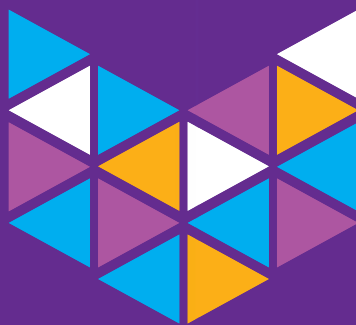




چه کسی وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران می شود

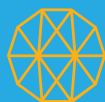
ستاره‌ها شمی یا رضا باقری اصل؟

افزایش نسبی
مهاجرت معکوس
در دیجی کالا

گفت و گو با سهیل
عظیمی، مدیر
برند کارفرمایی
و تجربه
همکاری
دیجی کالا

۷ مطالبه مهم اکوسیستم از رئیس جمهور

انتخاب مطالبات براساس بیشترین درصد تکرار



خبر
NEWS

۱.۴ تریلیون دلار
وام P2P برای
کسب و کارهای اماراتی

۱۰



گزارش
REPORT

توسعه لندتک باعث
رونق حوزه لجستیک
می شود

۸



گزارش
REPORT

منزوی بودن موهبت
نیست باعث عقب
ماندن است

۶

آیا روش انتخاب وزرا در دولت جدید قابل قبول است؟



آیا روش انتخاب وزرا در دولت جدید قابل قبول است؟

جوانان در اولویت قرار نگرفت. برخی قمار کردند و آبروی خود را وسط گذاشتند و معلوم نیست این قمار به نفع چه کسی است. برخی فراموش کردند که وزیر پیشنهادی پس از گرفتن رأی اعتماد و وزیر شدن وزیر همه مردم ایران است نه گروهی که او را معرفی کرده اند. برخی تصور کردند و می کنند که توان وزارت دارند که اشکالی ندارد؛ اتفاقاً از ویژگی های خوب آقای پزشکبان یکی همین است که اعتماد به نفس را در برخی افزایش داده است.

بنابراین در خوبی و بدی این فرایند حرف زیاد است ولی کار بزرگ آقای پزشکبان و ظریف این بود که از حرف و معیارهای کلی گذر کردند و به مصداق رسیدند؛ همه می دانیم که آنهایی که انتخاب می شوند چه ویژگی هایی باید داشته باشند؛ آنچه شایسته تقدیر است، انتخاب کردن و رسیدن از مفهوم به مصداق است؛ وگرنه در حاشیه امن حرکت کردن کار



رضا قربانی



سختی نیست؛ همه بلدند جوری از گوشه بروند که کمترین آسیب متوجه آنها شود.

به نظرم زیبایی این فرایند شفاف شدن بود. خصوصاً برخی بزرگان که استاد حرکت در سایه و لابی های پشت پرده هستند، این بار مجبور شدند شفاف روی صحنه راه بروند و راه رفتن آنها بسیاری را مأیوس کرد.

بازی انتخاب وزرا تازه شروع شده است و امیدوارم در این مسیر عقلانیت حاکم باشد؛ حالا پیشنهادهای خوبی روی میز است که می توان درباره آنها حرف زد؛ حالا می شود متر برداشت و کارها و دستاوردها را اندازه گرفت. امیدوارم این مسیر در ادامه بیش از حد منحرف نشود.

مهم ترین موضوع چند هفته گذشته، طرح مطالبات از رئیس جمهور منتخب و فرایند انتخاب وزرا بود؛ انتخابی که برای اولین بار به گروهی از افراد سپرده شد. روال معمول انتخاب وزرا پشت درهای بسته بود که قاعدتاً در نهایت وزیر پیشنهادی از همین دالان های تاریک و تودرتو بیرون می آمد. ولی الان فهرستی از افراد وجود دارد که توسط گروهی از افراد دیگر انتخاب شده اند. اگر بخواهیم اما و اگر بیاوریم می توان به راحتی از این فرایند ایراد گرفت؛

ولی حسن بزرگ این روش عیب ها را می پوشاند. به نظرم برای اولین بار انتخاب وزرا به نمایندگانی از بخش های گوناگون سپرده شده است؛ به طور کلی هم می توان مستقل ها و دانشگاهی ها را در این گروه ها شناسایی کرد؛ نمایندگانی از اقلیت های جامعه در راستای تبعیض مثبت و نمایندگان کسب و کارها و بخش پرزور سیاسیون. این مثلث که ترکیبی از افراد دولتی و عمومی و بخش خصوصی

را کنار هم جمع کرده بود به نظرم برای اولین بار تجربه حزبی را پیش روی ما گذاشت. آن چه که در جهان توسعه یافته مرسوم است انتخاب افراد کلیدی در مسیرهای حزبی است؛ به عبارتی احزاب در طول سال فعال هستند و افراد را بررسی و تجزیه و تحلیل می کنند. هر حزبی برای هر موقعیتی تعدادی فرد شناخته شده و مشخص شده دارد؛ این طور نیست که بعد از هر انتخابات تازه به این فکر بیفتند که حالا چه کسی وزیر شود و لابی های پشت پرده سرنوشت یک ملت را تعیین کنند.

به نظرم در این مدت از برخی بزرگان در حوزه های متعدد رفتارهای مأیوس کننده دیدیم؛ فرصت سوزی هایی از سوی برخی رخ داد و معرفی

خروج بایدن از انتخابات چه تأثیری بر بازار فناوری آسیا داشت؟

آزمایش تراشه در جهان، کمی بیش از ۴ درصد کاهش یافت. همچنین در سایر نقاط آسیا این کاهش ها خفیف تر بود. به طوری که بازارهای شانگهای و شنزن کمتر از ۱ درصد و شاخص های ژاپن و کره جنوبی کمی بیش از ۱ درصد کاهش یافتند. سهام فناوری در تایوان و به طور کلی در آسیا نیز در اواخر هفته گذشته به دنبال اظهارات ترامپ کاهش یافت.

طبق صحبت های جف پو مدیرعامل تحقیقات فناوری Haitong Securitie، به دلیل کناره گیری بایدن از رقابت و نگرانی سرمایه گذاران مبنی بر تسریع عدم قطعیت های ژئوپلیتیکی، سهام های مربوط به فناوری و تراشه ها در این هفته سقوط می کنند.

پس از اعلام کناره گیری جو بایدن از رقابت های ریاست جمهوری، در روز دوشنبه سهام های برتر فناوری تایوانی با افت روبه رو شدند.

براساس گزارش Nikkei Asia، شاخص تولید تراشه های بزرگ ترین سازنده شرکت تراشه های قراردادی جهان در تایوان، بیش از ۳ درصد سقوط کرد، در حالی که مدیاتک، برترین توسعه دهنده تراشه های موبایل جهان بر اساس محموله ها، شاهد کاهش ۲۰۷۷ درصدی سهام خود بود. سهام شرکت یونایتد میکرو الکترونیکس، دومین شرکت بزرگ قراردادی تراشه تایوان، بیش از ۳ درصد کاهش یافت و سهام ASE Technology Holding، بزرگ ترین ارائه دهنده بسته بندی و





← **ابلاغ سند ملی هوش مصنوعی**
سند ملی هوش مصنوعی از سوی محمد مخبر، سرپرست ریاست جمهوری برای اجرا به نهادهای ذی ربط ابلاغ شد.



← **رونمایی تریگ آپ از میکرووی سی**
تریگ آپ از خدمت تازه اش با نام میکرو وی سی رونمایی کرد. میکرو وی سی یک مدل سرمایه گذاری جدید در اکوسیستم جهانی است.



← **احراز هویت ۴۸ میلیون ایرانی در پنجره ملی**
وزیر ارتباطات بیان کرد: «۴۸ میلیون نفر تاکنون در این پنجره احراز هویت شده اند و بیش از ۵۰۰ میلیون بار در طی این دو سال از پنجره ملی خدمات دولت هوشمند استفاده شده است.»



← **اهدای نشان غزال به دانش بنیان ها**
در رویداد ملی معرفی برنامه توسعه و حمایت از غزال های دانش بنیان، از ۱۲ شرکت غزال دانش بنیان تقدیر و نشان غزال به آنها اعطا شد. جشن ۱۰ هزار تایی شدن شرکت های دانش بنیان از دیگر بخش های این برنامه بود.



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۳
سال چهارم



دیجی پی، مانیسا و ویپاد به جمع حامیان رویداد لندتک پیوستند

طراحی شده است. کارخانه نوآوری رسانه راه کار ۱۷ و ۱۸ مرداد ماه رویداد دوروزه لندتک ایران را برگزار می کند. در رویداد بزرگ لندتک بیش از پنجاه نفر از مدیران ارشد و کارشناسان اکوسیستم فناوری های مالی و لندتک سخنرانی خواهند کرد و تازه ترین توصیف ها، تحلیل ها و خدمات در حوزه لندتک را خواهیم شنید. این گردهمایی فرصتی است برای شبکه سازی و تعامل میان اعضای این اکوسیستم. راه کار همچنین قصد دارد در این رویداد از نقشه اکوسیستم لندتک ایران رونمایی کند.

به گزارش دبیرخانه رویداد لندتک ایران، دیجی پی، مانیسا و ویپاد به حامیان رویداد لندتک ایران پیوستند. دیجی پی، اپلیکیشن پرداخت و خرید اقساطی و عضو فین تکی گروه دیجی کالا است. اولین نسخه از این اپلیکیشن اسفند ۱۳۹۷ رونمایی شد. مانیسا پلتفرم خدمات مالی خرد و از شرکت های زیرمجموعه گروه مالی اعتماد است که فعالیت خود را از سال ۱۴۰۱ آغاز کرد. ویپاد یک بانک تمام دیجیتال به پشتوانه بانک پاسارگاد است که با هدف ارائه خدمات مالی فراگیر به کاربران در سراسر کشور

شکل دهی نظام مالکیت معنوی کشور در فضای مجازی از جمله موضوعات مطرح شده در این تفاهم نامه است

امضای تفاهم نامه میان وزارت ارشاد و مرکز ملی فضای مجازی

«شکل دهی نظام مالکیت معنوی کشور در فضای مجازی» و «ایجاد زمینه تقویت تولیدکنندگان محتوای فاخر در بستر سکوها داخلی» مورد نظر قرار گرفته است.

همچنین مطابق با این سند، همکاری کمیته ای مشترک متشکل از نمایندگان «معاونت فرهنگی، اجتماعی و امور محتوایی مرکز ملی فضای مجازی» و «مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» تشکیل خواهد شد که در این کمیته، محورهایی چون «توسعه و ارتقای بخش فضای مجازی جشنواره ها و رویدادهای مرتبط با حوزه مأموریتی مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی» و «مشارکت در ساماندهی و بهره برداری از ظرفیت مؤسسات فرهنگی دیجیتال در زیست بوم فرهنگی و فضای مجازی کشور» پیگیری خواهند شد.

مرکز ملی فضای مجازی در پایگاه اطلاع رسانی خود از امضای تفاهم نامه همکاری با وزارت ارشاد با هدف طراحی و پیاده سازی برنامه های اقدامات کلان سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی خبر داد. شکل دهی نظام مالکیت معنوی کشور در فضای مجازی از جمله موضوعات مطرح شده در این تفاهم نامه است.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی مرکز ملی فضای مجازی، معاونت فرهنگی، اجتماعی و امور محتوایی مرکز ملی فضای مجازی و مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با هدف «طراحی و پیاده سازی برنامه های اقدامات کلان سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی» این تفاهم نامه را امضا کردند.

در این تفاهم نامه، موضوعات مهمی مانند

۷ مطالبه مهم اکوسیستم استارت‌آپی و نوآوری از رئیس جمهور

انتخاب این مطالبات براساس بیشترین درصد تکرارشان توسط فعالان این حوزه بوده است

دسترسی به اینترنت آزاد و رفع فیلترینگ

۳۰ درصد از فعالان این حوزه دسترسی به اینترنت آزاد و رفع فیلترینگ را به عنوان یکی از محوری ترین مطالبات خود از دولت چهاردهم عنوان کرده اند. رفع فیلتر پلتفرم هایی مانند یوتیوب، گوگل پلی، ایکس (توییتر)، اینستاگرام و... از مواردی است که شرکت کنندگان در این نظرسنجی به آن اشاره کرده اند. رفع فیلتر گوگل پلی مهم ترین خواسته فعالان صنعت بازی است. آنها تأکید می کنند که اگر چنین اتفاقی رخ ندهد بسیاری از کسب و کارهای فعال در این حوزه از بین خواهند رفت. همچنین فعالان حوزه لجستیک نیز با توجه به نقشی که اینستاگرام در فروش آنلاین و رونق اقتصاد دیجیتال و به دنبال آن لجستیک دارد، خواستار رفع فیلتر این پلتفرم شده اند.

بهبود و محدودسازی سیاست گذاری

مطالبه «بهبود و محدودسازی سیاست گذاری» در رده بعدی جزو موضوعاتی بود که ۱۸ درصد از شرکت کنندگان در این نظرسنجی به آن اشاره کرده اند. تعدد تنظیم گران و تنظیم گری های غیر کارشناسانه از جمله چالش هایی است که فعالان اکوسیستم به آن اشاره کرده اند.

بهبود فضای کسب و کار

«بهبود فضای کسب و کار» شامل مواردی مانند مالیات، بیمه، صدور مجوز و... از محورهای دیگری است که ۱۶ درصد از فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال و نوآوری به عنوان مطالبه از دولت مسعود پزشکیان مطرح کردند.

رفع تحریم ها و توسعه بازار بین المللی

۱۲ درصد از شرکت کنندگان در نظرسنجی تحلیلی کارنگ بر موضوع «رفع تحریم ها و توسعه بازار بین المللی» تأکید کرده اند و حل برخی از مشکلات عمده اکوسیستم را منوط به تحقق این موضوع دانسته اند. دسترسی به سرویس های بین المللی مانند خدمات کسب و کاری گوگل، گوگل ادز، کلافلر و... نیز از دیگر مطالباتی است که در این زمینه مطرح شده است. همچنین برخی از فعالان مطرح کرده اند که حداقل انتظار از دولت آینده این است که در وضعیت فعلی، شرایط تعامل با کشورهایی که در حال حاضر بحث های تحریمی کمتری با ایران دارند تسهیل شود.

توجه به مهاجرت نیروی انسانی اکوسیستم

۹ درصد از فعالان اکوسیستم از مسعود پزشکیان و تیم همراه او خواسته اند به موضوع مهاجرت نیروی انسانی توجه کنند و برای این چالش که هر روز جدی تر می شود راه حلی بیابند. مهاجرت نیروهای انسانی متخصص به کشورهای دیگر و همچنین پدیده دورکاری برای شرکت های خارجی در ازای دریافت حقوق دلاری باعث شده در چند سال اخیر بسیاری از شرکت ها در زمینه جذب نیروهای متخصص با مشکل مواجه شوند. چالشی که با ادامه دار بودن موج مهاجرت عمیق تر خواهد شد اما تا کنون از سوی حاکمیت راه حلی برای آن در نظر گرفته نشده است. تمرکز روی بهبود حوزه برند کارفرمایی در کشور نیز از موضوعاتی بود که در این زمینه مطرح شده است.

بررسی REVIEW



نگاهی آماری به مطالبات فعالان اکوسیستم استارت‌آپی از مسعود پزشکیان

دسترسی به اینترنت آزاد در صدر مطالبات

نزدیک به ۱۴۰ بنیان گذار، مدیرعامل و فعال اکوسیستم استارت‌آپی در گزارشی که کارنگ طی دو هفته گذشته تهیه کرده، مطالبات و پیشنهادهای خود را از دولت مسعود پزشکیان عنوان کردند. شماره ۱۴۲ هفته نامه کارنگ به بازتاب این مطالبات اختصاص یافته بود.

رفع فیلترینگ و افزایش سرعت و کیفیت اینترنت، اعتماد به بخش خصوصی و رفع نگاه امنیتی، بهبود فضای کسب و کار از جمله در حوزه مالیات و بیمه، توجه به ابرچالش مهاجرت نیروی انسانی، رفع تحریم ها و بهبود ارتباطات بین المللی در حوزه سرمایه گذاری و تنظیم گری درست در حوزه های نوظهور فناوری از مهم ترین محورهایی بود که توسط این فعالان به عنوان مطالبات اصلی حوزه اقتصاد دیجیتال و نوآوری از دولت چهاردهم مطرح شد.

به طور طبیعی بخشی از مطالبات میان فعالان این حوزه مشترک بود و برخی نیز به شکل تخصصی تر به حوزه کاری افراد و کسب و کارشان مرتبط می شد. در تحلیل آماری مطالبات مطرح شده، تلاش کردیم محورهایی اصلی را براساس تعداد افرادی که به آنها اشاره کرده اند دسته بندی کنیم. همان طور که پیش بینی می شد وضعیت اینترنت و محدودیت های آن در کشور مهم ترین مطالبه ای است که از سوی تعداد زیادی از فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال مطرح شده و به نظر می رسد یکی از مهم ترین مأموریت های دولت آینده برای توسعه این حوزه پیگیری و حل این چالش است.

از آنجا که امروزه دیگر کمتر کسی را می توان در جامعه یافت که با اینترنت و خدماتی که در این بستر ارائه می شود سروکار نداشته باشد، این مطالبه محدود به اکوسیستم استارت‌آپی و نوآوری نمی شود و می توان از آن به عنوان یک خواسته در سطح ملی یاد کرد. بنابراین حل مسئله اینترنت و محدودیت های آن می تواند سیگنال مثبتی از سوی حاکمیت به جامعه و کسب و کارها باشد و حتی در کاهش روند مهاجرت نیروهای کار متخصص به خارج از کشور مؤثر باشد.



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۲
سال چهارم



دسترسی به اینترنت آزاد و رفع فیلترینگ	۳۰٪
بهبود و محدودسازی سیاست‌گذاری	۱۸٪
بهبود فضای کسب‌وکار (بیمه، مالیات، صدور مجوز و...)	۱۶٪
رفع تحریم‌ها و توسعه بازار بین‌الملل	۱۲٪
توجه به مهاجرت نیروی انسانی اکوسیستم	۹٪
رفع نگاه امنیتی به پلتفرم‌ها	۴٪
تسهیل ورود استارت‌آپ‌ها به بورس	۴٪
سایر	۵٪

+۱۳۰

بنیان‌گذار، مدیرعامل و فعال اکوسیستم استارت‌آپی
در طرح این مطالبات، مشارکت داشتند



سایر مطالبات

۵ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی نیز مطالبات دیگری شامل مبارزه با قاچاق، تقویت تجارت الکترونیکی رسمی، محدودسازی قیمت‌گذاری دستوری، عدم رقابت دولتی‌ها و خصوصی‌ها با بخش خصوصی را مطرح کرده‌اند.
رفع انحصارگرایی نیز از مطالبات دیگری است که از سوی فعالان اکوسیستم مطرح شده است. آنها باور دارند تلاش رئیس‌جمهور برای حضور بخش خصوصی واقعی و محدود کردن فضای رانت، انحصار و دخالت‌های شرکت‌های دولتی یا گاه خصوصی، می‌تواند مزیت‌های رقابتی واقعی را سازماندهی کند و تولید، واردات و صادرات را بهبود بخشد.

رفع نگاه امنیتی به پلتفرم‌ها

رفع نگاه امنیتی به پلتفرم‌ها و اعتماد به بخش خصوصی مطالبه‌ای است که ۴ درصد از فعالان حوزه اکوسیستم آن را مطرح کرده‌اند. فعالان می‌گویند باید به جای نگاه امنیتی، این حوزه را به عنوان فرصتی در نظر گرفت که ظرفیت رشد ویژه‌ای دارد و در صورت توسعه می‌تواند منجر به بهبود شرایط اقتصادی کشور شود.



حمیدرضا احمدیان از
چالش‌های استفاده از
نرم‌افزارهای کرک شده می‌گوید

پروژه سیستم عامل داخلی موفق نبود

در ایران معمولاً برای استفاده از محصولات نرم‌افزاری خارجی با توجه به شرایطی که کشور در آن قرار دارد و نبود قوانین مالکیت، از نسخه‌های کرک شده استفاده می‌شود و به دلیل عدم ارتباط با شرکت‌های خارجی، سیستم‌ها به روزرسانی‌های جدید را دریافت نمی‌کنند. از سویی استفاده از برنامه‌های کرک شده باعث افزایش آسیب‌پذیری سیستم‌ها شده و استفاده از چنین برنامه‌هایی در نقاط حساس و حیاتی به هیچ وجه توصیه نمی‌شود. حمیدرضا احمدیان، مدیرعامل سابق هلدینگ داده‌ورزی سداد در گفت‌وگو با کارنگ ضمن اشاره به اختلال ایجاد شده در سیستم ابری مایکروسافت عنوان کرد که بروز اختلال همیشه در اکوسیستم‌های فناوری محتمل است.



← معایب استفاده از سیستم‌های کرک شده

احمدیان درباره دلیل پیش نیامدن اختلال جهانی اخیر در ایران گفت: «در ایران معمولاً از نسخه‌های کرک شده استفاده می‌شود و با شرکت‌های بین‌المللی ارتباطی وجود ندارد. همچنین مشکلاتی که مایکروسافت ممکن است برای کسب‌وکارها ایجاد کند در ایران به وجود نمی‌آید.»

ادامه در صفحه ۷



منزوی بودن موهبت نیست باعث عقب ماندن است

آیا مختل نشدن خدمات فناوری اطلاعات در ایران
همزمان با اختلالات جهانی سیستم‌های ارتباطی
یک مزیت به شمار می‌آید؟

جهانی ویندوز مایکروسافت را به فال نیک گرفتند. حسین دلیریان، سخنگوی شورای عالی فضای مجازی اعلام کرده که ایران از سال‌ها پیش به دلیل تحریم‌های غرب از دریافت این خدمات منع شده و به دلیل استفاده از سیستم‌های جایگزین بومی دچار اختلال در ارائه خدمات به شهروندان نشده است.

سعید چلندری، مدیرعامل فرودگاه امام خمینی نیز اعلام کرد که خوشبختانه پروازهای این فرودگاه اختلالی نداشته است.

سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا واقعاً می‌توان مختل نشدن این خدمات را به فال نیک گرفت و این که آیا تحریم‌ها برای ما موهبت هستند؟ آیا می‌توان گفت جدامانیدن از جهان و

اتفاقی که اخیراً برای خدمات ابری مایکروسافت افتاد، سیستم ارتباطی کشورهای زیادی در جهان را با مشکلاتی جدی همراه کرد؛ مشکلی که گفته می‌شود به دلیل به‌روزرسانی معیوب از سوی یک شرکت امنیت سایبری به نام کراود استرایک برای مایکروسافت پیش آمد.

طبق آنچه در رسانه‌ها دیده می‌شود ایران از معدود کشورهایی است که در پی این اختلال در سیستم‌های ویندوز مایکروسافت دچار این اختلال نشده است. برخی از کاربران فضای مجازی ایران را به جزیره‌ای تشبیه کرده‌اند و اتفاق اخیر را مصداقی از جدامانگی ایران از جهان دانسته‌اند.

البته برخی از مسئولان متصل نبودن به شبکه

شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۳
سال چهارم



ادامه از صفحه ۶

پروژه سیستم عامل داخلی موفق نبود

او در ادامه درباره خوبی یا بدی استفاده ایران از نسخه‌های کرک شده گفت: «درست است که اتصال به شبکه جهانی در زمان بروز بحران بر کسب و کارهای ما تأثیر نمی‌گذارد، اما واقعیت این است که کشور ما از اصول و الگوی حرفه‌ای پیروی نمی‌کند. اگر مایکروسافت فناوری اش را طوری پیش ببرد که نسخه‌های کرک شده و نسخه‌های واقعی هر دو در زمان بروز بحران آسیب ببینند، دیگر نمی‌تواند به کسانی که از نسخه‌های کرک شده استفاده می‌کنند، کمک کند.»

نتوانستیم مسئله مالکیت معنوی را حل کنیم

احمدیان ادامه داد: «اگر به دلیل استفاده از نسخه کرک شده و استفاده نکردن از نسخه بین‌المللی خوشحال باشیم و خیال‌مان راحت باشد که مشکلی پیش نمی‌آید، نوآوری و شکوفایی و بلوغ فناوری در کشور به رشد نمی‌رسد و نیاز کسب و کارها نادیده می‌ماند. مثلاً اکنون برای مالکیت معنوی در کشور مشکل داریم و هیچ‌گاه نتوانسته‌ایم مسئله مالکیت معنوی در کسب و کارها را حل کنیم.»

به فکر ارتباط با جهان باشیم

حمیدرضا احمدیان با اشاره به سیستم‌عامل داخلی که ایران از سال ۱۳۸۰ به دنبال راه‌اندازی آن بوده، گفت: «حدود بیست سال پیش طرح ملی سیستم‌عامل فارسی آغاز شد و کارهای زیادی هم برای راه‌اندازی آن انجام شد. بسیاری از دستگاه‌های دولتی در اوایل دهه ۱۳۹۰ ملزم بودند سیستم‌عامل لینوکس فارسی را جایگزین سیستم‌عامل ویندوز کنند، اما در نهایت پروژه موفق نبود؛ به این دلیل که بسیاری از سرویس‌ها به سیستم‌عامل فارسی متصل نمی‌شدند.»

موضوع فقط تحریم‌ها نیست

با مطرح کردن بحث تعامل بهینه بین‌المللی، موضوع تحریم‌ها نیز به میان می‌آید. احمدیان در پاسخ به این سؤال که ارتباط بهینه بین‌المللی چگونه با وجود تحریم‌ها امکان‌پذیر خواهد بود بیان کرد: «فرض کنید تحریم حوزه نرم‌افزارها از هفته آینده دیگر نباشد. نکته این است که آیا ما آمادگی داریم برای لایسنس‌ها هزینه کنیم؟ آیا مدل‌های امنیتی را داریم؟ ما باید بتوانیم درباره مسائل ناشی از تحریم مذاکره کنیم.»

هنوز جایگزین باکیفیتی برای همه محصولات خارجی نداریم

بهناز آریا، مدیرعامل گروه شرکت‌های کهکشان، متصل نشدن به سیستم‌های جهانی را تهدیدی در کنار دیگر تهدیدهای خارجی برای ایران اعلام کرد.

او با اشاره به چگونگی ایجاد این اتفاق گفت: «مشکلی که اخیراً پیش آمده مربوط به آپدیت کراود استرایک روی سیستم‌های مایکروسافتی است و به خود مایکروسافت ارتباط ندارد، اما چون کشور ما با جامعه جهانی مانند دیگر کشورها در ارتباط نیست و از ویندوزهای کرک شده استفاده می‌شود و از نرم‌افزارهایی از شرکت‌هایی نظیر کراود استرایک هم استفاده نشده و به‌روزرسانی هم دریافت نمی‌شود، در نهایت این اتفاق تأثیری بر سیستم‌های داخلی نداشته، اما آسیب‌های فراوان دیگری به این دلیل ممکن است برای ما به وجود

متصل نبودن به شبکه‌های جهانی مزیت است؟ در این راستا «کارنگ» با بهناز آریا، مدیرعامل گروه شرکت‌های کهکشان، حمیدرضا احمدیان، مدیرعامل سابق هلدینگ داده‌ورزی سداد و مهسا قنبری، فعال حوزه رمز ارز، گفت‌وگویی داشته که در ادامه می‌خوانید.

از دنیا دور مانده‌ایم

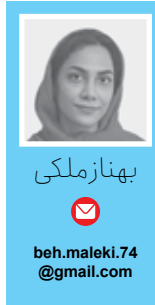
به گفته مهسا قنبری استفاده از سیستم‌های جهانی، علاوه بر اینکه با مانع تحریم‌ها روبه‌روست، هزینه زیادی هم دارد. او در این باره عنوان کرد: «بسیاری از سرویس‌ها پولی هستند که فقط محدود به مایکروسافت هم نمی‌شود، برای مثال AWS، آمازون و GCP یا پولی هستند یا به دلیل تحریم نمی‌توانیم به آنها دسترسی داشته باشیم و به همین دلیل بسیاری ترجیح می‌دهند اصلاً از سیستم‌های ابری استفاده نکنند و خودشان

سرورهایشان را تهیه کنند. در نتیجه در اینجا به سیستم‌های ابری وابستگی نداریم. چون در ایران ترجیح بر این است که هزینه دلاری انجام نشود، معمولاً از سیستم‌های کرک شده استفاده می‌کنند و به دلیل استفاده ما از سیستم‌های کرک شده، مسلم است که مشکلی هم پیش نخواهد آمد.»

قنبری اضافه کرد: «متصل نبودن به سیستم جهانی باعث می‌شود از آخرین سرویس‌ها و خدمات این شرکت‌ها دور بمانیم و برای اضافه کردن سرویس‌های جدید مدام باید از راه‌های میان‌بر و دور زدن‌ها استفاده کنیم و این وضع قطعاً کشور را دچار عقب‌ماندگی می‌کند.»

او ادامه داد: «در داخل کشور چون فضای رقابتی نسبت به خارج از ایران کمتر است، این موضوع برای فعالان داخلی مشکلی ایجاد نمی‌کند، اما کسانی که فعالیت بین‌المللی دارند قطعاً مشکل خواهند داشت. الان هم شرکت‌هایی که فعالیت بین‌المللی دارند کم نیستند.»

قنبری در پایان اظهار کرد: «این شرکت‌ها چون نمی‌توانند به سیستم‌های ابری جهانی متصل شوند باید از روش‌های دور زدن استفاده کنند؛ برای مثال در خارج از ایران ثبت شرکت کنند و کارشان را از ایران ادامه دهند که این موضوع ادامه فعالیت را بسیار سخت می‌کند. مسئله این است که ما مجبور می‌شویم روش‌های دور زدن را انجام دهیم و این انتخاب ما نیست که بابت سرویس‌ها هزینه ندهیم و از سرویس‌های کرک شده استفاده کنیم. اگر بخواهیم حتی از سرویس‌هایی مثل AWS و Azure مایکروسافت استفاده کنیم به دلیل تحریم‌ها اصلاً نمی‌توانیم هزینه آنها را پرداخت کنیم.»



بهناز ملکی



beh.maleki.74@gmail.com

آید.»

آریا در ادامه بیان کرد: «متصل نبودن به شبکه جهانی زمانی به نفع ما تمام خواهد شد که محصولات باکیفیت داخلی داشته باشیم و فقط در چنین حالتی می‌توانیم به شبکه امنی که از محصولات داخلی استفاده می‌کند امید داشته باشیم. بهترین گزینه برای ما، به‌ویژه در موقعیت ژئوپلیتیک خاص فعلی کشورمان، استفاده از محصولات داخلی باکیفیت است. این موضوع در راستای اهداف شبکه ملی اطلاعات است و می‌تواند هدفی باشد برای شرکت‌های تولیدکننده کشور، اما ما فعلاً در نقطه‌ای نیستیم که بتوانیم تمام محصولات خارجی را با محصولات داخلی جایگزین کنیم. در این صورت هم با آسیب‌پذیری‌های ویژه ایران از سمت خارجی‌ها روبه‌رو هستیم و هم با محدودیت در محصولات داخلی که هر دو تهدید هستند.»

متصل نبودن به سیستم جهانی باعث می‌شود از آخرین سرویس‌ها و خدمات این شرکت‌ها دور بمانیم و برای اضافه کردن سرویس‌های جدید مدام باید از راه‌های میان‌بر و دور زدن‌ها استفاده کنیم و این وضع قطعاً کشور را دچار عقب‌ماندگی می‌کند

استفاده از نسخه‌های کرک شده گزینه مناسبی نیست

بهناز آریا در پاسخ به این سؤال که ممکن است در آینده نتوانیم از نسخه‌های کرک شده استفاده کنیم، گفت: «در تمام سال‌های گذشته از نرم‌افزارهای کرک شده استفاده کرده‌ایم و معمولاً در به‌روزرسانی‌ها با مشکل مواجه شده‌ایم. نسخه‌های کرک شده مناسب استفاده نیستند، به‌ویژه در زیرساخت‌های حیاتی اصلاً نباید به کار بروند، زیرا بسیار آسیب‌پذیرند. ما در وضعیت کنونی چاره‌ای نداریم جز اینکه به سرعت با حمایت و سرمایه‌گذاری لازم روی بهبود تولیدات داخلی تمرکز کنیم و از دانش جهانی برای رسیدن به محصول بومی مناسب بهره ببریم.»



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۳
سال چهارم



بررسی نرخ نامه جدید و
تأثیر آن روی فعالیت بخش
خصوصی

افزایش ۳۰ درصدی هزینه خدمات شرکت ملی پست

نرخ نامه خدمات پستی از اول مردادماه ۱۴۰۳ اجرایی شد. بنا بر این نرخ نامه، تعرفه های پایه پستی تا ۳۰ درصد افزایش می یابد. علاوه بر تغییر در نرخ تعرفه های پایه، نرخ نامه جدید شامل تغییراتی در خدمات مربوط به مرسولات با ابعاد غیر استاندارد (نرخ نامه حجمی)، خدمات تعهد غرامت اجباری مرسولات (بیمه مرسولات)، خدمات توزیع در کلان شهرها و خدمت شناسه الکترونیکی نیز می شود. مهرداد ملک محمدی، مدیرعامل تاپین درباره این بخشنامه جدید به کارنگ گفت: «طبق این نرخ نامه دو حوزه تغییر قیمت خواهد داشت؛ یکی تعرفه پایه پست و دیگری بیمه کالاها. تعرفه پایه پست از این به بعد ۲۰ تا ۳۰ درصد افزایش خواهد داشت. قبلاً بیمه عمومی کالاها تا سقف دو میلیون تومان بود. در بخشنامه جدید این مبلغ افزایش پیدا کرده و به سقف چهار میلیون تومان رسیده است. همچنین، در نرخ نامه قبلی بیمه پست تا شصت میلیون تومان را پوشش می داد، اما در بخشنامه جدید به سقف صد میلیون تومان رسیده است.»

به گفته ملک محمدی در نرخ نامه قبلی افزایش نرخ ارسال به کلان شهرها ۱۰ درصد بود، اما در این بخشنامه میزان افزایش نرخ ها ۱۵ درصد است. همچنین طبق این نرخ نامه هزینه ای که برای خدمت شناسه الکترونیکی دریافت می شود ۳۵ درصد افزایش داشته است.

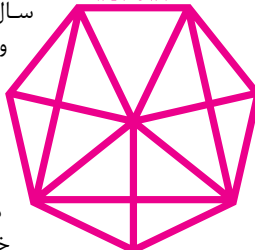
بهبود فضای رقابت برای بخش خصوصی

مدیرعامل تاپین معتقد است افزایش نرخ باعث می شود برای بخش خصوصی فضای رقابت ایجاد شود و مردم خدمات پستی بهتری دریافت کنند. او در این باره توضیح می دهد: «بخش خصوصی می تواند با تعرفه کمی بالاتر از پست، کیفیت و SLA بهتری ارائه دهد. از طرفی شرکت ملی پست هم می تواند از فناوری های روز استفاده کند و از این طریق هزینه های خود را جبران کند.»

توسعه لندتک باعث رونق حوزه لجستیک می شود

بررسی تأثیر وام های خرد روی سایر بخش های
زنجیره تأمین

گزارش
REPORT



قدرت خرید شهروندان در سال های اخیر کاهش یافته و این موضوع بر کسی پوشیده نیست. این موضوع باعث شده لندتک ها و خدماتی که می توانند به مردم در راستای تسهیل در خرید کالاها و خدمات مورد نیازشان ارائه دهند از اهمیت

بیشتری برخوردار شود.

حالا اگر بخواهیم تأثیر لندتک ها را در زنجیره تأمین بررسی کنیم، به نظر می رسد حوزه ای مانند لجستیک به ویژه لجستیک خرده فروشی می تواند به عنوان بخش مهمی از این زنجیره تحت تأثیر شرایط خوب یا بد لندتک قرار بگیرد. این موضوعی است که در این گزارش و در گفت و گو با

بابک عقیلی نسب، مدیرعامل پستکس؛ مهدی خادمی مقدم، هم بنیان گذار پیک هاب و محمدولی اسدی، بنیان گذار مارکت پلیس پیپاکس به آن پرداخته ایم.



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۳
سال چهارم

گیرد، از این طریق صنعت لجستیک پیشرفت خواهد کرد.»

به گفته او، هنگامی که بار از انبار فروشگاه خارج می شود در واقع سرمایه آن خارج شده و با توجه به فرایند پستی، مدتی طول می کشد تا آن سرمایه به فروشگاه بازگردد. این روند به این معناست که یک فروشگاه آنلاین باید حداقل یک ماه دارایی نقدی برای نیازهای اولیه اش داشته باشد. فروشگاه هایی که چنین امکانی داشته باشند محدودند و از همین رو اگر وام خرد برای تأمین خوراک اولیه یک فروشگاه آنلاین در اختیارش قرار گیرد، در نهایت صنعت لجستیک نیز پیشرفت خواهد کرد.»

عقیلی نسب همچنین عنوان کرد: «امسال در حال عقد قرارداد با دیجی پی هستیم و قطعاً تأثیر مستقیم لندتک را بر کسب و کارمان مشاهده خواهیم کرد.»

او در آخر افزود: «مقدار نیاز به وام خرد نسبت به تأمین کننده های آن قدر زیاد است که زمان زیادی طول می کشد تا تأثیر آن در لجستیک که آخرین زنجیره تأمین است احساس شود.»

افزایش چندبرابری درخواست از سوی مشتریان به واسطه کمپین های لندتکی

مهدی خادمی مقدم، هم بنیان گذار پیک هاب ورود فعالان لندتک به بازار را دلیلی بر افزایش میزان درخواست شرکت های



بهناز ملکی

beh.maleki.74@gmail.com

حوزه لجستیک معرفی کرد و گفت: «قطعاً وام های خرد اتفاق مثبتی در اقتصاد دیجیتال هستند. هنگامی که فعالان این حوزه وارد بازار شدند، شاهد رشد تعداد درخواست ها در کسب و کارمان بودیم که این رشد در نتیجه افزایش تراکنش در فروشگاه ها بود و به دنبال آن هم تعداد درخواست ها بیشتر شد و گاهی شاهد رشد دوبرابری در یک فروشگاه بودیم. بعد از گفت و گو با این فروشگاه ها متوجه شدیم فروشگاه مدنظر برای مثال با اسنپ پی برای پرداخت اعتباری قرارداد بسته

است.»

خادمی مقدم در ادامه به نکته ای درباره لندتک ها اشاره کرد و گفت: «همان طور که شاهد رشد درخواست ها به تبع وام های خرد هستیم، در ادامه افول درخواست ها را نیز شاهدیم. معمولاً بعد از کمپین های تبلیغاتی یا رسیدن اعطای

بابک عقیلی نسب، مدیرعامل پستکس در ابتدای صحبتش اعطای هرگونه تسهیلات مالی را که به قدرت خرید



شهروندان کمک کند مثبت دانست. او در این باره گفت: «هر وام و کمک مالی جزئی که بتواند قدرت خرید شهروندان را افزایش دهد،

چرخ های اقتصادی کشور را به راه خواهد انداخت. در کشور ما پس انداز ممکن نیست و به دلیل تورم ارزش پولی که امروز پس انداز می شود تا سال آینده کم خواهد شد؛ پس وام خرد به شهروندان کمک می کند اگر امکان خرید نقدی کالایی را ندارند و خریدشان را همان لحظه انجام دهند؛ در نتیجه چرخ اقتصاد کشور به حرکت می افتد.»

او با اشاره به اینکه لجستیک در انتهای زنجیره تأمین قرار دارد، عنوان کرد: «اگر چرخ اقتصاد به حرکت افتد، قطعاً این حوزه نیز تأثیر می پذیرد. همچنین اگر وام های خرد در اختیار فروشگاه های آنلاین برای تأمین ماده اولیه قرار



وام به سقف خود، می‌بینیم که درخواست‌ها به روال قبلی بازمی‌گردند. به‌طور کلی قطعاً بزرگ شدن صنعت لندتک روی لجستیک تأثیر مثبت خواهد گذاشت.» او در ادامه تأکید کرد: «شرکت‌های لندتکی همیشه در نتیجه کمپین‌های تبلیغاتی شاهد رفتار سینوسی مشتریان لجستیک هستند؛ به این صورت که در زمان ارائه وام‌های خرد تعداد مشتریان حوزه لجستیک نیز افزایش پیدا می‌کند، اما با به پایان رسیدن کمپین‌های تبلیغاتی آنها، میزان درخواست مشتریان از شرکت‌های لجستیکی نیز کاهش می‌یابد.»

طراحی وام‌های خرد به اندازه نیاز مشتری‌ها



محمود ولی اسدی، بنیان‌گذار مارکت پلیس پیباکس در ابتدا بیان کرد که لندتک‌ها بر بازار لجستیک تأثیرگذارند، اما اگر لندتک‌ها مبالغ خاصی را پوشش دهند، بر بازار لجستیک تأثیر بیشتری خواهند گذاشت.

اسدی گفت: «برای مثال امکانی برای تسهیلات یک میلیون تومانی نیست؛ این در حالی است که در کشورهای دیگر نوعی کارت اعتباری هست که وام را به اندازه نیاز مشتری ارائه می‌دهد. شرکت‌هایی که اکنون در ایران فعالیت می‌کنند، به‌صورت بلوک‌بندی

خدمات‌شان را ارائه می‌دهند. برای مثال بلوک‌های دو میلیونی، هفت میلیونی و غیره دارند و مشتری در این میان مجبور است بیش از نیازش تسهیلات دریافت کند.»

او با اشاره به دیگر مشکلات تسهیلات خرد گفت: «برخی از مشتریان با ساختار نرم‌افزاری تسهیلات خرد آشنایی ندارند؛ به عبارتی این ساختار به شکلی است که کار کردن با آن برای مشتری کمی مشکل است.»

اسدی تأکید کرد از زمانی که پیباکس فروش اعتباری‌اش را آغاز کرده شاهد تأثیر مثبت در کسب‌وکار خود بوده است. به اعتقاد او به چند روش استفاده از تسهیلات خرد می‌تواند آسان‌تر باشد و یکی بحث ضمانت است. بنیان‌گذار مارکت پلیس پیباکس در این باره گفت: «هر شهروندی باید بتواند در جایی امضایی داشته باشد که حداقل ۱۰ میلیون تومان اعتبار داشته باشد. البته اینها

مسائل زیرساختی است و باید در لایه‌های دولتی پیگیری شود، ولی این مسئله را هم می‌دانیم که در پی شناخت است که اعتبار به وجود می‌آید.»

او افزود: «در ساختار کلی کشور که وسعت بیشتری دارد افراد در بین استان‌ها تصمیم به تجارت کردن می‌گیرند. پس باید یک ساختار کلی وجود داشته باشد و مشخص شود که این تسهیلات خرد دقیقاً به چه کسانی اعطا می‌شود و چطور باز پس گرفته می‌شود.»

اسدی گفت: «فروش اقساطی هم البته چالش‌هایی دارد؛ برای مثال هنگامی که یک فروشگاه فروش اقساطی‌اش را آغاز می‌کند با استقبال خوبی روبه‌رو می‌شود که در نتیجه حمل‌ونقل خوبی هم ایجاد می‌شود، اما ماه‌های بعد باز پرداخت‌ها به مشکل برمی‌خورد و فروشگاه دچار کمبود سرمایه می‌شوند و نمی‌توانند ترافیک خود را حفظ کنند.»

او در پایان تأکید کرد که به‌صورت کلی فروش اقساطی و تسهیلات خرد، اگر روند باز پس‌گیری و ثبت آسانی داشته باشند، در نهایت برای صنعت لجستیک نیز می‌توانند سودآور باشند.

به گفته اسدی، حتی اگر نیمی از پرداخت در فروشگاه‌ها نقدی باشد و نیم دیگر اقساطی، باز هم در میزان فروش و در نهایت بازار لجستیک تغییرات مثبتی خواهیم دید.



از زمانی که پیباکس فروش اعتباری‌اش را آغاز کرده شاهد تأثیر مثبت در کسب‌وکار خود بوده است. به اعتقاد او به چند روش استفاده از تسهیلات خرد می‌تواند آسان‌تر باشد و یکی بحث ضمانت است



تلاش رگولاتوری امارات برای گسترش لندتک

اولین قدم امارات متحده عربی برای رسیدن به استانداردهای جهانی در لندتک، تنظیم مقررات است. فعالیت‌های اقتصادی و مالی در امارات متحده، مگر اینکه به صورت واضح با قوانین شریعت در تضاد باشند، آزادند و دو رگولاتور آن را کنترل می‌کند. اوراق بهادار و فعالیت‌های مرتبط با بازار سرمایه را سازمان اوراق بهادار و کالا و فعالیت‌های بانکی، وام‌دهی و پرداخت را بانک مرکزی تنظیم می‌کند. سازمان تنظیم مقررات خدمات مالی و اداره خدمات مالی دبی نیز بر فعالیت‌های مالی در منطقه آزاد و مرکز مالی بین‌المللی دبی نظارت دارند. این نهادها سعی می‌کنند علاوه بر حمایت از مصرف‌کننده، ثبات مالی امارات را با ایجاد راهکارهای واضح، افزایش نظارت و ترویج وام‌دهی مسئولانه افزایش دهند.

قوانین جدید پلتفرم‌های تأمین مالی

در مارس ۲۰۲۲ قوانین جدید پلتفرم‌های تأمین مالی برای بخش‌های دولتی و خصوصی تصویب شد. بر اساس این قوانین سقف سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذار خرد در یک کسب‌وکار ۱۸۰۰۰ درهم و حداقل سرمایه هر حساب کاربری در پلتفرم‌ها پنج هزار درهم است.

در سپتامبر ۲۰۲۳ نیز بانک مرکزی مقررات جدید شرکت‌های مالی را تصویب کرد که در آن طرح‌های «الان بخر، بعداً پرداخت کن» را با عنوان شکلی از وام‌دهی به رسمیت شناخت. مطابق مقررات امارات متحده، فقط نمایندگان بانک‌ها یا شرکت‌های مالی دارای مجوز و شرکت‌های مالی دارای مجوز محدود، مجاز به ارائه اعتبار کوتاه‌مدت؛ از جمله محصولات BNPL هستند. این مجوز محدود برای دوره‌های سه‌ساله صادر می‌شود. از طرفی برای حمایت هرچه بیشتر از مصرف‌کننده محدودیت‌ها و تدابیر خاصی برای حجم وام‌دهی تعیین شد.

محدودیت اعتبار: هر فردی می‌تواند حداکثر تا ۲۰ هزار درهم یا سه‌برابر درآمد خالص ماهانه‌اش اعتبار دریافت کند.

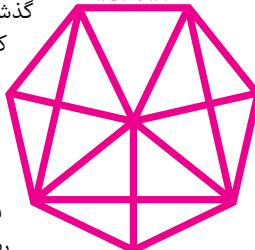
محدودیت کارمزد: کل کارمزدها (شامل هزینه و جریمه) نباید از ۳۰ درصد کل مبلغ اعتبار اولیه تجاوز کند.

ارزیابی اعتبار: اگر کل اعتبار وام‌گیرنده از پنج هزار درهم تجاوز کند، باید تاریخچه مالی فرد بررسی شود.

۱.۴ تریلیون دلار وام P2P برای کسب و کارهای اماراتی

بررسی جایگاه صنعت لندتک
در کشورهای منطقه (بخش دوم)

گزارش
REPORT

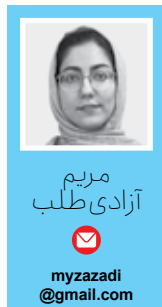


سایت ژوپیتِر ریسرچ، سال گذشته پیش‌بینی کرده بود که تعداد کسانی که از بانکداری دیجیتال استفاده می‌کنند از سال ۲۰۲۰ تا سال ۲۰۲۴ از ۱.۹ میلیارد به ۲.۵ میلیارد نفر خواهد رسید.

در همین راستا پلتفرم‌های وام‌دهی نیز، مانند وام‌دهی همتا به همتا (P2P) و تأمین مالی جمعی جایگزین بانک‌های سنتی خواهند شد.

اقتصاد خاورمیانه هم در این مدت تغییر کرده است. طبق پیش‌بینی‌های مکنزی، انتظار می‌رود درآمد فین‌تک در خاورمیانه و پاکستان تا سال ۲۰۲۵ سه‌برابر شود و میانگین آن بین ۳.۵ تا ۴.۵ میلیارد دلار باشد. در همین گزارش آمده که امارات متحده عربی با بازاری به ارزش ۳.۱۶ میلیارد دلار که پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۹ به ۵.۷۱ میلیارد دلار برسد، پیشروترین کشور در چشم‌انداز فین‌تک این منطقه است.

بانک مرکزی این کشور (CBUAE) به صورت مستمر مقرراتش را برای تقویت همکاری بین بانک‌های سنتی و شرکت‌های فین‌تک به‌روز



مریم
آزادی‌طلب
myzazadi@gmail.com

توسعه زندگی دیجیتال در امارات

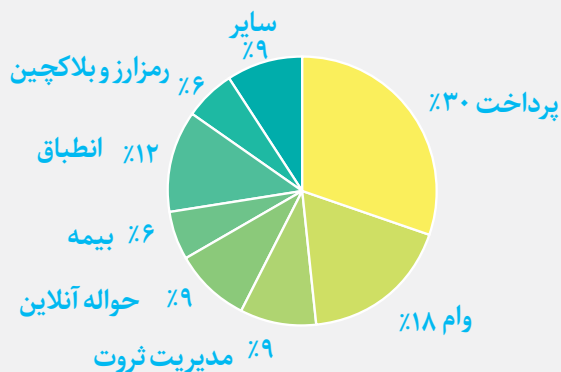
بخش عمده بازار فین‌تک امارات متحده در دست خرده‌فروشی‌های آنلاین است که از سال ۲۰۲۰ وارد فعالیت‌های روزمره زندگی افراد شدند. همچنین گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ ساله نیز بیشترین سهم بازار را در سال ۲۰۲۲ به خود اختصاص داد که به دلیل افزایش جمعیت در سن کار است که ترجیح می‌دهند از خدمات اقتصادی به شکل دیجیتال استفاده کنند.

وام‌دهی مبتنی بر فناوری

یکی از روندهای مدنظر در این کشور حاشیه خلیج فارس، وام‌دهی مبتنی بر فناوری است. بر اساس گزارش صندوق خلیفه، با اینکه ۶۰ درصد از تولید ناخالص داخلی امارات متعلق به بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط (SME) است، بانک‌های سنتی تقریباً ۵۰ تا ۷۰ درصد از درخواست‌های وام آنها برای تأمین مالی را رد می‌کنند؛ درحالی‌که چنین وام‌هایی فقط چهار درصد از اعتبارات بانکی معوق امارات را تشکیل می‌دهند. (میانگین این عدد در منطقه منا ۹.۳ درصد است.)

چنین موانعی باعث شده امارات متحده عربی در حوزه فین‌تک، به‌ویژه وام‌دهی، با تمام انرژی

تصویر کلی از استارت‌آپ‌های فین‌تکی در امارات



۲۹

تعداد کل استارت‌آپ‌های
فین‌تکی در امارات

پرداخت: ۱۰ مدیریت ثروت: ۳ بیمه: ۲ رمزارز و بلاکچین: ۲
وام: ۶ حواله آنلاین: ۳ انطباق: ۴ سایر: ۳



تلاش کند به استانداردهای جهانی نزدیک شده و این خلا را پر کند. طبق گزارش بانک جهانی، انتظار می‌رود ارزش بازار جهانی وام‌دهی P2P تا سال ۲۰۲۴ به ۵۶۶ میلیارد دلار افزایش یابد و منطقه منا با یک چهارم جمعیت جهان و امارات متحده عربی نقش بسیار پررنگی در این رشد خواهند داشت.

Beehive اولین و تنها پلتفرم وام‌دهی همتا به همتا در امارات متحده و منطقه منا است. این شرکت از سال ۲۰۱۴ با سرمایه ۵۴ میلیون دلاری وام‌دهی همتا به همتای آنلاین را شروع کرد و تا سال ۲۰۱۸، نزدیک به ۴۵۰۰ سرمایه‌گذار بیش از ۷۵ میلیون درهم وام ارائه کرده‌اند و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۷ به ۱.۴ تریلیون دلار برسد.

PostPay این شرکت فین‌تک یکی از محبوب‌ترین ارائه‌دهندگان BNPL در دبی است که سال ۲۰۱۹ و با ۳۵ میلیون دلار سرمایه آغاز به کار کرد. این پلتفرم به کاربران امکان می‌دهد پرداخت‌های حجیم را به اقساط ماهانه تقسیم کنند یا با استفاده از برنامه، پرداخت‌های منظم را انجام دهند. ۵۰ درصد از ساکنان امارات متحده عربی کاربران کیف پول دیجیتال PostPay هستند.

Huspy پلتفرم بعدی که در موضوع وام‌دهی مسکن فعالیت می‌کند Husoy است. این شرکت سال ۲۰۱۹ و با ۳۷ میلیون سرمایه فعالیتش را آغاز کرد و طی یک سال با نرخ سالانه بیش از یک میلیارد دلار به معتبرترین ارائه‌دهنده وام مسکن آنلاین در امارات تبدیل شد.

نکته بعدی نوع نگاه فرهنگ امارات به BNPL است. امارات متحده عربی از نظر فرهنگی نسبت به خرید قسطی محافظه‌کار است و آن را تله و تولید بدهکار تلقی می‌کند.

انفجار لندتک در امارات با جمعیت اغلب مهاجر و جوان

با تمام این نکات در بین سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ بازار BNPL امارات متحده عربی به دلیل ظهور پرداخت فوری، افزایش ضریب نفوذ اینترنت (تقریباً ۹۰ درصد)، تراکنش‌های کنترل شده و ایمن با رشد قابل توجهی روبه‌رو شد.

علاوه‌بر اینها امارات ساختار اجتماعی خاصی دارد و محل زندگی افراد مختلفی از ملیت‌های متفاوت با بازه درآمدی گسترده است؛ به‌طوری‌که جمعیت افراد محلی حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد جمعیت کل کشور است. از طرفی منطقه منا بازار جدیدی با جمعیت جوان و آگاه از فناوری است که برای سرمایه‌گذاران اروپایی و آمریکایی بسیار جذاب است. برای مثال در نوامبر ۲۰۲۱، PostPay وارد یک همکاری استراتژیک با بانک تجاری دبی و مسترکارت شد. سال گذشته نیز ZIP (یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های BNPL در استرالیا)، Spotti را به قیمت بیست میلیون دلار خریداری کرد و با همکاری بانک اسلامی ابوظبی اولین کارت اعتباری مجازی BNPL را در امارات راه‌اندازی کرد.

نمونه‌های موفق لندتک در امارات متحده عربی

Tabby این پلتفرم یکی از بازیگران اصلی صنعت BNPL در امارات متحده عربی است و با ویزا همکاری می‌کند.

تأمین مالی جمعی

تأمین مالی جمعی روشی است تا پروژه‌ها با جمع‌آوری مقادیر کمی پول از تعداد زیادی از افراد، معمولاً با اینترنت برای خود سرمایه ایجاد کنند. چهار نوع اصلی تأمین مالی جمعی برای اهداف مختلف جذب سرمایه و انواع پروژه در امارات ممکن است.

- تأمین مالی جمعی مبتنی بر پاداش
- تأمین مالی جمعی مبتنی بر اهدا
- تأمین مالی جمعی مبتنی بر سهام
- تأمین مالی جمعی مبتنی بر وام

الان بخر، بعداً پرداخت کن

اعتبار کوتاه‌مدت در نظام مالی امارات متحده عربی به وام‌هایی گفته می‌شود که به مدت حداکثر ۱۲ ماه برای خرید کالا یا خدمات بدون دریافت وثیقه و سود به وام‌گیرنده تعلق می‌گیرد و شامل BNPL نیز می‌شود. صنعت BNPL مانند سایر نقاط جهان، در خاورمیانه بازار نسبتاً نوپایی دارد و با موانع زیادی روبه‌روست. کشورهای این منطقه مکانیسم مناسبی برای تجهیز اقتصادشان به خدمات مالی پیشرفته‌تر نداشته‌اند و علاوه‌بر این حاشیه خلیج فارس محل زندگی برخی از ثروتمندترین کشورهای جهان است که باعث می‌شود طرح‌هایی مثل خرید اقساطی رواج پیدا نکنند.



کاندیدای وزارت ارتباطات
معرفی شدند

در مسیر عمارت کلاه فرنگی

طبق پیگیری‌های صورت گرفته از اعضای کارگروه انتخاب وزیر فاوا، فهرست اولیه کاندیدای وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به ۸ نفر رسید. پیگیری‌های راه‌پرواخت حاکی از آن است که اعضای کارگروه وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات طی جلسه‌ای که بعد از ظهر امروز برگزار شد ۸ نفر نهایی را از میان ۱۶ گزینه انتخاب کرده‌اند.

ستار هاشمی با ۱۳۵ امتیاز
رضا فرجی دانا با ۱۰۲ امتیاز
اکرم فداکار با ۹۶ امتیاز
رضا باقری اصل با ۸۸ امتیاز
مرتضی براری با ۸۷ امتیاز

به فهرست پنج نفره‌ای که پیش از این منتشر شده نیز، حالا سه نفر دیگر اضافه شده است:

علی حکیم‌جوادی با ۷۰ امتیاز
یاسر رضا خواه با ۵۴ امتیاز
مهرداد تریان با ۴۸ امتیاز

طبق نظر شورای راهبری کمیته‌ها هر کدام می‌توانند بین ۵ تا ۱۰ نفر را پیشنهاد بدهند.

در نظرسنجی نیز که راه پرداخت از بیش از ۱۰۰ تن از فعالان حوزه فاوا از بین ۱۶ کاندیدای وزارت ارتباطات انجام داد نیز رضا باقری اصل با ۲۲ درصد حائز بیشترین رأی در جمع فعالان حوزه فاوا شد و در جایگاه دوم محمد فرجود و محمد علی یوسفی‌زاده قرار گرفت.

اما نکته جالب اینجا بود که تعدادی زیادی از حاضران در این نظرسنجی اعلام کردند که گزینه‌های مورد نظر آنها در این فهرست نبوده است.

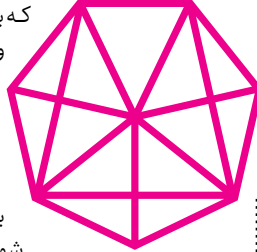
باید دید از میان اسامی مذکور ماموریت مقابله با فیلترینگ و کیفیت پایین اینترنت به عهده چه کسی خواهد بود.



ستار هاشمی یا رضا باقری اصل؟

چه کسی وزیر ارتباطات
و فناوری اطلاعات ایران می‌شود

گزارش
REPORT



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۲
سال چهارم

اینترنت قرار گرفته است. او در مناظره‌های تلویزیونی تأکید کرد فیلترینگ میراثی است که دولت کنونی بر جای گذاشته و ما به اینترنت آزاد نیازمندیم، زیرا اینترنت محل آموزش است. پزشک‌های به مردم وعده داد اگر به قدرت برسد با محدودیت‌های فعلی مقابله خواهد کرد.

از طرفی حضور افرادی همچون محمدجواد آذری جهرمی در کنار پزشک‌های این امید را ایجاد کرد که بار دیگر دوره شکوفایی اقتصاد دیجیتال در کشور شکل گیرد و محدودیت‌های اینترنتی کاهش یابد.

آغاز گمانه‌زنی‌ها و شرایط پیچیده کارگروه انتخاب وزیر فاوا

با پایان انتخابات و پیروزی مسعود پزشک‌های و مشخص شدن اینکه آذری جهرمی قصد ندارد به وزارت فاوا بازگردد، گمانه‌زنی‌ها آغاز شد، ولی مطرح می‌شد که احتمالاً گزینه نزدیک به آذری جهرمی در این سمت قرار خواهد گرفت. یکی از اصلی‌ترین گزینه‌هایی که همان ابتدا برای وزارت فاوا مطرح شد، رضا باقری اصل بود و این تصور شکل گرفت که او به صورت قطعی پس از تأیید مجلس به عمارت کلاه فرنگی خواهد رفت، ولی با تشکیل شورای راهبری و سپس کارگروه‌های انتخاب وزیر،



میثم سلیمانی
سردبیر
msr52004@gmail.com

اوضاع تا حدی تغییر کرد. کارگروه انتخاب وزیر فاوا وضعیت پیچیده‌ای پیدا کرد، زیرا دو نفر از اعضا که برای مشورت وارد کارگروه شده بودند خود را کاندیدای این سمت به کارگروه معرفی کردند و سپس از آن خارج شدند. خروجی این کارگروه نشان داد که نمی‌توان به یک گزینه معطوف بود و گفت که گزینه معرفی به مجلس از قبل مشخص شده یا نه.

گزینه‌های موجود و فهرست نهایی نشان می‌دهد دو گزینه شانس بیشتری برای معرفی به مجلس دارند. اولی رضا باقری اصل است و دیگری ستار هاشمی که

تا یکی دودهم پیش در وزارتخانه‌ای که با عنوان «پست و تلگراف و تلفن» شناخته می‌شد، برای مردم یک سوپرستار شاید در بهترین حالت محمد غرضی به شمار می‌آمد که توانسته بود در بین مردم تا حدی شناخته شود.

جدی‌تر شدن موضوع اینترنت در کشور و ظهور اقتصاد دیجیتال که ذیل وزارتخانه پست و تلگراف و تلفن تعریف می‌شد حتی ماهیت و نام آن را تغییر داد و دیگر وزارتخانه‌ای با این نام وجود ندارد، بلکه نامش وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات است که اکنون بخش فناوری اطلاعاتش پررنگ‌تر از بخش ارتباطات شده؛ زیرا در دنیای امروز اگر زیرساخت و فناوری وجود نداشته باشد عملاً ارتباطات نیز زیر سؤال می‌رود.

اکنون اینترنت نیازی حیاتی برای مردم ایران شده؛ به نحوی که برای مردم به اندازه انتخاب وزیر امور خارجه و وزیر اقتصاد مهم است که چه کسی بر مسند وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات قرار می‌گیرد، زیرا آنها می‌دانند وزیر ارتباطات با یکی از کالاهای سبد خانوار آنها سروکار مستقیم دارد. مردم در این سال‌ها از یک طرف طعم اینترنتی را چشیدند که توانست تا حد زیادی به آسایش و رفاه و حتی اشتغال آنها کمک کند و از طرف دیگر قطعی یا اختلال اینترنت در کشور را تجربه کردند که نشان داد تا چه حد می‌تواند آزاردهنده باشد.

پزشک‌های و وعده رفع مشکلات اینترنت

یکی از موضوعاتی که شاید مسعود پزشک‌های را به ریاست جمهوری رساند و مردم به او اعتماد کردند وعده رفع مشکلاتی بود که در این سال‌ها بر سر راه

تمامی شواهد نشان می‌دهد که احتمالاً رضا باقری اصل و ستار هاشمی اصلی‌ترین گزینه‌های حضور در وزارت ارتباطات هستند و یکی از این دو وزیر آینده ارتباطات کشورمان خواهد بود. در یک جمع‌بندی

چه کسی شانس بیشتری دارد؟



هر دو در ارزیابی‌های کارگروه رتبه‌های بیشتری کسب کرده‌اند و سابقه اجرایی آنها در حوزه‌های مختلف فناوری اطلاعات شفاف و روشن است و شاید هر کدام اگر بخواهد یک پله ارتقای رتبه پیدا کند، جایگاه بعدی‌اش وزارت است. این دو در طول سال‌ها نشان داده‌اند در سمت‌های قبلی جایگاه فنی قابل قبولی داشته‌اند.

اگر بخواهیم این بررسی را از رضا باقری اصل آغاز کنیم، او فردی است که از جایگاه کارشناسی رشد کرده، در مجلس حضور داشته، در سازمان بورس فعالیت کرده و در دولت و وزارت ارتباطات سال‌ها بوده و توانسته ارتباط مؤثری با بخش خصوصی برقرار کند.

باقری اصل شناخت بسیار خوبی از کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال دارد و توانسته در حوزه‌های مختلف در رشد استارت‌آپ‌ها و رگولاتوری حوزه‌هایی که در آن چالش‌های جدی وجود داشته نقش آفرینی کند و همواره در موضوعات و اختلافات بین دستگاهی در طرف کسب و کارها قرار گرفته است. گواه این ادعا را می‌توان در نگاه فعالان کسب و کاری حوزه اقتصاد دیجیتال به باقری اصل دید و شاید کمتر کسی نظر منفی درباره او داشته باشد.

برنامه هفتم توسعه و ضرورت سهم ۱۵ درصدی اقتصاد دیجیتال

نگاه باقری اصل به موضوع برنامه هفتم بسیار قابل توجه است. زیرا او معتقد است سهم ۱۵ درصدی اقتصاد دیجیتال در تولید ناخالص ملی کشور، نه یک رقم نمایشی، بلکه یک ضرورت در کشور است که باید به آن دست پیدا کنیم. او همچنین معتقد است برای تحقق این هدف باید طی پنج سال حدود هزار همت سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصاد دیجیتال انجام شود.

او معتقد است دولت نمی‌تواند این عدد را تأمین کند، اما

می‌تواند بسترهای آن را فراهم کند تا سرمایه‌گذار وارد این فضا شود و به این هدف برسیم و این کار دور از دسترس نیست. باقری اصل معتقد به جذاب کردن این فضا برای سرمایه‌گذاری است و می‌گوید دولت باید لایه هسته را که زیرساخت‌ها هستند تأمین کند و این کار، بخشی از سرمایه‌گذاری حدود صدهمتی در این حوزه است که شامل FTTX می‌شود. در بخش پلتفرمی نیز دولت با همکاری بخش خصوصی باید بستری فراهم کند. در نهایت بخش عمده کار بر دوش بخش خصوصی است.

اعتقاد به رگولاتوری چابک

باقری اصل به تأمین مالی و تغییر در مدل‌های سرمایه‌گذاری معتقد است. او دو سال پیش در گفت‌وگویی در نمایشگاه الکامپ گفت: «ما ۷۳ چالش در بخش کسب و کار به همراه فعالان و نهادهای صنفی استخراج کردیم که اگر بتوانیم ۵۰ درصد این چالش‌ها را حل کنیم می‌توانیم به اهداف برنامه هفتم دست یابیم». او از مهم‌ترین این چالش‌ها به بررسی شدن و شناسایی و به رسمیت شناختن دارایی‌های دیجیتال اشاره کرد. همچنین در گفت‌وگویی با هفته‌نامه کارنگ در تیرماه ۱۴۰۱ بر رگولاتوری چابک تأکید کرد.

نگاه فناوریانه برای حضور در وزارت ICT

روی دیگر این ماجرا ستار هاشمی است که توانسته امتیاز قابل توجهی از کارگروه انتخاب وزیر فاوا کسب کند. او نیز در طول سال‌ها فعالیت نشان داده مدیری فنی در عرصه‌های مختلف بوده و توانسته در هر سمتی اثرگذار باشد. شاید بتوان منشأ اثرگذاری او را از حضورش در سازمان ثبت دانست. ستار هاشمی بعد از خداحافظی از وزارت ارتباطات در دولت سیزدهم به سازمان ثبت اسناد کشور رفت و سمت معاونت توسعه فناوری و خدمات الکترونیک ثبت را به

عهده گرفت.

از سال ۱۴۰۰ و بعد از حضور هاشمی در سازمان ثبت اسناد کشور شاهد تحول جدی در حوزه فناوری بودیم. هاشمی با رویکردی وارد سازمان ثبت شد تا روند سنتی موجود در بحث ثبت اسناد را متحول کند. بحث سند الکترونیکی ملکی یکی از اقداماتی بود که او پیش برد تا بتواند فضای جدیدی ایجاد کند.

ثبت امضای دیجیتال نیز یکی دیگر از اقداماتش محسوب می‌شود که در سازمان ثبت اجرا کرد. هاشمی با توجه به تخصصش در حوزه هوش مصنوعی، همواره نگاه متفاوتی در بحث فناوری داشته و تمایل دارد ابزارهای فناوری را به صورت عملیاتی پیاده‌سازی کند.

نسل پنجم اینترنت

ستار هاشمی از افرادی بود که در زمان داشتن مسئولیت در وزارت ارتباطات، با ورود فناوری ۵G در جهان، درباره آن صحبت می‌کرد و از کاربرد آن می‌گفت و معتقد بود اگر می‌خواهیم در بحث جراحی از راه دور اقدام کنیم، نیازمند بستر نسل پنجم اینترنت هستیم تا اینترنت بدون قطعی و اختلال فعال شود.

او بحث اینترنت نسل پنجم را یک زنجیره می‌بیند که در کنار آن باید زیرساخت تأمین انرژی فراهم شود تا با کیفیتی مناسب بتوان سرویس ارائه داد و از دل این فضا و زیرساخت‌ها یک اکوسیستم شکل داد و به فکر کسب و کارهای نوین بود. با توجه به تخصص ستار هاشمی در هوش مصنوعی، از همان ابتدای بحث بر سر این موضوع و داغ شدن این فضا معتقد بود باید اقدامی مؤثر انجام داد. هاشمی بر این باور است که ظرفیت هوش مصنوعی و زیرساخت‌های ارتباطی و محصولات آنها باید کنار یکدیگر رشد کنند و بالغ شوند.

توسعه جدی پیدا کند. هرچند باید صبر کرد و دید که چه کسی برای سمت وزیر ارتباطات به مجلس معرفی می‌شود، اما می‌توان این موضوع را در نظر گرفت که رضا باقری اصل، با توجه به شناختی که از فضا دارد، برای گرفتن رأی اعتماد در مجلس کار راحت‌تری داشته باشد.

توجه به تجربه طولانی مدت در بخش قانون‌نویسی و اجرا رگولاتوری محور و چابک بر شمرده که این نگاه می‌تواند برای کسب و کارهای این حوزه قابل توجه باشد و از طرفی نگاه ستار هاشمی فناوری محور است و اگر او وزیر شود می‌توان امید داشت که اینترنت نسل پنجم در کشور

بین این دو گانه ابتدا باید خوشحال بود افرادی که وارد این فهرست شده‌اند قطعاً توانایی حضور در این سمت را دارند. اما این دو گزینه نگاه‌های اجرایی‌تری به این مقوله دارند. بین نگاه باقری اصل و ستار هاشمی نیز تفاوت‌هایی وجود دارد که شاید بتوان باقری اصل را با



درآمد ۲ هزار میلیارد تومانی
توسعه دهندگان از ارائه
محتوای کافه بازار

گزارش عملکرد کافه بازار در سال ۱۴۰۲

پلتفرم کافه بازار گزارش عملکرد خود در سال ۱۴۰۲ را منتشر کرد. در این گزارش عنوان شده که تعداد کاربران ثبت نامی در این پلتفرم تا پایان سال ۱۴۰۲ بیش از ۵۵ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر بوده و رکورد نصب روزانه نیز عدد ۷.۸ میلیون عنوان شده است. این پلتفرم سهم نصب برنامه‌ها از داخل کافه بازار را ۹۲ درصد اعلام کرده است.

توسعه دهندگان در کافه بازار

در این گزارش آمده در سال گذشته تعداد توسعه دهندگان بازی در این پلتفرم بیش از ۵ هزار نفر بوده و ۲۵ هزار نفر نیز توسعه دهندگان ایرانی برنامه بوده‌اند. در این میان ۳ هزار توسعه دهنده به صورت مشترک در زمینه برنامه و بازی فعالیت کرده‌اند. براساس گزارش منتشر شده، در سال گذشته ۵.۵ میلیون نفر خریدار محتوای دیجیتال از این پلتفرم بوده‌اند که در مجموع ۴۶ میلیون تراکنش موفق داشته‌اند. همچنین مجموع درآمد توسعه دهندگان فعال در این پلتفرم طی سال گذشته ۲۰ هزار میلیارد ریال عنوان شده است.

انتشار ۱۲۴ هزار بازی در یک سال

در سال ۱۴۰۲ تعداد ۱۲۴ هزار بازی در کافه بازار منتشر شده که از این میان ۱۲ هزار بازی ایرانی بوده‌اند. همچنین از ۲۶۵ هزار برنامه منتشر شده سهم ایرانی‌ها ۱۰ هزار برنامه بوده است.

بازی‌های بدون نیاز به نصب

در این گزارش همچنین آماری درباره بازی‌های بدون نیاز به نصب که تجربه جدیدی در کافه بازار به شمار می‌آیند ارائه شده است. کافه بازار ۳۰۰ بازی بدون نصب به کاربران خود ارائه داده است. این بازی‌ها ۱.۸ میلیون کاربر فعال ماهانه داشته‌اند که در مجموع بیش از ۳۶ میلیون دقیقه در ماه وقت‌شان را با این بازی‌ها سپری کرده‌اند. یک کاربر در یک روز ۱۳ ساعت از زمانش را صرف این بازی‌ها کرده و در این زمینه رکورددار است.

آفود، دارتیل و آکالا ری برند می شوند

سوپر اپلیکیشن تپسی شروع به کار می کند

سیدحسینی درباره این اکوسیستم گفت: «این اکوسیستم متشکل از تمام اپلیکیشن‌های گروه گلرنگ است و قرار است از این به بعد خدمات آکالا، تپسی، آفود، دارتیل، الوپیک، زپ و تارا را در قالب یک سوپر اپلیکیشن دریافت کنیم. به همین منظور سه اپلیکیشن آفود، دارتیل و تا پایان سال آکالا ری برند می شوند و با نام‌های تپسی فود، تپسی شاپ و سرویس سوپرمارکتی تپسی فعالیت‌شان را آغاز می کنند.»

سیدحسینی همچنین به طور رسمی اعلام کرد که از امروز گروه تپسی کار خود را به صورت رسمی آغاز می کند.

آغاز فعالیت تپسی فود در مشهد

مدیرعامل تپسی اعلام کرد که تپسی فود برای بخشی از کاربران مشهد و تپسی شاپ نیز از نیمه اول مرداد فعال می شوند. او مهم ترین دغدغه گروهش را تجربه کاربران فعلی این نرم افزارها و کاربرانی دانست که در آینده به این خدمات روی می آورند.

رشد دوبرابری تپسی توقعی منطقی است

گروه تپسی که با هدف یکپارچه کردن کسب و کارهای پلتفرمی زیر یک چتر واحد و هم افزایی این شرکت‌ها برای توسعه اکوسیستم اقتصاد دیجیتال تشکیل شده، تصمیم گرفته تا پایان سال با گسترش بازارهای جدید از طریق ارائه سرویس‌های اقتصادی و تمرکز بر توسعه پیک و گاراژ، درآمدش را تا دوبرابر رشد دهد و برای کاربران تپسی به کمک ارتباط بین کسب و کارهای آنلاین و آفلاین ارزش جدیدی خلق کند.

سیدحسینی ۱۴۰۳ را سال ویژه‌ای برای تپسی خواند و رشد دوبرابری گروه تپسی را بر اساس گزارش‌های مالی این شرکت که در کدال منتشر شده، توقعی منطقی دانست و گفت: «ما در دوره اخیر از تمام رکوردهای گذشته تپسی عبور کردیم و نسبت به دوره قبل و حتی سال گذشته ۷۰ تا ۸۰ درصد رشد داشتیم.»

تپسی فای مجوز فعالیت دریافت نکرد

مدیرعامل تپسی در پاسخ به این سؤال که چرا برای تپسی فای اطلاع رسانی نشد و این محصول چه سرنوشتی پیدا کرد، گفت: «تپسی فای برای جذب سرمایه‌های خرد راه اندازی شد، اما برای این کار باید مجوز مدیریت دارایی را دریافت می کردیم که آن زمان نداشتیم و نتوانستیم این مجوز را

مصطفی سیدحسینی، مدیرعامل تپسی روز یکشنبه ۳۱ تیرماه در یک نشست خبری از سوپر اپلیکیشن تپسی رونمایی کرد. سیدحسینی پس از خرید تپسی توسط گلرنگ و کناره گیری میلاد منشی پور از سمت مدیرعاملی، به عنوان مدیرعامل در این مجموعه فعالیت خود را آغاز کرده است.

او در این نشست خبری از برنامه‌های جدید تپسی و مسیر آینده این پلتفرم به سمت سوپر اپلیکیشن شدن گفت.

گلرنگ می خواهد یک پنجم درآمدش از اقتصاد دیجیتال باشد

سیدحسینی در ابتدای سخنانش به تاریخچه تپسی و مسیری که از سال ۱۳۹۵ تا سال ۱۴۰۲ پیموده، اشاره کرد و گفت: «گروه گلرنگ برای نزدیک شدن به مشتری و بهبود تجربه کاربری مشتریان، با خرید سهام شرکت‌هایی مثل تپسی و الوپیک، وارد اکوسیستم دیجیتال شده است.»

او ادامه داد: «استراتژی ما این بود که از هر راه میان بری برای ورود به این اکوسیستم بهره ببریم و استفاده از شبکه گسترده کاربران تپسی یکی از این میان برها بود.»

گلرنگ در چند سال گذشته پلتفرم‌های مختلفی را وارد فضای سرمایه گذاری اش کرده که شبکه متصل کاملی از خرده فروشی، تجارت الکترونیکی و لجستیک را تشکیل می دهند. سیدحسینی چشم انداز گلرنگ برای این اکوسیستم دیجیتال تا سال ۱۴۱۰ را در چهار هدف زیر خلاصه کرد:

استفاده از فرصت‌های موجود در حوزه اقتصاد دیجیتال

رساندن سهم درآمدی گروه گلرنگ از اقتصاد دیجیتال به یک پنجم کل درآمد گروه افزایش قدرت انتخاب کاربران افزایش کیفیت ارائه خدمات با ایجاد رقابت

گلرنگ به دنبال شکل دادن اکوسیستم دیجیتال خود

مصطفی سیدحسینی نقش تپسی برای رسیدن به اهداف گفته شده را بسیار اساسی دانست و اشاره کرد که تیم متخصص و زیرساخت‌های فنی مناسب تپسی به گلرنگ کمک می کند اکوسیستم دیجیتال مدنظر خود را شکل دهد. در همین راستا از هویت جدید گروه تپسی، که هویتی راهبردی و تسهیلگر و ناظر بر اکوسیستم دیجیتال گلرنگ است، پرده برداری شد.



مریم
آزادی طلب
myzazadi@gmail.com



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۲
سال چهارم



گزارش عملکرد پلتفرم
سلامت آنلاین بقراط در سال
۱۴۰۲ منتشر شد

۱۲ هزار دقیقه قطعی سامانه‌های نسخ آنلاین

پلتفرم بقراط که در حوزه سلامت آنلاین فعال است، گزارش عملکرد خود را در سال ۱۴۰۲ منتشر کرده است. بر اساس این گزارش، نرم‌افزار مدیریت مراکز درمانی بقراط در سال ۱۴۰۲ نسبت به سال گذشته ۳۰ درصد رشد را تجربه کرده است. داده‌های این گزارش بیان می‌کند که طرح کلینیک بقراط ۶۰ درصد و طرح مطب این پلتفرم ۲۷ درصد در قیاس با سال گذشته رشد داشته است.

سهام اندک ویزیت غیر حضوری

در بخشی از این گزارش که سهم استفاده از ویزیت آنلاین، تلفن، متنی و حضوری را مورد بررسی قرار داده، ۹۸.۴۶ درصد از سهم انواع ویزیت به ویزیت حضوری رسیده است. بر اساس این اطلاعات اعتماد به جریان سلامت دیجیتال، مخصوصاً در حوزه ویزیت غیر حضوری درصد بسیار پایینی دارد. مواردی مانند دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی، به طور ویژه اینترنت پایدار می‌تواند در میزان استقبال کاربران از خدمات ویزیت غیرحضور مؤثر باشد.

قطعی سامانه نسخه‌نویسی چالش بخش خصوصی

در بخشی از گزارش سال ۱۴۰۲ که مربوط به نسخه‌نویسی بقراط است؛ به قطعی سامانه‌های بیمه سلامت و تامین اجتماعی اشاره شده است. بر اساس آمار پلتفرم بقراط در ۱۴۰۲ بیش از ۱۲ هزار دقیقه این دو سامانه با قطعی همراه بوده‌اند که بیش از ۳۷۰ مورد از این قطعی‌ها در زمان اوج ثبت نسخه، به بیش از ده دقیقه رسیده است. با وجود گذشت بیش از ۳ سال از اجباری شدن نسخ الکترونیکی هنوز زیرساخت اصلی از سمت دولت به شکل درستی تامین نشده و در مواردی این موضوع به چالش بزرگ بخش خصوصی تبدیل شده است. گزارش سال ۱۴۰۲ پلتفرم سلامت دیجیتال بقراط در بخش‌های دیگر اطلاعاتی درباره نسخ ثبت شده در این پلتفرم، درصد رشد پرونده الکترونیک، تخصص‌های پرمراجعه در انواع و مشاوره و دیگر نکات مورد توجه داشته که با مراجعه متن کامل گزارش امکان مطالعه و تحلیل آن وجود دارد.



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۳
سال چهارم



اُکالا را از دست دادیم و برای بازگرداندن کاربران به سمت خودمان تصمیم گرفتیم در خریدهای پرتکرار با حمل رایگان، وفاداری کاربر به پلتفرم را افزایش دهیم و با این خدمت در بازار رشد خوبی داشتیم. در ادامه نیز تا جایی که حمل رایگان بهترین گزینه برای رشد در بازار باشد از آن استفاده می‌کنیم.»

امنیت پلتفرم‌های تپسی

با توجه به حمله‌های سایبری یک سال اخیر به پلتفرم‌ها از جمله خود تپسی، سیدحسینی یکی از دغدغه‌های اصلی گلرنگ از روزهای اول ورودش به تپسی را امنیت کسب و کارهای سوپر اپلیکیشن تپسی برشمرد و گفت: «ارتقای سطح امنیتی تپسی به منابع مالی و زیرساخت‌های مخصوص سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نیاز داشت که از روزهای اول با سرمایه‌گذاری مناسب به این مسئله توجه کردیم.»

او ادامه داد: «حدود دو هفته پیش با سرمایه‌گذاری مناسب موفق شدیم گواهی ISMS دریافت کنیم و هنوز هم جزو اولویت‌های ماست و به صورت هفتگی مسیر بهبود و رشد در حوزه امنیت را بررسی می‌کنیم، زیرا در گذشته آسیب جدی وارد شده و اگر در آینده چنین اتفاقی تکرار شود، ضرر جدی‌تری به کسب و کار و کاربران می‌زند.»

بگیریم. تیم توسعه این محصول بر این عقیده بودند که ابتدا سرویس را راه‌اندازی کنند و سپس مجوز بگیرند که متأسفانه این اتفاق رخ نداد و محصول مجوز لازم برای فعالیت را اخذ نکرد.»

تارا بنا نیست نقش اسنپ‌پی را برای تپسی بازی کند

سیدحسینی در پاسخ به این سؤال که آیا تارا نقش اسنپ‌پی را برای تپسی ایفا می‌کند، گفت: «تأمین مالی سرویس اعتباری تپسی را تارا انجام می‌دهد، اما بنا نیست نقش اسنپ‌پی را بازی کند.» او با اشاره به اینکه قصد ورود به حوزه اعتباری و مالی را ندارند، توضیح داد: «تلاش می‌کنیم از خدمات دیگر کسب و کارهای تخصصی این حوزه و سرویس‌هایی که تارا توسعه می‌دهد استفاده کنیم. تأمین‌کننده سیستم اعتباری تپسی، تارا است که از کیف پول‌های خود تارا مجاز است و شما می‌توانید با API تارا از این خدمات استفاده کنید.»

حمل رایگان؛ راهی برای افزایش سهم بازار اکالا

مدیرعامل تپسی در پاسخ به این سؤال که آیا حمل رایگان در قسمت لجستیک یک رویکرد گذرا است یا گزینه‌ای دائمی در این اکوسیستم، توضیح داد: «ما در برهه‌ای از زمان سهم بازار

در دوره اخیر از تمام
رکورد‌های گذشته
تپسی عبور کردیم
و نسبت به دوره قبل
و حتی سال گذشته
۷۰ تا ۸۰ درصد رشد
داشتیم



بازی های کریپتویی؛ عامل اصلی دستیابی تلگرام به ۹۵۰ میلیون کاربر فعال

تلگرام به تازگی اعلام کرد که تعداد کاربران آن به ۹۵۰ میلیون نفر افزایش پیدا کرده است. این رشد چشمگیر که توسط پاول دوروف، مؤسس و مدیرعامل تلگرام اعلام شد، نشان دهنده جهشی ۵۰ میلیون کاربری از اوایل بهار سال جاری است. گسترش سریع استفاده از این پلتفرم، تاحد زیادی به دلیل افزایش محبوبیت بازی های رمزنگاری بر روی آن است. افزایش تعداد کاربران تلگرام همزمان با رونق بازی های مبتنی بر بلاکچین است که از این اپلیکیشن به عنوان پلتفرم اصلی خود استفاده می کنند. این بازی ها اغلب از شبکه باز (TON) استفاده می کنند، سیستمی بلاکچینی که ابتدا تلگرام آن را توسعه داد، اما پس از مدتی به عنوان پروژه ای open-source به توسعه دهندگان خارجی واگذار کرد.

← سرمایه گذاران و بازی های تلگرامی

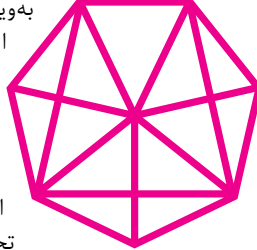
روند رشد بازی های کریپتو در تلگرام نیز توجه سرمایه گذاران را به خود جلب کرده است. پلتفرم باز (TOP) که یکی از توسعه دهندگان برجسته در اکوسیستم TON است، اخیراً در استودیو پلوتو، خالق بازی Catizen، سرمایه گذاری کرده است. این بازی تاکنون ۲۵ میلیون بازیکن را جذب کرده است که نشان از محبوبیت مداوم بازی های رمزنگاری مبتنی بر تلگرام است. ترکیبی از بازی های آسان، وعده پاداش های ارزهای دیجیتال و پایگاه کاربری بزرگ تلگرام، زمینه مناسبی برای شکوفایی این بازی ها فراهم کرده است. با نزدیک شدن تلگرام به نقطه عطف یک میلیارد کاربر، واضح است که استقبال این پلتفرم از بازی های رمزنگاری نقش مهمی در رشد آن دارد.



به کدام رسانه ها می توان اعتماد کرد؟

معرفی بهترین منابع خبری تخصصی رمزارز جهان
در سال ۲۰۲۴

گزارش
REPORT



شماره ۱۴۴
مهر ۱۴۰۳
سال چهارم

محبوبیت و فراگیری رمزارزها، به ویژه بعد از موضوع ایردراپ های تلگرامی، تقاضای گسترده ای برای دریافت اطلاعات و تحلیل های قابل اعتماد ایجاد کرده است. در این میان، رسانه ها نقش حیاتی در ارائه اخبار موثق، آموزش سرمایه گذاری درست و آگاهی بخشی در برابر کلاهبرداری در چشم انداز پیچیده این حوزه ایفا می کنند. افزایش علاقه مندان به بازار کریپتو باعث شده تولید محتوا در این حوزه نیز بیشتر شود و سایت ها، خبرگزاری ها، اینفلوئنسر ها و همه افرادی که رسانه ای دارند درباره رمزارزها صحبت کنند. اینجاست که تمایز بین منابع خبری معتبر و منابع غیر قابل اعتماد چالش برانگیز می شود.



نگار حاتمی

Info
@Karangweekly.ir

◀ ۱۲ رسانه معتبر خارجی در حوزه رمزارز

در ادامه رسانه های معتبر جهانی در حوزه رمزارزها معرفی شده که ویژگی های مطرح شده را دارند. چه تازه کار باشید و چه باتجربه این حوزه، این راهنما به شما در پیدا کردن بهترین منابع خبری ارزهای دیجیتال در سال ۲۰۲۴ کمک می کند.

CoinDesk (کوبین دسک):

یکی از بزرگ ترین و محبوب ترین رسانه های حوزه رمزارز جهان است که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد و شامل مقالات خبری، ویدئوها، پادکست ها و خبرنامه هایی برای دریافت اخبار فوری و نظرات کارشناسان است. کوبین دسک یک رسانه بین المللی در حوزه رمزارزهاست که در ماه حدود شش میلیون بازدیدکننده دارد.



UToday (یوتودی):

یک سازمان رسانه ای جهانی مستقر در دبی



◀ اهمیت رسانه های معتبر در حوزه رمزارز

رسانه ای معتبر و قابل استناد است که برخی ویژگی های حداقلی را داشته باشد. ارائه اطلاعات دقیق و بی طرفانه، شفافیت و پاسخگویی و آموزش

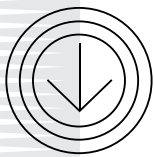
بر اساس گزارش های فدرال رزرو

کلاهبرداری های
رمزارزی در آمریکا
شصت برابر افزایش
یافته

کلاهبرداری در رمزارزها با فراگیری آنها هر روز بیشتر می شود و هر سال رکورد می زند. بر اساس گزارش های فدرال رزرو، از ابتدای سال ۲۰۲۱ تا سال ۲۰۲۲ بیش از ۴۶ هزار نفر در آمریکا ادعا کرده اند از آنها کلاهبرداری رمزارزی شده و بیش از یک میلیارد دلار از دست داده اند. این ضررها در دو سال گذشته تقریباً شصت برابر بیشتر از سال ۲۰۱۸ بوده؛ به طوری که میانگین ضرر هر فرد ۲۶۰۰ دلار است. کمیسیون تجارت فدرال اشاره می کند بیت کوین (۷۰ درصد)، تتر (۱۰ درصد) و اتریوم (۹ درصد) برترین ارزهای دیجیتالی هستند که افراد برای پرداخت به کلاهبرداران از آنها استفاده کرده اند.

◀ سوء استفاده از شبکه های اجتماعی

تقریباً نیمی از افرادی که از ابتدای سال ۲۰۲۱ ضرر رمزارزی ناشی از کلاهبرداری را گزارش کرده اند، می گویند این کلاهبرداری با نوعی پیام در یک پلتفرم شبکه اجتماعی آغاز شده است. بر اساس این شکایت ها، اینستاگرام (۳۲)



سهیل نیکزاد، رئیس هیئت مدیره «کیوسک»:

اجلاس دایا؛ فرصتی برای به کارگیری بلاکچین

اولین اجلاس دایا که به منظور آشنایی کسب و کارها با حوزه بلاکچین طراحی شده، ۲۵ مردادماه در شیراز برگزار می شود. در این رویداد که کسب و کارهای مطرح استان فارس و فعالان صنعت پولی و بانکی شرکت می کنند، افراد شاخص حوزه بلاکچین و رمزارز در میزگردهایی سخنرانی خواهند کرد. یکی از این فعالان سهیل نیکزاد، رئیس هیئت مدیره صرافی کیوسک است. نیکزاد درباره این رویداد گفت: «این اجلاس برای اکوسیستم بلاکچین کشور مفید خواهد بود، زیرا برای افراد مشغول در صنایع مختلف، ضمن تشریح این فناوری، فرصتی ایجاد می کند تا از آن در صنایع شان استفاده کنند. همچنین خود توکن دایا را به عنوان یک نمونه موفق که از فناوری بلاکچین استفاده کرده به افراد معرفی می کند.»

توکن سازی دارایی ها

رئیس هیئت مدیره صرافی کیوسک با اشاره به موضوعاتی که قرار است در این اجلاس مطرح شود گفت: «قرار است درباره توکن سازی دارایی ها و توکن های بایستوانه و کاربرد آنها در کسب و کارها صحبت کنیم. می خواهیم به افرادی که امکان سرمایه گذاری روی چنین پروژه هایی را دارند بگوییم که این فرصت را از دست ندهند. تلاش می کنم در این حوزه اعتمادسازی کنم تا کسب و کارهایی راه اندازی بشود و این فناوری در آنها بومی شود.»



شماره ۱۴۴
مهرماه ۱۴۰۳
سال چهارم

بر برنامه های غیرمتمرکز (DeFi) در اکوسیستم اتریوم تمرکز دارد.

Cointelegraph (کوین تلگراف):

کوین تلگراف یکی از منابع پیشرو در زمینه رسانه های دیجیتال مستقل است که طیف گسترده ای از اخبار فناوری بلاکچین، دارایی های رمزنگاری و روندهای نوظهور در فناوری مالی (فین تک) را پوشش می دهد.

Daily Hodl (دیلی هودل):

یک سازمان خبری مستقل است که اقتصاد دیجیتال را پوشش می دهد و اطلاعات شفافی از بنیان گذاران آن در سایتش وجود دارد.

Bitcoin.com

(بیت کوین دات کام):

خبرگزاری بیت کوی دات کام یک پلتفرم خبری، آموزشی و معاملاتی است که با هدف آشنایی بیشتر با ارزهای دیجیتال راه اندازی شده است. این سایت در سال ۲۰۱۵ آغاز به کار کرد و هدفش از همان ابتدا این بود که بتواند منبعی برای اخبار و اطلاعات، به ویژه برای تازه واردان دنیای رمزارز باشد.

CryptoSlate

(کریپتواسلایت):

یک پلتفرم خبری و رسانه ای مستقل است که در سال ۲۰۱۸ تأسیس شده و بر رمزارزها، فناوری بلاکچین و صنعت دیفای (DeFi) تمرکز دارد. این رسانه به دلیل تعهد خود به خبرنگاری بی طرفانه و ارائه محتوای باکیفیت تحسین شده است.

Cryptonews (کریپتونوز):

یک وب سایت خبری و آموزشی است که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شده و تمرکزش روی ارزهای دیجیتال، بلاکچین و فناوری های مرتبط با آن است. این سایت بیش از دو میلیون بازدید ماهانه دارد و هدفش پوشش جامع، دقیق، به موقع و عمیق راجع به تمام جنبه های ارز دیجیتال است.

است که علاوه بر پوشش اخبار و موضوعات داغ، مصاحبه هایی با افراد سرشناس حوزه رمزارز، راهنماهایی درباره ارزهای دیجیتال مانند بیت کوین و اتریوم و تحلیل قیمت ارزهای مختلف دارد.

Decrypt (دی کریپت):

در سال ۲۰۱۸ تأسیس شد و یکی از معتبرترین منابع خبری ارزهای دیجیتال شناخته می شود. این رسانه شامل اخبار فوری ارزهای دیجیتال و دوره های رایگان برای مبتدی هاست.

The Block (بلاک):

این سایت شامل اخبار فوری رمزارز، گزارش های تحقیقاتی عمیق و داشبوردهای داده ای است که معیارهای درون زنجیره ای را نشان می دهد. این سایت اخیراً یک سرویس اشتراک مبتنی بر ارز دیجیتال راه اندازی کرده که با قفل کردن رمزارز ACS، می توانید پاداش دریافت کنید و به محتوای ممتاز در The Block دسترسی یابید.

Bitcoin Magazine

(بیت کوین مگزین):

این رسانه در سال ۲۰۱۲ برای به اشتراک گذاشتن اخبار و نظرات کارشناسان درباره بیت کوین تأسیس شد. برخلاف سایر رسانه های این فهرست، Bitcoin Magazine همچنان بر بیت کوین تمرکز دارد و اخبار سایر ارزهای دیجیتال را منتشر نمی کند.

The Defiant (دیفاینت):

یک خبرنامه و پادکست است که کامیلا روسو، روزنامه نگار سابق مالی بلومبرگ آن را تأسیس کرده است. این رسانه بیشتر بر اکوسیستم DeFi و محتوای طولانی مدت تمرکز دارد؛ از جمله مصاحبه با افراد برجسته در DeFi و تجزیه و تحلیل پروتکل های مختلف این حوزه.

Bankless (بنک لس):

یک خبرنامه و پادکست است که رایان شان آدامز و دیوید هافمن تأسیس کرده اند. این رسانه اغلب

ضررهای کلاهبرداری رمزارزی هستند و پس از آن کلاهبرداری های جعلی هویت کسب و کار و دولت قرار دارند که به گفته کمیسیون تجارت فدرال، اغلب با پیام های جعلی که ادعا می شود از شرکت های فناوری مانند آمازون یا مایکروسافت هستند، آغاز می شوند.

کمیسیون تجارت فدرال گزارش می دهد افراد ۲۰ تا ۴۹ ساله در مقایسه با گروه های سنی بالاتر، بیش از سه برابر بیشتر در معرض باخت رمزارز در برابر یک کلاهبردار بوده اند. کمیسیون تجارت فدرال برای جلوگیری از کلاهبرداری می گوید مردم باید درک کنند که سرمایه گذاری های رمزارزی هرگز بازدهی تضمینی ندارند. آنها باید از توافقات تجاری که نیازمند خرید رمزارز است، اجتناب کنند و مراقب معاشرت های عاشقانه ای باشند که با درخواست رمزارز همراه است.

درصد)، فیس بوک (۲۶ درصد)، واتساپ (۹ درصد) و تلگرام (۷ درصد) مهم ترین پلتفرم های مرتبط با این کلاهبرداری ها بوده اند. فرصت های سرمایه گذاری تقلبی بیشترین سهم از کلاهبرداری های رمزارزی را داشتند. در سال ۲۰۲۱، نزدیک به ۵۷۵ میلیون دلار از ضررهای گزارش شده به فدرال رزرو در زمینه کلاهبرداری رمزارزی مربوط به فرصت های سرمایه گذاری بود. افراد گزارش داده اند که وبسایت ها و اپلیکیشن های سرمایه گذاری بسیاری بودند که به آنها وعده سود خوب با رمزارزها می داد، اما این اپلیکیشن ها جعلی بودند و هنگامی که آنها می خواستند پول شان را خارج کنند، موفق نمی شدند.

کلاهبرداری های عاشقانه

کلاهبرداری های عاشقانه دومین منبع رایج



نکاتی درباره رویکرد
کسب و کارها به نیروهای
انسانی

به دنبال پایداری در اثرگذاری باشیم

سهیل عظیمی، مدیر برند کارفرمایی و تجربه همکاری دیجی کالا درباره اینکه کدام بخش‌های برند کارفرمایی در بازار ایران مغفول مانده است، عنوان می‌کند: «ما در جایگاه یک شرکت تأثیرگذار در بازار ایران، سعی کرده‌ایم به پایداری در اثرگذاری برسیم؛ یعنی به نحوی رفتار کنیم که یک تأثیر لحظه‌ای به نگاه و تصویر افراد نداشته باشیم. اقدامات مسئولیت اجتماعی، ارتباط دانشگاه و صنعت و فعالیت‌هایی برای افزایش حس اثرگذاری در شرکت نمونه‌ای از این اقدامات اند.»

ضرورت فرهنگ قوی و منسجم

به گفته عظیمی، فرهنگ قوی و منسجم و مطابق با ارزش‌های کلیدی باعث می‌شود کارکنان احساس خیلی خوبی از کار کردن در شرکت داشته باشند. این تجربه کاری خوب حتی می‌تواند میزان مهاجرت را هم تحت تأثیر قرار دهد. او عنوان می‌کند که کسب و کارها در زمینه موضوعات فرهنگی، آموزش، توسعه و قرار دادن EVP در اختیار کارکنان برای ماندن آنها در شرکت غفلت می‌کنند.

اشتباه متداول واحدهای منابع انسانی

سهیل عظیمی همچنین در خصوص اشتباهی که واحدهای منابع انسانی مرتکب آن می‌شوند، می‌گوید: «در بسیاری اوقات تعادل میان منافع کارکنان و کارچوا حفظ نمی‌شود. نگه داشتن این تعادل و نگهداشت منافع کار کردن در شرکت برای کارمندان اصلی مهم و حیاتی است.»

برند کارفرمایی در شرکت‌های بزرگ و کوچک

او در بخش دیگری از صحبت‌های خود تأکید می‌کند: «برند کارفرمایی هم برای سازمان‌های بزرگ و هم برای شرکت‌های کوچک مهم است، اما جنس اهمیت و میزان آن متفاوت است. برای شرکت‌هایی که جای خود را در بازار پیدا کرده‌اند و دارای برند تجاری قوی هستند حفظ ثبات و نوآوری مهم است، اما برای یک استارت‌آپ، رشد محبوبیت برند کارفرمایی اهمیت دارد.»

افزایش نسبی مهاجرت معکوس در دیجی کالا

گفت‌وگو با سهیل عظیمی، مدیر برند کارفرمایی و تجربه همکاری دیجی کالا

منتقل کند؛ حتی زمانی که فرد بیرون سازمان است. در واقع برند کارفرمایی باعث می‌شود افراد همیشه سفیر شرکت قبلی خود باشند.

یکی از کارکردهای فناوری دیجیتال در حوزه‌های مختلف افزایش کیفیت و بهره‌وری بوده است اما به نظر می‌رسد حوزه منابع انسانی که از اهمیت استراتژیک بالایی برای کسب و کارها برخوردار

است در مسیر دیجیتالی شدن به نسبت سایر بخش‌ها پیشرفت قابل قبولی نداشته است. سهیل عظیمی، مدیر برند کارفرمایی و تجربه همکاری دیجی کالا در گفت‌وگو با سایت رویداد برند کارفرمایی ضمن بیان این مسئله، تأکید می‌کند که در ایران برند کارفرمایی به جای اینکه انعکاس واقعی فضای درون شرکت‌ها باشد، مترادف با تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی شده است.

عظیمی در این گفت‌وگو از افزایش نسبی مهاجرت معکوس در دیجی کالا خبر می‌دهد و معتقد است اگر بتوان امکانات کاری خوبی در داخل کسب و کارها فراهم کرد، ممکن است نیروهای متخصص برای بازگشت به کشور انگیزه بیشتری پیدا کنند.

برند کارفرمایی باصالت باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟

معنای برند کارفرمایی ایجاد تصویر مثبت و واقعی از کار کردن در شرکت است، اما این تصویر باید حاصل تجربه زیسته افراد در شرکت باشد نه یک تصویر فانتزی و خیالی در شبکه‌های اجتماعی و نشست‌های خبری. از نگاه من، مدیر برند کارفرمایی در ایران جا افتاده، اما اینکه چگونه از آن استفاده می‌شود هنوز مبهم است. اگر برند کارفرمایی را به تعاریف جدید و به‌روز نسبت دهیم باید بر انعکاس تصویر واقعی باشد نه تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی. این رویکرد همکاری درون سازمانی را افزایش خواهد داد. برند کارفرمایی از درون سازمان نشئت می‌گیرد تا تصویر بیرونی را شکل دهد و باعث شود شرکت از تجربه همکاری افراد غافل نماند.

برند کارفرمایی در دیجی کالا چگونه است؟

اگر فرایند انتخاب تا جذب و استخدام را مسیری چندمرحله‌ای در نظر بگیریم، سعی کرده‌ایم از بار اول که فرد در صفحه کاریابی شرکت ما فرصت‌های شغلی دیجی کالا را می‌بیند تا نقطه‌ای که به درون سازمان راه می‌یابد تصویر مطلوبی داشته باشیم. تلاش دیجی کالا بر این است که در دفعات متفاوت تجربه خوبی به افراد جویای شغل



غزل یگانه
Ghazal28yeganeh@gmail.com

جایگاه برند کارفرمایی در دیجی کالا کجاست؟

برند کارفرمایی موضوعی کاملاً بین‌رشته‌ای است؛ ترکیبی از فرهنگ، ارتباطات، برندینگ، بازاریابی و منابع انسانی. بر اساس چارت‌های ادبیات نظری برند کارفرمایی همیشه زیرمجموعه منابع انسانی است، اما باید تمام این تخصص‌ها در آن باشد.

رویدادهای کسب و کاری مثل مراسم آخر سال، نشست‌های خبری، رونمایی محصول... در تثبیت برند کارفرمایی چه نقشی دارند؟

اثرگذاری این رویدادها به تعامل و اثرگذاری افراد بستگی دارد؛ اگر مدیران به اهدافشان در افزایش رضایت کارکنان و تعلق خاطر برسند، این رویدادها بدون شک مطلوب هستند. اما اگر رویدادها فقط ابزاری برای نمایش تصویری نادرست و غیرواقعی باشند، اثر بلندمدتی ندارند و بعد از مدتی با چند پرسش و پاسخ از افراد درون سازمان، مشخص می‌شود این تصویر تا چه حد واقعی است. برای همین لازم است همیشه KPIهای رویدادها را در نظر بگیریم.

نقش رویدادهای تخصصی را چگونه می‌بینید؟

متأسفانه یا خوشبختانه در حوزه منابع انسانی رویدادهای زیادی با محورهای گوناگون برگزار می‌شود، اما باید به این همایش‌ها جهت‌مندی داده شود. محتوای بسیاری از همایش‌ها تکرار مکررات است و کمکی به منابع انسانی و بهبود آن نمی‌کند. اگر بتوانیم مانند سایر حوزه‌ها مانند بازاریابی، محصول، فروش و فناوری، به ترندهای حوزه بپردازیم و از تجربه‌های واقعی در حوزه منابع انسانی صحبت شود، این رویدادها کاربردی‌تر خواهند بود؛ نه اینکه فقط از تجربیاتی بگوییم که اجرای آن در سازمان‌ها هم تجربه مطلوبی نبوده است.

واکنش کسب و کارها به اتفاقات اکوسیستم چگونه بر برند کارفرمایی و برند تجاری آنها تأثیر دارد؟



واکنش درست، مطلوب و به موقع به اوضاع لازم است و نگاه افراد به برند شرکتی بر برند کارفرمایی تأثیرگذار است. همان طور که دوست داریم از دیجی کالا خریدهایی انجام دهیم به همان اندازه هم مطلوب است که در محیطی مانند دیجی کالا مشغول به کار شویم. خلاف این موضوع هم هست؛ اگر تجربه زیسته مطلوبی از همکاری با دیجی کالا داشته باشیم، تجربه خریدمان هم مثبت تر خواهد بود. به همین دلیل واکنش ها به تحولات و وضعیت کلی کشور حتماً بر برند کارفرمایی و برند سازمانی تأثیر مثبت و منفی دارد.

ترند این است که فرهنگ کلی را بر خرده فرهنگ ها غالب کنیم.

◀ تجربه دیجی کالا در استفاده از پلتفرم های کاربایی چگونه بوده است؟

پراستفاده ترین کانال جذب و استخدام دیجی کالا ریفرال است، زیرا بر تجربه همکاری داخل سازمان تمرکز کرده ایم. وقتی این تجربه همکاری به درستی شکل بگیرد افراد دوست دارند آشنایان خود را به کار کردن در دیجی کالا تشویق کنند. در کنار آن صفحه فرصت های شغلی دیجی کالا پر بازدیدترین کانال است و در صورت نیاز از سایر کانال ها و پلتفرم ها نیز استفاده خواهیم کرد. اما پلتفرم های کاربایی در این مرحله نیاز فعلی دیجی کالا نیستند.



زاویه نگاهی که کارکنان و مدیران عامل و بنیان گذاران به منابع انسانی دارند شاید نگاه ۳۶۰ درجه به HR ایجاد می کند. زاویه نگاه های متفاوت بر مسیر منابع انسانی تأثیر گذار است و باید بررسی کنیم که در این زمینه چه حلقه مفقوده ای وجود دارد

◀ نیروی کار اکوسیستم نوآوری در آینده باید چه مهارت هایی داشته باشد؟

فراگیری و پیشرفت هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و فناوری باعث می شود در آینده نزدیک مانند گذشته به مهارت های سخت و تکنیکال نیازی نداشته باشیم، اما تصمیم گیری کلان، تفکر استراتژیک، مهارت سیستمی و مانند اینها مهارت هایی هستند که به حل مسائل کمک می کنند. داشتن این مهارت ها برای نیروی کار آینده و امروز مفید است. همچنین

باید بتوانیم با فرهنگ های گوناگون کار کنیم که لازمه آن یاد گرفتن مهارت های ارتباطی مرتبط است. مقالات زیادی هم درباره DIVERSITY منتشر می شود که نشان دهنده اهمیت فراوان موضوع است. البته شاید در ایران کمی دیرتر به این نیاز برسیم، اما اکنون در جهان

معکوس نشان می دهد اگر بتوانیم امکانات کاری خوبی در داخل کشور فراهم کنیم، می توانیم با دلایل دیگر میزان مهاجرت معکوس را شدت ببخشیم. بیشتر افرادی که بازگشته اند افراد با تخصص فنی و محصول هستند. این موضوع جذاب است چون هم می توانیم از تجربه های بین المللی آنها در دیجی کالا بهره ببریم و هم نیروهای متخصص مان را دوباره کنار هم داشته باشیم.

◀ روند آینده حوزه منابع انسانی و برند کارفرمایی چیست؟

باید به دیجیتالی شدن منابع انسانی بیش از پیش توجه کنیم. برای خلق تجربه بهتر به سمت فرایندهای خودکار برویم تا نیاز کارمندان در زمان درست و بهترین شکل فراهم کند یا شاید از ارتباط مستقیم دور شویم و به سمت پلتفرم هایی برویم که ۵ فانکشن منابع انسانی را پوشش می دهد. لازم نیست آنها را فرایندهایی جدا ببینیم که هر کدام نگاه جزیره ای به خلق تجربه دارند.

◀ به عنوان یکی از سخنران های اولین رویداد برند کارفرمایی، چه پیشنهادی برای دومین رویداد آن دارید؟

منابع انسانی را فقط از زبان نیروهای منابع انسانی می شنویم. زاویه نگاهی که کارکنان و مدیران عامل و بنیان گذاران به منابع انسانی دارند شاید نگاه ۳۶۰ درجه به HR ایجاد می کند. زاویه نگاه های متفاوت بر مسیر منابع انسانی تأثیرگذار است و باید بررسی کنیم که در این زمینه چه حلقه مفقوده ای وجود دارد. باید منابع انسانی در حوزه دیجیتال را بدانیم و اینکه درس آموخته واقعی آن در فضای کسب و کار ایران و نگاه روبه جویی آن چیست. فروش، بازاریابی و غیره همه به سمت دیجیتالی شدن رفته اند، اما حوزه ای که عقب مانده منابع انسانی است.

◀ آمار دقیقی از مهاجرت دیجی کالا دارید؟

نمی توانم عدد دقیق آن را بگویم. اما عدد مهاجرت در دیجی کالا شیب کاهشی به خود گرفته که دلایلش می تواند ناشی از مسائل اقتصادی کشور یا قدم برداشتن برای بهبود تجربه کارکنان باشد؛ یعنی حال خوب کارکنان در سازمان توانسته

مهاجرت را عقب بیندازد. نکته جالب دیگر این است که میزان مهاجرت معکوس در دیجی کالا افزایش یافته و افرادی که از کشور رفته بودند حالا بازگشته اند و می خواهند در شرکت های بزرگی مانند دیجی کالا مشغول به کار شوند. آمار مهاجرت



نقش حیاتی
چهارچوب بندی دوباره
هنگام تغییرات بازار

درس هایی از شکست نوکیا

چهارچوب بندی دوباره به ویژه آنگاه که پویایی بازار تغییر می کند نقشی حیاتی دارد. نوکیا را در نظر بگیرید که در کسب و کار تلفن های همراه آموخته بود که ارائه های جدید و موفق منجر به افزایش شتابان فروش و کسب سود خوب می شود؛ در نتیجه شرکت تصمیم به جلوگیری از برخی سرمایه گذاری های پرهزینه گرفت و از کارهایی که بازده بلندمدت نداشت دوری کرد.

این شرکت در اوایل دهه ۲۰۰۰ بسیاری از نوآوری های پیشگامانه که بسیار خطرناک برشمرده می شد و انتظار نمی رفت در آغاز با پذیرش گسترده روبه رو شود؛ از جمله تلفن های با صفحه لمسی، دستگاه های تبلت و بازی های موبایلی را کنار زد.

این رویکرد به ویژه آنگاه آسیب رسان شد که رقابت به سطح اکوسیستم منتقل شد. آن طور که یکی از مدیران پیشین نوکیا با ابراز تأسف اشاره می کند؛ در حالی که نوکیا همچنان بازار را با سخت افزار جدید پر می کرد «بسته های توسعه نرم افزار و اکوسیستم و برنامه های سایر تولیدکنندگان در اولویت نبود». علاوه بر این «خدمات مصرف کننده در مقیاس بزرگ در یک یا دو سال ساخته نمی شوند و مادر بیشتر مواقع بردباری لازم برای آن را نداشتیم». دوران گوشی های هوشمند نیازمند دیدگاه جدید برای کارکرد بلندمدت بود و پادشاه سخت افزاری که شتابان حرکت می کرد، آن را نداشت.

توانایی انسان برای اندیشیدن به آهستگی نیز کلیدی برای هوش مصنوعی پیشرفته است که کارآمد نیست، مگر اینکه افراد ابتدا یک چالش کسب و کاری را به یک مسئله هوش مصنوعی تبدیل کنند. همان طور که Ajay Agrawal و Joshua Gans بیان کرده اند، هوش مصنوعی دسته ای از الگوریتم های گوناگون پیش بینی است.

چهارچوب بندی دوباره مشکلات نیازمند دآوری وقت گیر انسانی و ارزیابی دقیق (مانند شناسایی تقلب در بیمه و سنجش اعتبار) مشکلات قابل پیش بینی هستند و به شکلی دقیق این است که چگونه چیزهایی مانند لیموناد و کلم کسب و کارهای رشد یافته ای مانند بیمه مصرف کنندگان و وام دادن به کسب و کارهای خرد را به لرزه آورده است.

آهسته اندیشیدن

مزیت انسان ها در برابر هوش مصنوعی

چرا هوش مصنوعی هرگز جایگزین مدیران نخواهد شد؟

باشند؟ خوشبختانه یک توانایی شناختی هست که انسان در آن هنوز نسبت به رایانه برتری دارد: آهسته اندیشیدن. اندیشیدن با آهستگی در روند چهارچوب بندی دوباره به کار می آید؛ فرآیندی که در آن دوباره عوامل، هدف ها و فرضیاتی را بررسی می کنیم که بر پایه آنها تصمیم می گیریم. چهارچوب بندی دوباره نه درباره حل مشکل (با شهود یا استدلال آگاهانه)، بلکه درباره تعریف دقیق از مشکلی است که باید حل شود. چهارچوب بندی دوباره آسان نیست. روشی که مدیران تصمیمات شان را در چهارچوب آن قرار می دهند، می تواند به شکلی ژرف در سنت های صنعت، تاریخچه سازمانی و آموخته ها و تجربه

مدیران تثبیت شود. چهارچوب بندی دوباره می تواند بسیار وقت گیر باشد؛ از این رو ما آن را اندیشیدن آهسته می نامیم.

نوآوری های پیشگامانه در الگوهای کسب و کار در بیشتر اوقات آنگاه به دست می آید که شرکت ها دیدگاه های ایستا درباره چگونگی ایجاد و جذب ارزش را کنار بگذارند و از این رو چهارچوب بندی دوباره بسیار مهم



مهران امیری

 mehranamiri@gmail.com

است.

نگاهی به آمازون بیندازید. در سال ۱۹۹۹ یک خبرنگار CNBC جف بزوس را به چالش کشید زیرا این شرکت با در اختیار داشتن مراکز توزیع بزرگ و گران قیمت و کارمندان بسیار، دیگر آن شرکت اینترنتی ناب مطلوب سرمایه گذاران اینترنتی نبود. بزوس در این باره پاسخ داد: «Internet, shminternet» و دیدگاه کافی بودن یک الگوی کسب و کار ارزان برای رقابت در این میدان را رد کرد.

او به جای پذیرش دوگانگی «اینترنت ناب» در مقابل «خرده فروشی سنتی» گفت وگو را در قالب وسواس در ارائه تجربه عالی برای مشتری چهارچوب بندی دوباره کرد و تمرکز همه گزینه های راهبردی آمازون بر این هدف را تشریح کرد.

در دنیایی که مدیران می توانند از رایانه ها برای قدرتمند ساختن خود در اندیشیدن شتابان و آهسته استفاده کنند، توانایی چهارچوب بندی دوباره گندم را از کاه جدا می سازد و این چهار راهبرد به پرورش آن کمک می کند:

از آنجا که هوش مصنوعی به شکلی روبه رشد از افراد در گستره بزرگی از کارهای تخصصی پیشی می گیرد، آیا روزی مدیران انسانی را کنار خواهد گذاشت؟ خوشبختانه، یک توانایی شناختی وجود دارد که انسان در آن هنوز برتری بزرگی دارد: چهارچوب بندی دوباره. این ویژگی درباره حل یک مشکل (با شهود یا استدلال آگاهانه) نیست، بلکه درباره تعریف دقیق از مشکلی است که باید حل شود. این کار چندان آسان نیست و زمان بر است، اما گامی کلیدی برای کشف نوآوری های مهم و سازگاری با محیطی است که پیوسته دگرگون می شود. چهار راهکار به پرورش این توانایی کمک می کند: فراهم کردن

زمان برای نیندیشیدن به مشکل، روشن کردن انگاشته های پنهان، کاوش بازپوشانه و کاربرد قیاس های شگفت انگیز.

اندیشیدن مهم ترین ابزار مدیران

اندیشیدن مهم ترین ابزار از بین تمام چیزهایی است که مدیران برای رهبری کسب و کارشان به کار می گیرند.

اندیشیدن شامل دو روش جداگانه پردازش اطلاعات است: شهودی و آگاهانه، که دانیل کانمن (Daniel Kahneman) برنده جایزه نوبل آن را اندیشیدن تند و آهسته نامیده است. امروزه رایانه ها به شکلی روبه رشد در هر دو بهتر کار می کنند. رایانه ها تا زمانی که قوانین و داده های موقعیت مشخص باشد با قدرت محاسباتی خام خود انسان ها را در کارهای استدلالی آگاهانه به سادگی شکست می دهند. مدیران به شکل معمول برای ایجاد سبد سرمایه گذاری، تصمیم گیری درباره قیمت گذاری و درک مخاطره های زنجیره تأمین به بهینه سازی و شبیه سازی ریاضی روی می آورند. انسان ها پیش از این در تشخیص الگوها که مقدار زیادی کار شهودی است دارای برتری بودند. اکنون می توان رایانه ها را آموزش داد تا درک شان از انبوه داده را با استفاده از یادگیری ماشین گسترش دهند. پژوهش های اخیر نشان داده که رایانه ها در کارهای تخصصی مانند تشخیص سرطان در اسکن توموگرافی رایانه ای و انتخاب اهداف سرمایه گذاری بهتر از انسان ها عمل می کنند.

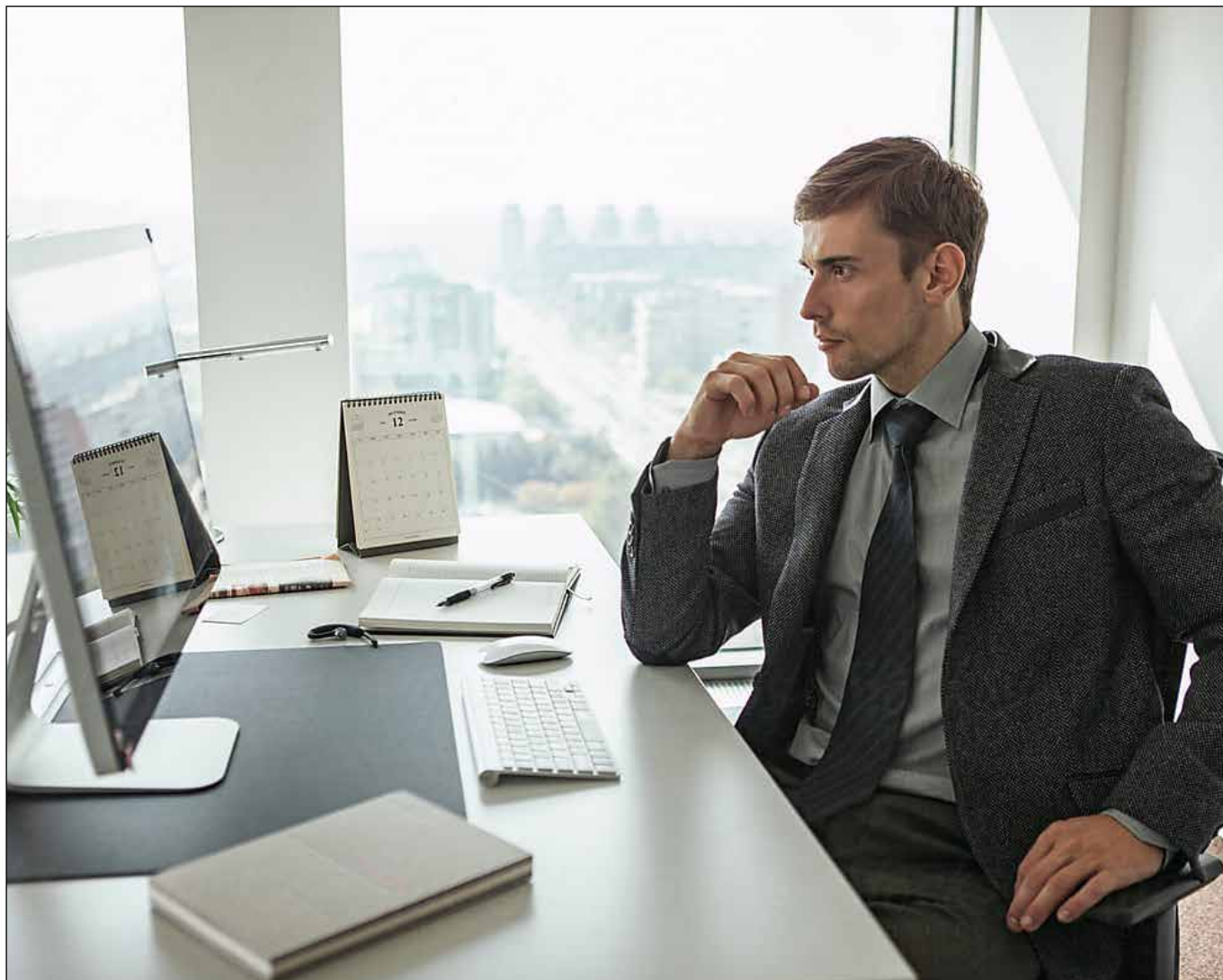
انسان و مزیت آهسته اندیشیدن

پرسش این است که با روند فعلی کارها، مدیران می توانند همچنان برای سازمان ها ارزش آفرین

زمانی برای فکر نکردن به مشکل بگذارید



شماره ۱۴۴
۶ مرداد ۱۴۰۳
سال چهارم



پژوهش‌ها نشان می‌دهد یک دوره نهفتگی (Incubation) به تولید راهکارهای خلاقانه‌تر کمک می‌کند. آنگاه که برای دوره‌ای یک مشکل را کنار می‌گذارید از چارچوب کنونی آن دور می‌شوید و فضا را برای بازسازی و بینش‌های خودجوش باز می‌کنید؛ بنابراین پس از اینکه فرایند حل یک مشکل را شروع کردید، برای دوره‌ای به کاری دیگر پردازید و بگذارید آرام آرام پخته شود.



پرسش این است که آیا با روند فعلی کارها، مدیران می‌توانند همچنان برای سازمان‌ها ارزش آفرین باشند؟ خوشبختانه یک توانایی شناختی هست که انسان در آن هنوز نسبت به رایانه برتری دارد: آهسته اندیشیدن

پیش‌داده‌های پنهان را آشکارا بیان کنید

ما در بیشتر مواقع درباره پیش‌داده‌های محدودکننده و خودتحمیلی که با آن در موقعیت‌ها برخورد می‌کنیم، آگاهی نداریم. فرایندهای گروهی که برای تحریک تعارض شناختی طراحی شده‌اند به آشکارسازی آنها کمک می‌کنند. می‌توانید یک گروه را وادار کنید تا راهکار گروهی دیگر را به چالش بکشد یا دو گروه را درگیر ارائه راهکارهای متضاد برای یک مشکل کنید.

ساختن یک مدل ریاضی نیز می‌تواند سودمند باشد زیرا شما را ناگزیر می‌کند پیش‌داده‌ها درباره اینکه چه چیزی مشکل آفرین است و چگونه کارکرد روش‌های پیشنهادی را روشن کنید. مدل‌سازی اغلب

کارهای آشنا هستند. طرح‌ها و شیوه‌های کنونی یک صنعت را می‌توان برای تغییر شکل دادن دیگری به کار برد. بری گوردی جونیور (Berry Gordy Jr.) با الگوبرداری از خط مونتاژ شرکت فورد که پیش‌تر در آن کار می‌کرد، Motown Records را به یک کارخانه موفق تبدیل کرد.

گاهی قرار گرفتن در معرض امور کاملاً متفاوت مانند ورزش‌های رزمی، اپرا، یا داستان‌های تصویری ابرقهرمانی می‌تواند راهی برجسته برای به‌دست آوردن بینشی تازه باشد که افراد دیگر آن را ندارند. برای نمونه طراحی مینیمالیستی اپل برخاسته از کلاس‌های خوشنویسی، درس‌های ذن بودیسم و معماری باهاوس (Bauhaus) بود که استیو جابز در معرض آن قرار گرفته بود. حتی قیاس ناقص نیز ممکن است خطوط کلی یک چهارچوب جدید از یک مشکل آزردهنده را نشان دهد. در حالی که مدیران می‌توانند این شیوه‌ها را به ابزارهای کاربردی خود بیفزایند تا قابلیت‌های چهارچوب‌بندی دوباره‌شان افزایش یابد، باید از پشتیبانی سازمان چهارچوب‌بندی دوباره مطمئن شوند.

نخستین گام ایجاد مجراها و پرورش فرهنگی است که در آن چالش آفرینان و خیال‌پردازان بتوانند نگرانی‌ها و طرح‌هایشان را بیان کنند و کارمندان زمانی برای اکتشاف و رشد داشته باشند.

اگرچه چنین تلاش‌هایی ممکن است سودمندی بی‌درنگ و قابل لمس نداشته باشد، اما شاید برای نوسازی و شکوفایی بلندمدت سازمان و ذینفعان آن ضروری باشد.

پویایی‌های پیش‌بینی‌نشده را آشکار می‌کند و منجر به دگرگونی شیوه اندیشیدن درباره چگونگی بهترین مدیریت کارها می‌شود. هنگامی که شرکت فلور (Flour Corporation) مدل‌سازی شبیه‌سازی برای کمک به پیش‌بینی تغییرات در هزینه‌ها و زمان‌بندی پروژه‌های پیچیده را معرفی کرد، مدیران دریافتند که می‌توان این تغییرات را به جای روش گذشته‌نگرانه به شکل پیشگیرانه مدیریت کرد؛ آن‌طور که شیوه کار آن زمان بود.

در اکتشاف بازیگوش شرکت کنید

تزیق عنصری از خیال‌پردازی در تصمیم‌گیری می‌تواند به مدیران کمک کند تا از نظر ذهنی خودشان را از پیش‌داده‌ها و «دستورکارهای صنعت»، آنچه همه می‌دانند آن صنعت بدان آگاه است، دور کنند و خلاقیت را آزاد سازند. رها شدن از محدودیت‌ها را می‌توان با درخواست از گروه‌های کاری برای ساخت لگو از طرح‌هایشان به‌منظور انتقال به دیگران انجام داد.

ارتقای قیاس

مقیاسه‌ها ابزاری قدرتمند برای چهارچوب‌بندی دوباره

محورها

نوآوری با صنعت لجستیک ایران چه کرد؟
کدام بازیگران، لجستیک ایران را متحول کردند؟
لجستیک ایران با چه چالش‌هایی دست و پنجه نرم می‌کند؟
استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های بزرگ؛ قواعد بازی دست کیست؟
شرکت ملی پست جمهوری اسلامی رقیب بخش خصوصی است؟

لجستیک‌شو
LOGISTICS SHOW



علی حسینی

مدیرعامل
لینک اکسپرس



سامان حبیب‌اللهی

مدیرعامل
آقای لجستیک



کاوه احسانی

معاون زنجیره ارزش گروه
زرین رویا



صالح آچاک

مشاور مدیرعامل و مدیر بازرگانی
راه آسمان آبی



رضا مقصودی

مدیرعامل
پردازش داده نگار



حسین غضنفری

قائم مقام مدیرعامل
باکسیت



مهرناز علمایی

مدیرعامل
اسپید



محمد صدوقی

مدیرعامل
تراپرنٹ



مجتبی نصیری

مدیرعامل
پارسی پست



سعید ناسوتی

مدیرعامل
پیشروپست



مهراد ملک محمدی

مدیرعامل
تاپین



مهرشید مقیمی‌فر

مدیرعامل
COD24

پایان فصل اول

استودیو برند کارفرمایی

با حضور ۱۴ چهره اکوسیستم منابع انسانی و فرهنگ سازمانی

بهار ۱۴۰۳ | راه کار



ثمین زاهدانی
معمار فرهنگ
ابراوان



یوسف غروی
معاون سرمایه انسانی
هلدینگ تفاس



حسین مؤذنی
مدیر سرمایه انسانی
توسن تکنو



مرجان دستانبویه
مدیر
منابع انسانی زبان



سعید سامان
مشاور برند رمیس



سپیده عابدینی
مدیرکل ارتباطات بازار
مبین نت



سهیل عظیمی
مدیر برند کارفرمایی و
تجربه همکاری دیجی کالا



**سید مهدی
موسوی نائینی**
مشاور منابع انسانی
سنباد



سارا سامخانی
معاون منابع انسانی
گروه مالی آگاه



زهره برزگر
معاون منابع انسانی
ارتباط فردا



فرزاد رفیعی
معاون سرمایه انسانی
شرکت مبنای کارت آریا



سمیه ذاکری نیا
معاونت سرمایه
انسانی مبین نت



مریم امینی
معاون منابع انسانی
هلدینگ صباپد



صادق اشرفی
مدیر مرکز تعالی منابع
انسانی اسنپ فود

محورها:

- اشتباهات رایج و مشترک مدیران منابع انسانی
- واکنش کسب و کارها به وقایع سیاسی-اجتماعی و تأثیر آن بر برند کارفرمایی
- تجربه استفاده از پلتفرمهای کاریابی در جذب و استخدام
- جایگاه واحد منابع انسانی در سازمانهای ایرانی

محتوای رویداد در وبسایت و شبکههای اجتماعی برند کارفرمایی



میزبان
غزل یگانگی

کارشناس توسعه
کسب و کار راه کار



employerbrandingevent.ir



[EmployerBrandingEvent](https://t.me/EmployerBrandingEvent)



[employerbranding](https://www.instagram.com/employerbranding)



[employerbrandir](https://twitter.com/employerbrandir)



[company/employerbrandingevent](https://www.linkedin.com/company/employerbrandingevent)



۰۲۱-۴۴۴۳۹۶۶

لندتک شو

منتشر شد



محمد آجدانی

معاون بانکداری نوین داتین



امین کلاهدوزان

رئیس مرکز توسعه تجارت
الکترونیکی



حامد قنادپور

مدیرعامل تارا



آرش لرستانی

مدیرعامل آپسان

اتاق آبی
BLUE ROOM



مهدی مقیمیان

مدیرعامل مینی پی



**محمدصادق
آزادانی**

رئیس کمیسیون
لندتک نصر تهران



علیرضا قنادان

مدیرعامل لندو

استودیو راهکار



برای تماشای لندتک شو

اسکن کنید

با حمایت پارک فناوری فردا