیل رویداد هم تبدیل شده است. شاید در پاسخ به همین انتقادها بوده که امسال جیتکس گلوبال تغییرات جدی را شروع کرده است. مثلاً برای اولین بار جیتکس در دو مکان برگزار می شود؛ بخش اصلی در مرکز تجارت جهانی دبی و بخش استارتاپی با عنوان «نورث استار» در «دبی هاربر» یا بندرگاه دبی.

در بازدیدی که امروز با همکارانم در راه کار از محل برگزاری نورث استار داشتیم، به وضوح معلوم بود که با بخش استارتاپی بزرگتر از گذشته روبه رو هستیم. بخش بندی محتوایی رویداد در نگاه اول جلب توجه می کند. جالب است که در بزرگترین رویداد فناوری

هشتمین دوره یک رویداد استارتاپی در حاشیه جیتکس ۲۰۲۳ برگزار می شود

اکسپند نورث استار؛ جایی برای درخشش استارتاپی ها



رویداد اکسپند نورث استار که قبلاً با نام «جیتکس فیوچر استارز» شناخته می شد، یک رویداد استارتاپی است که سالانه در بندر دبی برگزار می شود. اکسپند نورث استار بخشی از نمایشگاه جیتکس گلوبال است و استارتاپی ها را در مقابل متخصصان صنعت، از بیش از ۱۰۰ کشور به نمایش می گذارد. این رویداد بنیان گذاران، سرمایه گذاران خطرپذیر و رهبران فناوری را گرد هم می آورد و مکانی برای درخشش استارتاپی ها و رشد آنها فراهم می کند. این رویداد از سال ۲۰۱۶ با عنوان جیتکس فیوچر استارز در نمایشگاه جیتکس شروع به کار کرد و در سال ۲۰۲۱ مرکز تجارت جهانی دبی اعلام کرد که این رویداد به نورث استار دبی تغییر نام می دهد. اکسپند نورث استار امسال از ۱۵ تا ۱۸ اکتبر با میزبانی اتاق اقتصاد دیجیتال دبی برگزار می شود. در طول این چهار روز از بهترین استارتاپی ها از سراسر جهان با هدف جذب سرمایه گذار و جمع آوری سرمایه رومانی می شود. بیش از ۷۰ نفر از بنیان گذاران یونیکورن های مطرح جهان این استارتاپی ها را ارزیابی و نظرات خود را در مورد آنها اعلام می کنند. استارتاپی هایی که در این رویداد شرکت می کنند از حوزه های مختلفی مانند هوش مصنوعی، بلاکچین، تجارت الکترونیک، فین تک، هلث تک، مارتک، رباتیک، توریزم، نرم افزار، اقتصاد خلاق و غیره هستند.

اعضای اکوسیستم نورث اکسپند استار نیز سازمان توسعه صنعتی ملل متحد، شورای نوآوری اروپا، سعودی آرامکو، مایکروسافت، آژانس تجارت ایتالیا و آریزونا کامرس آتوریتی هستند. در این کنفرانس در مورد روند سرمایه گذاری و آنچه سرمایه گذاران به دنبال آن هستند، صحبت می شود و بنیان گذاران یونیکورن های مطرح جهان، تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. تیم های استارتاپی نیز در مورد استراتژی های توسعه و رویکردهای نوآورانه می آموزند.

استیج نورث استار رابزینگ بینش ها و راهبردهای کاربردی به بنیان گذاران، سرمایه گذاران و تیم هایی ارائه می دهد که در مراحل ابتدایی تر قرار دارند و از تجربه کمتری برخوردارند. این استیج به مخاطبان خود کمک می کند پتانسیل رشد بیشتر کسب و کار خود را مهیا کنند. محورهای بحث این استیج در مورد یادگیری از شکست، تشکیل تیم و مدیریت فرهنگ شرکت، ایجاد کسب و کار در امارات متحده عربی و طرح ریزی و رسیدن به اهداف است. استیج اسپات لایت نیز

در نورث استار ۲۰۲۲ چه گذشت؟

لازم به ذکر است که سرمایه گذاری در نورث استار ۲۰۲۲ از ۲۰۲۱ سه میلیارد دلار عبور کرد و توانست رکورد جدیدی در تأمین مالی منطقه و سرمایه گذاری مستقیم دولت ثبت کند. در سال گذشته ۵۶۱۰۰ نفر از خاورمیانه، ۳۵۷۰۰ نفر از آفریقا، ۳۴۰۰۰ نفر از آسیا، ۳۰۶۰۰ نفر از اروپا و ۱۳۶۰۰ نفر از آمریکا از این رویداد بازدید کردند. افزون بر این، سال گذشته ۲۴۰۰ جلسه سرمایه گذاری بین استارتاپی ها و سرمایه گذاران خطرپذیر برگزار شد. ۱۲۰۰ جلسه خرید هم بین استارتاپی ها و شرکت ها و دولت شکل گرفت.

حضور ۱۰۰ استارتاپی و ۹۰۰ سرمایه گذار

در این رویداد ۱۰۰ استارتاپی، ۹۰۰ سرمایه گذار، هشت استیج و ۲۵۰ سخنران شرکت خواهند کرد. از جمله سخنرانان برجسته ای که در آن شرکت می کنند، می توان به «سباستین بورگت»، بنیان گذار و مدیرعامل سندباکس؛ «فمکه آنا ون زانتن»، مدیر گروه فناوری و سرگرمی متا؛ «جف مگیونکالد»، مدیرعامل کورسرا و «نیک فاستر»، مدیر سابق طراحی گوگل ایکس اشاره کرد. برخی از



شبکه‌سازی بین متخصصان داخلی و خارجی

مصطفی ثابتی یکی از برگزارکنندگان رویداد پرشین تک سامیت از دلایل برگزاری آن می‌گوید

می‌دهد: «رویداد پرشین تک سامیت اولین بار است که برگزار می‌شود؛ دلایل مختلفی برای برگزاری چنین رویدادی وجود دارد. برای مثال همه‌ساله تعداد بسیار زیادی از مدیران و کارشناسان حوزه فناوری اطلاعات ایران به نمایشگاه جیتکس می‌آیند؛ اما معمولاً چون در مدت زمان دو یا سه روز به دیدن این نمایشگاه می‌آیند و جیتکس هم نمایشگاهی بزرگ و گسترده است و از طرف دیگر نیز زبان نمایشگاه انگلیسی است و برای برخی مشکل ارتباطی به وجود می‌آید، در نتیجه انتقال

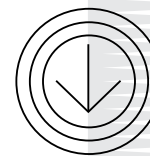
داخلی و هم‌تایان فارسی‌زبان خارج از کشور، از مهم‌ترین و اصلی‌ترین اهداف رویداد پرشین تک سامیت شمرده می‌شود. همچنین این رویداد به بازدیدکنندگان فارسی‌زبان کمک می‌کند دید جامعی از نمایشگاه جیتکس به دست آورند.

◀ **ارائه دید جامع به بازدیدکنندگان از جیتکس**

ثابتی در خصوص اهداف برگزاری این رویداد توضیح

در حاشیه رویداد جیتکس برای نخستین بار رویداد «پرشین تک سامیت» نیز در ۲۷ مهر برگزار خواهد شد. در این رویداد فعالان اکوسیستم فناوری اطلاعات ایران از سراسر دنیا گرد هم خواهند آمد.

مصطفی ثابتی، مشاور تحول دیجیتال و نوآوری و یکی از سخنرانان رویداد پرشین تک سامیت، در گفت‌وگو با «کارنگ» از چرایی برگزاری این رویداد برای ایرانیان و فارسی‌زبانان می‌گوید. شبکه‌سازی و ایجاد ارتباط بین متخصصان و شرکت‌های فناوری اطلاعات و نوآورانه



پرشین تک سامیت
همزمان با جیتکس
برگزار می‌شود

دوره‌می فعالان اکوسیستم فناوری فارسی‌زبانان جهان

همایش «پرشین تک سامیت»، به‌عنوان یک رویداد سالانه بزرگ در حوزه فناوری، همزمان با رویداد جیتکس و با هدف توسعه کسب‌وکارهای فارسی‌زبان از طریق ایجاد شبکه‌ای از فعالان و علاقه‌مندان این حوزه در تاریخ ۱۹ اکتبر از ساعت ۱۷ الی ۲۱ برگزار خواهد شد. که این دوره‌می و شام فعالان اکوسیستم فناوری فارسی‌زبان قصد دارد فعالان این حوزه را از سراسر دنیا به یکدیگر نزدیک و فضایی برای تبادل اطلاعات، تجارب و فرصت‌های جدید در زمینه فناوری فراهم کند. طه تهرانی، عظیم ربیع‌زاده، مصطفی ثابتی، مصطفی مرشدی و همچنین مجموعه‌های «عصرانه راه‌کار» و «شورای بازگانی ایرانیان دویی» برگزارکنندگان این همایش هستند. همچنین پوریا حداد، مصطفی ثابتی، مهگل ثابت، مصطفی مرشدی، کیوان محیط مافی، هاجر سعیدی‌نژاد، طه تهرانی، جواد بهره، رضا قربانی، عماد قاضی، محمد رحمانی، مهدی رجیبی و عظیم ربیع‌زاده در این برنامه سخنرانی خواهند کرد. سایت این همایش از صاحبان کسب‌وکارهایی که می‌خواهند از جدیدترین تغییرات دنیای فناوری و تأثیر آن در کسب‌وکار مطلع شوند و همچنین افرادی که تمایل دارند با سرمایه‌گذاران این حوزه یا مجریان حرفه‌ای توسعه کسب‌وکار ارتباط برقرار کنند، به‌عنوان افرادی نام برده که شرکت در این همایش می‌تواند برای آنها مناسب باشد. از حامیان این رویداد می‌توان UNFXBIT، UNFXCOIN و جی‌اس‌اس‌رانام برد. همچنین «کارنگ» و «استودیو راه‌کار» نیز از حامیان رسانه‌ای این دوره‌می فعالان اکوسیستم هستند. نمایشگاه جیتکس امسال از تاریخ ۲۴ الی ۲۸ مهرماه برگزار خواهد شد. بیش از چهار دهه است که جیتکس به‌عنوان رویدادی که کسب‌وکارها، سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان به صنعت فناوری در آن حضور پیدا می‌کنند، برگزار می‌شود. امسال نیز قرار است چهل‌وسومین دوره این نمایشگاه در ابعادی گسترده‌تر در مرکز تجارت جهانی و بندر دویی برگزار شود.



شماره ۱۱۷
۲۳ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



مدیرعامل تاپین از فرصت‌های یک رویداد برای کسب‌وکارهای ایرانی می‌گوید

جیتکس؛ فرصتی برای جذب سرمایه

داخلی به‌ویژه در حوزه نوآوری موضوع جذب سرمایه است. آیا جیتکس در این زمینه می‌تواند فرصتی جدید برای اکوسیستم فراهم کند؟ مهرداد ملک‌محمدی در پاسخ به این سؤال و با اشاره به اینکه یکی از مشکلات کسب‌وکارهای فعال در ایران عدم امکان داشتن درآمدهای دلاری است، اظهار می‌کند: «نمایشگاه‌هایی مانند جیتکس فرصت خوبی هستند که بتوانیم با حضور در آنها توانایی‌ها و زیرساخت‌های خودمان را به دیگر کشورهای جهان معرفی کنیم و به یک کشور سرویس‌دهنده در این بازار تبدیل شویم.»

او معتقد است با توجه به اینکه ارزش پولی ما در ایران بسیار پایین است، این موضوع می‌تواند برای شرکت‌های خارجی یک آیتام جذاب باشد که بتوانند از نیروی انسانی توانمندی که در داخل کشور فعال است، با قیمتی مناسب استفاده کنند.

استفاده از ظرفیت‌های ایرانیان خارج‌نشین

مدیرعامل تاپین درباره اینکه آیا نیروهای متخصصی که به هر نحوی از کشور خارج شده‌اند، امکان این را دارند که به اکوسیستم داخلی ایران متصل باشند، می‌گوید: «اتفاقی که بعد از خروج افراد از کشور می‌افتد این است که این افراد اغلب از ماهیت خود به‌عنوان منابع انسانی در حوزه کار عملیاتی خارج می‌شوند و ارتباطشان با کسب‌وکارهای داخلی بیشتر جنبه مشاوره‌ای به خود می‌گیرد. البته در این ارتباط امکان انتقال فناوری‌ها و نوآوری‌هایی که در جهان اتفاق می‌افتد، به داخل کشور فراهم است و از این طریق به بومی‌سازی این دانش‌ها و توسعه آن در داخل کمک می‌شود. از سویی این افراد می‌توانند نقش دیگری هم ایفا کنند که آن بحث بازار بایی و معرفی خدمات و محصولات داخلی به کسب‌وکارهای خارج از کشور است.»



چهل‌وسومین نمایشگاه جیتکس از ۲۴ تا ۲۸ مهرماه در مرکز تجارت جهانی دبی برگزار می‌شود. برخی از کسب‌وکارهای ایرانی نیز در کنار شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های سایر کشورهای جهان در این رویداد حضور پیدا می‌کنند. اما حضور در این رویداد چه فوایدی برای یک کسب‌وکار ایرانی می‌تواند داشته باشد؟

مهرداد ملک‌محمدی، مدیرعامل شرکت تاپین در خصوص اینکه کسب‌وکارهای ایرانی می‌توانند چه استفاده‌ای از رویداد جیتکس داشته باشند، به «کارنگ» می‌گوید: «جیتکس می‌تواند فضایی باشد که کسب‌وکارها در آن با اکوسیستم جهانی و نحوه فعالیت استارت‌آپ‌ها در سایر کشورها آشنا شوند و نمونه‌های موفق یا شکست‌خورده حوزه‌ای را که خودشان در آن فعال هستند، ببینند و از تجربه‌های جهانی در این زمینه استفاده کنند.» او ادامه می‌دهد: «از سویی این رویداد فرصت مناسبی است که کسب‌وکارها در آن با سرمایه‌گذارانی که در حوزه بین‌المللی فعالیت می‌کنند آشنا شوند و بتوانند با مطرح کردن ایده‌ها و معرفی کسب‌وکار خود جذب سرمایه داشته باشند.»

برخی کسب‌وکارهای ایرانی به دلایل مختلف تصمیم گرفته‌اند که فعالیت خود را در دبی ادامه دهند. ملک‌محمدی به این سؤال که آیا این مجموعه‌ها می‌توانند در آنجا یک اکوسیستم از کسب‌وکارهای ایرانی ایجاد کنند، پاسخ می‌دهد: «به نظر بحث اکوسیستم ایرانی در یک فضای بین‌المللی؛ آن هم در یک کشور ثالث خیلی موضوعیت نخواهد داشت. وقتی آنجا این امکان فراهم است که یک کسب‌وکار به بازار آزاد متصل شود و از ظرفیت‌ها و امکانات جهانی استفاده کند، دیگر لزومی ندارد که افراد بخواهند در چنین فضایی یک اکوسیستم ایرانی را شکل دهند.»

می‌توانیم یک سرویس‌دهنده در بازار جهانی باشیم

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های کسب‌وکارهای

وجود یک اکوسیستم فناوری اطلاعات در خارج از ایران مثبت است

در بخش دیگری از گفت‌وگوی کارنگ با ثابتی، او در خصوص امکان ایجاد یک اکوسیستم فناوری اطلاعات ایرانی در خارج از کشور توضیح می‌دهد: «در مورد اینکه اکوسیستم فناوری در خارج از ایران شکل خواهد گرفت، هیچ شکی وجود ندارد، زیرا مهاجران به‌خصوص در زمینه فناوری اطلاعات روزبه‌روز در حال افزایش هستند. مهاجرت بیش از اندازه متخصصان در کشور باعث خالی شدن بدنه فناوری اطلاعات در ایران می‌شود، اما شکل‌گیری اکوسیستم فناوری در خارج از کشور به‌نوعی کمک‌کننده خواهد بود.»

او در توضیح این موضوع می‌گوید: «اگر اکوسیستم فناوری در خارج از ایران شکل بگیرد، مزیت‌هایی دارد و آن هم این است که می‌توانیم امیدوار باشیم متخصصان ما که از کشور خارج می‌شوند به جای کار کردن برای یک شرکت خارجی، کسب‌وکار ایرانی خود را تنها با جابه‌جایی و قرار گرفتن در محیطی دیگر ادامه دهند. این به معنای آن است که

صنعت فناوری اطلاعات ما از بین نمی‌رود و فقط در فضایی بین‌المللی به کار خود ادامه خواهد داد.»

ثابتی می‌افزاید: «اکوسیستم خارجی در دو جهت می‌تواند با اکوسیستم داخلی در ارتباط باشد؛ یکی به لحاظ تأمین نیروی انسانی خود و دیگری تأمین نیاز نرم‌افزاری داخل کشور. مهم این است که این رویداد باعث شبکه‌سازی خواهد شد و متخصصان با وجود خروج از کشور می‌توانند یکدیگر را پیدا کرده و با هم همکاری کنند و در داخل و خارج همچنان همکاری بین متخصصان وجود داشته باشد؛ برای مثال کسانی که خارج از ایران هستند، بتوانند از نرم‌افزارهای تولیدشده توسط متخصصان داخلی استفاده کنند و متخصصان خارج از کشور هم بتوانند بازار خود را در داخل ایران بدون محدودیت‌های داخلی حفظ کنند و از طرفی هم به بازار بین‌المللی نیم‌نگاهی داشته باشند.»

پرشین تک سامیت؛ رویداد خصوصی و غیردولتی

او به‌عنوان آخرین نکته در گفت‌وگو با کارنگ بیان می‌کند: «نکته‌ای که در حوزه فناوری اطلاعات وجود دارد این است که وقتی شرکت‌ها یا متخصصان ما در فضای بین‌المللی قرار می‌گیرند، مجبور هستند با رقبای بزرگ‌تری روبرو باشند و با استانداردهای بین‌المللی هماهنگ شوند و این مسئله باعث می‌شود ما در حوزه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری قوی شویم.»

نکته اصلی در مورد پرشین تک سامیت این است که این رویداد یک رویداد کاملاً خصوصی است و هیچ نهاد دولتی رسمی پشت آن نیست و هیچ قصد سیاسی‌ای ندارد و با نگاهی کاملاً تخصصی شکل گرفته است. ارزش اصلی این رویداد برای ما شبکه‌سازی‌ای است که اتفاق می‌افتد. همچنین سعی کرده‌ایم با ارتباطاتی که در داخل امارات داریم، حداقل هزینه را از شرکت‌کنندگان دریافت کنیم و بیشتر هزینه‌های رویداد از طریق اسپانسرها تأمین شده است.

همچنین علاوه بر چهار پل رویداد، در بخشی از این رویداد به کمک مؤسسه مشاوره مدیریت ایلپا، گزارشی مبتنی بر داده از تحلیل بازار حوزه فناوری اطلاعات در منطقه خاورمیانه به مخاطبان ارائه خواهد شد.»

اطلاعات به‌صورت کامل صورت نمی‌گیرد و بازدید از نمایشگاه حالتی توریستی می‌یابد و بازدیدکنندگان تنها از جلوه‌های بصری نمایشگاه بهره می‌برند. واقعیت این است که چنین بازدیدی از نمایشگاه نمی‌تواند برای به‌روزرسانی کسب‌وکارهای مدیران و بازدیدکنندگان ایرانی کمک‌کننده باشد.»

او در ادامه می‌افزاید: «با در نظرگیری تمامی این نکات ما به این نتیجه رسیدیم که از تمام موضوعات اصلی که در جیتکس وجود دارد، مثل بلاکچین، متاورس، هوش مصنوعی و فین‌تک متخصصانی را در قالب چهار پل گرد هم آوردیم تا آنها برای شرکت‌کنندگان در رویداد پرشین تک سامیت از موضوعات و فرصت‌های جذابی که در جیتکس وجود داشته، بگویند. آنها در خصوص اینکه کدام یک از فناوری‌های ارائه‌شده در جیتکس قابلیت استفاده در ایران را دارد، صحبت خواهند کرد و همچنین یک جمع‌بندی از فین‌تک خواهند داشت.»

ثابتی در ادامه درباره زمان برگزاری رویداد می‌گوید: «برگزاری این رویداد یک روز مانده به پایان جیتکس انجام خواهد شد، تا ضمن بازدید همگان از تمام قسمت‌های جیتکس، شرکت‌کنندگان رویداد پرشین تک سامیت بتوانند بعد از دریافت اطلاعات، دوباره به غرفه مورد نظر خود مراجعه کنند و بازدید جامع و کاملی داشته باشند. از آنجا که اعضای این پل‌ها نیز هر کدام متخصصان حوزه خود هستند، دیدگاه خود نسبت به وضعیت بازار را به موضوعات جیتکس اضافه می‌کنند تا کلیتی جامع و دقیق به مخاطبان ارائه شود.»

شبکه‌سازی یک نیاز است

او درباره مسئله ارتباط بین متخصصان و شرکت‌های فناوری اطلاعات ایرانی خارج و داخل کشور بیان می‌کند: «موضوع دیگری که ما به‌عنوان برگزارکننده بسیار به آن فکر کردیم، بحث تعداد بسیار بالای ایرانیانی است که برای توسعه کسب‌وکار خود در فضای خارج از ایران مشغول به کار شده‌اند.»

دو نکته در این خصوص وجود دارد؛ یکی اینکه خود این گروه برای اینکه بتوانند ارتباطات خود را قوی کرده و کسب‌وکارشان را به پیش ببرند، نیازمند شبکه‌سازی هستند. نکته دیگر این است که بسیاری از ایرانیان صاحب کسب‌وکار خارج از کشور، سال‌هاست که به ایران نیامده‌اند و از ابتدا نیز کسب‌وکار خود را در خارج از ایران شکل داده‌اند؛ ما قصد داریم به این گروه نیز کمک کنیم تا بتوانند محصولات خود را در داخل ایران عرضه کنند و در نهایت شبکه‌سازی قدرتمندی بین ایرانیان داخل و خارج از کشور در حوزه فناوری اطلاعات اتفاق بیفتد.»

او در ادامه بیان می‌کند: «با توجه به اینکه حامی اصلی ما در رویداد پرشین تک سامیت، «آی‌بی‌سی» یا شورای بازرگانان ایرانی مقیم امارات است، سعی کردیم آنها نیز در این نمایشگاه حضور داشته باشند و با توجه به حضور ارزشمندی که دارند به نوعی بازار هدف هم قرار گیرند و به سایر شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان کمک کنند. کسانی هم که تجربه تجارت بین‌المللی دارند، می‌توانند این تجربیات را با افراد دیگر به اشتراک بگذارند تا افرادی که برای ورود به بازار جهانی در حال اقدام هستند از این تجربیات بهره ببرند.»

بهناز ملکی



Info @Karangweekly.ir



شماره ۱۱۷
۱۴۰۲
سال سوم



دومین دوره نمایشگاه
ایتکس برگزار شد

مهاجرت و تمایل به کار پاره‌وقت

دومین دوره از نمایشگاه ایتکس با همکاری دانشگاه شریف، حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان فناوری اطلاعات با محوریت کسب‌وکارهای مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات برگزار شد.

۳۵ شرکت حاضر در این نمایشگاه، میزبان بازدیدکنندگان بودند. بازدیدکنندگان دومین دوره نمایشگاه ایتکس عموماً دانشجویان دانشگاه‌های مختلف بودند که برای آشنایی با اکوسیستم فناوری اطلاعات کشور و شرکت‌ها و استارت‌آپ‌هایی که در این حوزه فعالیت می‌کنند و همچنین ارسال رزومه برای کارهای عموماً پاره‌وقت از آخرین روز نمایشگاه بازدید کردند.

بر اساس گفته‌های غرفه‌داران نمایشگاه، بیشتر بازدیدکنندگانی که برای ارسال رزومه به ایتکس ۲۰۲۳ آمده بودند، متقاضی موقعیت‌های شغلی حوزه برنامه‌نویسی و سایر امور فنی؛ آن هم بیشتر به صورت پاره‌وقت بودند. یکی از غرفه‌داران در این باره توضیح داد که در سه روز نمایشگاه به دفعات با تقاضای موقعیت شغلی برنامه‌نویسی پاره‌وقت مواجه شده است. او گفت وقتی از متقاضیان می‌پرسیدم چه آینده‌ای را برای شغل برنامه‌نویسی پاره‌وقت متصور هستید یا به چه دلیل متقاضی این موقعیت شغلی هستید، اکثراً یک پاسخ مشترک را می‌شنیدم: «برنامه‌نویسی بدم و چون قصد مهاجرت دارم، به دنبال کاری هستم که هم نیاز مالی ام را تأمین کند و هم بتوانم در کنار آن به کارهای مهاجرتم بپردازم.»

کارخانه نوآوری رسانه راه کار، شرکت شاپرک، آسیاتک، رایتل، یکتانت، یکتا ققنوس پارس، گروه سولیکو، گروه کاله، گروه توسعه فناوری زعیم، صنایع تولیدی کرو، شتاب‌دهنده تریگ‌آپ، سایکت، امن‌افزارگستر شریف، پارک علم و فناوری دانشگاه شریف، سازمان فناوری اطلاعات ایران و... از جمله غرفه‌داران نمایشگاه ایتکس ۲۰۲۳ بودند.

کتاب‌های انتشارات راه پرداخت به مناسبت نمایشگاه ایتکس تاروز بیست و پنجم مهرماه با کد تخفیف ۳۰ درصدی ITEX2023 در دسترس عموم قرار دارد.



شماره ۱۱۷
۲۳ مهر ۱۴۰۲
سال سوم

از جذب سرمایه تا افزایش اعتماد به نفس در کسب‌وکار

طه تهرانی از برگزارکنندگان رویداد پرشین تک سامیت از فرصت‌های جدید جیتکس برای ایرانیان می‌گوید

ایرانیان بسیاری قصد دارند در رویداد امسال جیتکس واقع در شهر دبی امارات شرکت کنند. رویداد جیتکس عرضه‌کننده جدیدترین فناوری‌هایی است که حتی در جهان نیز پیشرو به‌شمار می‌آیند، اما این رویداد برای ایرانیان چه دستاوردی به دنبال خواهد داشت؟

همزمان با جیتکس در روز ۲۸ مهرماه رویداد «پرشین تک سامیت» توسط شورای بازرگانان فارسی‌زبان امارات برگزار می‌شود. هدف اصلی این رویداد در واقع ارائه یک دید جامع و کامل از برگزاری جیتکس است تا فارسی‌زبانان تنها با بازدید از ظاهر نمایشگاه از آن خداحافظی نکنند و بتوانند ضمن داشتن نگاهی عمیق به مسائل آن، کار جذب سرمایه یا شبکه‌سازی را نیز انجام دهند.

«طه تهرانی» یکی از فعالان حوزه فناوری در دبی از برگزارکنندگان و سخنرانان پنل در رویداد پرشین تک سامیت است که در گفت‌وگویی مفصل با میثم سلیمانی، سردبیر رسانه‌های آنلاین راه‌کار در برنامه

«اتاق آبی» به بررسی فرصت‌های جیتکس و پرشین تک سامیت برای ایرانیان پرداخته است.

امارات؛ امکانی برای رشد فناوریان فارسی‌زبان

طه تهرانی در این گفت‌وگو درباره پتانسیل امارات برای فناوریان ایرانی می‌گوید: «یکی از نکات مهمی که در خصوص جیتکس وجود دارد، محل برگزاری آن است. امارات چند سالی است که خود را در حوزه فناوری به‌عنوان کشوری پیشرو معرفی کرده است. فناوری‌هایی که امروزه در جهان استفاده می‌شوند، حداقل پنج سال زودتر در امارات بهره‌برداری می‌شوند و می‌توان گفت از این لحاظ امارات از دیگر کشورهای دنیا جلوتر است. حال فناوری‌هایی که در جیتکس ارائه می‌شوند، نسبت به فناوری‌هایی که در امارات مورد استفاده قرار گرفته‌اند نیز پیشرو به حساب می‌آیند.»

جیتکس؛ بستری برای الهام نوآوران

در ادامه تهرانی درباره بهره‌ای که فناوریان و نوآوران ایرانی می‌توانند از فضای پیشرو امارات و جیتکس داشته باشند، توضیح می‌دهد: «نخستین موردی که می‌توان به آن اشاره کرد، موضوع ایده‌گرفتن است. در مرحله دیگر باید بگوییم با بودن در فضای تجاری امارات به‌عنوان کشوری پیشرو در زمینه فناوری این در یافت حاصل خواهد شد که دنیا به دنبال محصولی پیچیده نیست، بلکه به دنبال محصولی است که کارایی مفیدی داشته باشد. سادگی و کاربردی بودن محصول باعث می‌شود بیشتر مورد توجه قرار بگیرد، زیرا نکته دیگری که در این موضوع وجود دارد، درآمدزایی ساده است.»

طه تهرانی درباره امکان ارائه محصولات فناوریان داخلی در خارج از کشور می‌افزاید: «قطعاً برای این کار چنین فضایی وجود دارد و حتی ایرانیانی که خارج از ایران هستند هم حضور پیدا می‌کنند و محصولات خود را ارائه

«شاید موافق نباشید!»



برنامه «شاید موافق نباشید» ویژه جیتکس، در طول دوره برگزاری این رویداد به صورت روزانه همراه علاقه‌مندان اقتصاد نوآوری خواهد بود تا رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب‌وکار راه‌کار در این برنامه نگاهی متفاوت به بزرگ‌ترین رویداد فناوری جهان را به مخاطبانش عرضه کند.

شاید موافق نباشید! ویژه برنامه جیتکس

تاپین

ti

اگرا

GSS
جی‌اس‌اس



اسکن کنید

استودیو راه‌کار

محدودیتی وجود ندارد.»

فضای باز برای بازی فناوری‌ان نوآور

تهرانی در مورد این موضوع که جیتکس کدام خلأ را می‌تواند برای کسب‌وکارهای نوآور ایرانی پر کند، اظهار می‌کند: «من فکر می‌کنم جیتکس به ایرانیان خودباوری خواهد داد. اگر ایرانیان به جیتکس بیایند این نکته را خواهند یافت که در ایران در حوزه نوآوری بسیار جلو هستیم. در ایران این گونه است که ما برای میزانی مثلاً ۱۵۰ درصدی تلاش می‌کنیم تا بتوانیم ۸۰ درصد ثمره کار داشته باشیم؛ در حالی که در امارات اگر به میزان ۱۰۰ درصد تلاش داشته باشید، ۲۰۰ درصد ثمره کار خود را خواهید دید. توانایی در ایران بسیار است اما به دلیل عدم گردش مالی در اکوسیستم مهاجور مانده‌ایم و اعتماد به نفس‌ها از بین رفته است. با اینکه در امارات ضوابط و قوانین کاری بین‌المللی بسیار رعایت می‌شود، اما این قوانین بسته نیستند و جلوی پیشرفت را نمی‌گیرند. اکنون بسیاری از افراد از کشورهایی مانند کانادا و آلمان مهاجرت معکوس به امارات را در پیش گرفته‌اند، زیرا قوانینی در کشورهای آنها وجود دارد که جلوی پیشرفت‌شان را می‌گیرد.»

**هدف اصلی پرشین تک
سامیت در واقع ارائه
یک دید جامع و کامل
از برگزاری جیتکس
است تا فارسی‌زبانان
بتوانند ضمن داشتن
نگاهی عمیق به مسائل
آن، کار جذب سرمایه
یا شبکه‌سازی را نیز
انجام دهند**



شماره ۱۱۷
مهر ۱۴۰۲
سال سوم

پرشین تک سامیت؛ گردهمایی نوآوران فارسی‌زبان

۲۷ مهرماه رویداد پرشین تک سامیت در کنار رویداد جیتکس برای فارسی‌زبانان برگزار خواهد شد. هدف از این رویداد ارائه دیدی جامع و کامل برای بازدیدکنندگان فارسی‌زبان است. تهرانی در خاتمه درباره میزان رسیدن به این هدف بیان می‌کند: «مسیری را آغاز کرده‌ایم تا این مسیر بتواند در آینده نیز بازده داشته باشد. برای رسیدن به اهداف خود نیز فعالان خصوصی اکوسیستم فناوری فارسی‌زبان را دور هم جمع کرده‌ایم تا آنها بتوانند به یکدیگر در مسیر رشد کمک کنند. ما در ایران استعدادها بسیاری داریم و به همین خاطر نیز زبان فارسی را برای رویداد پرشین تک سامیت انتخاب کردیم تا بتوانیم گذار بین ارائه‌های انگلیسی به فارسی را داشته باشیم. برگزارکنندگان این همایش نیز شورای بازرگانان فارسی‌زبان امارات هستند؛ یعنی همان کسانی که از قدیم در فضای کسب‌وکاری امارات حضور داشته‌اند. این بازرگانان بسیار تمایل دارند تا با هم‌زبانان خود همکاری کنند. این موضوع نیز یک مسئله جهانی است و مهاجران به شرط اینکه اکوسیستم مفیدی تشکیل دهند، ترجیح می‌دهند با هم‌زبانان خود فعالیت کسب‌وکاری داشته باشند.»

او در پایان درباره این رویداد تأکید می‌کند: «ما سعی کرده‌ایم فعالان اقتصادی داخل و خارج از ایران را گرد هم آوریم و آنها را به یکدیگر نزدیک کنیم و در کنار آن نیز روی اتفاقات رویداد جیتکس تمرکز داریم. برای برگزاری این رویداد نیز مخصوصاً زمانی را انتخاب کرده‌ایم که اگر کسی از بخشی از جیتکس دیدن نکرده بود که در پرشین تک سامیت به آن اشاره شد، بتواند با دید جامع‌تری از آن قسمت هم دیدن کند. به عبارت دیگر هدف پرشین تک سامیت این بود که بازدید از نمایشگاه تنها بازدید از ظاهر نمایشگاه نباشد و فارسی‌زبانان بتوانند درباره مسائل دیدی عمیق‌تر هم پیدا کنند و در ضمن آن شبکه‌سازی نیز صورت گیرد.»

می‌دهند. البته مهم است محصولی که ارائه می‌دهید کارایی داشته باشد و نیاز کسب‌وکاری را برطرف کند. نکات دیگری که شرکت‌کنندگان در نمایشگاه باید به آن توجه کنند، پیگیری کسب‌وکارهایی است که در نمایشگاه با آنها آشنا شده‌اند و محصول نوآورانه خود را ارائه داده‌اند؛ ضمن اینکه کسب‌وکارها در تولید محصول خود باید استانداردهای بین‌المللی را رعایت کنند.»

امکان تشکیل اکوسیستم فارسی‌زبان در امارات

طه تهرانی درباره امکان و چگونگی تشکیل یک اکوسیستم فارسی‌زبان در امارات عنوان می‌کند: «در خصوص مهاجران ایرانی داخل امارات باید بگوییم برخی از آنها حدود ۴۰ تا ۵۰ سال است که در امارات حضور دارند و کسب‌وکارهای قدیمی باریشه‌های خانوادگی را اداره می‌کنند و نگاهی سنتی به کسب‌وکار دارند و خوب هم پیشرفت کرده‌اند. گروهی دیگر در دوره‌ای خیلی به تجارت پرداختند و بحث واردات و صادرات کالا را پیش بردند. اما اگر کسب‌وکاری بتواند وارد شود و یک محصول جدی و سطح بالا ارائه دهد، قطعاً شانس بسیاری برای بازاریابی خواهد داشت. برای مثال در

حوزه بانک‌های دیجیتالی چند برند خوب در ایران هست، اما در امارات تنها یک برند قابل توجه وجود دارد. این خود می‌تواند عرصه‌ای باشد برای حضور برندهای ایرانی. در این مثال حتی لازم نیست چیزی فراتر و به‌روزتر از آن فناوری‌ای که امروز در داخل کشور از آن استفاده می‌کنیم، ارائه دهیم. امارات اتفاقاً از کارهای جدید مفید بسیار استقبال می‌کند. نه تنها تجار، بلکه دولت امارات نیز از فناوری‌های جدید به شرطی که اصولی و کاربردی باشند، حمایت می‌کند و خدمات بسیاری را هم در اختیار تولیدکننده قرار می‌دهد. اکوسیستمی هم که در حال شکل‌گیری است، توسط کسانی به وجود می‌آید که با خود فناوری می‌آورند.»

کسب‌وکارها و جذب سرمایه در امارات

در ادامه تهرانی درباره امکان جذب سرمایه در امارات می‌گوید: «بسیاری از کسب‌وکارهای داخل ایران اکنون بسیار پیشروتر از کسب‌وکارهای اماراتی هستند. برای مثال کسب‌وکاری به نام «طلبات» در امارات وجود دارد که شاید تنها ۷۰ درصد از خدماتی را که اسنپ اکنون در حال ارائه آن است، عرضه می‌کند؛ یا اپلیکیشن اماراتی «سوق» که هم‌رده دیجی کالا بود، اما حدود سه یا چهار سال پیش به قیمت یک میلیارد دلار توسط آمازون خریداری شد. امارات به واسطه اتصال به سرمایه‌های بین‌المللی همیشه برای کسب‌وکارها جایگاهی برای پیشرفت بوده است.»

یکی از مسائلی که ذهن کسب‌وکارها را درگیر می‌کند این است که آیا می‌توان پس از جذب سرمایه به داخل برگشت یا حتماً باید ادامه کار را در امارات انجام داد؟ تهرانی در پاسخ به این سؤال مطرح می‌کند: «موضوع ماندن یا نماندن در امارات نیست. موضوع بحث مارکت حدود ۸۰ میلیونی داخل ایران است که بازار جذاب‌تری نسبت به جمعیت ۱۲ میلیونی امارات دارد. درباره جذب سرمایه و بردن آن به داخل شاید محدودیت‌هایی وجود داشته باشد، اما در مورد اینکه بعد از جذب سرمایه به داخل و خارج هم‌زمان خدماتی ارائه شود، هیچ



مدیرعامل سروش پلاس
عنوان می‌کند

کار پیام‌رسان‌های داخلی سیاسی نیست

یکی از دغدغه‌های کاربران در استفاده از پیام‌رسان‌ها میزان محرمانگی پیام‌ها در این نوع از پلتفرم‌هاست؛ چراکه این موضوع می‌تواند با شخصی‌ترین بخش‌های زندگی یک فرد یا اطلاعات مهم کاری و... مرتبط باشد. فرهاد مرادی، مدیرعامل سروش پلاس درباره نحوه دسترسی افراد در این مجموعه به چنین اطلاعاتی می‌گوید: «وقتی موضوعی کل کسب‌وکار شما را تحت تأثیر قرار می‌دهد، شما مجبور هستید که بیشتر توجه را به آن نشان دهید. بنابراین موضوع حریم خصوصی و حفظ داده مهم‌ترین اصلی است که یک پیام‌رسان باید از آن مراقبت کند.» او ادامه می‌دهد: «در تیم ما دسترسی کاملاً طبقه‌بندی است و این گونه نیست که هر فردی بتواند هر گونه دسترسی‌ای به داده‌ها داشته باشد. حتی در موارد خاص، اگر قرار است کاری انجام شود، باید ترکیبی از افراد برای انجام آن حضور داشته باشند. دسترسی به داده‌های خصوصی افراد کاملاً ممنوع است و هیچ فردی نمی‌تواند به راحتی و بدون مجوز و همکاری سایر افراد که سطح‌بندی خاص خود را دارند، به چنین اطلاعاتی دسترسی داشته باشد.» او تأکید می‌کند: «با اینکه بیشترین کار رسانه‌ای علیه پیام‌رسان سروش پلاس انجام شده، می‌توانم با اطمینان بگویم که نکته‌ای نداشته‌ایم که بخواهد باعث شک کاربران شود. ما تلاش می‌کنیم با سایر پیام‌رسان‌های داخلی، این حوزه را به جلو پیش ببریم.» مدیرعامل سروش پلاس عنوان می‌کند: «اگر به نسبت سال‌های قبل قیاس کنید، استفاده از پیام‌رسان‌های داخلی خیلی بیشتر شده است. آمار دقیقی در این زمینه وجود ندارد، اما حدس می‌زنم حدود ۳۰ میلیون کاربر به‌صورت روزانه از پیام‌رسان‌های داخلی استفاده می‌کنند. مردم کم‌کم به این اطمینان می‌رسند که قرار نیست در این پلتفرم‌ها کاری غیرعادی انجام شود و پلتفرم‌های داخلی هم نوعی کسب‌وکار بوده و به دنبال ارائه یک خدمت هستند؛ حوزه کاری آنها این گونه نیست که سیاسی باشد یا اینکه پیام‌رسان‌ها بخواهند به محتوای مردم دسترسی داشته باشند.»



شماره ۱۱۷
۲۳ شهریور ۱۴۰۲
سال سوم

اولویت ما کاربران مان هستند

فرهاد مرادی، مدیرعامل سروش پلاس از فعالیت‌ها و برنامه‌های این پیام‌رسان داخلی می‌گوید

در میان پلتفرم‌های مختلفی که در حوزه فناوری اطلاعات در سال‌های اخیر کار خود را آغاز کرده‌اند، می‌توان حوزه پیام‌رسان‌های داخلی را یکی از پرحاشیه‌ترین حوزه‌ها دانست که با وجود حمایتی که بخش دولتی از آنها داشته، در زمینه اعتمادسازی میان کاربران اینترنت با چالش‌هایی جدی مواجه بوده‌اند. شاید یکی از مهم‌ترین دلایل این چالش‌ها فیلترینگ پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی خارجی به‌ویژه تلگرام و اینستاگرام بود که به مخاطبان این احساس را القا می‌کرد حق انتخاب خود را از دست داده‌اند. به هر حال پیام‌رسان‌های داخلی در میان افکار عمومی بیش از آنکه به‌عنوان یک موضوع فناورانه و کسب‌وکاری مطرح شوند به یک بحث سیاسی تبدیل شدند و حواشی زیادی در شبکه‌های اجتماعی حول آنها شکل گرفت و کار را برای فعالان این حوزه دشوار کرد. مدیرعامل سروش پلاس در این گفت‌وگو با تأکید بر اینکه این پیام‌رسان دیگر نسبتی با پیام‌رسان سروش و صداوسیما ندارد و تحت مالکیت شرکت خصوصی مهیمن به کار خود ادامه می‌دهد، درباره نسل ششم این پیام‌رسان، خدمات آن و برنامه‌هایی که برای آینده در نظر گرفته شده، می‌گوید. او باور دارد که پیام‌رسان‌های داخلی در حال حاضر بیش از ۳۰ میلیون کاربر روزانه دارند و سهم سروش از این تعداد بیش از پنج میلیون کاربر روزانه و بیش از ۳۷ میلیون کاربر ثبت‌شده است.

◀◀ نسبت سروش پلاس با پیام‌رسان سروش و صداوسیما چیست؟

پیام‌رسان سروش، شرکت مجزایی بود که مالکیت آن را صداوسیما در اختیار داشت، اما از سال ۱۳۹۷ علاقه صداوسیما به سرمایه‌گذاری در حوزه پیام‌رسان کمتر شد و یک شرکت خصوصی که توسعه پیام‌رسان را بر عهده داشت، اعلام کرد از آنجا که حوزه پیام‌رسان برایشان موضوعی جدی بوده و پیش از صداوسیما نیز روی آن کار کرده‌اند، تصمیم بر ادامه این مسیر دارند. به این ترتیب در اسفند ۱۳۹۷ نسخه سروش پلاس به‌صورت مجزا و همزمان با اینکه سروش نیز در بازارها حضور داشت، توسط این شرکت ارائه شد و از این طریق شروع به جذب کاربر کرد. بنابراین سروش پلاس حتی ری‌برندینگ سروش محسوب نمی‌شود و یک محصول مستقل از آن در حوزه پیام‌رسانی است.

◀◀ تاکنون چند نسخه از سروش پلاس به بازار ارائه شده است؟ تفاوت این نسخه‌ها چه بوده و در آخرین نسخه این پیام‌رسان چه خدماتی به کاربران ارائه می‌شود؟

از اسفند ۱۳۹۷ که سروش پلاس راه‌اندازی شد، ما تقریباً سه نسخه متفاوت که از آنها تحت عنوان نسل‌های سروش پلاس یاد می‌کنیم، ارائه دادیم. در نسل اول فناوری پیام‌رسان دارای قابلیت تماس ارائه شد. در نسل بعدی از هوش مصنوعی استفاده کردیم و دستیار هوشمند و تماس تصویری را به پیام‌رسان اضافه کردیم. در نسخه بعدی که آذر ۱۴۰۱ از آن رونمایی شد، فناوری پیام‌رسان به‌صورت کلی با تغییر همراه بود. با این فناوری جدید می‌توانستیم در حوزه پیام‌رسانی به لحاظ کیفیت حرفی برای گفتن داشته باشیم. اخیراً هم نسخه شماره ۶ از سوی سروش پلاس ارائه شده که در آن بیشتر تمرکز ما روی حوزه UI و UX بوده است.

◀◀ نوع فناوری جدید شما با گذشته چه تفاوتی دارد؟

ما بر اساس تجربه‌ای که در سال‌های گذشته داشتیم، به دنبال این بودیم که هسته اصلی پیام‌رسان خود را قوی‌تر کنیم. به همین منظور از سال ۱۳۹۷ به‌صورت جدی روی فناوری جدید محصول مان کار کردیم که نتیجه آن در آذرماه سال گذشته ارائه شد. این فناوری واقعاً متفاوت و بهتر از دیگر فناوری‌ها بود و بازخوردی که ما از کاربران گرفتیم نیز این موضوع را تأیید می‌کرد. ما به‌صورت جدی کیفیت فنی را ارتقا دادیم و برنامه بعدی ما این بود که روی UI و

UX برنامه کار کنیم. در همین راستا تقریباً ۱۳۰۰ صفحه از محصول مان را بازطراحی کردیم. ۶۵۰ صفحه در تم روشن (لایت) و ۶۵۰ صفحه هم در تم تیره (دارک). به جز این کار بزرگ‌تری که صورت گرفت این بود که بر اساس بازخوردهایی که از کاربران می‌گرفتیم و همچنین در نظر گرفتن استانداردهای توسعه محصول، اقدام به انجام برخی ویرایش‌ها کردیم. یک از حوزه‌هایی که روی آن کار شد موضوع UX writing بود که در آن با در نظر داشتن تجربه پیام‌رسان‌های بین‌المللی سعی کردیم علاوه بر ایجاد یک تجربه کاربری خوب برای کاربر، به او حس اعتماد و اطمینان را نیز منتقل کنیم. یکی از ویژگی‌های دیگری که به سروش پلاس بر اساس درخواست کاربران اضافه کردیم، امکان نمایش گزینه last seen بود.

◀◀ از آنجا که شروع به کار پیام‌رسان‌ها در ایران با فیلترینگ تلگرام همراه بود پیام‌رسان‌های داخلی با چالش‌هایی در حوزه جلب اعتماد کاربران مواجه بودند؛ رویکرد شما در مواجهه با این چالش چه بوده است؟

ما در زمان‌های مختلف به اقتضای فضا اظهارنظرهایی داشته‌ایم؛ اما آنچه مهم بوده این است که خودمان را در فضایی حس می‌کردیم که اگر در حوزه روابط عمومی سکوت اختیار کنیم، فضا بهتر پیش خواهد رفت. ما نمی‌خواستیم مسیر گذشته را ادامه دهیم و در حال حاضر نیز در مسیری قرار داریم که این شرکت خصوصی مدنظر دارد.

به هر حال حاشیه‌ها هم سنگین بود و ما در تیم کوچک خود توان مقابله با رسانه‌هایی را که در خارج از کشور روی سروش کار می‌کردند، نداشتیم. ضمن اینکه تحلیل ما این بود که ما هر چه کار خود را انجام دهیم و تمرکزمان را روی موضوعات فنی بگذاریم، آورده بیشتری برایمان خواهد داشت تا اینکه بخواهیم به حوزه رسانه بپردازیم. این رویکرد تا سال گذشته و ماجراهایی که در نهایت به مراجعه افراد به پیام‌رسان‌های داخلی منجر شد، ادامه یافت. در این فضا ما احساس کردیم که نیاز است مقداری در فضای رسانه‌ای نیز حضور داشته باشیم و بر اساس همین رویکرد نسبت به موضوعات مختلف واکنش‌هایی نشان دادیم. برخی موضوعات که در مورد پیام‌رسان‌ها و به‌خصوص سروش پلاس مطرح می‌شد، شاید اگر کسب‌وکار دیگری بود، عنوان نمی‌شد؛ بنابراین این دست موضوعات رسانه‌ای که نباید چالش پیام‌رسان‌ها باشد، حساسیت بیشتری برای آنها ایجاد کرده است.

◀◀ یکی از نکات مهم درباره شبکه‌های

اجتماعی و پیام‌رسان‌ها بحث سوشال کامرس در آنهاست که افراد زیادی از طریق آن اصرار معاش می‌کنند؛ در این زمینه شرایط سروش پلاس به چه شکل است؟

طی بررسی که ما داشتیم، در حوزه سوشال کامرس دو اتفاق در پیام‌رسان ما می‌افتد. اول اینکه ما برای فروشگاه‌ها زیرساخت پرداختی فراهم کردیم و افراد می‌توانند با آوردن فروشگاه خود روی پیام‌رسان سروش پلاس پرداخت درون‌کانالی خود را فعال کنند تا تجربه فروش راحت‌تری را برای خودشان رقم بزنند. در این حالت نیازی به ارائه شماره کارت و... نیست. این سرویس در حال کامل شدن است و خدمات بیشتری به آن اضافه می‌شود. اما جدای از این خدمات، در کانال‌های پیام‌رسان بدون امکانات پرداخت هم فروشگاه‌هایی شکل می‌گیرد که در آنها فرد با معرفی محصول خود و ارائه شماره کارت اقدام به فروش می‌کند. به همین دلیل ما اگر بخواهیم مجموعه کارهای فروشگاه‌ها را در نظر بگیریم، به‌طور متوسط چیزی حدود ۱۷ الی ۱۸ هزار فروشگاه فعال ماهانه در سروش داریم که در ماه‌های مختلف این میزان به ۲۱ هزار فروشگاه هم افزایش یافته است. اخیراً حدود ۱۰۰۰ مجوز به فروشگاه‌هایی که خدمات پرداخت برای کانال‌شان فعال شده، ارائه داده‌ایم.

◀◀ آیا به این فروشگاه‌ها، علاوه بر امکان پرداخت درون‌کانالی، خدمات دیگری نیز ارائه می‌شود؟

در کنار خدمات پرداخت، بسته‌های مختلف کم‌کم مانند تبلیغات به این کسب‌وکارها روی فضای «وبترین» سروش پلاس در حال ارائه است که در آنجا فروشگاه‌ها معرفی می‌شوند. همچنین در بسته‌های تبلیغاتی مان تخفیفات مختلفی برای فروشگاه‌ها در نظر گرفته‌ایم و سعی می‌کنیم وقتی فردی اقدام به راه‌اندازی فروشگاه در پیام‌رسان ما می‌کند، تعداد مخاطبان‌ش را به جایی برسانیم که کار فروش را انجام دهد. مادر واقع آن بازه زمانی رسیدن به درآمدزایی را برای افراد کوتاه‌تر می‌کنیم. رقابت در این حوزه زیاد است و ما نیز در حال تکمیل خدمات خود هستیم.

◀◀ آماری از گردش مالی که در حال حاضر در پیام‌رسان شما رخ می‌دهد، دارید؟

ارائه چنین آماری دشوار است؛ به این دلیل که تعداد فروشگاه‌هایی که مجوز گرفته‌اند، نسبت به فروشگاه‌های فعال در پیام‌رسان بسیار کمتر است. معمولاً فروشگاه‌ها از طریق کارت‌به‌کارت فروش خود را انجام می‌دهند و به دست آوردن آمار میزان گردش مالی از این طریق شدنی نیست، اما تخمینی که ما داریم این است که میانگین هر پرداخت از طریق پرداخت درون‌کانالی چیزی در حدود ۱۷۵ هزار تومان



رضا امیرزاده

Amirzadeh.reza@gmail.com



تکس؛ نسیم اعتمادی

حوزه پیام‌رسان‌ها بسیار پیچیده و دشوار است، چون افراد روی این پلتفرم‌ها زندگی می‌کنند و کوچک‌ترین ورود و آسیبی به این زندگی موجب فراری شدن کاربران از آن پیام‌رسان می‌شود. ما به هیچ‌وجه به دنبال زیر سؤال بردن اعتبار خود نیستیم. ما حتی به جذب کاربر با تبلیغات هم علاقه‌مند نیستیم، چون حوزه پیام‌رسان حوزه‌ای است که افراد باید در آن فعالیت کنند و شبکه خودشان را داشته باشند؛ اینکه فقط یک سر بزند و بروند هیچ آورده‌ای برای ما ندارد و هزینه برای تبلیغ در این مسیر دور ریختن پول به حساب می‌آید. ما در تیم خودمان موضع تبلیغات به‌صورت عمومی را منتفی کرده‌ایم و در حال تلاش هستیم که کاربرانی که در سروش پلاس فعالیت می‌کنند، شبکه خودشان را گسترش دهند و طوری رشد کنیم که فعالیت کسانی که جذب می‌شوند، ادامه‌دار باشد. ما بسیار خوشحال می‌شویم که اختلاف کاربر روزانه و ماهانه‌مان کم باشد یا به عبارتی تعداد کاربرانی که در پیام‌رسان ثبت شده‌اند و فعالیت روزانه دارند، افزایش یابد. ثبت کاربر در پیام‌رسان به تنهایی نمی‌تواند برای ما ارزشی داشته باشد.

بیشتر کدام رده سنی در سروش پلاس فعال هستند؟

به‌عنوان یک پیام‌رسان برای خود ما هم بسیار جالب است که بر اساس آمارها و نظرسنجی‌ها در بازه‌های مختلف زمانی تقریباً توزیع گسترده‌ای داریم و همه نوع کاربری در پلتفرم ما فعال هستند. اما نکته جالب این است که نسل نوجوان در سروش پلاس پررنگ‌تر است. بر اساس آمار حدوداً ۲/۵ میلیون کاربر نوجوان داریم.

ادامه در صفحه ۱۵

افراد برای آنها با استفاده از شماره همراهشان اکانت ثبت کرده است؛ من خودم هم چنین تجربه‌ای داشته‌ام که برخی به من می‌گفتند در این پیام‌رسان اکانت دارم، در حالی که در آن ثبت‌نام نکرده بودم. آیا چنین موضوعی صحت دارد؟

این بیشتر یک شایعه بود و همان زمان هم ما یک آدرس ایمیل اعلام کردیم تا هر کس که فکر می‌کند این اتفاق برایش افتاده اعلام کند؛ گزارش این ماجرا را هم منتشر کردیم؛ حدود ۱۰ الی ۱۲ ایمیل جدی برای ما ارسال شد

که پیگیر این موضوع بودند. در نهایت به دو مورد رسیدیم که یکی از آنها نیز در ادامه متوجه اشتباه خود شد و دیگری هم اعلام کرد که مادرش با آن شماره اقدام به فعال کردن پیام‌رسان کرده بود و فرد از آن بی‌خبر بوده است. ما در این زمینه هیچ نکته‌ای نداشتیم و نمی‌دانم برای مورد شما ماجرا به چه شکل بوده است. اتفاقی که مدتی در سازمان‌ها می‌افتاد، این بود که شرکت‌ها با شماره‌های سازمانی اکانت‌هایی را برای انجام کارهایشان فعال می‌کردند. این آمارها چیز عجیب و غریبی نیست و همه چیز با همه چیز می‌خواند. باز هم اگر شک و شبهه‌ای وجود داشته باشد، همان‌طور که تاکنون پاسخگو بوده‌ایم، در ادامه نیز به همین شکل خواهد بود. قطعاً ما کاری نمی‌کنیم که بعدها بخواهد اعتبار ما را خدشه‌دار کند.

درآمد در زمینه ترافیک مشکلاتی جدی داریم و آن سهمی را که به‌عنوان تولیدکننده ترافیک داریم، به‌صورت کامل دریافت نمی‌کنیم. مدل دیگری که می‌توان از آن نام برد، ارائه خدمات جانبی مانند سرگرمی، وی‌اودی، ای‌اودی و... است. ما هنوز در سروش پلاس به نقطه سوددهی نرسیده‌ایم و در مرحله سرمایه‌گذاری هستیم؛ بخش خصوصی در حال هزینه‌کردن برای این پیام‌رسان است، اما در بحث تبلیغات توانسته‌ایم درآمدزایی را به نقطه خوبی برسانیم؛ هرچند هنوز این نقطه ایده‌آل ما نیست.

آخرین آماری که سروش پلاس از کاربران خود اعلام کرده ۳۷ میلیون بوده است، چه تعداد از این کاربران روزانه از این پیام‌رسان استفاده می‌کنند؟

در حال حاضر میزان کاربر ثبت‌شده ما حدود ۳۸-۳۷ میلیون است که اگر کاربرانی که اکانت خود را حذف کرده‌اند، از این مقدار کم کنیم در حال حاضر بیش از ۳۴ میلیون کاربر ثبت‌شده موجود داریم. حدود ۱۱ میلیون تعداد کاربر فعال ماهانه ماست و تقریباً ۵ الی ۵/۵ میلیون کاربر هم به‌صورت روزانه در سروش فعالیت می‌کنند.

چند سال پیش در فضای مجازی گفته‌هایی مطرح شد مبنی بر اینکه پیام‌رسان سروش بدون اطلاع

و گردش مالی آن ۱۰۰۰ فروشگاه که مجوز دریافت کرده‌اند نیز ماهیانه چیزی در حدود یک میلیارد تومان است. اما نمی‌توان به این آمار تکیه کرد، زیرا ما آماری از ۱۷-۱۸ هزار فروشگاه دیگری که در سروش پلاس فعال هستند، نداریم.

آیا فروشگاه‌هایی که از شما مجوز گرفته‌اند، برای استفاده از خدمات شما هزینه‌ای پرداخت می‌کنند؟

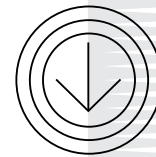
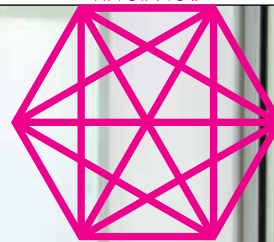
خیر نیازی به پرداخت هزینه نیست؛ حتی ما کارمزدی را که بابت هر تراکنش دریافت می‌کردیم و مبلغ زیادی نبود (حدود یک درصد)، فعلاً در راستای تشویق فروشندگان دریافت نمی‌کنیم. برای فعال‌سازی هم نیازی به کار خاصی نیست و تنها کافی است مشخصات خود را وارد کنند. دلیل دریافت این اطلاعات هم این است که به هر حال این فروشگاه‌ها قرار است از طرف ما تبلیغ شوند.

مدل کسب‌وکاری سروش پلاس به چه شکل است؟

کلاً این موضوع در حوزه پیام‌رسان‌ها پیچیده است، اما چند مدل درآمدی جدی در این حوزه تثبیت شده که از آنها می‌توان به تبلیغات اشاره کرد. یکی دیگر از مدل‌ها ارائه خدمات کارمزدی است. از جمله این خدمات می‌تواند همین بخش فروشگاه‌ها یا خدماتی مانند فروش شارژ، پرداخت قبض و... باشد که پیام‌رسان بر اساس خدماتی که ارائه می‌دهد، درصدی به‌عنوان کارمزد دریافت می‌کند. بحث دریافت هزینه بابت ترافیک هم وجود دارد که متأسفانه این موضوع روی پیام‌رسان‌های داخلی به دلیل تعرفه اینترنت و همچنین نوبت بودن آنها جا نیفتاده است. هنوز قوانین و مقررات پیام‌رسانی در کشور آن‌طور که باید نیست، در حال حاضر برای کسب



در حال حاضر میزان کاربر ثبت‌شده ما حدود ۳۸-۳۷ میلیون است که اگر کاربرانی که اکانت خود را حذف کرده‌اند، از این مقدار کم کنیم بیش از ۳۴ میلیون کاربر ثبت‌شده موجود داریم



مدیرعامل شرکت ملی پست
در نشست خبری عنوان کرد

قیمت‌گذاری دست‌مانیست

محمود لبائی، مدیرعامل شرکت ملی پست در نشست خبری که روز ۱۶ مهرماه به مناسبت روز جهانی پست برگزار شد، با اشاره به اینکه تحول دیجیتال جزء وظایفی بوده که به شرکت ملی پست محول شده، گفت: «امروز می‌توانیم ادعا کنیم که در این زمینه نسبت به دیگر بخش‌های دولتی پیشرو هستیم. در همین راستا هم برای ۱۱۷ نفر از مدیران ارشد این سازمان دوره‌های آموزش دیجیتال برگزار شده است. همچنین در حال تدوین سند تحول دیجیتال هستیم که در صورت تصویب، اولین سازمانی خواهیم بود که سند خود را در راستای برنامه هفتم توسعه آماده کرده و به‌نوعی از برنامه هفتم توسعه جلوتر خواهیم بود.»

او در پاسخ به این سؤال که محدودیت و اختلال در اینترنت تا چه میزان سبب کاهش ارسال مرسولات شده، بیان کرد: «این موضوع برای ما به یک فرصت تبدیل شده و پست برای بسیاری از شرکت‌هایی که در این زمینه از پلتفرم‌های داخلی استفاده کرده‌اند، مزیت قائل شده است. ما مشکلی از این بابت نداریم و نسبت به سال گذشته، آمار تجارت الکترونیکی پست ۱۲ درصد بیشتر شده است.»



تأثیر قیمت‌گذاری دستوری بر مصرف‌کننده نهایی

مدیرعامل پادرو به مناسبت روز جهانی پست مطرح کرد

مصرف‌کنندگان عمده و اصلی بازار پست در یک رقابت کاذب با شرکت‌های پستی قرار بگیرند. این مسئله باعث می‌شود پلتفرم‌های فروش آنلاین با تقبل هزینه‌های غیرمستقیم که در بخش سربار قرار می‌گیرد، به صورت کاذب سعی در کاهش هزینه مستقیم پستی خود داشته باشند. هزینه‌هایی از قبیل تملک یا اجاره فضا در نقاط نزدیک‌تر به مراکز پردازش شرکت‌های پستی، تأسیس یا توسعه ناوگان داخلی و افزایش هزینه حقوق و دستمزد به صورت کلی و حتی تقبل حمل مرسولات خود تا مراکز عملیات شرکت‌های پستی که در نهایت تنها به پنهان شدن هزینه مستقیم لجستیک منجر می‌شود و نهایتاً بخش بزرگی از درآمد این شرکت‌ها را می‌بلعد.»

آزادسازی قیمت‌ها و ایجاد فضای رقابتی

طی سال‌های گذشته، قیمت‌گذاری دستوری برای هزینه خدمات شرکت ملی پست نه تنها در نهایت به نفع مشتریان نهایی نشده، بلکه به بازار فروش غیرحضور نیز آسیب زده است. به اعتقاد پورپزشک، آزادسازی قیمت‌ها، ایجاد رقابت بین بازیگران اصلی صنعت پست و ارائه خدمات مقایسه و انتخاب از طریق فناوری کمک فراوانی به صنعت پست و البته صنعت مکمل آن، یعنی تجارت الکترونیکی خواهد کرد. هدف از تعامل این دو بخش باید ارائه خدمات متناسب با نیاز و هزینه باشد. فناوری‌های مبتنی بر مدیریت منابع مثل پادرو بین می‌توانند تا ۲۰ درصد بهره‌وری را افزایش دهند و از هزینه‌ها بکاهند. این کاهش هزینه قطعاً برای ذی‌نفعان اصلی صنعت پست یعنی فروشگاه‌های آنلاین و خریداران نهایی منفعت خواهد داشت.

که عرضه و تقاضا بتواند مبنای تعیین قیمت نهایی شود. در این روش با توجه به حساسیت ذاتی این بازار به قیمت از سوی بهره‌برداران و مشتریان نهایی، بازار قیمت متعادل را به بهترین نحو و در جهت تأمین منافع ذی‌نفعان خواهد یافت. پورپزشک قیمت‌گذاری دستوری در شرکت ملی پست توسط نهاد بالادستی را یکی دیگر از آسیب‌های این صنعت اعلام کرد و در این خصوص عنوان کرد: «اگرچه این قیمت‌گذاری با هدف توجه به مصرف‌کننده، موجب پایین نگه‌داشتن کاذب قیمت‌ها در اکوسیستم پستی کشور شده، اما توازن عرضه و رغبت به توسعه زیرساخت را در بخش خصوصی محدود کرده است. این سیاست‌گذاری در نهایت به ضرر توسعه صنعت پست ایران خواهد شد و ذی‌نفع اصلی این چرخه یعنی مشتری نهایی را از دریافت خدمات مناسب محروم خواهد کرد؛ چرا که در حال حاضر به دلیل قیمت‌های غیرواقعی، سرمایه‌گذاران تصور روشنی از توسعه این حوزه ندارند و حاضر نیستند در توسعه زیرساخت‌ها سرمایه‌گذاری کنند. نهایتاً ورود به بازار لجستیک دیربازده و پیچیده است و این برای بخش خصوصی جذاب نیست.»

پنهان شدن هزینه‌های مستقیم لجستیک

پورپزشک معتقد است با وجود افزایش حدود ۴۰ درصدی تعرفه‌های پستی، شرکت ملی پست همچنان در حال ارائه خدمات با سوبسید است. با یک حساب سرانگشتی هزینه‌های مختلف مثل انبارش، قیمت سوخت یا نیروی انسانی متوجه تنظیم قیمت با سوبسید خواهید شد. او ادامه داد: «قیمت‌گذاری‌های دستوری در نهایت توقع مصرف‌کننده نهایی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و موجب می‌شود کسب‌وکارهای آنلاین به‌عنوان یکی از

صنعت پست یکی از صناعی است که اسیر قیمت‌گذاری دستوری شده و از این موضوع آسیب زیادی دیده است. قیمت‌گذاری دستوری نه تنها رقابت را در این بازار از بین می‌برد و مانع توسعه آن می‌شود، بلکه آسیب زیادی به کسب‌وکارهای آنلاین هم می‌زند. در ادامه نظرات پشوتن پورپزشک، مدیرعامل پادرو به مناسبت روز جهانی پست را می‌خوانیم که در آن به موضوع قیمت‌گذاری دستوری و تأثیر آن بر بخش خصوصی پرداخته است. بر اساس گفته‌های پورپزشک، ارسال سفارش‌های آنلاین تا ۲۵ درصد از درآمد فروشگاه‌های آنلاین را می‌بلعد. او ضمن اشاره به بالا رفتن تقاضای خرید آنلاین در ایران و جهان و به تناسب آن افزایش انتظار مشتریان، در خصوص دریافت خدمات و بالا رفتن هزینه‌های لجستیک در پنج سال آینده گفت: «به دلیل قیمت‌گذاری سوبسیدمحور در رابطه با خدمات شرکت ملی پست به‌عنوان بزرگ‌ترین بازیگر این صنعت، سیستم پست و لجستیک در ایران فرصت کمتری برای رشد و تطبیق خود با شرایط بازار خواهد داشت. در حال حاضر بیشتر فروشگاه‌های اینترنتی هزینه تمام‌شده ارسال را کمتر از هزینه واقعی محاسبه می‌کنند؛ در واقع تعیین قیمت پایین‌تر برای شرکت‌های پستی موجب افزایش هزینه‌های غیرمستقیم دیگری برای فروشگاه‌های اینترنتی می‌شود که این هزینه‌ها نهایتاً به دیگر بخش‌های کسب‌وکار نیز تحمیل می‌شود.»

قیمت‌گذاری دستوری شرکت پست به ضرر صنعت خدمات پستی است

این در حالی است که بازار خدمات پستی و ارسال خرده‌بار در ایران، به دلیل گستردگی، تنوع سرویس و فراگیر بودن آن، دارای پتانسیل قیمت‌گذاری آزاد است؛ به این معنی





موج خروج سرمایه
صنعت ماینینگ از کشور

مرگ تدریجی صنعت ماینینگ

در تاریخ ۱۸ مهر یک نشست خبری در خصوص صنعت استخراج رمزارز کشور به میزبانی گروه ماموت برگزار شد. سخنرانان این نشست علی بابک نیا، رئیس کارگروه ماینینگ انجمن بلاکچین ایران؛ مسیح علوی، هم‌بنیان‌گذار و مدیر ارشد عملیات در ویراماینر و عیسی صالحیان، دبیر کارگروه ماینینگ انجمن بلاکچین ایران بودند.

چهار سال از قانونی شدن صنعت استخراج رمزارز در کشور می‌گذرد. حدود ۶۶۵ واحد احداث شده یا در حال احداث هستند و از این تعداد ۲۰۰ واحد به بهره‌برداری رسیده که این واحدها با استفاده از برق شبکه، نیروگاه‌های گازی خودتأمین و انرژی‌های تجدیدپذیر حدود ۵۰۰ مگاوات برق برای این واحدها تأمین کرده‌اند. دولت‌های دوازدهم و سیزدهم در مجموع پنج مصوبه برای این صنعت تصویب کرده‌اند که به گفته فعالان صنعت استخراج رمزارز، نتیجه‌ای جز توقف رشد این حوزه و مرگ تدریجی این صنعت به همراه نداشته است. برآورد می‌شود حدود ۶۵ هزار میلیارد ریال سرمایه‌گذاری در این حوزه در خطر نابودی است.

مسیح علوی در این نشست خبری در ابتدای سخنان خود اظهار کرد: «بیش از چهار سال است که از مصوبات دولت مبنی بر قانونی شدن این صنعت می‌گذرد، اما در این مدت، وعده‌هایی که داده بودند، عملی نشد. در این بازه زمانی، مشکلات زیادی برای سرمایه‌گذاران و فعالان این صنعت به وجود آمده است و در حال حاضر شاهد خروج سرمایه از کشور به سایر کشورها به خصوص کشورهای حاشیه خلیج فارس هستیم.»

علی بابک نیا نیز در ادامه این نشست گفت: «نگاه دولت در نهایت با پذیرش این صنعت به عنوان یک صنعت رسمی، نگاه مثبتی بوده و با تمام این اوصاف، ما در حال حاضر قانون بدی نداریم. دلیل گرد هم آمدن ما این است که در ابتدا از ماینینگ قانونی حمایت کنیم. موضوع دیگر، بحث تعرفه‌گذاری از سمت دولت است که با این کار، منفعت اقتصادی را از بین برده است.»



شماره ۱۱۷
۱۳ مهر ۱۴۰۲
سال سوم

گفت‌وگو
INTERVIEW



کاهش نیاز به پشتیبانی با هوشمندسازی فرایندها

گفت‌وگو با مهسا پسرک‌لو، سرپرست خدمات کاربران تترلند

از علل این کاهش باشد.

◀ **قانون برداشت تتری ۷۲ ساعته چیست؟**
پسرک‌لو، با اشاره به قانون برداشت تتری ۷۲ ساعته بیان کرد: «به دستور پلیس فتا در جهت جلوگیری از پول شویی و کلاهبرداری، تسویه رمزارز باید پس از ۷۲ ساعت انجام شود و ما هم با اینکه دوست نداریم دلخوری کاربران را ببینیم، حتی با وجود ضربه بزرگی که این موضوع به ما وارد کرده، خودمان را ملزم به پیروی از قوانین می‌دانیم؛ گرچه از این مسئله از اعماق وجودمان ناراحت هستیم.» او ادامه داد: «متأسفانه این قانون علاوه بر نارضایتی کاربران، تأثیر مستقیمی در قسمت مالی و نگهداشت کاربر در مجموعه هم داشته، اما مجموعه تترلند در این محدودیت نقشی ندارد و در نهایت فقط ملزم به رعایت قوانین هستیم.»

◀ **زمان واریز و برداشت تتر در تترلند**

سرپرست خدمات کاربران تترلند در خصوص زمان واریز و برداشت تتر در این صرافی گفت: «کاربران به صورت ۲۴ ساعته و هفت روز هفته می‌توانند واریز و برداشت تتر انجام دهند و همچنین در روزهای اداری می‌توانند جهت برداشت تومان از حساب کاربری خود اقدام کنند که تسویه تتر/تومان طبق شرایط و قوانین در تترلند انجام خواهد شد.» او همچنین درباره قوانین مربوط به تراکنش‌ها در تترلند گفت: «طبق شرایط و قوانین پس از ثبت و نهایی شدن تراکنش، امکان لغو آن وجود ندارد و همچنین تغییر آدرس کیف پول نیز ممکن نیست، چون این فرایند جزء مواردی است که به صورت هوشمند، تماماً اتوماتیک انجام می‌شود.»

خودکار خود رونمایی کرد. در سال ۱۴۰۰ تترلند ارائه خدمات به کسب‌وکارهای رمزارزی را آغاز کرد و همزمان با راه‌اندازی معامله تک‌نرخ تتری، نسخه پنجم وب‌سایت و اپلیکیشن و سرویس احراز هویت فوری خود را منتشر کرد.

◀ **هوشمندسازی فرایندهای پشتیبانی در تترلند**

سرپرست خدمات کاربران تترلند در گفت‌وگو با راه پرداخت با اشاره به سرویس‌های بخش امور کاربران یا مرکز تماس تترلند تشریح کرد: «به‌طور کلی تمامی قسمت‌هایی که در سایت یا اپلیکیشن تترلند می‌بینید، در امور کاربران یا مرکز تماس تترلند پشتیبانی می‌شوند. با توجه به سرویس‌هایی که در جهت ارائه خدمات بیشتر، بهتر و به‌روزتر در اختیار کاربران قرار گرفته، از طریق چت آنلاین با امکان ارسال صدا و تصویر در چت یا به صورت تلفنی، در صورت بروز هرگونه مشکل یا احتیاج به توضیح و راهنمایی در رابطه با محصولاتمان از جمله فلک، مبدل، دیجی‌پی و تمامی مواردی که در پیشخوان تترلند قابل مشاهده است، به صورت ۲۴ ساعته، هفت روز هفته، در ۳۶۵ روز سال آماده پاسخگویی هستیم.»

بر اساس آمار منتشرشده در گزارش عملکرد تترلند در سال ۱۴۰۱، ۵۵ درصد از کاربرانی که در سال ۱۴۰۱ تراکنش انجام داده‌اند، اصلاً به پشتیبانی مراجعه نکرده‌اند. همچنین ۲۱ درصد از کاربران دارای تراکنش، دوبار یا بیشتر به پشتیبانی مراجعه کرده‌اند. بر اساس این گزارش، میزان مراجعه کاربران به پشتیبانی تترلند در سال ۱۴۰۱ در مقایسه با سال ۱۴۰۰، کاهش قابل توجهی داشته است. بهبود تجربه کاربری و ساده‌سازی فرایندهای احراز هویت و خرید و فروش می‌تواند

پشتیبانی، همواره رابطه مستقیمی با رضایت مشتری از کسب‌وکار دارد؛ به همین دلیل یکی از عوامل مؤثر روی رشد یا ضرر کسب‌وکارها در طول زمان بوده است. اهمیت وجود پشتیبانی کارآمد، در صرافی‌های رمزارزی به دلیل ارزشمند بودن هر لحظه از زمان دوچندان است. از آنجا که پشتیبانی از کاربران در سکوی تبادل رمزارز تترلند اهمیت فراوانی دارد، با مهسا پسرک‌لو، سرپرست خدمات کاربران صرافی تترلند گفت‌وگویی داشتیم.

سرپرست خدمات کاربران تترلند از سرویس‌های تیم امور کاربران این صرافی که در راستای پشتیبانی کاربران انجام می‌شود، می‌گوید. به گفته سرپرست خدمات کاربران تترلند، از تمامی قسمت‌هایی که در سایت یا اپلیکیشن تترلند وجود دارد، در امور کاربران یا مرکز تماس به دو صورت تلفنی و چت آنلاین پشتیبانی می‌شود و از فروردین سال ۱۴۰۲ تا به الان، پاسخگویی به کاربران در کمتر از ۳۵ ثانیه انجام شده است. پسرک‌لو در این گفت‌وگو به تشریح قانون برداشت تتری ۷۲ ساعته پرداخته و از قوانین مربوط به تراکنش‌ها در تترلند می‌گوید.

سکوی تبادل رمزارز تترلند فعالیت خود را در سال ۱۳۹۶ و با نام «ریروکوین» و با هدف توسعه بستر معاملاتی رمزارز آغاز کرد. در سال ۱۳۹۷ و طی یک ری‌برندینگ، نام تجاری این سکوی «تترلند» تغییر پیدا کرد و به عنوان مرجع تخصصی تتر/تومان در ایران، نسخه ۱/۰ وب‌سایت خود را منتشر کرد.

تترلند در سال ۱۳۹۸، سیستم احراز هویت دومرحله‌ای را ابداع کرد و پس از انتشار نسخه‌های دوم و سوم وب‌سایت، اپلیکیشن تترلند را توسعه و ارائه داد. در سال ۱۳۹۹، تترلند از چهارمین نسخه وب‌سایت و سرویس احراز هویت



اصلاح تعرفه

خواست مشترک اپراتورهای اینترنت

نشست هم‌اندیشی اپراتورها و رگولاتوری درباره اصلاح تعرفه اینترنت

نباشد، پس قطعاً نیازمند اصلاح تعرفه‌ها هستیم.»

اولویت دولت افزایش سهم ترافیک داخلی است

مهدی روحانی‌نژاد، معاون راهبردی سازمان تنظیم مقررات، ضمن پذیرش نیاز به افزایش تعرفه و مصمم بودن سازمان و وزارت ارتباطات در این امر گفت: «در بحث اصلاح نظام تعرفه اینترنت در کشور، چند دغدغه وجود دارد که تصمیم‌سازی و اقدام را با چالش مواجه کرده و لازم است اپراتورها به آنها توجه کرده و در این موارد رگولاتوری را همراهی کنند.»

معاون راهبردی سازمان افزود: «اولویت اول و مهم دولت و حاکمیت، افزایش مصرف و سهم ترافیک داخلی در مقابل اینترنت است و هرگونه اصلاح و افزایش قیمت باید با مدلی صورت بگیرد که تقویت‌کننده ترافیک داخلی باشد.»

همچنین دغدغه‌های تصمیم‌گیران کلان در افزایش قیمت اینترنت و در کل نگاهی که به کالای اینترنت دارند با وزارت ارتباطات و بازیگران حوزه تلکام بسیار متفاوت است و نسبت به تبعات اجتماعی افزایش قیمت نگرانی‌هایی دارند؛ اما با این حال وزارت ارتباطات و تمام بدنه آن لزوم این اصلاح را پذیرفته‌اند، اما مسئولیت اتخاذ تصمیم و اقدام برای اصلاح تعرفه‌ها چالش برانگیز شده و انجام این کار به تنهایی توسط وزارت ارتباطات مقدور نیست؛ بنابراین ضروری است ذی‌نفعان و بازیگران این صنف در یک حرکت هماهنگ رسانه‌ای در کنار وزارت ارتباطات قرار بگیرند تا هم آماده‌سازی اجتماعی و

مورد راه‌حل کامل و مکفی برای کاهش هزینه‌ها و توسعه صنعت ارتباطات نبود. اپراتورهای مخابراتی اذعان دارند که ادامه‌دادن با تعرفه‌های فعلی ممکن نیست. گروه علمی-تحلیلی طیف، با دعوت از مدیران و معاونان ارشد اپراتورهای مخابراتی ثابت و سیار، معاونت راهبردی و توسعه بازار و مشاور رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و نماینده‌ای از مرکز ملی فضای مجازی و سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور نشست‌های در تاریخ ۱۷ مهر ۱۴۰۲ برگزار کرد تا تمامی ذی‌نفعان و صاحب‌نظران این حوزه با همفکری یکدیگر به حل چالش اصلاح تعرفه اینترنت بپردازند.

ناکارآمدی وضعیت فعلی محرز است، راه‌حل چیست؟

محمد کشوری، مدیر گروه علمی-تحلیلی طیف با ارائه‌ای از وضعیت فعلی اظهار داشت: «با وجود افزایش مستمر مصرف ترافیک همراه در دنیا، سهم آن از کل ترافیک تا پایان سال ۲۰۲۱ حدود یک‌پنجم است؛ در صورتی که در ایران دوسوم ترافیک شبکه، ترافیک همراه است و این عدم توازن در مصرف ترافیک شبکه ثابت و همراه را نشان می‌دهد. به علاوه طبق آمار قیمت مؤثر اینترنت ثابت و سیار در ایران جزء ارزان‌ترین تعرفه‌ها در جهان است؛ البته این در صورتی است که از نظر جایگاه کیفی اینترنت در هر دو دسته اپراتور در رتبه‌های پایینی قرار داریم؛ بنابراین با شکل‌گیری روند چندساله کاهش حاشیه سود اپراتورها مواجه هستیم که خود منجر شده جریان درآمدی با سرمایه‌گذاری لازم در توسعه شبکه متناسب

نشست هم‌اندیشی اپراتورها و رگولاتوری درباره اصلاح تعرفه اینترنت، به میزبانی گروه علمی-تحلیلی طیف برگزار شد. با وجود رشد روند تعرفه اینترنت در جهان و مهم‌تر از آن افزایش هزینه‌ها و تورم سالانه در کشور، تعرفه خدمات ارتباطی به‌ویژه اینترنت افزایش نداشت است. این عدم تغییر تعرفه اینترنت سال‌هاست که مورد انتقاد فعالان این صنعت است، اما با مخالفت‌های جدی از سوی برخی نهادهای تصمیم‌گیر روبه‌روست. البته از سوی دیگر نظر مردم در جامعه بی‌تأثیر نبوده و آنها معتقدند که در حال حاضر از یک سو با کیفیت و سرعت فعلی اینترنت و از سوی دیگر، با توجه به شرایط اقتصادی، مبلغ کمی برای اینترنت پرداخت نمی‌کنند. با این حال مدت‌هاست که اپراتورهای ثابت و همراه از نهادهای تصمیم‌گیر می‌خواهند در تعرفه خدمات ارتباطی، به‌ویژه تعرفه اینترنت اصلاح انجام شود. مجلس در قانون بودجه ۱۴۰۰ احتمالاً با توجه به جنبه‌های اجتماعی این تصمیم اجازه اصلاح تعرفه‌ها را به دولت نداد، اما با تغییر دولت صداهایی از لزوم اصلاح در تعرفه‌ها از سوی دولت نیز به گوش رسید؛ بنابراین احتمال تغییر در تعرفه‌ها افزایش یافت؛ چنانچه در سال ۱۴۰۱ ایرانسل و همراه اول، برخی از بسته‌های حجیم و طولانی مدت خود را حذف کردند و تعدادی از اپراتورهای ثابت نیز طبق مصوبه ۲۶۶ رگولاتوری که سال ۱۳۹۶ تصویب شده، اجازه داشتند قیمت سرویس‌های خود را افزایش دهند و این کار را کردند و برخی بسته‌های زیر قیمت را حذف کردند. اما در واقع هیچ‌یک از این



با حکم دادستانی، تپسی مکلف به بازپرداخت مبلغ انصراف دهندگان سرویس مدرسه تپسی شد

شهرداری باید هزار دستگاه تاکسی در اختیار تپسی قرار دهد

ماجرای سرویس مدرسه تپسی و عدم ارائه این خدمت جدید از سوی تپسی به متقاضیان، این شرکت را به دادستانی کشاند. مسعود ستایشی، سخنگوی قوه قضائیه، در نشست هفتگی خود اعلام کرد که تپسی موظف است وجه پرداختی والدینی را که از سرویس مدرسه تپسی انصراف داده‌اند، بازگرداند.

تپسی در دو بیانیه اخیر خود ضمن عذرخواهی از متقاضیان خدمات سرویس مدرسه تپسی اعلام کرده بود مبلغ دریافتی از والدین را به آنها بازخواهد گرداند. از جمله دلایلی که تپسی برای عدم سرویس‌دهی کامل در خصوص سرویس مدرسه تپسی اعلام کرد، درخواست بالای متقاضیان این سرویس بود.

اما میلاد منشی‌پور، مدیرعامل تپسی در گفت‌وگوی خود با رسانه‌ها اعلام کرد که شهرداری تهران قرار بوده ناوگان تاکسیرانی خود را در اختیار این شرکت قرار دهد، اما به قول خود عمل نکرده است.

سخنگوی قوه قضائیه نیز در این خصوص اعلام کرد شهرداری تهران موظف است هزار دستگاه تاکسی را در اختیار تپسی قرار دهد تا این شرکت بتواند از پس خدماتی که قولش را داده بود، برآید.

ستایشی در بخشی از صحبت‌هایش در نشست خبری خود اعلام کرد: «در جلسه دادستانی انقلاب تهران با حضور مسئولان تپسی مقرر شد وجه پرداختی والدینی که از این خدمات انصراف داده‌اند، بلافاصله مسترد شود. همچنین با توجه به برآوردها، حدود هزار دستگاه تاکسی برای ارائه خدمات به خانواده‌های متقاضی سرویس مدرسه از سوی ناحیه معاونت حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران به این شرکت اختصاص داده خواهد شد.»





تأیید مصوبه هیئت مقررات زدایی
توسط معاونت حقوقی رئیس جمهور

پلتفرم‌ها می‌توانند در حوزه توزیع دارو فعالیت کنند

حقوقی دستگاه‌های اجرایی معاونت حقوقی رئیس جمهور در جواب مکاتبه امیر سیاح، رئیس مرکز بهبود محیط کسب و کار وزارت امور اقتصادی و دارایی اعلام کرده که عبارت «توزیع دارو» در تبصره ۲ ماده ۸ هیئت وزیران که در تاریخ ۲۲ خرداد ۱۴۰۱ مصوب شده، بر امکان توزیع دارو از طریق سکوها به مصرف‌کننده نهایی نیز دلالت دارد. در این نامه ضمن اشاره به اینکه واژه توزیع در قوانین و مقررات متعدد در معانی مختلفی به کار رفته، تأکید شده که عدم وجود قرینه‌ای جهت محدود کردن واژه «توزیع» در مصوبه فوق‌الذکر از یک سو و همچنین بر اساس سیاست و خط‌مشی دولت در استفاده حداکثری از سازوکارهای هوشمند و با توجه به کارکرد سکوی اینترنتی (پلتفرم) که رأساً مبادرت به توزیع یا عرضه یا فروش کالا نمی‌کند، بلکه امکان این امور را برای اشخاص واجد صلاحیت دیگر فراهم می‌کند، امکان توزیع دارو توسط داروخانه‌های دارای مجوز معتبر از طریق سکوها به مصرف‌کننده نهایی (B2C) مورد تأیید است.

بر اساس بخشنامه‌ای که معاون اول ریاست جمهوری در تاریخ ۳۱ تیر ۱۴۰۲ به تمامی وزارتخانه‌ها، مؤسسات و شرکت‌های دولتی و مؤسسات و شرکت‌های عمومی غیردولتی ابلاغ کرده، حسب دستور رئیس جمهور تمامی دستگاه‌های اجرایی موظف هستند اختلاف حقوقی خود با یکدیگر را از طریق معاونت حقوقی رئیس جمهور حل و فصل کنند و نظر این معاونت در این زمینه لازم‌الاجرا بوده و جز با نظر شخص رئیس جمهور یا معاون حقوقی ریاست جمهوری قابل رسیدگی مجدد نیست.

به نظر می‌رسد با توجه به پاسخ معاون هماهنگی و برنامه‌ریزی امور حقوقی دستگاه‌های اجرایی به استعلام انجام شده، ابهامات موجود در این زمینه رفع شده باشد و پلتفرم‌های حوزه سلامت می‌توانند بر اساس مصوبه سازمان مقررات زدایی به فعالیت خود ادامه دهند.

با ورود معاونت حقوقی ریاست جمهوری و صحه‌گذاشتن بر قانونی بودن مصوبه هیئت مقررات زدایی که به پلتفرم‌های حوزه سلامت اجازه فعالیت در زمینه پخش دارو را می‌دهد، به نظر می‌رسد ابهاماتی که در این زمینه به دلیل مخالفت سازمان غذا و دارو با این مصوبه به وجود آمده بود، رفع شده است. یکی از انتظارات پلتفرم‌های حوزه عرضه و پخش دارو، صدور مجوزی بود که بر اساس آن بتوانند فعالیت خود را به عنوان واسطه‌ای که دارو را از داروخانه‌های معتبر به دست مصرف‌کننده می‌رساند، دنبال کنند. با اینکه هیئت مقررات زدایی و بهبود محیط کسب و کارها در هفتاد و هفتمین نشست خود از مصوبه‌ای خبر داده بودند که بر اساس آن، کلیه پلتفرم‌های دارای مجوز از اتحادیه کسب و کارهای مجازی یا سایر مراجع صدور مجوز کسب و کار اینترنتی در حوزه توزیع داروی داروخانه‌های معتبر و دارای مجوز، دیگر نیازی به اخذ مجوز جدید نداشتند، در روز ۲۶ شهریورماه، حیدر محمدی، رئیس سازمان غذا و دارو خبر داد این مصوبه به دستور معاون اول رئیس جمهور ابطال شده است.

رأی هیئت مقررات زدایی به نفع پلتفرم‌های حوزه سلامت است

محمدی دلیل مخالفت با این مصوبه را این گونه عنوان کرده بود که سکوها اینترنتی به صورت غیرقانونی و بدون هیچ نظارتی اقدام به عرضه دارو می‌کنند. اظهارات محمدی باعث ایجاد ابهام و بلاتکلیفی پلتفرم‌های این حوزه شد.

رئیس سازمان غذا و دارو در حالی این ادعا را مطرح می‌کرد که هیئت مقررات زدایی از لازم‌الاجرا بودن مصوبه خود گفته و اعلام کرده بود که پلتفرم‌ها می‌توانند پخش دارو را از طریق داروخانه‌های معتبر به انجام برسانند و مانعی در این میان وجود ندارد. با پافشاری هیئت مقررات زدایی بر مصوبه خود، معاون هماهنگی و برنامه‌ریزی امور



شماره ۱۱۷
مهر ۱۴۰۲
سال سوم



کف قیمت مصوب کمیسیون قرار دارند، اصلاً نباید نیازی به تأییدیه سازمان داشته باشند.»

آزادی عمل اپراتور در ترکیب بسته‌های اینترنتی متناسب با قیمت

خسرو ساطعی از معاونان ایرانسئل بیان داشت که عملکرد فعلی سازمان در رگولاتوری بسته‌های اینترنت و نوع تعرفه‌گذاری کاملاً مخالف سیاست‌های رقابتی و خصوصی سازی است و باید مبتنی بر قانون اجازه داده نشود نهادهای بیرونی و غیرمسئول برای این حوزه تصمیم‌گیری کنند.

وی پیشنهاد داد در کوتاه‌مدت ایرانسئل برای افزایش قیمت، حمایت از اقلشار کم‌درآمد را با حفظ بسته‌های کم‌حجم فعلی ادامه دهد.

در کنار این با افزایش قیمت بسته‌های پر مصرف‌ها، بسته‌های تشویقی و تخفیفی در راستای رشد سهم ترافیک داخلی ارائه شود و با توسعه 5G بسته‌های حجیم با ظرفیت جدید و قیمت مناسب ارائه شود.

در بلندمدت باید اختلاف معنادار بین قیمت اینترنت ثابت و سیار (جهت حمایت از توسعه فیبر نوری) و انتقال پر مصرف‌ها به بخش ثابت

ذهنیت مردم جهت توجیه لزوم افزایش قیمت‌ها و حفظ و ارتقای کیفیت شبکه‌ها و هم‌چنان‌که صنعتی با دیگر نهادهای تصمیم‌گیر در کشور جهت اصلاح ذهنیت مسئولان به نحو احسن صورت گیرد.»

پنج برابر شدن هزینه انتقال در مصوبه جدید

محمدعلی یوسفی زاده، مدیرعامل آسیاتک نیز اظهار داشت: «قیمت اینترنت از سال ۱۳۹۹ به‌طور مستمر کاهش پیدا کرده و این در حالی است که تعرفه‌های فضا و برق مراکز داده و نیروی انسانی تولیدکنندگان ترافیک طی این چند سال چندین برابر شده و ارتباطی به قیمت

اینترنت ندارد. با مصوبه جدید ۳۴۴ ابر انتقال نیز که هزینه‌های انتقال (تا پنج برابر) افزایش پیدا کرده، توسعه CDN توسط تولیدکنندگان و مراکز داده در نواحی کشور روش معقول‌تری است که تا ۳/۵ برابر هزینه‌های سرمایه‌گذاری و عملیاتی این باز یگران را افزایش خواهد داد.»

وی بیان کرد: «با این هزینه‌ها حتی با وجود پروژه فیبر نوری تولید محتوا ناممکن خواهد بود و پیشنهاد می‌کنم قیمت ترافیک داخلی به جای ۱۵ درصد قیمت اینترنت، همانند بخش خرده‌فروشی به نصف قیمت اینترنت بین‌الملل افزایش یابد.»

طبق آمار قیمت مؤثر اینترنت ثابت و سیار در ایران جزو ارزان‌ترین تعرفه‌ها در جهان است؛ البته این در صورتی است که از نظر جایگاه کیفی اینترنت در هر دو دسته اپراتور در رتبه‌های پایینی قرار داریم

درصد قیمت اینترنت، همانند بخش خرده‌فروشی به نصف قیمت اینترنت بین‌الملل افزایش یابد.»

آزادسازی تعرفه و افزایش هماهنگی اپراتورها

یکسان‌سازی تعرفه داخلی و خارجی، آزادسازی بسته‌ها و افزایش نقش نظام صنعتی در قیمت‌گذاری از جمله موارد مورد تأکید حاضرین جلسه بود. حسین اسلامی، رئیس هیئت‌مدیره نظام صنعتی رایانه‌ای در این باره گفت: «اگر در بخش تلکام قیمت‌گذاری به صنف واگذار شود و خود صنف جهت هرگونه تغییر قیمت بین کف و سقف مصوب، خود مسئولیت و تبعات آن را بر عهده گیرد، قطعاً با آزادسازی بسته‌ها و ایجاد رقابت بین اپراتورها، محصولات با قیمت و کیفیت مناسب به دست مردم خواهد رسید.»

نیاز به کاهش دخالت رگولاتوری در قیمت عباس لطفعلیان، معاون بازاریابی و فروش همراه اول

در این نشست با بیان اینکه شدیداً نیازمند آموزش برای اصلاح ذهنیت مراجع و رگولاتور برای دخالت در تعرفه‌گذاری هستیم، گفت: «برای مثال بسته‌های فعلی موبایل در سال ۱۳۹۵ و برای افزایش ضریب نفوذ و به‌صورت ترویجی تعریف شده‌اند. اقدامات سازمان تنظیم در سال ۱۳۹۷ در ایجاد مقررات برای لزوم تأیید بسته‌های ترویجی و بعد در سال ۱۳۹۹ در جلوگیری از افزایش قیمت اپراتورها موجب وضعیت بحرانی فعلی شده است، در حالی که بسته‌هایی که در بین سقف و





از آینده تا راه اندازی کسب و کار در آمپر

بازدید تیم کارخانه نوآوری رسانه راه کار از کارخانه نوآوری آمپر

کرمی، تبدیل شدن به قطب اصلی و تأثیرگذار در طراحی و توسعه و مشارکت در سیاست گذاری خودرو و سیستم های اصلی خودرو در بخش خصوصی یکی از اهداف راهبردی و اصلی کارخانه نوآوری آمپر برای سال ۱۴۰۲ است. طبق توضیحات او در آموذایی برای آمپر در این حوزه استقلال مالی و توانمندسازی استارت آپ های این حوزه و تکمیل زنجیره فنی چهار حوزه اصلی در هلدینگ رابزکو جهت دستیابی به توانمندی ذخیره سازی انرژی، مدیریت حرارتی، ADAS و چراغ از دیگر اهداف راهبردی آمپر در سال ۱۴۰۲ هستند. تکمیل شبکه ارتباطی با دانشگاه های برتر و مراکز علمی و پژوهشی، گسترش کسب و کار خدمات مهندسی و خودرویی QEM، توسعه دانش و نیازمندی های فنی جهت دستیابی به فول سرویس ساپلایر در چهار حوزه اصلی، توسعه خدمات مهندسی خودرویی در خارج از کشور، ارائه مقالات پژوهشی داخلی و خارجی و توسعه حداقل یک کسب و کار جدید در حوزه حمل و نقل / خودرویی غیر QEM نیز از اهم برنامه ها و اقدامات این کارخانه نوآوری و صنایع خلاق آمپر هستند.

کارخانه نوآوری و صنایع خلاق آمپر دارای هفت نهاد مختلف است که هر کدام در بخش های مختلف ساختمان قرار دارند. واحد ارزیابی، سرمایه گذاری، فضای کار اشتراکی، کمیته پژوهش و آینده پژوهی، استارت آپ استودیو، شتاب دهی و آکادمی آموزشی این هفت واحد را تشکیل می دهند. بخش شتاب دهی کارخانه نوآوری آمپر شامل سه شتاب دهنده در سه حوزه حمل و نقل و خودرو، مواد، دارو و سلامت و صنایع نرم و خلاق است.

چشم انداز آمپر؛ تبدیل شدن به قطب صنعت خودرو

بعد از بازدید از بخش های مختلف کارخانه نوآوری و صنایع خلاق آمپر و آشنایی با آخرین نوآوری ها و محصولات تولیدی در بخش های مختلف این مجموعه در نشستی که با حضور اعضای دو مجموعه برگزار شد، به بررسی تفصیلی جزئیات دستاوردها و برنامه های آتی دو مجموعه پرداخته شد. طبق توضیحات

مدیرعامل و مؤسس کارخانه نوآوری رسانه راه کار به همراه جمعی از مدیران و خبرنگاران این مجموعه از کارخانه نوآوری آمپر بازدید کردند. کارخانه نوآوری و صنایع خلاق آمپر با هدف جذب نیروی انسانی نخبه، شکل دهی به شرکت های دانش بنیان، نوپا و فناور و تقویت اکوسیستم نوآوری، در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی هلدینگ رابزکو ایجاد شده و در حال حاضر به حمایت از استارت آپ ها و ایده های نودر سه حوزه اصلی مختلف می پردازد. پرویز کرمی، مدیرعامل کارخانه نوآوری و صنایع خلاق آمپر در ابتدای معرفی این مجموعه در خصوص دلایل و اهداف ایجاد آن توضیح داد: «کارخانه نوآوری و صنایع خلاق آمپر برای تجمیع کلیه حوزه های نوآوری هلدینگ رابزکو در یک مجموعه با هدف جذب، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی نخبه، توسعه کسب و کارهای نوپا و سرمایه گذاری خطرپذیر و در نهایت کارآفرینی و توسعه شرکت های دانش بنیان، فناور و خلاق ایجاد شده است.»



طهورا
آدینه وند

Viria.adinevand@gmail.com



مزیت های آمپر برای استارت آپ ها

یکی از مأموریت های آمپر که توسط هلدینگ رابزکو تعریف شده این است که ۱۳۰ فرد دانشجویی را پس از گذراندن دوره دکتری جذب کنند. پرویز کرمی، مدیرعامل کارخانه نوآوری و صنایع خلاق آمپر ضمن بیان این موضوع در توضیح بیشتر گفت: «علاوه بر این در طول مسیر ممکن است نیرویی را شناسایی کنیم که توانمند است اما در یکی از ۲۵ کارخانه زیرمجموعه هلدینگ رابزکو مستقر شود.»

مدیرعامل آمپر در توضیح مزایایی که پیوستن و رشد استارت آپ ها در آمپر برای آنها به همراه دارد نیز اظهار کرد: «ما در مجموعه آمپر در ابتدا کمک می کنیم فرد تبدیل به تیم شود و در ادامه تیم به یک کسب و کار و محصول تبدیل شود و در این مسیر از مزایای منتور و سرمایه گذار و مشاوره در حوزه های مختلف بهره مند شوند.»

طبق توضیحات او شرکت داری یکی از مشکلات استارت آپ ها در شرایط حال حاضر اقتصاد کشور است و به همین دلیل استارت آپ ها می توانند در مجموعه آمپر از مشاوره های متخصصان در حوزه شرکت داری هم بهره مند شوند.

او در بخش دیگری از صحبت های خود عنوان کرد: «از طرف دیگر ما روی استارت آپ هایی سرمایه گذاری می کنیم که بتوانند یک چالش و نیاز را در کشور رفع کنند. استارت آپ ها بین هشت تا ۱۴ ماه توسط منتورها و سرمایه گذاران حمایت می شوند و اگر موفق باشند، تبدیل به شرکت شده و در کارخانه مستقر می شوند.»

در کنار موضوعات فیزیکی نظیر مکان، امکانات و مواد اولیه، سرمایه و پول در گردش و حمایت های منتورینگ هم از مزایای دیگر آمپر برای استارت آپ ها است. کرمی در نهایت توضیح داد: «همچنین استارت آپ ها می توانند از امکانات هلدینگ رابزکو در فراسوی مرزها استفاده کنند و حتی اگر محصول کسب و کارها قابلیت صادرات داشته باشد در بعد صادراتی هم به آنها کمک کنیم.»





ادامه از صفحه ۹

اولویت ما کاربران هستند

بازخوردها، نظرسنجی‌ها و... برنامه‌های خود را اولویت بندی کنید. اما همان طور که گفتیم، فضا آن قدر یک طرفه نبود که ما تحت اجبار باشیم.

آیا حضور سروش پلاس در حوزه محتوا به شکل یک پلتفرم پخش کننده محتواست یا در حوزه تولید محتوا هم ورود می‌کند؟

ما در تولید محتوا تا امروز ورودی نداشتیم و چنین چیزی نیز در نقشه مسیر ما در نظر گرفته نشده است. نگاه ما به این حوزه یک نگاه پلتفرمی است. تلاش ما این است که همه چیز را بستر سازی کنیم تا افراد بتوانند روی این بستر محتوای خود را به مخاطبان ارائه دهند.

آیا این چشم انداز را دارید که در سروش پلاس از پیام رسان بودن به سوی نوعی شبکه اجتماعی حرکت کنید؟

شاید در چهار، پنج سال پیش، وقتی درباره پیام رسان و شبکه اجتماعی صحبت می‌کردیم، راحت تر می‌شد مرزی کشید، اما امروز حتی واتس اپ کانال را به ویژگی‌های خود اضافه کرده و این مرز کمرنگ تر شده است. ما در حال حاضر به جز خدمات ارتباطی، خدمات محتوایی یا خدمات جانبی مانند وی اودی و سرگرمی رانیز روی پیام رسان خود داریم؛ این موضوع ما را به حرکت به سمت شبکه‌های اجتماعی سوق می‌دهد. اما در حال حاضر تمرکز اصلی ما روی فضای پیام رسانی است و در این حوزه سعی می‌کنیم خدمات خود را کامل تر کنیم.

گفته می‌شود پیام رسان‌های داخلی در دولت قبل از تسهیلاتی برخوردار شدند که برخی از آنها نیز بلاعوض بوده است؛ درباره آن دوره و تسهیلاتی که داشته‌اید، صحبت کنید و آیا اخیراً نیز چنین چیزی برای پیام رسان‌ها در نظر گرفته شده است؟

تمام سرمایه گذاری‌هایی که تا امروز برای پیام رسان سروش پلاس انجام شده، توسط شرکت خصوصی مالک این پیام رسان بوده است. روی سروش پلاس هیچ وام و موارد این چنینی دریافت نشده است. موضوع جذب سرمایه گذار نیز جزء حیطه اختیارات هیئت مدیره است و مانند هر کسب و کاری بر اساس منافع مجموعه تصمیمات و اقدامات لازم در این خصوص گرفته می‌شود. اما در خصوص اینکه آیا منابع بلاعوض یا منابع دارای سود در سروش پلاس دریافت کرده‌ایم، باید بگویم که چنین چیزی وجود نداشته است. حوزه مدیریتی و حقوقی سروش با سروش پلاس متفاوت بوده و من اطلاع دقیقی از اینکه سروش چه تسهیلاتی دریافت کرده یا نکرده، ندارم.

آیا سروش پلاس برنامه‌ای جدی برای ورود به بازار جهانی دارد؟

یکی از اصلاحاتی که اخیراً روی UI و UX محصول انجام دادیم، مرتبط با زبان‌های انگلیسی و عربی بود که نسبت به سایر زبان‌ها پرکاربردتر هستند. اما در مجموع ورود به بازار بین‌المللی از اهدافی است که در افق خود می‌بینیم.

اولویت شما ورود به بازار چه کشورهایی است؟

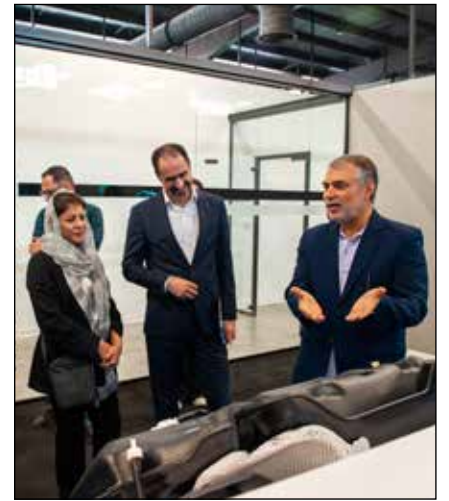
کشورهای همسایه تقریباً در فهرست ما اولویت دارند، اما کشورهای اروپایی مانند آلمان و سوئد هم جزء ۱۰ کشور اولویت دار ما به‌شمار می‌آیند؛ حتی کشورهای آمریکایی مانند کانادا نیز در این فهرست حضور دارند. اما مسیری که در حال حاضر آن را طی می‌کنیم، فعلاً یک نسخه انگلیسی و عربی است تا با آن بتوانیم کار را با کشورهای همسایه آغاز کنیم؛ برای این کار قصد داریم یک مطالعه بازار انجام دهیم که با پیچیدگی‌های خاص خودش همراه است. سعی می‌کنیم چند بازار را با هم بسنجیم و بهترین گزینه‌ها را برای ورود انتخاب کنیم؛ سعی داریم در حوزه‌هایی که ورود به آن راحت‌تر باشد و در آن کشور یک پایه‌ای از کاربر داشته باشیم، کار را شروع کنیم. کشورهایمانند افغانستان، عراق و کشورهای اروپایی مانند سوئد، آلمان و کشورهای آمریکایی مانند خود آمریکا و کانادا کشورهای هستند که از آنها کاربرانی داریم که در سروش پلاس فعالیت می‌کنند.

سروش پلاس با تأخیر وارد طرح یکپارچگی پیام رسان‌های داخلی شد، دلیل این تأخیر چه بود؟ انجام این طرح چه چالش‌هایی برایتان داشت؟

دلیل تأخیر ما تفاوت فناوری بود که از آن استفاده می‌کنیم. به هر حال این طرحی بود که مطرح شده بود تا افراد بتوانند از طریق پیام رسان‌های مختلف با یکدیگر ارتباط داشته باشند. آماری از اینکه چه میزان از این ویژگی استفاده شده، ندارم؛ احتمالاً این آمار را سازمان‌های مربوطه مانند وزارت ارتباطات بتوانند اعلام کنند. به هر حال هرچه این آمار بالاتر باشد، نشان از موفقیت این طرح دارد.

چه میزان این قضیه برای شما اختیاری بود؟

خب مشخصاً این پیشنهاد تیم ما نبوده است، اما اینکه آن را انجام دادیم به این معنا بود که خود ما این پیشنهاد را پذیرفته‌ایم؛ فضا به این شکل نبود که شما تمایلی به این موضوع نداشته باشید، اما مجبور به انجام آن باشید. شاید اولویت ما متفاوت بود و این به نوعی سلیقه‌ای است. اولویت ما کاربران‌مان هستند. اصلی که در توسعه محصول در دنیا رعایت می‌شود، این است که شما بر اساس



هوشمندسازی، سبک‌سازی خودرو، حمل و نقل، سلامت سالمند، امنیت غذایی، صنایع خلاق، فناوری‌های نرم، IT و IOT فعالیت می‌کند. او ادامه داد: «استارت‌آپ‌هایی که از صفر پرورش پیدا می‌کنند، به نوعی در این سه بخش تعریف می‌شوند که عمده این استارت‌آپ‌ها در حوزه هوشمندسازی و سبک‌سازی و انرژی استوریج و بالطبع در حوزه خودرو هستند.»

آمپر لایف؛ شتاب دهنده حوزه سلامت سلامت و تندرستی از حوزه‌های فعالیت یکی از بخش‌های شتاب‌دهی آمپر با عنوان آمپر لایف است که بر اساس توضیحات گرمی، اخذ مجوزهای شتاب‌دهی و دانش بنیان جهت تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری، برگزاری دورویداد جذب و فراخوان ایده در حوزه خدمات سلامت سالمندان و گیاهان دارویی، تکمیل تیم اجرایی شتاب‌دهنده لایف،

سرمایه‌گذاری و هدایت چهار استارت‌آپ در حوزه‌های تشخیص، امنیت غذایی، تجهیزات پزشکی و گیاهان دارویی، خدمات سلامت بالاخص سالمندان، ایجاد و تکمیل شبکه ارتباطی با دانشگاه‌ها و مراکز سیاست‌گذاری این حوزه از مهم‌ترین برنامه‌های آمپر برای این شتاب‌دهنده است.

برنامه‌های آمپر در حوزه پلیمر

مدیرعامل آمپر در توضیح برنامه‌های این مجموعه در حوزه مواد پیشرفته و پلیمر، توسعه پایدار و برنامه‌های ۱۴۰۲ نیز به موارد زیر اشاره کرد: تکمیل تیم فنی مواد پیشرفته و پلیمر آمپر با دانشجویان و محققان، ایجاد بانک خدمات مهندسی پلیمر و مواد و اخذ دو پروژه در سال جاری و ایجاد و تکمیل شبکه ارتباطی با دانشگاه‌ها و نفرات اصلی این حوزه.

هوشمندسازی و سبک‌سازی خودرو

پرویز گرمی در خصوص حوزه فعالیت استارت‌آپ‌های کارخانه نوآوری آمپر توضیح داد: «آمپر در چند حوزه

مسئولیت اجتماعی مهم‌ترین هدف آمپر

گرمی در توضیح هدف نهایی آمپر از جذب استارت‌آپ‌ها نیز گفت: «اولین و بزرگ‌ترین هدف، مربوط به مسئولیت اجتماعی است که توسط مدیرعامل هلدینگ ریزکو دنبال می‌شود. این مسئولیت در قالب جذب و نگهداشت نیروی انسانی نخبه و ایجاد فضا و محیطی که فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ایده‌های خود را پیاده‌سازی کنند، دنبال می‌شود که از این طریق اشتغال‌زایی شده

و کسب‌وکار ایجاد می‌شود. او در خصوص اهداف دیگر آمپر برای ورود به این حوزه نیز توضیح داد: «از طرف دیگر ما روی استارت‌آپ‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنیم که بتوانند یک چالش و نیاز را در کشور رفع کنند. استارت‌آپ‌ها بین ۸ تا ۱۴ ماه توسط منتورها و سرمایه‌گذاران حمایت می‌شوند و اگر موفق باشند، به شرکت تبدیل شده و در کارخانه مستقر می‌شوند.» طبق توضیحات گرمی، بخشی از سهام استارت‌آپ‌ها بعد از شرکت شدن به کارخانه نوآوری آمپر تعلق می‌گیرد که یکی از خطوط درآمدی این کارخانه محسوب می‌شود.

آمپر برای تجمیع کلیه حوزه‌های نوآوری هلدینگ ریزکو در یک مجموعه با هدف جذب، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی نخبه، نوپا و سرمایه‌گذاری خطرپذیر ایجاد شده است



شماره ۱۱۷
مهر ۱۴۰۲
سال سوم



PERSIAN
TECH
SUMMIT
2023

PersianTechSummit.com

@PersianTechSummit

گردهمایی فعالان تکنولوژی فارسی زبان

دبی، هتل Radisson Blu - همزمان با نمایشگاه جیتکس
۲۱ مهر (۱۹ اکتبر)، ساعت ۱۶ الی ۲۱



فین تک



متاورس



کریپتوکارنسی



هوش مصنوعی

حامیان برنزی



عصرانه راهکار

حامیان نقره‌ای



SADAF Holidays & Travels
صداف تعطیلات و سفریات

حامیان طلایی



UNFXCOIN
UNICORN FINANCIAL EXCHANGE

برگزار کننده



IRANIAN BUSINESS COUNCIL-DUBAI
مجلس الأعمال ایرانی

حامیان رسانه‌ای



شاخص
SHAKHES