



گزارش
REPORT

**بازگشت
به اوج؟**
تحلیل
صنعت هوایی ایران
از ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲

۲۰

گزارش
REPORT

**لندتک ایران
در اغما**
تنظیم‌گر چگونه با
تنظیم‌گری بد
لندتک ایران رانابود
می‌کند؟

۲۶

**هوش
چه مصنوعی؟**
تایم لاین فعالیت‌های دولت چهاردهم
در بازار ۲ همتی هوش مصنوعی

**بررسی جایگاه
هوش مصنوعی در ایران**

**برای حضور
بیشتر زنان
در ICT**

مدیران عامل زیر یک سقف

100CEOs

رویداد 100CEOs با حضور مدیران عامل
و بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای برتر اقتصاد ایران
توسط راه‌کار در تهران برگزار شد



شروعی دوباره برای کارنگ

خوانندگان عزیز و همراهان همیشگی کارنگ، سلام.

پس از وقفه‌ای چندماهه که از اواخر آبان ۱۴۰۳ و با انتشار شماره ۱۵۷ آغاز شد، اکنون با شماره ۱۵۸ بازگشته‌ایم؛ پرانرژی‌تر، پخته‌تر و مصمم‌تر از همیشه. این بازگشت برای ما تنها انتشار یک شماره جدید نیست، بلکه فرصتی است برای **بازتعریف مسیر**، مرور دوباره رسالت‌مان و تجدید پیمان با شما که همواره پشتیبان ما بوده‌اید.

کارنگ از ابتدا با هدفی روشن متولد شد: **روایت**

واقعیت‌ها و رؤیاهای اکوسیستم

نوآوری و کارآفرینی ایران. در هر شماره کوشیده‌ایم صدای کسانی باشیم که در دل چالش‌ها امید می‌آفرینند، در تاریکی‌ها چراغی روشن می‌کنند و در میان تلاطم‌های اقتصادی و اجتماعی، خستگی‌ناپذیر به پیش می‌روند تا آینده را با دستان خود بسازند.

وقفه اخیر اگرچه ناخواسته بود، اما

به فرصتی ارزشمند برای بازنگری

تبدیل شد؛ فرصتی برای مرور آنچه بودیم و ترسیم

آنچه باید باشیم. این زمان را به بازسازی درونی

اختصاص دادیم؛ در ساختار، نگاه، محتوا و تعامل

با شما. با همراهی مهسا نجاتی، دبیر تحریریه

پرتلاش کارنگ، و تیمی خلاق و پرانگیزه، تصمیم

گرفتم که نه تنها کارنگ را ادامه دهیم، بلکه آن را به

مرحله‌ای جدید و بالاتر ارتقا دهیم.

شماره ۱۵۸ نقطه آغاز این فصل نوین است. در



رضا قربانی



@mediamanager_ir

این شماره، تحلیلی جامع از مهم‌ترین تحولات اکوسیستم در ماه‌های اخیر ارائه کرده‌ایم؛ از موج‌های تازه در فناوری و سرمایه‌گذاری تا چالش‌ها و فرصت‌هایی که در سایه شرایط ناپایدار اقتصادی، راه استارت‌آپ‌ها و نوآوران را سنگ‌لاخ کرده است. ما اینجا هستیم تا با **دقت و صداقت**، رویدادها را بازتاب دهیم و گفت‌وگویی سازنده برای آینده‌ای بهتر را آغاز کنیم.

در این مدت که تنها نسخه وب کارنگ فعال بود، **جای خالی نسخه چاپی** بیش از پیش احساس شد. اکنون که بارقه‌های امید دوباره درخشیدن گرفته‌اند، زمان آن رسیده که کارنگ به صورت **منظم و پیوسته** منتشر شود. مادر روزهای سخت کنار شما بودیم و امروز آماده‌ایم تا با هم **جهانی** نوبسازیم.

اما کارنگ تنها با ما معنا نمی‌شود. **شما**، مخاطبان آگاه و دغدغه‌مند، بخش جدایی‌ناپذیر این مسیرید. صدای شما، بازخوردها، ایده‌ها، نقدها و پیشنهادهای پتان برای ما **حیاتی** است. می‌خواهیم کارنگ نه تنها آیینی‌ای برای روایت اکوسیستم، بلکه بستری پویا برای **گفت‌وگو، مشارکت و هم‌افزایی** باشد.

کارنگ را دوباره ورق بزنید؛ این فقط یک شماره جدید نیست، **شروعی دوباره** است برای روایتی که هنوز بسیار **ناگفته** دارد.

با احترام و امید،

رضا قربانی

سردبیر هفته‌نامه کارنگ



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

رئیس سازمان تنظیم مقررات گفت که
به دنبال تنظیم‌گری هوش مصنوعی هستند

آیا تدوین نقشه راه تنظیم‌گری هوش مصنوعی راه به جایی می‌برد؟

که تعدد بازیگران باعث اتلاف منابع می‌شود.

فتاحی نقش وزارت ارتباطات را در دو حوزه ارتباطات و تنظیم‌گری هوش مصنوعی کلیدی دانست و اظهار داشت: «کارگروه‌های تخصصی تشکیل شده و طراحی اولیه زیست‌بوم فناوری انجام شده است. جلسات متعددی برگزار کردیم تا با جمع‌بندی نظرات، نقشه راه تنظیم‌گری هوش مصنوعی تدوین شود و بر اساس آن پروانه‌ها و فرکانس‌ها تخصیص یابد.»

او تأکید کرد که فناوری‌های نوین نیازمند تنظیم‌گری نسل پنجم، نه روش‌های سنتی، هستند و گفت: «هدف ما تسهیل‌گری برای توسعه این فناوری در کشور است.» فتاحی افزود که سازمان رگولاتوری با تمرکز بر تنظیم‌گری نوین، به دنبال فراهم‌سازی زمینه رشد هوش مصنوعی است.

حمید فتاحی، رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، در مراسم افتتاحیه رویداد «نقش تنظیم‌گری 5G-AIoT در توسعه اقتصاد دیجیتال» که ۱۵ اردیبهشت در پژوهشگاه ارتباطات برگزار شد، بر اهمیت هوش مصنوعی در تحول آینده تأکید کرد. او گفت: «امروز نشانه‌های این فناوری نوین در زندگی مردم دیده می‌شود و حس خوبی ایجاد کرده است. مردم با هوش مصنوعی بیگانه نیستند.»

فتاحی با اشاره به تحول آفرینی هوش مصنوعی در صنعت و ایجاد وابستگی به آن، افزود: «آینده بدون این فناوری دشوار خواهد بود.» او چالش‌هایی نظیر تعدد بازیگران در این حوزه را مطرح کرد و گفت: «هر کسی ساز خود را می‌زند. باید بازیگران حاکمیتی را همراه کرد تا فضا برای بخش خصوصی فراهم شود.» او هشدار داد



رئیس سازمان فناوری اطلاعات با اعلام کاهش سرمایه‌گذاری اپراتورها گفت:
در این شرایط، توسعه شبکه ممکن نیست

اپراتورها باید سالی یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کنند اما این رقم به زیر ۲۰۰ میلیون دلار رسیده است

کنیم و پیشاپیش مسائل را حل کنیم. سازمان تنظیم نظم خوبی داشته، اما گر زدن کسب‌وکارها صحیح نیست.» او با ابراز نگرانی از کاهش سرمایه‌گذاری اپراتورها اظهار داشت: «اپراتورها باید سالی یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کنند، اما این رقم به زیر ۲۰۰ میلیون دلار رسیده است. در این شرایط، توسعه شبکه ممکن نیست.» صدر تأکید کرد که این نشست باید به دو تا سه راهکار مشخص منجر شود تا به وزیر ارائه و پیگیری شود.

محمد محسن صدر، رئیس سازمان فناوری اطلاعات، در رویداد «نقش تنظیم‌گری 5G-AIoT در توسعه اقتصاد دیجیتال» اظهار داشت: «اقتصاد دیجیتال حوزه کلان است و کشورهای توسعه‌یافته در این بخش اثرگذارند. بدون زیرساخت‌هایی مانند 5G، تحول دیجیتال ممکن نیست.» او بر بزرگ کردن کیک اقتصاد و ایجاد زمینه برای بخش خصوصی تأکید کرد. صدر با انتقاد از نگاه فانتزی به هوش مصنوعی گفت: «باید هوش مصنوعی را از فانتزی‌ها خارج کنیم. دور کن آن داده و پردازش است. ما با مشکل دسترسی به داده مواجهیم. اگر مدیران، داده‌ها را به‌عنوان ناموس سازمانی نبینند و دسترسی را نبندند، پیشرفت می‌کنیم. باید مقاومت‌ها شکسته شود و سیستم‌های جدید وارد شوند.» او با اشاره به حادثه بندر شهید رجایی افزود: «خسارت این حادثه بین ۳ تا ۵ میلیارد دلار بود، اما نبود داده کافی از ورود و حجم کالا چالش ایجاد کرد. از این حوادث درس نمی‌گیریم و پایگاه‌های اطلاعاتی شکل نمی‌گیرد. این مقاومت‌ها و ناترازی‌ها مشکلات زیادی ایجاد کرده است.» صدر درباره تنظیم‌گری گفت: «تنظیم‌گری نباید کسب‌وکارها را آزار دهد. باید با سیستم هوشمند عمل





ضوابط پلتفرم‌های طلا منتشر شد

وزارت صنعت، معدن و تجارت پیش‌نویس ضوابط خاص رسته شغلی معاملات آنلاین طلا را برای اطلاع و اظهارنظر عموم مردم و فعالان اقتصادی منتشر کرد.



انجمن بلاکچین اعتراض کرد

انجمن بلاکچین اقدام بانک مرکزی در اخذ تعهدنامه از ۶۱ کسب‌وکار رمزارایی را غیرقانونی و تهدیدی برای اقتصاد دیجیتال کشور دانست.



صدور ۵۳ مجوز توسط افتا

مرکز مدیریت راهبردی افتا، فروردین‌ماه با درخواست صدور و یا تمدید ۵۳ مجوز شرکت‌های متقاضی فعالیت در زیرساخت‌های حیاتی کشور موافقت کرد.



رونمایی از سرور ایرانی

در نمایشگاه اینوتکس، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری از سه محصول دانش‌بنیان رونمایی کرد که در چارچوب برنامه تولید بار اول به مرحله تجاری‌سازی رسیده‌اند.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

آغاز دوره سوم



زیست بوم نوآوری ایران

درس‌ها و شکست‌های ۱۵ سال گذشته استارت‌آپ‌ها و نوآورها که باید فراموش نکنیم

همچون عالی‌نسب بزرگ تا شرکت‌های بزرگ صنعتی و تولیدی کشور؛ در کنار نوآوران نسل جدید که عموماً در دسته‌بندی‌هایی چون زنان و نسل زد و خرده‌فروشی و سلامت و گردشگری و لجستیک و... به آن‌ها پرداخته می‌شد.

همین حالا هم که این پانزده شماره را می‌بینم برخی از آن تک‌روها و «عکس جلد‌ها» کسب‌وکارشان به تعطیلی و شکست رسیده. درسی که به ما گوشزد می‌کند دوره نادیده گرفتن زنجیره ارزش شرکت‌های بزرگ و دوری از نگاه اکوسیستمی گذشته... باید نوآوری را در نیازهای واقعی و به‌خصوص در یک زیست‌بوم یکپارچه دید و به‌پیش برد. اگرچه که نباید از نظر دور داشت حضور بسیاری از آن شرکت‌های بزرگ هم در این فضا کم‌اثر و بیشتر کارکردهای نمایشی پیدا کرد. درباره

خطاهای طرفین ماجرا (بنیان‌گذاران جوان و کم‌تجربه - شرکت‌های بزرگ و مقاوم در برابر نوآوری و تغییر) زیاد می‌شود نوشت و تلاش دارم به موقعش بیشتر بنویسم. نکته جالب توجه درباره این دوره این بود که بسیاری از بچه‌های استارت‌آپی و بنیان‌گذاران نسل اول آن را درک نکردند و از آن جا ماندند. جالب اینکه آن‌هایی که همین روزها، هنوز برای سال‌های درخشان و آغازین اکوسیستم دلتنگ هستند و معتقدند که اکوسیستم تمام شد و همه رفته‌اند و... غالباً همین جاماندگان از دوره‌ای هستند که به‌موقع نتوانستند با تغییرات آن

جلدهای ۲۰ شماره اول کارنگ را که بچه‌های شبکه‌های اجتماعی راه‌کار بازنشر کرده‌اند نگاه می‌کردم. پرت شدم به روزهای زمستان ۹۹ که ایده‌پردازی و طراحی این هفته در جریان بود. روزهایی که بعد از یک تجربه چندساله رسانه‌ای در این فضا؛ مدام به این فکر می‌کردم که زمانه جدیدی از اکوسیستم با تأکید بر مفهوم نوآوری (و عبور از مفهوم استارت‌آپی) فرا رسیده... دوره جدیدی که در آن «نقش و نیاز» شرکت‌های بزرگ صنعتی و تولیدی بر این زیست‌بوم سایه خواهد انداخت.

پیش‌بینی و ایده محوری در طراحی کارنگ این بود که بنیان‌گذاران تنها و تک‌رو و خیال‌پرداز روزهای اول اکوسیستم استارت‌آپی، دیگر شانس زیادی برای موفقیت نخواهند داشت. دوره وفور و فراوانی در حال تمام شدن بود و ساکنین جنگل بارانی کم‌کم به دشت‌های واقعیت پا می‌گذاشتند.

با همین ایده بود که روی جلد همین ۲۰ شماره را اگر نگاهی کنید نام‌هایی چون ماموت، پاکسان، گروه بهمن، ذوب‌آهن، ماموت، چادرملو، مبارکه، پارس آرین، کویر یزد، پتروشیمی زاگرس، زرماکارون، سن ایچ، فناپ، افق کوروش، دومینو، صنایع غذایی بهشهر و... را می‌بینید. اما عموماً عکس جلد را به جوانان و نوآوران نسل جدید اختصاص می‌دادیم. کسانی که جزو نسل دوم بنیان‌گذاران اکوسیستم می‌توان آن‌ها را دسته‌بندی کرد؛ بنیان‌گذاران کسب‌وکارهایی چون تاپین، نوبیتکس، پادرو، آرتی‌بیشن، کارزار، موبو، اوبار و... ترکیبی از رجوع به گذشته و بازخوانی داستان آدم‌هایی

ارزش‌گذاری ۳۱ تا ۳۷ همتی دیجی کالا در آستانه ورود به بورس

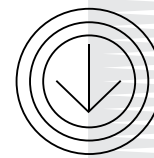
دیجی کالا احتمالاً امسال در بورس تهران عرضه می‌شود

نوسانات غیرواقعی در بازار جلوگیری خواهد کرد. گودرزی با خوش‌بینی اعلام کرد که جلسات متعددی با دیجی کالا و مشاوران تأمین سرمایه برگزار شده تا عرضه به بهترین شکل انجام شود. سعید محمدی، عضو هیئت‌مدیره دیجی کالا، نیز آمادگی این شرکت برای ورود به بورس را تأیید کرد و افزود جزئیات پذیرش از طریق کدال منتشر خواهد شد. در ترکیب سهام‌داران دیجی کالا، همراه اول با خرید ۴۰ درصد سهام، به‌عنوان سهام‌دار عمده حضور دارد. برادران محمدی (بنیان‌گذاران)، شرکت‌های سرمایه‌گذاری استارت‌آپ، سرمایه‌گذاران خصوصی و کارکنان (با ۲ درصد) دیگر سهام‌داران این شرکت هستند.

محمود گودرزی، مدیرعامل بورس تهران، از عرضه قطعی سهام دیجی کالا در بازار سرمایه در سال ۱۴۰۴ خبر داد. وی با اشاره به پیشرفت فرایند پذیرش، تأکید کرد که بورس تهران آماده است تا دیجی کالا اطلاعات خود را از طریق سامانه کدال منتشر کند. باین حال، تصمیم‌گیری نهایی درباره ارزش‌گذاری و شرایط عرضه بر عهده سهام‌داران عمده است.

ارزش‌گذاری سهام دیجی کالا توسط سه کارشناس رسمی دادگستری در بازه ۳۱ تا ۳۷ هزار میلیارد تومان انجام شده است. این اقدام برای افزایش شفافیت مالی و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران صورت گرفته و به گفته کارشناسان، از





گفت‌وگو با محمدحسین کاشی، تحلیلگر اقتصاد دیجیتال

بررسی جایگاه و نقش هوش مصنوعی در ایران با تأکید بر زیرساخت‌های ارتباطی کشور

در گفت‌وگویی با محمدحسین کاشی، تحلیلگر اقتصاد دیجیتال و عضو هیئت‌مدیره شرکت ارتباطات زیرساخت، زیرساخت‌های موجود در حوزه هوش مصنوعی را بررسی کردیم.

چالش‌های شرکت‌های خصوصی در ارائه خدمات هوش مصنوعی واقعی

کاشی با اشاره به حمایت‌های دولتی در حوزه هوش مصنوعی گفت که در حال حاضر بسیاری از شرکت‌های خصوصی شروع به ارائه خدماتی کرده‌اند که هوش مصنوعی واقعی نیستند.

او توضیح داد: «فضای کنونی در این حوزه مبهم است و باید زمان بگذرد این فضا به بلوغ برسد و بتوانیم بگوییم که در حوزه‌هایی چون دستیارهای هوشمند، تحلیل داده و یادگیری ماشین، محصولات قابل اتکایی در اکوسیستم بخش خصوصی داریم.

اما در حال حاضر، شرایط به گونه‌ای است که به دلیل اعلام برخی مشوق‌ها و حمایت‌ها، موجی از شرکت‌ها به سمت این حوزه هجوم آورده‌اند؛ درحالی‌که بسیاری از این سرویس‌ها در حالت تجاری وجود ندارند یا در مقیاسی نیستند که بتوانند به صورت پایدار و بدون حمایت دولتی به فعالیت خود ادامه دهند. این حوزه نیازمند تأمین شرایط واقعی بازار است تا سرویس‌ها به‌طور پایدار و ارگانیک رشد کنند.»

نقش دستگاه‌های دولتی در توسعه هوش مصنوعی

محمدحسین کاشی با اشاره به رشد

روزافزون معرفی فناوری و تکامل سرویس‌های مختلفی که بر هوش مصنوعی مبتنی هستند بیان کرد: «لازم است که تمام نهادها و دستگاه‌های کشور به تدریج وارد این فضا شوند. این پدیده در حال تبدیل شدن به یک نگرش غالب است که مدل‌های کسب‌وکار، نوع ارائه خدمات و سرویس‌ها را به چالش کشیده و دگرگون می‌سازد.» او معتقد است نقش معاونت علمی سیاست‌گذاری، تدوین نقشه راه و بسترسازی برای تسهیل فعالیت‌های کسب‌وکاری است. او توضیح داد: «این نهاد نباید در نقش تصدی‌گر وارد عمل شود. باید همراه با سیاست‌گذاری، هماهنگی لازم برای ارتباط و تعامل میان اجزای مختلف اکوسیستم نوآوری را برقرار سازد.

این هماهنگی باید به گونه‌ای باشد که بازیگران این زیست‌بوم بتوانند از خدمات مبتنی بر هوش مصنوعی بهره‌مند شوند و هم در صورت طراحی سرویس، بتوانند آن را از طریق این فناوری به سایرین ارائه دهند.»

وظیفه شرکت ارتباطات زیرساخت در فراهم‌سازی بستر هوش مصنوعی

زیرساخت و مزارع GPU یکی از مسائلی که به تازگی توسط معاونت علمی به طور مکرر مطرح و پیگیری شده است.

محمدحسین کاشی که یکی از اعضای هیئت‌مدیره شرکت ارتباطات زیرساخت است گفت: «تا به امروز وظیفه‌ای در مورد خرید GPU به ما محول نشده است، ولی این شرکت آمادگی لازم را برای تأمین زیرساخت محاسباتی در صورت تأمین بودجه دارد.»

او با اشاره به وظیفه محول شده از سمت وزارت ارتباطات به شرکت زیرساخت بیان کرد: «وظیفه شرکت ارتباطات زیرساخت، فراهم‌سازی بستر و زیرساخت لازم برای توسعه هوش مصنوعی در کشور است و در همان حوزه مأموریتی خود فعالیت می‌کند. ما مسئول ارائه بسترهای زیرساختی و ارتباطی شامل مراکز داده، تأمین برق مناسب، سیستم خنک‌کننده، شبکه فیبر نوری و استانداردهای لازم برای سرورها و تجهیزات مرتبط با هوش مصنوعی هستیم.» بر اساس گفته‌های کاشی مراکز داده‌ای که در توسعه هوش مصنوعی فعال هستند، باتکیه بر بستر و شبکه ارتباطی و انتقالی شرکت ارتباطات زیرساخت می‌توانند فعالیت کنند.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

هوش چه مصنوعی؟

تایم لاین فعالیت‌های دولت چهاردهم
در بازار ۲ همتی هوش مصنوعی

۱۹ تیر
۱۴۰۳

افتتاح «شورای ملی
راهبری و مرکز ملی
هوش مصنوعی»

۲۹ خرداد
۱۴۰۳

تأسیس «سازمان ملی هوش مصنوعی»
در شورای عالی انقلاب فرهنگی

۴ دی
۱۴۰۳

افتتاح مرکز هوشمندسازی صنعت
نفت با الگوریتم‌های
هوش مصنوعی با سرمایه‌گذاری
۱۵ میلیون دلاری

۱۹ دی
۱۴۰۳

امضای تفاهم‌نامه برای بهره‌گیری از
هوش مصنوعی در حوزه سلامت و
بیماری‌های متابولیک

۳ بهمن
۱۴۰۳

رونمایی از دمو سکوی ملی هوش
مصنوعی در نمایشگاه پیشگامان
پیشرفت

۲ بهمن
۱۴۰۳

امضای توافق‌نامه توسعه
نئوبانک هوشمند با بانک مرکزی؛
وعده راه‌اندازی در مرداد ۱۴۰۴

۲۵ فروردین
۱۴۰۳

تفاهم‌نامه ۱۰۰ میلیون دلاری بین معاونت علمی و
صندوق توسعه ملی برای توسعه هوش مصنوعی
- وعده سرمایه‌گذاری ۱۰۰ میلیون دلار به شکل
ارزی و ۱.۲ همت به شکل ریالی

۲۵
اردیبهشت
۱۴۰۳

رونمایی از اولین سرور
ایرانی در نمایشگاه
اینوتکس





گفت‌وگو با محمدمهدی امیرفروغی، دکتری هوش مصنوعی

بودجه ۴۵۰۰ میلیاردی بدون قانون تشویقی

تأمین منابع مالی برای پروژه‌های مختلف از صندوق‌های دولتی گفت: «بسیاری از رویدادها و سمینارهای برگزار شده، بیشتر به بیان ظرفیت‌ها و ایده‌ها پرداخته‌اند و کمتر به نتایج واقعی پروژه‌ها و دستاوردها اشاره شده است. بسیار خوب است که ما نتایج واقعی توسعه هوش مصنوعی را به مردم نشان دهیم.»

او با اشاره به کنسرسیومی که در صنعت فولاد تشکیل شده است توضیح داد که این کنسرسیوم بیشتر تمرکز خود را بر روی شرکت‌های فولاد گذاشته است و اجازه ورود شرکت‌ها یا سازمان‌های دیگر را نمی‌دهد. این وضعیت می‌تواند محدودیت‌هایی را در پیشرفت این پروژه‌ها ایجاد کند.

شبکه عصبی داخلی؛

تلاشی برای استقلال داده

سکوی ملی هوش مصنوعی در ۲۵ اسفند ۱۴۰۳ با تلاش معاونت علمی ریاست جمهوری رونمایی شد. امیرفروغی در این باره توضیح داد که شبکه‌های عصبی بین‌المللی در بسیاری از کشورها مورد استفاده قرار می‌گیرند، به دلیل جمع‌آوری اطلاعات جهانی، ممکن است نتایج مطلوبی برای ایران نداشته باشند؛ بنابراین، با ایجاد یک شبکه عصبی داخلی که مختص به ایران و نیازهای آن باشد، می‌توان فرایندهایی را شبیه‌سازی کرد که متناسب با شرایط بومی و منطقه‌ای باشد. او در ادامه بیان کرد: «این شبکه عصبی، در ابتدا مانند یک کودک است که به‌مرور زمان و با استفاده مکرر، رشد کرده و پیشرفت خواهد کرد. البته این پروژه هنوز در مراحل ابتدایی خود است و نیازمند همکاری گسترده‌ای از سوی بخش‌های مختلف حکومتی و خصوصی است تا بتواند به بلوغ برسد. امیدوارم این پروژه مانند بسیاری از پروژه‌های ملی در نیمه‌راه‌ها نشود.»



در یک سال اخیر اسم هوش مصنوعی در بسیاری از اخبار آورده می‌شود. محمدمهدی امیرفروغی، دکتری هوش مصنوعی، معتقد است که ایران در زمینه هوش مصنوعی ظرفیت‌های بالقوه‌ای دارد.

اما هنوز نتوانسته است پروژه‌های بزرگ و تأثیرگذاری در این حوزه را به سرانجام برساند. او به متولیان متعدد این حوزه اشاره می‌کند و تأکید دارد که علی‌رغم این تعداد هوش مصنوعی هنوز یک نهاد اصلی تصمیم‌گیرنده ندارد.

ترس و ناآگاهی متولیان

امیرفروغی توضیح می‌دهد: «متولیان حکومتی در بسیاری از موارد شناخت کافی از این حوزه ندارند و این موضوع باعث ایجاد ترس و بازدارندگی شده است. این وضعیت باعث شده که ما نتوانیم کار جدی‌ای شکل دهیم. یکی از مشکلاتی هم که در مسیر پیشرفت هوش مصنوعی در ایران وجود دارد، عدم تعریف دقیق و مشخص پروژه‌های قابل اجرا است.» او با اشاره به حوزه‌های مختلفی که پتانسیل توسعه پروژه‌های هوش مصنوعی را دارند از جمله صنایع حمل‌ونقل، ترافیک و آموزش می‌گوید که تنها پروژه قابل توجه و موفق پروژه سازمان هواشناسی است. او در ادامه بیان کرد: «حوزه‌های جذاب زیادی وجود دارند که علی‌رغم هزینه‌های نسبتاً پایین، کارایی بالایی دارند و می‌توانند برای مجموعه‌های دولتی و برای مردم کشور بسیار مؤثر باشند.»

او نبود قانون تشویق‌کننده در این حوزه را یکی از دیگر مشکلاتی می‌داند که به آن توجه چندانی نمی‌شود. او توضیح داد: «امسال بودجه‌ای ۴ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومانی برای هوش مصنوعی توسط مجلس ایران بوده است؛ اما قوانینی که بتوانند به توسعه و شتاب‌دهی به پروژه‌های هوش مصنوعی کمک کنند هم وجود ندارند. این در حالی است که در کشورهای دیگر، دولت‌ها قوانینی وضع کرده‌اند که می‌تواند مشوق‌هایی برای سرمایه‌گذاری در این حوزه باشد.»

نقش سمینارها در هوش

مصنوعی؛ تبلیغ زیاد،

خروجی کم

او با اشاره به اقدامات سال گذشته معاونت علمی ریاست جمهوری برای حمایت از طرح‌ها و پروژه‌های هوش مصنوعی در زمینه



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم





پژوهش داریم صنعت نداریم

بررسی وضعیت ایران در حوزه هوش مصنوعی در گفت‌وگو با فاطمه سبزه‌ای

ایران در حوزه هوش مصنوعی در شاخص‌های کمی عملکرد نسبتاً خوبی دارد، اما در شاخص‌های کیفی هنوز فاصله زیادی با کشورهای پیشرفته دارد. پژوهش‌های بسیاری در این حوزه انجام شده، ولی برای رسیدن به تجاری‌سازی و جذب سرمایه‌گذاری، به زیرساخت‌ها و هماهنگی‌های بیشتری نیاز است. فاطمه سبزه‌ای، پژوهشگر حوزه بانکداری، در این گفت‌وگو به تحلیل وضعیت کنونی ایران و چشم‌اندازهای آن در حوزه هوش مصنوعی پرداخته است.

به‌طوری‌که می‌توان گفت در رتبه‌های دوم یا سوم قرار دارد. اما وقتی به شاخص‌های کیفی نگاه می‌کنیم، یعنی تبدیل پژوهش‌ها به محصول تجاری، جذب سرمایه‌گذاری و فراهم‌سازی زیرساخت‌های ضروری، ایران با کشورهای پیشرفته مانند ایالات متحده، چین و کشورهای اروپایی فاصله زیادی دارد. در مقایسه با کشورهای منطقه مثل امارات و عربستان، ایران در این بخش‌ها عقب‌تر است. برای مثال، آمریکا و چین

وضعیت فعلی ایران در حوزه هوش مصنوعی را چگونه ارزیابی می‌کنید و مقایسه‌ای با کشورهای دیگر در این حوزه داشته باشید؟

در حال حاضر، ایران در شاخص‌های کمی در حوزه هوش مصنوعی عملکرد خوبی دارد، به‌ویژه در زمینه تعداد مقالات و دانشجویان فعال در این حوزه. از نظر تعداد مقالات علمی و دانشگاه‌های فعال در زمینه هوش مصنوعی، ایران در منطقه جایگاه خوبی دارد،

مکس تگمارک، استاد دانشگاه MIT و از متخصصان برجسته ایمنی هوش مصنوعی، اعلام کرد که شرکت‌های فعال در حوزه هوش مصنوعی باید پیش از توسعه سیستم‌های فوق‌پیشرفته، به‌صورت عددی احتمال خطرات احتمالی را محاسبه کنند. او پیشنهاد کرده است محاسبه‌ای مشابه آن‌چه پیش از نخستین آزمایش بمب اتمی انجام شد، برای هوش مصنوعی نیز انجام شود.

احتمال ۹۰ درصدی تهدید ابرهوش مصنوعی



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



معرفی کتاب موج آینده نوشته مصطفی سلیمان هم‌بنیان‌گذار دیپ‌مایند گوگل

کتاب «موج آینده: فناوری، قدرت و بزرگ‌ترین معضل قرن بیست و یکم» نوشته مصطفی سلیمان، که سال گذشته توسط انتشارات راه پرداخت به زبان فارسی ترجمه و منتشر شد، به یکی از پرفروش‌ترین آثار در حوزه فناوری و آینده‌پژوهی تبدیل گردید. این کتاب، که در سپتامبر ۲۰۲۳ منتشر شد، با استقبال گسترده‌ای از سوی فعالان عرصه فناوری و علاقه‌مندان به مسائل اجتماعی و اقتصادی روبه‌رو شد.

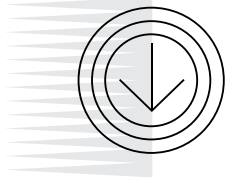
سلیمان در این کتاب به بررسی تأثیرات فناوری‌های نوظهور، به ویژه هوش مصنوعی، بر جوامع انسانی، اقتصاد و سیاست پرداخته است. او در چهار بخش اصلی به تحلیل چالش‌های بزرگی می‌پردازد که بشر در آینده‌ای نه‌چندان دور با آن‌ها مواجه خواهد شد. از بررسی تاریخ فناوری شروع می‌کند و سپس به تشریح امکانات و چالش‌هایی می‌پردازد که دولت‌ها و نهادهای اجتماعی برای مدیریت استفاده از این فناوری‌ها خواهند داشت. در پایان، سلیمان تصویری واضح و شفاف از آینده‌ای که در انتظار بشریت است ارائه می‌دهد.

بنیان‌گذار دیپ‌مایند، که در حال حاضر مدیر بخش هوش مصنوعی مایکروسافت است، در این کتاب هشدار می‌دهد که گسترش سریع فناوری‌های قدرتمند می‌تواند ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و حتی حکمرانی کشورها را دچار تغییرات اساسی کند. وی تأکید می‌کند که تنها کسانی که بر این فناوری‌ها تسلط پیدا کنند، قادر خواهند بود که در آینده نزدیک به رهبری تاریخ بپردازند. این نکته به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه نظیر ایران که در پی

ترجمه فارسی این کتاب برای جامعه فعالان فناوری در ایران فرصتی ارزشمند به حساب می‌آید. با توجه به روند روبه‌رشد توسعه فناوری‌های نوین در کشور و نقش برجسته جوانان ایرانی در این زمینه، مطالعه این اثر می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا با نگاه به آینده، خود را برای مواجهه با تغییرات عمده آماده کنند. سلیمان در کتاب خود، تحولات عظیمی که به واسطه پیشرفت‌های هوش مصنوعی رخ خواهد داد را تحلیل می‌کند و از دولت‌ها می‌خواهد که به‌صورت هوشمندانه و با دیدی آینده‌نگر، راهبردهایی برای مدیریت این تحولات اتخاذ کنند.

این کتاب نه‌تنها نگاهی تخصصی به فناوری‌های نوظهور دارد، بلکه برای کسانی که به سیاست‌گذاری عمومی، آینده‌پژوهی و مدیریت تغییرات اجتماعی علاقه دارند نیز منبعی غنی و پر از نکات ارزشمند به شمار می‌رود. «موج آینده» به‌عنوان یکی از آثار مهم در زمینه تحلیل آینده فناوری، جایگاه ویژه‌ای در میان کتاب‌های حوزه فناوری و سیاست‌گذاری پیدا کرده است.





NotebookLM گوگل با تولید پادکست‌های طبیعی هوش از سر همه پراند

کرده و با استفاده از این ابزارها، خلاصه‌ای صوتی برای ارائه به همکاران تولید کند. در مجموع، NotebookLM یک ابزار جامع برای پژوهش، یادگیری و تولید محتواست که به کاربران کمک می‌کند تا اطلاعات علمی را به شکلی مؤثر و قابل دسترس پردازش کنند.

← **نسخه حرفه‌ای و محدودیت‌ها**
نسخه پیشرفته‌تر، NotebookLM Plus، با اشتراک Google One AI Premium در دسترس است و امکاناتی نظیر افزایش سقف تولید محتوا، تنظیم سبک پاسخ، اشتراک گذاری نوت‌بوک‌ها و تحلیل عملکرد تیمی را ارائه می‌دهد. با این حال، استفاده از NotebookLM نیازمند حساب کاربری گوگل است و در برخی سازمان‌ها نیاز به فعال سازی توسط ادمین Google Workspace دارد.

← **کاربردهای آموزشی و محتوایی**
NotebookLM می‌تواند آموزش و پژوهش را متحول کند. دانشجویان می‌توانند جزوات درسی را به پادکست‌های قابل حمل تبدیل کرده و در مسیر رفت‌وآمد گوش دهند. معلمان می‌توانند خلاصه‌های شنیداری از جلسات آموزشی آماده کرده و در اختیار دانش‌آموزان قرار دهند. حتی تولیدکنندگان محتوا می‌توانند اسکرپت‌های ویدیویی را به پادکست‌های تبلیغاتی یا آموزشی تبدیل کنند.

در مجموع، NotebookLM صرفاً یک ابزار یادداشت‌برداری نیست، بلکه دستياری پژوهشی و چندرسانه‌ای است که با تمرکز بر دسترس‌پذیری صوتی و تعامل هوشمندانه با منابع، چشم‌انداز جدیدی برای یادگیری شخصی‌سازی شده، آموزش تطبیقی و تولید محتوای هدفمند ترسیم می‌کند. با گسترش قابلیت‌های آن، به‌ویژه در حوزه صوت، می‌توان انتظار داشت پادکست‌های آموزشی تولیدشده توسط هوش مصنوعی به بخشی جدایی‌ناپذیر از آموزش مدرن بدل شوند.



با پیشرفت چشمگیر هوش مصنوعی، ابزارهای پژوهشی نیز دچار تحولاتی بنیادین شده‌اند. در این میان، NotebookLM، محصولی از Google Labs، به‌عنوان یکی از نوآورانه‌ترین دستیارهای تحقیقاتی ظاهر شده که تجربه پژوهش و تولید محتوا را برای دانشجویان، اساتید و تولیدکنندگان محتوا دگرگون کرده است. این ابزار با بهره‌گیری از مدل‌های زبانی پیشرفته مانند Gemini ۱.۵ Pro و Flash ۲.۵ Gemini، امکان بارگذاری و تحلیل منابعی نظیر مقالات، PDFها و صفحات وب را فراهم می‌سازد.

← **تولید پادکست‌های آموزشی**
ویژگی برجسته NotebookLM، قابلیت Audio Overviews است؛ امکانی که به کاربران اجازه می‌دهد تنها با چند کلیک، از محتوای علمی و آموزشی خود یک پادکست شنیداری تولید کنند. این قابلیت به‌ویژه برای دانشجویان و معلمان مفید است؛ چرا که می‌توانند پایان‌نامه، خلاصه درس یا ترکیبی از چند منبع را به‌صورت صوتی مرور و بازنشر کنند.

از اواخر ۲۰۲۴، این قابلیت وارد نسخه تعاملی (بتا) شده و به کاربران اجازه می‌دهد در حین گوش دادن، با هوش مصنوعی تعامل کرده، سؤال بپرسند و پاسخ‌های زنده دریافت کنند. اگرچه نسخه بتا هنوز با چالش‌هایی مانند تأخیر در پاسخ‌دهی یا خطاهای جزئی در نوت‌بوک‌های بزرگ مواجه است، اما پتانسیل بالایی برای آموزش پویا دارد.

← **امکانات کلیدی**
NotebookLM یک محیط تعاملی جامع است که با سه بخش اصلی، به کاربران این امکان را می‌دهد تا به‌طور مؤثر تحقیق کنند، پرس‌وجو کنند و محتوای ساختاریافته تولید کنند. بخش منابع (Sources) به کاربران اجازه می‌دهد متون علمی و آموزشی خود را بارگذاری و مدیریت کنند. در بخش چت (Chat)، کاربران می‌توانند به‌طور زنده با هوش مصنوعی تعامل داشته و از آن برای پردازش اطلاعات موجود در منابع واردشده استفاده کنند. در نهایت، بخش استودیو (Studio) به کاربران این امکان را می‌دهد که محتوای ساختاریافته‌ای مانند خلاصه متون، راهنمای مطالعه، نقشه‌های ذهنی و حتی پادکست‌های صوتی تولید کنند. این ابزار از خروجی چندزبانه (بیش از ۵۰ زبان) پشتیبانی می‌کند و به تحلیل اسناد چندرسانه‌ای نیز می‌پردازد. به‌عنوان مثال، یک محقق می‌تواند اسناد پروژه خود را بارگذاری

انجام داده است. یکی از مهم‌ترین اقدامات تدوین «نقشه راه ملی هوش مصنوعی» بود که با همکاری دانشگاه‌ها، صنعت و دستگاه‌های اجرایی طراحی شد. این سند هنوز به مرحله تصویب نهایی نرسیده است و به‌صورت الزام‌آور درنیامده است، ولی تا حدی گام‌های مهمی برداشته شده است. همچنین، معاونت علمی در راستای حمایت از استارت‌آپ‌ها و پروژه‌های نوآور، حدود ۳۰۰ میلیون تومان برای پروژه‌های نوآور در سال ۱۴۰۳ اختصاص داده است. همچنین، پلتفرم‌های داده برای دسترسی به دیتاست‌های پاک‌راه‌اندازی شده و دوره‌های آموزشی برای توانمندسازی نیروهای انسانی نیز برگزار شده است. در مجموع، این فعالیت‌ها باعث شده که تیم‌های استارت‌آپی زیادی به فاز نمونه‌سازی برسند و برخی از آن‌ها موفق به جذب سرمایه‌گذاری خصوصی شوند.

← **برای دستیابی به موفقیت در این حوزه چه اقداماتی ضروری است؟**

برای دستیابی به موفقیت در حوزه هوش مصنوعی، ایران نیازمند بهبودهای اساسی در چندین زمینه است. اولین و مهم‌ترین قدم، تکمیل و به‌روزرسانی زیرساخت‌های سخت‌افزاری است. این شامل توسعه دیتا سنترها و جی‌پی‌یو فارم‌ها می‌شود که به‌عنوان پایه‌گذار عملیات پردازشی در حوزه هوش مصنوعی به شمار می‌آیند. علاوه بر این، ایران باید سرمایه‌گذاری بیشتری در

زمینه تحقیق و توسعه انجام دهد، به‌ویژه در صنایع کلان‌داده‌ها، یادگیری ماشین و هوش مصنوعی عمیق که به‌عنوان محوری‌ترین فناوری‌های آینده شناخته می‌شوند. در کنار این، ایجاد و تقویت چارچوب‌های قانونی و اخلاقی که بتوانند حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی افراد را تضمین کنند، از دیگر نیازهای اساسی است.

همچنین، گسترش و بهبود دیتابیس‌های عمومی و دسترسی به داده‌های پاک برای آموزش مدل‌های هوش مصنوعی از اهمیت زیادی برخوردار است؛ چرا که داده‌های باکیفیت، پیش‌نیاز اصلی در آموزش مدل‌ها و توسعه کاربردهای هوش مصنوعی هستند.

در نهایت، ایران باید نقشه راه ملی هوش مصنوعی را به‌صورت عملیاتی اجرا کند و هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی را برای تسهیل پیشرفت‌ها در این حوزه ایجاد کند. باتوجه به این اقدامات، ایران قادر خواهد بود تا به یکی از پیشگامان منطقه در زمینه هوش مصنوعی تبدیل شود و از ظرفیت‌های بالقوه خود بهره‌برداری کامل نماید.

به‌ویژه در زمینه‌هایی مثل کلان‌داده‌ها، یادگیری ماشین، و هوش مصنوعی عمیق، پیشرفت‌های چشمگیری داشته‌اند و بودجه‌های کلانی برای جذب استارت‌آپ‌ها و ساخت دیتاست‌های ابری خود اختصاص داده‌اند.

← **در چه زمینه‌هایی ایران می‌تواند پیشترین رشد را در حوزه هوش مصنوعی داشته باشد؟**

ایران در برخی زمینه‌ها ظرفیت‌های قابل توجهی دارد که می‌تواند به رشد قابل توجهی در آن‌ها دست یابد. در حوزه‌هایی مانند پردازش زبان طبیعی فارسی، پزشکی، کشاورزی هوشمند و بینایی ماشین ایران پیشرفت‌های خوبی داشته است. به‌عنوان مثال، در پردازش زبان طبیعی فارسی، چندین تیم دانشگاهی روی تحلیل متن فارسی و ترجمه ماشینی کار کرده‌اند. در پزشکی

نیز، به‌ویژه در زمینه تشخیص ضایعات پوستی، تحلیل تصاویر رادیولوژی و پاتولوژی، ایران پیشرفت‌های چشمگیری داشته است. در کشاورزی هوشمند نیز، الگوریتم‌های پیش‌بینی زمان برداشت محصولات و مدیریت آبیاری با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای یا پهپادها در حال اجرا است و نتایج مثبتی داشته است.

← **چه چالش‌هایی در این حوزه وجود دارد که باید حل شوند؟**

چالش‌های اصلی در حوزه هوش مصنوعی ایران شامل محدودیت‌های مربوط به دسترسی به داده‌های پاک، زیرساخت‌های ناکافی، و کمبود سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف است. ایران به دیتابیس‌های عمومی و داده‌های آموزشی مدل‌های هوش مصنوعی نیاز دارد که هنوز به‌طور کامل توسعه نیافته‌اند. همچنین، در زمینه‌های سخت‌افزاری، مانند دیتا سنترها و جی‌پی‌یو فارم‌ها، هنوز محدودیت‌هایی وجود دارد که بر سرعت پیشرفت تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، به‌طور کلی چارچوب‌های قانونی و اخلاقی در حوزه هوش مصنوعی در ایران هنوز به‌طور کامل تدوین و اجرایی نشده است. به‌ویژه، قوانین شفاف و یکپارچه‌ای که بتوانند از حقوق افراد در استفاده از داده‌ها و حریم خصوصی محافظت کنند، هنوز در مرحله توسعه قرار دارند.

← **معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری چه اقداماتی در زمینه هوش مصنوعی انجام داده است؟**

معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در سال گذشته چندین اقدام کلیدی در حوزه هوش مصنوعی

تگمارک مفهومی به نام «ثابت کامپتون» را معرفی کرده که بیانگر احتمال خارج شدن ابرهوش مصنوعی از کنترل انسان است. به گفته او، این عدد می‌تواند مبنای توافق جهانی برای تدوین مقررات ایمنی باشد. او مدعی است که در حال حاضر، احتمال اینکه هوش مصنوعی بسیار پیشرفته به یک تهدید وجودی تبدیل شود، حدود ۹۰ درصد است. تگمارک تأکید دارد که

«احساس خوب» نسبت به ایمنی کافی نیست و شرکت‌ها باید با عدد و داده صحبت کنند. همزمان، گروهی از کارشناسان بین‌المللی از جمله اعضای OpenAI و Google DeepMind، در گزارشی با عنوان «اجماع سنگاپور»، سه اولویت ایمنی را معرفی کرده‌اند: سنجش تأثیر سیستم‌ها، تعیین رفتار مطلوب، و طراحی روش‌های کنترل‌پذیر برای این فناوری‌ها.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



صد مدیر، یک هدف

رویداد 100CEOs با حضور مدیران عامل و بنیان گذاران کسب و کارهای متنوع، از استارت‌آپ‌های دیجیتال تا صنایع بزرگ، توسط کارخانه نوآوری رسانه راه کار در موزه زمان تهران برگزار شد و فرصتی برای تبادل تجربه و تقویت شبکه حرفه‌ای فراهم کرد

از آنجاکه کارخانه نوآوری رسانه راه کار در سال‌های اخیر میزبان رویدادهای جذاب و پرمخاطبی همچون رویداد ۹ ژانویه، لندتک، برند کارفرمایی، جایزه عصر تراکنش، لجستیک و چندین گردهمایی اثرگذار دیگر بوده، این بار سال ۱۴۰۴ را با یک رویداد جدید و متفاوت آغاز کرده است؛ رویدادی خاص که تنها برای مدیران عامل و بنیان‌گذاران طراحی شده است. رویداد 100CEOs، برخلاف همایش‌های مرسوم، فضایی صمیمی و متمرکز بر گفت‌وگوهای واقعی ایجاد کرد تا مدیران بتوانند تجربیات خود را به اشتراک بگذارند و با هم‌افزایی، به راه‌کارهایی برای مدیریت بهینه و بهره‌وری بیشتر شرکت‌های خود دست یابند. این رویداد، باتکیه بر تجربه موفق راه کار در گردهم آوردن فعالان اکوسیستم، گامی دیگر در مسیر تقویت ارتباطات حرفه‌ای و پیشبرد نوآوری بود.

رسمی برنامه را با سخنان خود آغاز کرد. او درباره اهمیت شبکه‌سازی و نقش مدیران در تقویت اکوسیستم نوآوری صحبت کرد و به تجربه راه کار در برگزاری رویدادهای پیشین مانند لندتک ایران و ۹ ژانویه اشاره کرد. جمیلی از مدیران خواست برای تاثیرگذاری بیشتر رویداد ۱۰۰ مدیرعامل پیشنهاد دهند که بتوانند به کار مدیران عامل در کشور بیایند و تأکید کرد که از راهنمایی و مشورت آن‌ها استقبال می‌کند. او از مدیران خواست در بحث‌های کوتاه بعدی، درباره نیازهای نسل جدید مدیران

رویداد از ساعت ۷:۳۰ صبح با صرف صبحانه در سالن موزه زمان آغاز شد و فضایی برای آشنایی اولیه میان شرکت‌کنندگان فراهم کرد. محیط تاریخی موزه و چیدمان صمیمی سالن، بستری مناسب برای گفت‌وگوهای رسمی و غیررسمی ایجاد کرده بود.

رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب و کار راه کار، بخش



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



از هوش مصنوعی تا آینده مدیریت؛ دغدغه‌های رهبران کسب و کار گفت‌وگوهای صمیمی مدیران در رویداد 100CEOs

حضور همه ما در اینجا نشان‌دهنده باور به امکان ماندن و ساختن است، وگرنه هیچ‌کدام اینجا نبودیم. مسئله افزایش حقوق کارمندان چالشی است که حتی با افزایش حقوق، آن‌ها نمی‌توانند زندگی خود را تأمین کنند. این چالش دوطرفه است؛ شرکت‌ها تا حدی می‌توانند حقوق را افزایش دهند و نسلی که ما مایل به همکاری با آن‌ها هستیم، با این حقوق نمی‌تواند حتی زندگی متوسطی داشته باشد.

حسین ریاضی، بنیان‌گذار شرکت صنایع ارتباطی پایا: مدیریت در اقتصاد حاکمیتی و انتقال تجربه

یک مدیر برای اداره کسب و کار خود باید راه‌های دور زدن و مواجهه با اقتصاد حاکمیتی کشور را بیاموزد. اگر قصد دارد کسب و کار را به نسل بعدی واگذار کند، باید توضیح دهد که چگونه توانسته خود را سرپا نگه دارد و راه عبور از این چالش‌ها برای نسل بعدی چیست.



محمدعلی گوگانی، مدیرعامل شرکت آدونیس: فرهنگ و تربیت نسل بعدی

فرهنگ ما با سایر کشورها متفاوت است و تا زمانی که از این تفاوت خارج نشویم، نمی‌توانیم نسل بعدی را به خوبی تربیت کنیم. حدود ۱۳ سال پیش در مذاکراتی در چین برای خرید تجهیزات، مشاهده کردم که پشت سر ما، پنج یا شش نفر از جوانان چینی حضور داشتند. پس از اتمام مذاکرات، پرسیدم این افراد چه کسانی بودند. پاسخ دادند که این‌ها مدیران نسل بعدی هستند که برای یادگیری مذاکره حضور دارند. انصافاً کدام یک از شرکت‌های ما، چه در مقیاس بزرگ و چه کوچک، چنین روشی برای تربیت مدیران به کار گرفته‌اند؟



علیرضا صیدی، مدیرعامل مبین‌نت: نیاز به توسعه زیرساخت‌های ICT

همه باید به این فکر کنند که اگر صنعت ارتباطات و فناوری اطلاعات با وضعیت کنونی پیش رود، تمامی پلتفرم‌ها در ارائه خدمات خود دچار مشکل خواهند شد. باید با استفاده از روابط با وزارت ارتباطات، این صنعت را به عاملی برای رشد و شکوفایی همه صنایع تبدیل کنیم.



در رویداد 100CEOs که توسط کارخانه نوآوری رسانه راه کار برگزار شد، مدیران برجسته‌ای از دیجی کالا، اسنپ، دیوار و دیگر شرکت‌های پیشرو گرد هم آمدند تا درباره چالش‌های بقاء، هوش مصنوعی، پرورش نسل جدید مدیران و موانع اقتصاد حاکمیتی گفت‌وگو کنند؛ فضایی برای تبادل تجربه و ترسیم آینده‌ای روشن برای کسب و کارهای ایرانی.

مسعود طباطبایی، مدیرعامل دیجی کالا: بقاء، هوش مصنوعی و چالش تربیت مدیران آینده

هدف اصلی‌ام در دیجی کالا برای امسال، تضمین بقای شرکت تحت هر شرایطی است. هوش مصنوعی



موضوعی جدی است، اما کشور در این حوزه عقب مانده و حاکمیت عزم جدی ندارد. مدیران باید برای پیشبرد آن همکاری کنند. هوش مصنوعی باعث بازگشت ایرانیان مهاجر، به‌ویژه برنامه‌نویسان، شده که فرصت و تهدیدی توأمان است؛ بازگشت آن‌ها مثبت، اما سرخوردگی‌شان نگران‌کننده است. مدیریت کسب و کار و انتقال آن به نسل بعدی بسیار دشوار است، زیرا یافتن مدیران عامل کارآمد سخت است. واگذاری شرکت مانند سپردن فرزند به دیگری است. مکانی برای پرورش مدیران وجود ندارد و دوره‌های آموزشی به‌تنهایی کافی نیستند.

محمد خلیج، مدیرعامل اسنپ: امید و فرصت‌های اقتصاد دیجیتال

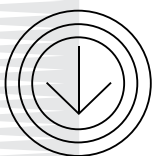
امید همچنان در کشور وجود دارد. امیدوارم صنعت اقتصاد دیجیتال کشور در سال جاری نیز دستاوردهای ارزشمندی کسب کند. در سخت‌ترین روزها، مانند دوره کرونا، اگر اقتصاد دیجیتال نبود، شاید با فاجعه‌ای مواجه می‌شدیم. این سختی‌ها فرصت‌هایی هستند که می‌توان در دل آن‌ها بازار یا کسب و کاری جدید ایجاد کرد.



ژوبین علاقبند، مدیرعامل گروه مدیریت سرمایه لیان: انگیزه برای ماندن و چالش افزایش حقوق

این روزها بحث بر سر این است که چگونه می‌توان انگیزه را در خود حفظ کرد تا بمانیم و بسازیم و آیا در این شرایط اصلاً امکان ساختن وجود دارد؟





◀◀ مدیران در رویداد 100CEOs چه گفتند

مایلم یاد بگیرم. بسیاری از دوستانم از کنار من و از ایران رفته‌اند و از کسب‌وکار داخلی خارج شده‌اند، اما آنچه باقی مانده، ایران است و حضور همه شما نشان‌دهنده زنده بودن ایران است.

حسین اسلامی، مدیرعامل رمیس: انسانیت و مدل ذهنی نسل جدید



کارآفرینان در ایران منتظرند سیاستمداران مشکلاتشان را حل کنند، اما به نظرم این مسیر اشتباهی است.

ابتدا باید اجازه دهیم هم ما و هم نسل بعدی پیش از مدیرعامل بودن، انسان باشیم. به نظرم انسانیت بالاتر از مدیرعاملی است و گاهی خودمان را از آن محروم کرده‌ایم. باید به مدیران نسل بعدی اجازه دهیم روش و مدل ذهنی خود را برای درک و حل مسائل داشته باشند و کپی از ما نباشند. برخی رفتارهای ما شبیه ساحران است؛ حرف‌ها و حرکاتی که انجام می‌دهیم، نتیجه‌ای متفاوت به دنبال دارد و این‌ها قابل کپی‌برداری نیست. نسل جدید باید مدل خود را تجربه کند و خود باشد. حتی مدیران نسل‌های پیشین نیز این‌گونه بودند و بسیار اصیل‌تر از ما عمل می‌کردند.

هومن پیشنگیان، مدیرعامل هلدینگ دکا: سرمایه انسانی و خوداتکایی



موضوع منابع انسانی یکی از دغدغه‌های اصلی ماست. شاید حاکمیت دغدغه‌ای در این زمینه داشته باشد، اما به فکر ما نیست. اطمینان دارم اگر خودمان برای این موضوع کاری نکنیم، کسی برای ما اقدامی نخواهد کرد.

مجید خاکور، مدیرعامل فناوران اطلاعات خیره: بی‌ثباتی مدیریتی در صنعت بیمه



بی‌ثباتی مدیریتی به‌طور کامل صنعت بیمه را تحت تأثیر قرار داده است. این بی‌ثباتی هم در سطح نهادهای نظارتی و هم در نهادهای قانون‌گذار دیده می‌شود. وقتی یک نهاد در طول یک سال سه بار مدیرعامل خود را تغییر می‌دهد، نمی‌توان انتظار سیاست‌گذاری مؤثری داشت. برخی مدیران در دو سال حضور خود بدون استراتژی مشخص، تنها به دنبال افزودن چیزی به رزومه خود هستند و سپس از صنعت بیمه خداحافظی می‌کنند.



اشکان آرمندهی، مدیرعامل دیوار: چالش‌های نیروی انسانی و محدودیت‌های بین‌المللی



نیروی انسانی بزرگ‌ترین دارایی شرکت‌ها و کشور است، اما هویت ایرانی به مانعی برای همکاری با پیشرفت تکنولوژی تبدیل شده است. یکی از بزرگ‌ترین ریسک‌های ما این است که برای استفاده از API‌ها و سرویس‌های خارجی، باید از چندین واسطه استفاده کنیم. هرچه بیشتر بخواهیم با روندهای جهانی همگام شویم، با موانع بیشتری مواجه می‌شویم.

حسین حیدر، مدیرعامل تکنولایف: رهبری و تحمل بار سازمان



مدیرعامل به‌عنوان رهبر سازمان، تمامی غم‌ها و مسائل داخلی سازمان را بر دوش می‌کشد. این کار بسیار دشوار است، زیرا هیچ‌کس نمی‌تواند از او حمایت کند و او تنها با مسائل اقتصادی مواجه است.

امیر مرادی، مدیرعامل تأمین سرمایه تمدن: مدیریت ریسک و انتقال به نسل جدید



استراتژی‌های ما بر پیش‌فرض‌های داخلی و خارجی استوار است. شرایط اقتصاد کلان کشور ریسک‌های زیادی به شرکت‌ها تحمیل می‌کند که برخی از آن‌ها غیرقابل کنترل هستند. برای کاهش آسیب، شرکت‌ها باید بر ریسک‌های قابل کنترل، مانند انتقال مدیریت، تمرکز کنند. ما این ریسک را پذیرفتیم و نسل جدیدی از مدیران را وارد کردیم. مدیران جوان با ذائقه نسل جدید آشنا شدند و این اقدام نتایج خوبی به همراه داشته است. اعتماد به نسل جدید قطعاً نتایج مثبتی خواهد داشت.

رضا زرنوخی، مدیرعامل صندوق مالی توسعه تکنولوژی: چالش‌های مدیرعاملی و اهمیت انتقال مؤثر مسئولیت



گاهی مدیرعامل شدن آسان است، اما تداوم این نقش و واگذاری آن به فرد بعدی بسیار دشوار است. دلیل اینکه پس از ۱۹ سال همچنان در این جایگاه هستم، این است که نمی‌دانم چگونه آن را به‌خوبی واگذار کنم و شاید این یکی از سخت‌ترین کارها باشد. از دوستانی که این تجربه را دارند،



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



و این جمع را با فعالان سیلیکون ولی مقایسه کرد. او درباره تجربه دوستی که به سیلیکون ولی سفر کرده بود و تحت تأثیر فرهنگ نوآوری آنجا قرار گرفته بود صحبت کرد و گفت که حضور در این جمع نیز مانند سخن گفتن در سیلیکون ولی است، زیرا مدیران حاضر از صنایع مختلف، از اقتصاد دیجیتال تا تجارت الکترونیک و حوزه‌های صنعتی، خود و حوزه‌های نوآوری هستند. قربانی به چالش‌های کشور اشاره کرد و از مدیران خواست به جای تمرکز بر موانع مرسوم مانند بیمه، مالیات و تحریم، تجربیات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. او با مثال‌هایی از کتاب نهمیان ماموت، نوشته بنیان‌گذار ماموت، و کتاب مدیرعامل نشر چشمه، بر اهمیت ثبت تجربیات زیسته تأکید کرد و گفت که مدیران ایرانی اغلب از به اشتراک گذاشتن تجربیات خود پرهیز می‌کنند یا به دیگران توصیه می‌کنند از دیده شدن اجتناب کنند. قربانی افزود که راه‌کار با برگزاری این رویداد غیررسانه‌ای، فضایی برای گفت‌وگوی امن و صریح فراهم کرده است. او همچنین به فعالیت‌های راه‌کار، از جمله انتشار هفته‌نامه و ماهنامه و برگزاری رویدادهای لندتک، ۹ ژانویه و برند کارفرمایی اشاره کرد و گفت که 100CEOs، به‌عنوان یک جمع کوچک و انتخاب‌شده، آغاز مسیری مشابه اتاق بازرگانی ۱۴۰ سال پیش است که با هدف مطالعه تجربیات زیسته مدیران شکل گرفته است.

عامل در اقتصاد نوآوری و راه‌های هم‌افزایی صحبت کنند. جمیلی همچنین عنوان کرد که در ۱۰۰ مدیرعامل، مدیران ارشد شرکت‌ها درباره خودشان و کسب‌وکارهایشان حرف می‌زنند؛ درباره کارهایی که برای توسعه اقتصادی ایران از طریق رشد کسب‌وکارها می‌توان انجام داد. او تأکید کرد که 100CEOs جایی است برای تعریف و تسهیل فرصت‌ها و امکان‌های همکاری میان بخش‌های فناوری و نوآور و بخش‌های ریشه‌دار و باتجربه صنایع مختلف کشور؛ جایی که فقط مدیران عامل حضور دارند.

مدیر توسعه کسب‌وکار راه‌کار به این نکته اشاره کرد که رویداد 100CEOs تلاش دارد قبل و بیش از توجه به کسب‌وکار به مدیران ارشد کسب‌وکار توجه داشته باشد؛ به مسائل و دغدغه‌ها و اولویت‌های حرفه‌ای و زندگی آن‌ها، به اینکه چه مصائب

و فرصت‌هایی در حرفه مدیرعاملی وجود دارد. اینکه مدیرعامل کیست و چطور باید بیندیشد و یاد بگیرد و با مدیران هم‌تراز خود در دیگر صنایع معاشرت و گفت‌وگو و ارتباط داشته باشد. رویداد 100CEOs هر ماه و با هدف ایجاد شبکه‌ای مدیران عامل برتر ایران در صنعت‌ها و بخش‌های مختلف اقتصادی برگزار می‌شود. رویدادی که کارخانه نوآوری راه‌کار با همراهی کنشگران دغدغه‌مند اقتصاد و توسعه ایران آن را برگزار می‌کند. رضا قربانی، مدیرعامل راه‌کار، در ادامه سخن گفت



دغدغه مدیران عامل ایران چیست؟

فراز جبلی، مدیرعامل راه: چالش‌های هوش مصنوعی و دیتا



اکثر شرکت‌های ما از نظر داده و هوش تجاری در مراحل اولیه هستند و نمی‌توانند از ظرفیت‌های موجود

استفاده کنند. باید بپذیریم بخش مهمی از اقتصاد ما را کسب‌وکارهایی تشکیل می‌دهند که حتی با ادبیات این موضوع آشنا نیستند. بنابراین، هوش مصنوعی به کالایی لوکس تبدیل می‌شود که استفاده می‌کنیم، اما نتیجه‌ای از آن نمی‌گیریم. اکنون فرصت ویژه‌ای است. تا سه سال آینده، سیستم‌های هوش مصنوعی تغییرات جدی خواهند داشت. نرم‌افزارهای خودکار که در حوزه هوش تجاری وارد شده‌اند، به‌زودی به حوزه هوش مصنوعی نیز خواهند رسید. دو تا سه سال فرصت داریم تا خود را به‌روز کنیم و از این فرصت بهره ببریم.

عباس عسگری، مدیرعامل مهین: سرسختی برای توسعه ایران



ما سر بازار سرسخت توسعه ایران هستیم. کار برای توسعه ایران حقیقتاً از جنس مبارزه است.

سرسختی از نیروهای نسل جدید خارج شده و آن‌ها تصور می‌کنند باید جاده‌ای آسفالت شده و چهارپایه برای کار کردن وجود داشته باشد. باید به آن‌ها آموزش داد که کسی برای کار و توسعه در کشور فرش قرمز پهن نکرده و برای این هدف باید آدم‌هایی سرسخت و جنگجو تربیت کرد.

رزا مجتهدزاده، مدیرعامل ایران سمپلر: عدم قطعیت و نسل جدید



بیش از هر زمان دیگری در عدم قطعیت به سر می‌بریم. شوک‌های اقتصادی کنونی حتی از دوران کرونا

خطرناک‌تر است، زیرا در آن زمان می‌دانستیم با چه چیزی مواجهیم، اما اکنون باید خودمان پیش‌بینی کنیم.

ما امروز با نسل زد و آلفا در ارتباط هستیم که بسیار آگاه‌اند و شاید برخی چیزها را بهتر از مدیران فعلی بدانند. اگر نتوانیم خود را به‌روز کنیم، ممکن است از آن‌ها عقب بمانیم و نتوانیم کار را به‌خوبی پیش ببریم. باید برای حفظ منابع خود جسورانه تصمیم

بگیریم و از تقلید مسیر رقبا پرهیز کنیم. چشم‌وهم‌چشمی‌های کسب‌وکاری باید متوقف شود. باید بررسی کنیم گروه هدف ما چیست و بر اساس تغییرات بازار، منابع خود را حفظ کنیم.

سپیده میرکریمی، مدیرعامل پزشکی:

تیم‌محوری و خوش‌بینی به اقتصاد دیجیتال
باید از شعارها خارج شد. باید تیم را مانند خانواده خود بدانیم، داده‌ها را با آن‌ها به اشتراک بگذاریم و اهداف را با هم تقسیم کنیم. این رویکرد باعث می‌شود در هر شرایطی بتوانیم پیش برویم. من به‌صورت تخصصی اقتصاددان نیستم، اما برخلاف بسیاری، به سال جاری خوش‌بینم. امسال می‌تواند سال ما، به‌ویژه در اقتصاد دیجیتال، باشد. امیدوارم همه ما رشد و توسعه کسب‌وکارهایمان را ببینیم و بتوانیم برای جوانان بیشتری فرصت کارآفرینی ایجاد کنیم.

رعنا منافی، مدیرعامل رهاکو: اهمیت سلامت روانی مدیرعامل



یک مدیرعامل باید حال خوبی داشته باشد. برای دستیابی به این حال خوب، من به طبیعت پناه می‌برم و سعی می‌کنم زمانی را فارغ از هیاهوی روزانه سپری کنم.

محمد عمروآبادی، مدیرعامل تیوال: فعالیت‌های فرهنگی مشترک



پیشنهاد می‌کنم با همکاری یکدیگر فعالیت‌های هنری مانند تماشای تئاتر انجام دهیم.

حسین سیرانی، مدیرعامل ماتیلوس: تأکید بر سلامت جسمی و روانی مدیران



توصیه‌ام به مدیران عامل این است که بیش از پیش مراقب سلامت جسمی و روانی خود باشند. در سال‌های اخیر، در تعامل با مدیران عامل، شاهد فرسودگی جسمانی و روحی آن‌ها بوده‌ام. حفظ سلامت در این نقش پرچالش، ضرورتی غیرقابل‌انکار است.

عکس: مهرداد خورشید / روزنامه‌نگار ایرانی / خبرگزاری تسنیم



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

100CEOs

جایی که مدیران آینده ایران را می‌سازند

در رویداد منحصر به فرد 100CEOs، برگزار شده توسط کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار در موزه زمان تهران، مدیران عامل و بنیان‌گذاران پیشرو از استارت‌آپ‌ها تا صنایع بزرگ گرد هم آمدند تا در فضایی صمیمی، تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، شبکه حرفه‌ای خود را تقویت کنند و با هم‌افزایی، راه‌کارهایی برای چالش‌های مدیریتی در اقتصاد نوآوری بیابند. این رویداد، آغازگر مسیری برای ساختن آینده‌ای قدرتمندتر برای اکوسیستم کسب‌وکار ایران است.









◀ جمع‌نگری و گامی به‌سوی آینده‌نوآوری

رویداد 100CEOs با تمرکز بر گفت‌وگوهای کوتاه و شبکه‌سازی، بستری مؤثر برای تبادل تجربیات مدیران ایجاد کرد. کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار با انتخاب دقیق شرکت‌کنندگان و طراحی برنامه‌ای متمرکز بر کیفیت، فضایی برای طرح دغدغه‌های مشترک و تقویت ارتباطات حرفه‌ای فراهم کرد. این گردهمایی نشان داد که علاوه بر چالش‌های موجود، خلق ارزش و شکل‌دهی به آینده اکوسیستم نوآوری از دیگر دغدغه‌های مدیران است.





حضور مدیران عامل و
آموختن از تجربه‌های
یکدیگر بیشترین تأثیر
آموزشی را دارد

یاد گرفتن بدون واسطه

در سال ۱۳۸۹، وقتی تازه چند سال از فارغ‌التحصیلی‌ام در رشته شیمی گذشته بود، برای اولین بار در دوره‌ای مرتبط با کارآفرینی شرکت کردم. آن روزها، به واسطه مرکز کارآفرینی دانشگاه شریف، با مفهوم کارآفرینی آشنا شده بودم، اما دانشم محدود به چند مصاحبه با رئیس مرکز و مقالاتی بود که در روزنامه شریف نوشته یا خوانده بودم. دوره‌ای که به همت دکتر علیرضا فیض‌بخش، استاد دانشکده مدیریت و اقتصاد شریف، برگزار می‌شد، به خاطر سبک تعاملی و کارگاهی‌اش در زمان خود نوآورانه بود.

من در گرایش «کارآفرینی زنان» شرکت کردم و همین انگیزه‌ای شد برای راه‌اندازی وبلاگی به همین نام. از آن دوره، یک گواهینامه از وزارت کار، آشنایی با چند استاد برجسته مدیریت و ورود به دنیای کارآفرینی برایم به یادگار ماند. در این سال‌ها، مانند

بسیاری دیگر، در دوره‌های تخصصی مختلفی شرکت کردم؛ از روزنامه‌نگاری جامع گرفته تا مدیرعاملی. اما جز همان دوره کارآفرینی و یک دوره سواد مالی در دانشگاه مک‌گیل، حتی هیچ مدرکی هم برایم باقی نمانده است. حالا که به مسیر یادگیری‌ام نگاه می‌کنم، از کارشناسی شیمی تا کارشناسی ارشد مدیریت رسانه و دوره‌های متنوع دیگر، می‌بینم ارزشمندترین درس‌ها برایم تجربه‌هایی بوده‌اند که اساتید، هم‌دوره‌ای‌ها یا مدیرانی صادقانه با من به اشتراک گذاشته‌اند. هنوز هم تشنه یادگیری‌ام و در حد توانم آموزش خودم و همکارانم را با جدیت دنبال می‌کنم، اما امروز بیش از هر چیز به تجربه‌های واقعی ایمان دارم. این روزها برایم «چگونه» انجام دادن مهم است و چه چیزی بهتر از شنیدن تجربه کسی که مسیر را پیموده و موفق شده؟ بیش از ساعت‌ها حضور در دوره‌های تخصصی مدیریت، درس‌های بی‌واسطه‌ای که از تعامل با کارآفرینان و مدیران در رویدادهایی مانند ۱۰۰ CEOs آموخته‌ام، در ذهنم مانده است و برایم کارساز بوده‌اند.



مینا والی
مدیر مسئول

@mina_vali



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم





نقش آفرینی زنان
در اقتصاد نوآوری؛ چگونه؟

مشارکت زنان در سطوح مدیریتی کسب و کارها

حضور زنان در کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها در سال‌های اخیر در ایران و جهان رشد چشمگیری داشته است. زنان با تکیه بر خلاقیت، مهارت و پشتکار، نه تنها به عنوان نیروی کار بلکه به عنوان رهبران و بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها نقش کلیدی ایفا می‌کنند. این حضور به تحول اقتصاد نوین و افزایش تنوع در فضای کسب و کار کمک کرده است. در ایران، برخی پلتفرم‌ها از مشارکت زنان در سطوح مدیریتی و توسعه بهره‌مند شده‌اند. زنان همچنین با راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی و آنلاین، به اقتصاد محلی رونق بخشیده‌اند. این روند نشان‌دهنده تغییر نگرش‌های فرهنگی و افزایش اعتماد به نفس زنان در کارآفرینی است.

با این حال، چالش‌هایی مانند دسترسی محدود به سرمایه، تبعیض جنسیتی، کمبود شبکه‌های حمایتی و تعادل بین کار و زندگی همچنان موانع جدی هستند. برنامه‌های آموزشی، شتاب‌دهنده‌ها و تسهیلات مالی می‌توانند به رفع این موانع کمک کنند. دولت‌ها و سازمان‌ها با سیاست‌گذاری‌های حمایتی، مانند اعطای وام‌های کم‌بهره، ایجاد فضاهای کار اشتراکی و تشویق شبکه‌سازی، می‌توانند نقش موثری ایفا کنند. مربیگری و آموزش مهارت‌های دیجیتال نیز به زنان کمک می‌کند تا در بازار رقابتی بهتر عمل کنند.

حضور زنان در استارت‌آپ‌ها نه تنها برابری جنسیتی را تقویت می‌کند، بلکه با تزریق دیدگاه‌های متنوع، به نوآوری و رشد اقتصادی منجر می‌شود. حمایت از زنان کارآفرین، سرمایه‌گذاری روی آینده‌ای پویا و پایدار است. جامعه‌ای که به زنان فرصت برابر می‌دهد، از پتانسیل کامل انسانی خود بهره‌مند خواهد شد. ایجاد بسترهای حمایتی قوی‌تر و تغییر نگاه‌های سنتی، زنان را به پیشروان اصلی اقتصاد دانش‌بنیان تبدیل خواهد کرد و توسعه‌ای فراگیر را تضمین می‌کند.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



گزارش
REPORT

روز جهانی دختران در فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، ابتکاری از اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU)، هر ساله در چهارمین پنج‌شنبه ماه آوریل برگزار می‌شود تا نقش زنان و دختران را در تحول دیجیتال برجسته کند. به مناسبت این روز، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران جلسه‌ای برگزار کرد که در آن مینا والی، نایب‌رئیس هیئت‌مدیره و مدیرمسئول رسانه‌های راه‌کار، به بررسی نقش زنان در فناوری اطلاعات و صنعت مالی پرداخت و بر اهمیت آموزش و حمایت از دختران جوان برای کاهش شکاف جنسیتی تأکید کرد.

آیین رسمی روز جهانی دختران در ICT در ایران

در آیین رسمی روز جهانی دختران و فناوری اطلاعات و ارتباطات به میزبانی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، بر ضرورت کاهش شکاف جنسیتی دیجیتال و توانمندسازی دختران جوان برای ورود به بازار

اقتصاد دیجیتال تأکید شد. در این مراسم اعلام شد که سهم زنان از بازار فناوری اطلاعات کشور ۱۶ درصد است، آماری که نشان‌دهنده فاصله معنادار با میانگین جهانی (۳۳ درصد) و اتحادیه اروپا (۳۰ درصد) است. مینا والی، نایب‌رئیس هیئت‌مدیره و مدیرمسئول رسانه‌های راه‌کار، با اشاره به سابقه ۱۴ ساله رسانه‌های راه‌کار در پوشش اخبار حوزه مالی و کسب و کارها، تأکید کرد که همواره در تلاش بوده‌اند تا نقش و حضور زنان را در بخش‌های مختلف صنعت مالی پررنگ‌تر و شناخته‌شده‌تر کنند. مینا والی با بیان اینکه حضور زنان در سمت‌های مدیریتی کشور رو به افزایش است، افزود: «اگرچه صنعت مالی به‌طور سنتی عمدتاً مردانه تلقی می‌شد، اما امروز شاهد حضور زنان در این حوزه هستیم.»

مینا والی همچنین بر اهمیت نهادینه‌سازی این فرهنگ و گسترش حضور زنان در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات تأکید کرد و گفت: «این یک فرایند بلندمدت است که باید از آموزش و حمایت دختران جوان آغاز شود و از بانوانی که علاقه‌مند به فعالیت در این حوزه هستند، حمایت کنیم تا با اعتماد به نفس بتوانند فعالیت‌های بیشتری داشته باشند.»

مینا والی در پایان بر لزوم تمرکز بر آموزش دختران از سنین پایین تأکید کرد و افزود: «باید نگاه جنسیتی در

عمیق‌تر است. از آغاز این برنامه، بیش از ۳۷۷,۰۰۰ دختر و زن جوان در بیش از ۱۱,۴۰۰ رویداد در ۱۷۱ کشور شرکت کرده‌اند. این رویداد به نمادی از امید برای برابری جنسیتی در فناوری تبدیل شده و در ایران نیز با همایش‌ها و کارگاه‌های آموزشی مورد استقبال قرار گرفته است.

روز جهانی دختران در ICT در سال ۲۰۱۱ توسط ITU برای کاهش نابرابری جنسیتی در دسترسی به فناوری و مشاغل مرتبط شکل گرفت. گزارش‌های ITU نشان می‌دهند شکاف جنسیتی در استفاده از اینترنت در جهان حدود ۱۷ درصد است و این فاصله در کشورهای کمتر توسعه‌یافته

تاریخچه روز جهانی دختران در ICT

خانواده‌ها را تغییر دهیم و با کنار زدن کلیشه‌ها و تصورات نادرست درباره نقش زنان، زمینه را برای اثرگذاری بیشتر آنان در این تحول فراهم کنیم.»

تحول دیجیتال با مشارکت دختران

صمد حسن‌زاده، رئیس اتاق بازرگانی ایران، در پیامی به این مراسم اظهار داشت: «تحول دیجیتال، مهم‌ترین مسیر توسعه در قرن حاضر است؛ اما تنها زمانی می‌توان آن را فراگیر و پایدار دانست که همه گروه‌های جامعه، به‌ویژه دختران جوان، در متن آن مشارکت داشته باشند.»

صمد حسن‌زاده با تأکید بر اینکه توانمندسازی دیجیتال دختران سنگ‌بنای آینده‌ای عادلانه و رقابت‌پذیر است، خاطرنشان کرد: «دختران امروز، مهندسان فردا، رهبران کارآفرین و حامیان تحول انسانی هستند. آینده اقتصاد دیجیتال، بدون حضور پررنگ و خلاقانه آنان، آینده‌ای ناقص خواهد بود.» صمد حسن‌زاده پیشنهاد اعطای نشان «دختر دیجیتال سال» از سوی کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات اتاق ایران را مطرح کرد و گفت: «این ابتکار می‌تواند الگویی الهام‌بخش برای شناسایی و معرفی دختران پیشگام در فضای دیجیتال و آغازگر مسیرهای نو برای تحقق عدالت دیجیتال جنسیتی در کشور و منطقه باشد.»

این روز با تشویق دختران به تحصیل در رشته‌های STEM (علوم، فناوری، مهندسی و ریاضیات) و درهم‌شکستن کلیشه‌های جنسیتی، به اهداف توسعه پایدار سازمان ملل، به‌ویژه برابری جنسیتی و آموزش باکیفیت، کمک می‌کند. حضور زنان در ICT نوآوری و بهروری را تقویت می‌کند، فناوری‌های



چرا روز دختران در ICT مهم است؟

روز دختران در فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) که هر ساله در چهارمین پنج‌شنبه ماه آوریل گرامی داشته می‌شود، فرصتی است برای تأکید بر اهمیت مشارکت زنان و دختران در حوزه‌های تکنولوژی. هدف اصلی این روز، کاهش شکاف جنسیتی در فناوری و تقویت حضور دختران در این صنعت پرشتاب است. تعریف روزی به نام دختران در ICT از دو جنبه اهمیت دارد:

آگاهی بخشی و ایجاد انگیزه:

بسیاری از دختران از فرصت‌ها و مسیرهای شغلی موجود در فناوری اطلاعات آگاهی کافی ندارند یا به دلیل کلیشه‌های جنسیتی احساس می‌کنند برای این حوزه مناسب نیستند. این روز به آن‌ها یادآوری می‌کند که می‌توانند نقش مهمی در ساختن آینده دیجیتال ایفا کنند.

تغییر فرهنگ سازمانی و اجتماعی:

وقتی دختران بیشتری وارد حوزه فناوری می‌شوند، به تدریج فرهنگ محیط کار نیز متحول می‌شود و به سمت تنوع و برابری بیشتر پیش می‌رود.

اقدامات کشورهای پیشرو:

کشورهای بزرگ جهان نیز برای کاهش این شکاف جنسیتی و تشویق دختران به ورود به حوزه فناوری، برنامه‌های مختلفی را اجرا کرده‌اند:

● **آمریکا:** با برنامه‌هایی مانند Girls Who Code و Black Girls CODE سعی در ایجاد فضای یادگیری و توسعه مهارت‌های برنامه‌نویسی برای دختران دارد. همچنین، بسیاری از دانشگاه‌های معتبر مانند MIT و Stanford برنامه‌های ویژه‌ای برای تقویت مشارکت زنان در علوم کامپیوتر راه‌اندازی کرده‌اند.

● **بریتانیا:** کمپین Tech She Can در بریتانیا با هدف افزایش آگاهی دختران در مدارس نسبت به فرصت‌های شغلی در فناوری فعالیت می‌کند. این برنامه‌ها با حمایت شرکت‌های بزرگ فناوری مانند PwC و IBM انجام می‌شود.

● **آلمان:** برنامه Women in Digital در آلمان به تقویت مهارت‌های دیجیتال زنان و دختران پرداخته و شبکه‌سازی برای تقویت نقش آن‌ها در این صنعت را ترویج می‌دهد.

● **هند:** دولت هند با برنامه‌هایی مانند Digital India تلاش می‌کند تا دسترسی زنان به فناوری را افزایش دهد و از استارت‌آپ‌های فناوری زنان حمایت کند.

مجمع جهانی اقتصاد تا سال ۲۰۲۷ حدود ۸۵ میلیون شغل از بین خواهد رفت و ۹۷ میلیون شغل فناوری‌محور به‌وجود خواهد آمد. «افزود:» بسیاری از مشاغل از بین رفته نیز زنانه است و بر این اساس نیاز است به آموزش در این حوزه اهمیت بیشتری داده شود.»

رئیس امور زنان و خانواده وزارت کشور ادامه داد: «ما برای ایجاد زیرساخت‌های آموزش IT به دختران برنامه‌ریزی کرده‌ایم. امروزه ۱۹ درصد مدیران و هیئت‌مدیره‌های IT کشور زن هستند. امید است حضور زنان در این حوزه با همکاری‌های مناسب افزایش یابد.» پروین داداندیش با اشاره به اینکه ما معتقدیم اگر در کشور مدیران زن فرماندار و یخسدار روی کار بیایند، بیشتر برای زنان کار خواهند کرد، تأکید کرد: «می‌خواهیم به شکل هم‌افزا با بخش خصوصی دانش‌آموزان دختر را در ICT آموزش دهیم.»

آمار مشارکت زنان در بازار فناوری

مشکات اسدی، مدیرعامل گروه کسب‌وکارهای آن، اظهار داشت: «میانگین جهانی سهم زنان از حضور در بازار فناوری اطلاعات ۳۳ درصد، در اتحادیه اروپا ۳۰ درصد و در ایران ۱۶ درصد است. همچنین سهم زنان C-LEVEL حوزه ICT در جهان ۱۹ درصد، در اروپا ۱۱ درصد و در ایران ۱۰ درصد است و بر همین اساس تفاوت فاحشی میان ایران و اروپا وجود ندارد. با این حال بر اساس آمار موجود به نظر می‌رسد بسیاری از زنان فارغ‌التحصیل حوزه ICT جذب بازار کار این رشته نمی‌شوند.»

آموزش مهارتی برای اشتغال زنان

غلامحسین محمدی، سرپرست سازمان آموزش فنی حرفه‌ای کشور، گفت: «اگر به دنبال پیشرفت زنان و کاهش شکاف‌های جنسیتی هستیم باید بر آموزش مهارتی به‌ویژه آموزش مهارتی فناوری‌های نوین سرمایه‌گذاری کنیم. از هر ۱۰ نفر اگر ۶ نفر به این نوع آموزش مجهز نشوند امکان اینکه شغلشان را از دست بدهند بالا خواهد بود.»

او با بیان اینکه حدود ۱۸ میلیون زن در سن اشتغال اما بیکار در ایران وجود دارد، افزود: «راهبرد ما در تعریف اشتغال زنان فقط به‌صورت خانواده‌محور تعریف غلطی بوده است. تا درباره مشاغل زنان حرف می‌زنیم از مشاغل خانگی سخن به میان می‌آید و این خیانت به اشتغال آفرینی و کل جامعه است. باید رویکردمان را نسبت به کار زنان تغییر دهیم و باید درها را باز کنیم تا خانم‌ها وارد بازار کار شوند.»

سرپرست سازمان آموزش فنی حرفه‌ای کشور تأکید کرد: «خانم‌ها می‌توانند تا ۲۰۳۰ به‌طور موثر ۵۰ درصد بازار آینده ایران را با کسب سواد دیجیتال از آن خود کنند. اگر دسترسی را فراگیر کنیم این اتفاق خواهد افتاد.»

دختران و ICT با درک اهمیت آموزش و آشنایی دختران امروز و مادران و مدیران فردا با فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نام‌گذاری شده تا توجه‌ها را در تراز جهانی به اهمیت نقش آفرینی دختران در ساخت فناوری‌های پرشتاب عصر دیجیتال جلب کند.» او ادامه داد: «در حالی که جهان هوشمند امروز واجد فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی نسل‌های جوان و جدید است، تلاش ما این است که با ساخت بسترهای مطمئن و امن و پایدار آموزشی در مسیر آموزش و دانا و توانا ساختن دختران مشارکت داشته باشیم و گام‌های موثر و محکمی برداریم تا ظرفیت‌های متعدد موجود در دختران نوجوان و جوانان به‌عنوان سرمایه‌های گرانب قدر و ارزشمند را در مسیر ثمربخشی و شکوفایی قرار دهیم.»

گفت‌وگوی موثر برای رفع موانع زنان

زهرا بهروزآذر، معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده، عنوان کرد: «امروزه زنان در حوزه دیجیتال، دیجیتال مارکتینگ و عرضه خود در پلتفرم‌های جهانی ضعف داشته و این هنر در آنها نادیده گرفته می‌شود.» او با اشاره به تکالیف ماده ۱۵ برنامه هفتم توسعه، افزود: «برداشتن موانع رشد و شکوفایی زنان از تکالیف این ماده است. بر این اساس ما وظیفه‌ای از بین بردن این موانع را داریم و راه‌حل از بین بردن آن را گفت‌وگوی موثر میان حاکمیت و زنان فعال این حوزه می‌دانیم.»

افزایش حضور زنان در مدیریت و فناوری

فاطمه مهاجرانی، سخنگوی دولت، گفت: «فناوری اطلاعات از هوشمندسازی در فرایندهای تولید تا کاربردهای موجود آن در پزشکی و سایر بخش‌ها، یکی از حوزه‌های بزرگ جهان را تشکیل می‌دهد و بسیار مهم است.»

فاطمه مهاجرانی افزود: «سهم دانشجویان دختر در ورود به دانشگاه‌ها در مقطع کارشناسی حدود ۶۰ درصد و روندی افزایشی دارد، اما در بقیه مقاطع مسیری کاهشی را طی می‌کند. امیدواریم سهم زنان در حوزه فناوری اطلاعات، مدیریت و سایر بخش‌ها افزایش یافته و بتوانیم زنان مدیر، قدرتمند و تاثیرگذار بیشتری داشته باشیم.»

آموزش IT برای کاهش شکاف جنسیتی

پروین داداندیش، رئیس امور زنان و خانواده وزارت کشور، اظهار داشت: «بر اساس آمار

الهام‌بخشی به جوانان برای نوآوری

پیام باقری، نایب‌رئیس اتاق ایران، اظهار داشت: «در فناوری مولفه‌هایی وجود دارد که با ویژگی‌های جوانان منطبق است. مهمترین این مولفه‌ها ایده‌پردازی، خلاقیت و جسارت است و لذا فناوری اطلاعات زمینه‌ای را فراهم می‌کند که جوانان در آن فعال تر باشند.»

پیام باقری بیان کرد: «درصد زنانی که در اقتصاد دیجیتال فعال هستند، نشان می‌دهد با وجود تمام محدودیت‌هایی که وجود دارد، زنان می‌توانند در زمینه کسب‌وکارهای نوین موفق باشند. این فضا باید به گونه‌ای برای جوانان ترسیم شود که الهام‌بخش باشد و آن‌ها به موانع توجه نکنند. دختران جوان و دانش‌آموزان و دانشجویان باید باور کنند که می‌توانند تغییر ایجاد کنند و می‌توانند در این مسیر گام بردارند.» پیام باقری تأکید کرد: «در اتاق ایران وظیفه داریم از جوانان و دختران جوانی که می‌خواهند در این زمینه فعالیت کنند، حمایت کنیم و این مسئولیت را به طور جد دنبال خواهیم کرد.»

تحول دیجیتال فراگیر با نقش آفرینی همه

سادینا آبایی، رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات اتاق ایران، با اشاره به شعار تحول دیجیتال فراگیر، گفت: «فراگیری هم از نظر جغرافیا، هم از نظر زمانی و هم از حیث جنسیتی است. تحول دیجیتال زمانی به خوبی شکل خواهد گرفت که همه در آن نقش داشته باشند.»

سادینا آبایی با اعلام اینکه اتاق ایران متولی اعطای نشان «دختر دیجیتال سال» است، افزود: «قرار است این ابتکار به سازمان ملل نیز اعلام شود تا در گام‌های بعدی به‌صورت جهانی آن را دنبال کنیم. با ایجاد دبیرخانه این نشان در اتاق ایران، مناطقی که دسترسی آسان به حاکمیت و مدیران حوزه

فناوری ندارند در این دبیرخانه ساماندهی خواهند شد.» سادینا آبایی همچنین اظهار کرد: «در اقدام دیگری قصد داریم پلتفرم دختران ICT را طراحی کنیم. اتاق ایران قصد دارد با ایجاد این پلتفرم از توان دانش‌آموزی استفاده کند و نشان دهد دختران نیز در چنین کسوت‌هایی می‌توانند حضور داشته باشند.»

آموزش پایدار برای توانمندسازی دختران

سیدستار هاشمی، وزیر ارتباطات و فناوری، در پیام خود که در این نشست قرائت شد، گفت: «روز جهانی

فراگیرتر خلق می‌کند و جوامع را در برابر تهدیدات دیجیتال ایمن‌تر می‌سازد.

چالش‌های پیش‌رو در ایران و جهان

با وجود پیشرفت‌ها، موانع متعددی بر سر راه مشارکت زنان و دختران در ICT وجود دارد. در مناطق کمتر

توسعه‌یافته، دسترسی محدود به اینترنت و ابزارهای دیجیتال، دختران را از آموزش و اشتغال دور نگه می‌دارد. کلیشه‌های جنسیتی که فناوری را قلمرویی مردانه می‌پندارند، انتخاب رشته‌های STEM را برای دختران دشوار می‌کنند. در ایران، هرچند ۷۰ درصد فارغ‌التحصیلان رشته‌های STEM

زنان هستند، حضور آن‌ها در نقش‌های مدیریتی و فنی فناوری همچنان اندک است. دسترسی محدود به اینترنت در مناطق محروم و تبعیض‌های شغلی نیز چالش‌های جدی ایجاد کرده‌اند.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم





تکامل فین تک

از تحول دیجیتال تا فراگیری مالی

در یک گزارش، وایت پیپر فین تک جهانی که به بررسی روندها، چالش‌ها و فرصت‌های صنعت فین تک در سطح جهان می‌پردازد را بررسی کرده ایم

صنعت فین تک که از ترکیب «فایننس» و «فناوری» شکل گرفته، در کمتر از دو دهه تأثیر عمیقی بر زندگی میلیاردها نفر گذاشته است. این صنعت با ارائه تجربه‌های دیجیتال کاربرمحور، دسترسی به خدمات مالی برای گروه‌های محروم و کاهش هزینه‌ها از طریق زیرساخت‌های کارآمد، نقاط ضعف نهادهای مالی سنتی را هدف قرار داده است. فین تک‌ها با شناسایی و رفع نقاط اصطکاک مشتریان، مانند فرایندهای پیچیده و دسترسی محدود، به سرعت رشد کرده‌اند. این گزارش خلاصه‌ای جامع از وایت پیپر فین تک جهانی ۲۰۲۳، منتشر شده توسط

QED Investors و BCG Boston Consulting Group است که روندها، چالش‌ها و فرصت‌های این صنعت را بررسی کرده و پیش‌بینی‌هایی برای آینده ارائه می‌دهد.

مشتریان ایفا کردند که به فین تک‌ها امکان ارائه راه‌حل‌های شخصی‌سازی شده و حذف نقاط اصطکاک را داد. این دوره شاهد رشد سریع نقش آفرینان تحول آفرین بود.

و نقاط اصطکاک تعاملات مالی سنتی را کاهش داد.

مرحله سوم: افزایش مقیاس و اهمیت
با گسترش نفوذ تلفن‌های هوشمند و شتاب ناشی از همه‌گیری کووید-۱۹، فین تک‌ها رشد چشمگیری یافتند. مصرف‌کنندگان انتظار دسترسی ۷/۲۴ به خدمات مالی آنلاین را داشتند. شرکت‌هایی مانند انت فایننشال، نو بانک، بی تی ام، اسکوتر، استرایپ و نتو بانک‌ها به برندهای مطرح

مرحله دوم: پذیرش رسانه‌های اجتماعی
بحران مالی ۲۰۰۸، همراه با سخت‌گیری‌های رگولاتوری و تغییر رفتار مصرف‌کنندگان، فضا را برای فین تک‌ها باز کرد. فناوری‌های موبایل و ابری امکان دسترسی لحظه‌ای به خدمات مالی را فراهم کردند. تمرکز بر تجربه کاربری (UX) و رابط کاربری (UI)، همراه با ظهور API‌ها، فرایندهای ثبت نام و تعاملات دیجیتال را ساده‌تر کرد. رسانه‌های اجتماعی و آنالیتیکس داده نقش کلیدی در جمع‌آوری اطلاعات دقیق

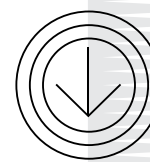
مرحله اول: تحول دیجیتال
با گسترش دسترسی به اینترنت، خدمات مالی برای اولین بار دیجیتال شدند. این تحول سیستم‌های سنتی نهادهای مالی را به چالش کشید و خدماتی مانند بانکداری آنلاین، تجارت الکترونیک (مانند آمازون و ای بی) و پرداخت‌های آنلاین (با پیشگامی پی‌پل) ظهور کردند. وام‌دهندگان دیجیتال مانند کیپیتال وان با بهره‌گیری از داده و آنالیتیکس، نوآوری‌هایی در وام‌دهی معرفی کردند. فناوری دیجیتال راحتی و دسترسی بیشتری برای مصرف‌کنندگان فراهم کرد

آمریکای لاتین بیشترین گسترش را تجربه می‌کنند. فین تک‌ها نقش مهمی در این رشد ایفا خواهند کرد. با وجود اصلاحات کوتاه مدت، درآمد فین تک‌ها از ۲۰۲۱ تا ۲۰۳۰ بیش از شش برابر شده و به ۱.۵ تریلیون دلار می‌رسد. این پیش‌بینی بر اساس داده‌های درآمدی، بنچمارک‌ها، مدل‌های داخلی، روندهای منطقه‌ای، مصاحبه با فین تک‌ها و سرمایه‌گذاران، و تحلیل‌های

صنعت خدمات مالی جهانی در ۲۰۲۱ با درآمد ۱۲.۵ تریلیون دلار، عمدتاً در آمریکای شمالی و آسیا -اقیانوسیه متمرکز بود و به دو بخش بانکداری و بیمه تقسیم می‌شد. پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰۳۰، این صنعت با رشد سالانه ۶ درصد به ۲۱.۹ تریلیون دلار برسد. بخش‌های پرداخت و سپرده‌ها پرشتاب‌ترین رشد را خواهند داشت و مناطق آسیا -اقیانوسیه و

پیش‌بینی رشد صنعت فین تک

NEWS خبر



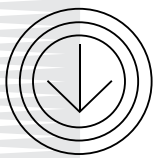
خرید کارتی همچنان رایگان ماند!

بانک مرکزی در بخشنامه جدید خود، کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی را برای اجرا در سال ۱۴۰۴ به روزرسانی کرد. بر اساس این ابلاغیه، حداقل کارمزد کارت به کارت به ۹۰۰ تومان افزایش یافت و به ازای هر یک میلیون تومان اضافه، ۳۲۰ تومان به آن افزوده می‌شود. در مقابل، کارمزد خرید کارتی بدون تغییر باقی ماند و همچنان از پذیرندگان دریافت نمی‌شود.

افزایش کارمزدها در حالی رخ داده که بانک مرکزی به بانک‌ها اجازه داده تا برای مشتریان عادی تا ۳۰ درصد، شرکت‌های دانش‌بنیان تا ۴۰ درصد و افراد تحت پوشش نهادهای حمایتی تا ۱۰۰ درصد تخفیف قائل شوند. این تخفیرات با هدف نزدیک‌تر شدن نرخ کارمزد به هزینه واقعی خدمات بانکی و در هماهنگی با پیشنهادهای شبکه بانکی کشور انجام شده است.

کارمزد خدمات دیگری از جمله انتقال وجه پایا، ساتنا، دریافت نقدی از خودپردازهای غیرهم بانک و احراز هویت غیرحضوری نیز افزایش یافته است. این در حالی است که بانک‌ها موظف‌اند از هرگونه دریافت وجه اضافی خارج از مفاد بخشنامه خودداری کنند و بر اجرای دقیق نرخ‌های جدید نظارت داشته باشند.





رشد ۲ هزار همتی شرکت‌های دانش‌بنیان

محمداصادق خیاطیان، رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی، در نشست خبری دوم اردیبهشت ۱۴۰۴ با اشاره به بلوغ زیست‌بوم نوآوری کشور اعلام کرد: «در سال ۱۴۰۳، فروش شرکت‌های دانش‌بنیان از ۲ هزار همت فراتر رفته، ۵۰۰ هزار شغل ایجاد شده و صادرات این شرکت‌ها به ۶۰۰ میلیون دلار رسیده است.»

او افزود: ۶۰ درصد این شرکت‌ها نوپا هستند و برای توسعه نیاز به حمایت‌های مالی و زیرساختی دارند. خیاطیان با اشاره به نقش صندوق گفت: «صندوق از سال ۱۳۹۲ با سرمایه اولیه ۳ همت آغاز به کار کرده و تاکنون با تنها ۱۰ همت سرمایه، بیش از ۹۴ همت خدمات ارائه کرده است.» او از رشد ۸۵ درصدی خدمات در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال قبل خبر داد. به گفته وی، ضریب نفوذ خدمات صندوق ۶۲ درصد است و توزیع استانی با هدف عدالت منطقه‌ای دنبال می‌شود.

در سال گذشته، ۱۳۰۰ شرکت نوپا از خدمات بهره‌مند شده‌اند. برای سال ۱۴۰۴، صندوق برنامه «سرمایه‌گذاری برای تولید دانش‌بنیان» شامل هفت بسته و ۲۲ خدمت جدید را معرفی کرده است.

خیاطیان همچنین از اقدامات فناورانه برای حل چالش‌های ملی در حوزه انرژی و سلامت خبر داد و از همکاری گسترده صندوق با شبکه بانکی، صندوق‌های پژوهش و بازار سرمایه جهت تأمین مالی و تضمین سرمایه‌گذاری‌ها سخن گفت. سقف تسهیلات پرداختی ۱۰۰ میلیارد تومان و سقف ضمانت‌نامه‌ها ۳۰۰ میلیارد تومان اعلام شد.



نئوبانک‌ها: گسترش دسترسی

در بازارهای در حال ظهور، نئوبانک‌ها با ارائه خدمات به ۱.۵ میلیارد بزرگسال محروم و ۲.۸ میلیارد کمتربرخوردار، فراگیری مالی را تقویت می‌کنند. رگولاتورها در این بازارها نئوبانک‌ها را شریک می‌بینند.

اینشورتک ولت‌تک

اینشورتک: با درآمد بیمه جهانی ۷ تریلیون دلار در ۲۰۲۱، فرصت‌ها در بیمه اموال و سوانح و مدل‌های B2B2X متمرکز است. نفوذ اینشورتک تنها ۰.۳ درصد است.

ولت‌تک: با هدف‌گیری ثروتمندان انبوه، ابزارهای B2B2X مانند AdvisorEngine رشد می‌کنند، اما بازار فراترتمندان به دلیل نیاز به اعتماد انسانی دشوار است.

چالش‌ها و ریسک‌ها

رگولاتوری: نبود نظارت جامع مانند سقوط FTX اعتماد مشتریان را کاهش می‌دهد، در حالی که رگولاتوری بیش‌ازحد مانند MiFID II نوآوری را محدود می‌کند.

حریم خصوصی داده‌ها: نقض داده‌ها به اعتبار فین‌تک‌ها آسیب می‌زند و پیامدهای حقوقی دارد.

رقابت: شرکت‌های بزرگ فناوری ممکن است بازار را انحصاری کنند و استارت‌آپ‌ها را تحت فشار قرار دهند.

نرخ بهره: افزایش نرخ بهره بهره‌تأمین مالی را دشوار کرده و نوآوری را تهدید می‌کند.

توصیه‌ها

رگولاتورها: رگولاتوری پیش‌دستانه مانند PSD۲ و UPI از مصرف‌کنندگان حفاظت کرده و نوآوری را تقویت می‌کند.

بانکداری باز با تسهیل انتقال داده‌ها، اکوسیستم را کارآمدتر می‌کند. رگولاتورها باید تعادل بین حفاظت و نوآوری را حفظ کنند.

فین‌تک‌ها:

کوتاه‌مدت: حفظ نقدینگی با تمرکز بر کسب‌وکار محوری، کاهش هزینه‌ها و بهینه‌سازی نسبت ارزش طول عمر به هزینه جذب مشتری.

بلندمدت: پذیرش رگولیشن آینده‌نگر، طراحی تطبیق‌پذیر و تمرکز بر حل نقاط اصطکاک مشتری‌ان. فین‌تک‌ها باید مدل‌های عملیاتی تطبیق‌یافته ایجاد و گفت‌وگوهای ریسک/

بازده را تقویت کنند.

نقش آفرینان سنتی و سرمایه‌گذاران

همکاری با فین‌تک‌ها برای نوآوری و دسترسی به بازارهای جدید ضروری است. شرکت‌های سنتی می‌توانند از زیرساخت‌های فین‌تک برای رقابت کارآمدتر استفاده کنند.

فین‌تک و رشد ۳۶ درصد تجارت الکترونیک در ۲۰۲۲، فین‌تک‌ها را تقویت می‌کنند. بازگشت متخصصان بومی و سرمایه‌گذاری نهادی، اکوسیستم‌های محلی را توسعه می‌دهند. نوبانک و Creditas نمونه‌های موفق هستند.

آفریقا و خاورمیانه: پتانسیل بالا

با رشد سالانه ۳۲ درصد، آفریقا با جمعیت جوان (میانۀ سنی ۱۹ سال) و نفوذ بالای موبایل (۷۳ درصد در نیجریه) فرصت‌های بزرگی در پرداخت و وام‌دهی دارد. نقش آفرینانی مانند امپسا (توسعه‌یافته توسط سافاری‌کام) پیشرو هستند. آفریقای جنوبی، نیجریه، مصر و کنیا بازارهای کلیدی هستند. چالش اصلی، وابستگی به پول نقد است، اما فین‌تک‌ها می‌توانند دسترسی مالی را گسترش دهند.

مدل‌های بین‌المللی سازی فین‌تک

۱ شرکت‌های موفق محلی: در بازارهای با رگولاتوری سخت یا نیاز به سرمایه بالا، شرکت‌های محلی با تقلید از مدل‌های موفق مانند ClearScore در بریتانیا یا نوآوری بومی رشد می‌کنند.

۲ فین‌تک‌های چندملیتی: شرکت‌هایی مانند پی‌پل در حوزه‌های پرداخت فرامرزی، احراز هویت و B2B2X گسترش می‌یابند، اما چالش‌های رگولاتوری و رقابت محلی مانع هستند.

۳ شرکت‌های بزرگ فناوری: گوگل، آمازون، تنسنت و متا با پایگاه مشتریان عظیم و اعتماد بالا، خدمات مالی (به‌ویژه پرداخت) را یکپارچه می‌کنند. مثال: مجوز واتس‌آپ در برزیل برای خدمات پرداخت به‌بنگاه‌های کوچک.

بخش‌های کلیدی

رشد

پرداخت‌ها: همچنان پیشرو پرداخت‌ها با ۴۰ درصد از درآمد فین‌تک‌ها در ۲۰۲۱، تا ۲۰۳۰ بزرگ‌ترین بخش باقی می‌مانند و ۵۲۰ میلیارد دلار درآمد خواهند داشت:

پرداخت‌های فرامرزی: شرکت‌هایی مانند Wise، Remitly و ریپل با کاهش هزینه‌های تراکنش (۱۲۰ میلیارد دلار سالانه) و استفاده از فناوری دفترکل توزیع‌شده، دسترسی را گسترش می‌دهند.

پرداخت‌های آتی: سیستم‌هایی مانند FedNow (ایالات متحده، UPI (هند) و PIX (برزیل) تراکنش‌های سریع را تقویت می‌کنند. در ۲۰۲۰، استفاده از پرداخت‌های آتی در ایالات متحده ۴۲ درصد افزایش یافت. **پرداخت‌پلاس:** اکوسیستم‌های ارزش‌افزوده (مانند صدور فاکتور، اتوماسیون مالیات و بانکداری به‌عنوان سرویس) رشد می‌کنند و چرخ‌لنگری برای جذب مشتریان ایجاد می‌کنند.

تبدیل شدند. فین‌تک‌ها با ایجاد کانال‌های جدید تقاضا، بهبود تجربه کاربری، کاهش هزینه‌ها و گسترش دسترسی به خدمات مالی رشد کردند. تأمین مالی فین‌تک‌ها بین ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۲ به ۴۴۰ میلیارد دلار رسید. نرخ بهره پایین و دسترسی آسان به سرمایه، ارزش‌گذاری‌ها، تعداد شرکت‌ها و استعدادهای این صنعت را به اوج رساند. این دوره با رقابت شدید برای سهم بازار و موجی از ادغام‌ها و اکتساب‌ها همراه بود.

آسیا - اقیانوسیه: پیش‌تاز جهانی تا ۲۰۳۰

آسیا - اقیانوسیه با درآمد حدود ۴ تریلیون دلار، تا ۲۰۳۰ با رشد سالانه ۲۷ درصد به بزرگ‌ترین بازار فین‌تک جهان تبدیل می‌شود و از ایالات متحده پیشی می‌گیرد. بازارهای در حال ظهور (چین، هند، اندونزی) با جمعیت محروم از خدمات بانکی، بنگاه‌های کوچک و متوسط و طبقه متوسط آشنا به فناوری، محرک اصلی این رشد هستند.

چین: غول‌های فین‌تک مانند تنسنت و علی‌بابا پیشرو هستند. این شرکت‌ها در نوآوری‌هایی مانند سوپراپ‌ها (پلتفرم‌های چندمنظوره مالی) پیشگام‌اند و انتظار می‌رود رهبری منطقه‌ای را حفظ کنند.

هند: شرکت‌هایی مانند پی‌تی‌ام و Razorpay با حمایت رگولاتوری (UPI Aadhaar) به ۱۹۰ میلیون بزرگسال محروم خدمات ارائه می‌دهند. رشد تولید ناخالص داخلی (۷ درصد سالانه)، طبقه متوسط تحصیل‌کرده و نفوذ موبایل، فین‌تک‌ها را تقویت می‌کنند. حوزه‌های کلیدی شامل وام‌دهی، نئوبانکداری و ولت‌تک است.

بازارهای توسعه‌یافته (ژاپن، کره جنوبی) نیز رشد می‌کنند، اما بازارهای در حال ظهور پتانسیل بیشتری دارند.

آمریکای شمالی: قطب نوآوری

ایالات متحده با بزرگ‌ترین صنعت خدمات مالی جهان و اکوسیستم بالغ نوآوری (شامل سرمایه‌گذاری خطرپذیر، استعدادها و دانشگاه‌ها)، ۳۲ درصد از رشد جهانی فین‌تک را با رشد سالانه ۱۷ درصد به خود اختصاص می‌دهد. کارمزدهای بالای تراکنش (۵ تا ۱۷ برابر اروپا)، ناکارآمدی‌های بانکداری سنتی و عدم پیاده‌سازی کامل بانکداری باز، فرصت‌هایی برای فین‌تک‌ها ایجاد می‌کنند. رشد از مدل‌های B2B2X، گسترش خدمات فین‌تک‌های تک‌منظوره و پرداخت‌های بین‌بانکی ناشی می‌شود.

اروپا: رشد با حمایت رگولاتوری

اروپا (بریتانیا و اتحادیه اروپا) سومین بازار خدمات مالی جهان است و تا ۲۰۳۰ با رشد سالانه ۲۱ درصد، درآمد فین‌تک‌ها را پنج برابر می‌کند. رگولاتوری پیشرو مانند PSD2، (بانکداری باز و پاسپورتینگ) نوآوری را تقویت می‌کند. بخش پرداخت‌پلاس، فایننس تلفیق‌شده و B2B محرک‌های اصلی هستند. بانکداری باز محصولات جدیدی ایجاد می‌کند و رقابت را افزایش می‌دهد.

آمریکای لاتین: رشد پرشتاب

با رشد سالانه ۲۹ درصد، برزیل و مکزیک پیشرو هستند. رگولاتوری پیشرفته مانند PIX در برزیل و سندباکس‌های

نفوذ است.

بانکداری: سهم فین‌تک‌ها از درآمد بانکداری (شامل وام‌دهی، سپرده‌ها، پرداخت‌ها و سرمایه‌گذاری) از ۴ درصد به ۱۳ درصد با رشد سالانه ۲۲ درصد افزایش می‌یابد و یک‌چهارم ارزش‌گذاری بانکداری جهانی را به خود اختصاص می‌دهند.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



بیمه: اینشورتک‌ها با رشد سالانه ۲۷ درصد، سهم بازار خود را از ۰.۳ درصد به ۲ درصد افزایش می‌دهند. این گسترش در مناطق و بخش‌های مختلف متفاوت خواهد بود، اما فین‌تک‌ها به‌عنوان محرک کلیدی رشد خدمات مالی شناخته می‌شوند.



گزارش IATA Aviation
2025 Day MENA

در جده

آیا خاورمیانه رهبر آینده هوانوردی جهان است؟

در جریان برگزاری روز صنعت هوانوردی IATA در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) ۲۰۲۵ که برای نخستین بار در جده برگزار شد، تحلیل‌های رسمی نشان می‌دهد که رشد در حوزه حمل‌ونقل هوایی در شورای همکاری خلیج فارس از سایر مناطق جهان پیشی گرفته است و چشم‌انداز رشد ۴.۸ درصدی برای خاورمیانه در ۲۰ سال آینده فراتر از میانگین جهانی (۳.۳ درصد) خواهد بود.

کمیل الوادی، معاون منطقه‌ای اتحادیه بین‌المللی حمل‌ونقل هوایی (IATA) برای خاورمیانه و آفریقا، در سخنرانی خود به تاب‌آوری بالای صنعت هوایی خاورمیانه پس از پاندمی کووید-۱۹ اشاره کرد و گفت: «در حالی که اروپا و آمریکا ماه‌ها برای بازیابی عملکرد خود زمان نیاز داشتند، ایرلاین‌های خاورمیانه به سرعت به شرایط عادی بازگشتند.»

نیک کارین، معاون ارشد اتحادیه بین‌المللی حمل‌ونقل هوایی (IATA)، آمارهایی را ارائه داد. به گفته او، این صنعت در سال ۲۰۲۴ معادل ۸.۵ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور، یعنی حدود ۹۰.۶ میلیارد دلار، سهم داشته و بیش از ۱.۴ میلیون نفر در اکوسیستم هوایی عربستان مشغول به کار بوده‌اند. همچنین، در همین سال بیش از ۱۲۸ میلیون مسافر جابه‌جا شده‌اند، بالغ بر ۹۰۰ هزار پرواز انجام شده و ۱.۲ میلیون تن بار هوایی منتقل گردیده است. در کنار این دستاوردها، ورود ۲۱ شرکت هواپیمایی خارجی به بازار عربستان و سفارش ۵۰۰ فروند هواپیما نیز نشان‌دهنده وسعت و عمق برنامه‌ریزی این کشور برای تبدیل شدن به یک قطب هوایی منطقه‌ای است.

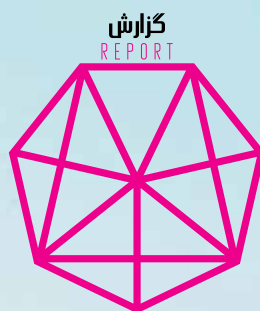
در کنار توسعه فیزیکی، تمرکز قابل‌توجهی نیز بر آموزش و توسعه منابع انسانی مشاهده می‌شود. بر اساس اعلام IATA، بیش از ۱۰۰۰ دانش‌آموخته و شاغل صنعت هوانوردی در قالب توافق‌های جدید با دانشگاه‌ها، فرودگاه‌ها و آکادمی‌های تخصصی تحت آموزش قرار خواهند گرفت.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

بازگشت به اوج؟

تحلیل صنعت هوایی ایران از ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲



صنعت هوانوردی ایران پس از رکوردهای ۱۳۹۶، با چالش‌های کرونا و تحریم‌ها مواجه شد؛ با این حال، از سال ۱۴۰۰ روند بهبودی آغاز شد و در ۱۴۰۲ شاهد رشد چشمگیر در جابجایی مسافران و افزایش پروازها بودیم؛ این گزارش عملکرد صنعت هوایی را در ۶ بخش بررسی می‌کند.

محمد امیرانی، مدیرعامل شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران، به تازگی آماری از عملکرد فرودگاه‌های کشور در سال ۱۴۰۳ بدون احتساب فرودگاه امام خمینی اعلام کرده است که بیانگر رشد حوزه گردشگری است. بر اساس گفته‌های او در سال ۱۴۰۳، تعداد پروازهای داخلی در ۶۴ فرودگاه کشور به ۱۶۳ هزار و ۷۰ پرواز رسید که نسبت به سال ۱۴۰۲، ۷.۲ درصد رشد را نشان می‌دهد. ۱۶ هزار و ۵۳۹ پرواز نیز مربوط به پروازهای بین‌المللی بوده که با ۱۹ درصد افزایش همراه بوده است. در حوزه جابه‌جایی مسافر، ۳۶ میلیون و ۸۳۴ هزار و ۵۹۰ نفر از طریق پروازهای داخلی و خارجی در فرودگاه‌های کشور جابه‌جا شده‌اند که در مقایسه با سال گذشته، رشد بیش از ۵ درصدی را نشان می‌دهد. تعداد مسافران پروازهای بین‌المللی نیز به ۳ میلیون و ۹۱۶ هزار و ۱۷۵ نفر رسیده که رشد قابل توجه ۲۱ درصدی را تجربه کرده است. در بخش حمل بار و محموله‌های پستی، در مجموع ۳۹۱ هزار و ۸۸۹ تن بار از طریق فرودگاه‌های کشور جابه‌جا شده که این رقم نشان‌دهنده رشد بیش از ۳ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۲ است. همچنین در بخش بین‌المللی، میزان جابه‌جایی بار و پست با ۱۳ درصد افزایش همراه بوده است. با توجه به این آمار که هنوز کامل نیست تصمیم گرفتیم با توجه به آمار داده شده در سالنامه‌های آماری سازمان هواپیمایی کشور روند گردشگری را از سال ۱۳۹۲ بررسی کنیم.

جابجایی مسافران از ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲

در یک دهه اخیر، صنعت هوانوردی ایران نوسانات زیادی را تجربه کرده است. تعداد کل رفت و آمدهای مسافران در فرودگاه‌های کشور با عدد «اعزام و پذیرش مسافر در فرودگاه‌های کشور» مشخص می‌شود. این تعداد برابر است با دو برابر جابجایی مسافران در پروازهای داخلی به همراه جابجایی مسافران در پروازهای بین‌المللی. بررسی آمار جابجایی مسافران نشان می‌دهد که بیشترین تعداد جابجایی مسافر در این دهه مربوط به سال ۱۳۹۶ است که در این سال ۵۹ میلیون و ۴۴۶ هزار نفر از خدمات فرودگاهی ایران استفاده کرده‌اند. این عدد بالاترین رکورد در یک دهه گذشته است. با این حال، با بازگشت تحریم‌ها از سال





گزارش قطر از عملکرد گردشگری این کشور

۱.۵ میلیون گردشگر در سه ماهه اول ۲۰۲۵

طبق گزارش‌های منتشر شده، در سه ماهه اول سال ۲۰۲۵، قطر توانست بیش از ۱.۵ میلیون بازدیدکننده بین‌المللی جذب کند. این تعداد بازدیدکننده با توجه به استراتژی‌های بلندمدت توسعه گردشگری قطر و برنامه‌های اقتصادی آن، از جمله ترویج رویدادهای بزرگ و شراکت‌های استراتژیک، دستاورد قابل توجهی محسوب می‌شود.

۳۶ درصد از کل مسافران بین‌المللی قطر از کشورهای حاشیه خلیج فارس بودند که بیشترین سهم را در مقایسه با دیگر مناطق داشتند. پس از آن، بازدیدکنندگان اروپایی با ۲۸ درصد و بازدیدکنندگان از آسیا و اقیانوسیه با ۲۰ درصد قرار داشتند. این توزیع جغرافیایی نشان دهنده جذابیت قطر در بازارهای مختلف جهانی است.

آمارهای منتشرشده نشان می‌دهند که قطر در حال حرکت به سوی هدف بلندمدت خود یعنی جذب شش میلیون بازدیدکننده در سال ۲۰۳۰ است. این تلاش‌ها بخشی از استراتژی ملی توسعه کشور است که از ابتدای سال ۲۰۲۴ با هدف تنوع اقتصادی و تقویت صنعت گردشگری آغاز شده است. در این راستا، صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارکان اصلی برنامه توسعه اقتصادی کشور قرار گرفته است.

طبق آمار، ۵۱ درصد از بازدیدکنندگان از طریق هواپیما وارد قطر شدند، ۳۴ درصد از طریق راه‌های زمینی و ۱۵ درصد نیز از طریق دریا. در تعطیلات عید فطر ۲۰۲۵، قطر رکورد جدیدی در تعداد گردشگران ثبت کرد و ۲۱۴ هزار نفر به کشور وارد شدند که نسبت به سال گذشته ۲۶ درصد افزایش داشت. این دوره همچنین شاهد افزایش ۱۰ درصدی نرخ اشغال هتل‌ها نسبت به سال گذشته بود که نشان‌دهنده تقاضای بیشتر برای اقامت در قطر بود. صنعت گردشگری قطر نیز در سه ماهه اول سال ۲۰۲۵ عملکرد خوبی داشت، با نرخ اشغال هتل‌ها در حدود ۷۱ درصد و فروش ۲.۶ میلیون شب‌اتاق.

و توسعه برای پاسخ‌گویی به نیازهای داخلی در حوزه حمل‌ونقل سریع و هوشمند کالا هستند.

پروازهای عبوری؛ فرصتی برای بازسازی اعتماد و بازگشت به مسیر رشد

ارائه خدمات ناوبری به پروازهای عبوری یکی از منابع مهم درآمد برای سازمان‌های هوانوردی است، چرا که هواپیماهایی که از آسمان کشور عبور می‌کنند، بدون استفاده از فرودگاه‌ها، تنها بابت خدمات ناوبری و کنترل ترافیک هوایی هزینه پرداخت می‌کنند. این شاخص همواره به عنوان نشانه‌ای از اعتماد شرکت‌های هواپیمایی بین‌المللی به امنیت و پایداری فضای هوایی کشور در نظر گرفته می‌شود.

در سال ۱۳۹۶، ایران با ثبت ۴۲۶ هزار و ۶۸۴ پرواز عبوری در بالاترین نقطه این شاخص قرار گرفت. این عدد بیانگر جایگاه مهم ایران به عنوان یک کریدور هوایی راهبردی بین شرق و غرب است؛ به‌ویژه در شرایطی که برخی کشورهای همسایه به دلیل درگیری‌های داخلی از لیست مسیرهای امن حذف شده بودند.

اما از سال ۱۳۹۷ به بعد، این روند به شدت نزولی شد. بازگشت تحریم‌های آمریکا و همچنین افزایش تنش‌های منطقه‌ای، به‌ویژه پس از حادثه هواپیمای اوکراینی در سال ۱۳۹۸، تأثیر مستقیمی بر اعتماد ایران‌های خارجی گذاشت. بسیاری از خطوط هوایی، پروازهای خود را از مسیرهای جایگزین هدایت کردند تا از ریسک احتمالی عبور از آسمان ایران جلوگیری کنند. تا اینکه در نهایت در سال ۱۳۹۹ تنها ۱۰۷ هزار و ۶۱۴ پرواز عبوری ثبت شد؛ یعنی کاهشی حدود ۷۵ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۶. این افت نه تنها به معنای کاهش درآمدهای ارزی کشور از محل ناوبری هوایی بود، بلکه نشان‌دهنده افت جایگاه استراتژیک ایران در شبکه حمل‌ونقل هوایی جهانی نیز هست.

از سال ۱۴۰۰ به بعد، اگرچه آمار رسمی ارائه نشده، اما شواهد نشان می‌دهد بخشی از پروازهای عبوری بازگشته‌اند، به‌ویژه با توجه به افزایش فشار بر سایر مسیرها (مانند اوکراین، عراق و افغانستان). با این حال، بدون انتشار داده‌های دقیق، نمی‌توان ارزیابی دقیقی از میزان بهبودی ارائه داد.

در مجموع، می‌توان گفت که سال ۱۳۹۶ نقطه اوج عملکرد صنعت هوانوردی کشور در دهه اخیر بوده است. از سال ۱۳۹۷ به بعد، عوامل مختلف از جمله تحریم‌ها، کاهش ارزش پول ملی و شیوع ویروس کرونا موجب کاهش چشمگیر شاخص‌های کلیدی این صنعت شدند. با این حال، داده‌های سه سال اخیر حاکی از بهبود نسبی و روند صعودی تدریجی است که در صورت ثبات شرایط سیاسی و اقتصادی، می‌تواند در سال‌های آینده به سطح رکوردهای پیشین نزدیک شود.

رکورد ۱۲ میلیون و ۴۲۰ هزار نفر رسید. اما با بازگشت تحریم‌های آمریکا در سال ۱۳۹۷، محدودیت‌های نقل‌وانتقال مالی، کاهش پروازهای خارجی و در ادامه، شیوع ویروس کرونا در سال ۱۳۹۹ باعث سقوط کم‌سابقه این آمار شد. در سال ۱۳۹۹، تنها ۱ میلیون و ۱۶۴ هزار مسافر بین‌المللی از فرودگاه‌های کشور جابه‌جا شدند که این افت بیش از ۹۰ درصدی در کمتر از سه سال، یکی از شدیدترین ضربه‌ها به حمل‌ونقل هوایی بین‌المللی کشور به شمار می‌رود.

با بهبود نسبی وضعیت بهداشتی در جهان و ازسرگیری پروازهای خارجی در سال‌های پس از کرونا، آمار سفرهای بین‌المللی نیز وارد مسیر بهبودی شد. در سال ۱۴۰۲، جابه‌جایی مسافران در این بخش به ۱۰ میلیون و ۴۰۷ هزار نفر رسید که نسبت به سال قبل از آن، بیش از ۱.۵ میلیون نفر افزایش یافته و بیشترین رشد سالانه این شاخص در بازه یک دهه اخیر را رقم زده است.

چبران افت‌های گذشته در سایه توسعه لجستیک هوایی

در حوزه حمل‌بار هوایی، روندی مشابه با جابه‌جایی مسافران مشاهده می‌شود؛ با این تفاوت که در بخش بار، بازیابی در سال‌های اخیر پررنگ‌تر بوده است. در سال ۱۴۰۲، میزان حمل بار داخلی به ۲۴ هزار و ۱۹۲ تن رسید که نسبت به سال ۱۴۰۱ یا ۱۰ هزار و ۴۰۴ تن، رشدی بیش از ۱۳ هزار تن، معادل بیش از ۱۳۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد. این رشد چشمگیر می‌تواند نشانه‌ای از افزایش تقاضا برای ارسال سریع محموله‌ها، توسعه تجارت الکترونیکی، بهبود شبکه لجستیکی و افزایش پروازهای داخلی باری و مسافری با ظرفیت بارگیری باشد.

همچنین بخشی از این افزایش ممکن است به بهبود شرایط اقتصادی پس از رکود ناشی از کرونا و بهبود نسبی فعالیت‌های تولیدی و تجاری بازگردد. در بخش حمل بار خارجی اما روند متفاوتی طی شده است. بیشترین حجم بار خارجی در سال ۱۳۹۶ با ثبت ۹۷ هزار و ۷۵۸ تن به ثبت رسیده که نشان‌دهنده ظرفیت بالای صادرات و واردات هوایی کشور است. از آن زمان به بعد، به دلیل بازگشت تحریم‌ها، محدودیت‌های مالی و کاهش تعداد پروازهای بین‌المللی، این رقم با افت همراه شد.

با وجود این نوسانات، بخش حمل بار داخلی توانسته در سال‌های اخیر عملکرد بهتری نسبت به بخش بین‌المللی از خود نشان دهد و بخشی از کاهش ظرفیت حمل بار کل کشور را جبران کند. این موضوع می‌تواند حاکی از آن باشد که زیرساخت‌ها و بازار داخلی کشور در حال تطبیق

۱۳۹۷ به بعد، این روند کاهشی شد. در سال ۱۳۹۸، ۴۹ میلیون و ۵۰۶ هزار نفر از خدمات فرودگاهی استفاده کردند که نسبت به سال ۱۳۹۶ حدود ۱۰ میلیون نفر کاهش نشان می‌دهد. این روند نزولی به دلیل کرونا در سال ۱۳۹۹ به اوج خود رسید، به‌طوری که تعداد جابجایی مسافران به ۲۵ میلیون و ۴۲۵ هزار نفر کاهش یافت. این روندی است در تمام نمودارهای دیگر نیز دیده می‌شود. بعد از پایان کرونا و در سال ۱۴۰۲، تعداد مسافران با رشدی قابل قبول به ۴۴ میلیون و ۸۴۲ هزار نفر رسیده است که هنوز با رکورد سال ۱۳۹۶ فاصله زیادی دارد.

کاهش ۲۷ درصدی مسافران پرواز داخلی از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲

بررسی آمار جابجایی مسافران در پروازهای داخلی نشان می‌دهد که بیشترین حجم جابه‌جایی در سال ۱۳۹۶ با ثبت ۲۳ میلیون و ۷۰۱ هزار و ۹۳۰ نفر به وقوع پیوسته است. این سال نقطه اوج صنعت هوانوردی کشور بود؛ اما پس از آن، روند نزولی آغاز شد و با بروز بحران‌های مختلف، این کاهش بیشتر شد. در سال ۱۳۹۹، تعداد مسافران به ۱۲ میلیون و ۱۳۰ هزار و ۷۳۰ نفر کاهش یافت که این افت شدید ناشی از محدودیت‌های بهداشتی، تعطیلی کسب‌وکارها و قرنطینه‌ها بود.

با این حال در سال ۱۴۰۲، تعداد مسافران پروازهای داخلی به ۱۷ میلیون و ۲۱۷ هزار و ۸۱۴ نفر رسید.

رشد ۴.۴ درصدی پروازهای داخلی بعد از کرونا

در بخش پروازهای داخلی، بیشترین تعداد پرواز در سال ۱۳۹۶ با ۲۰۸ هزار و ۳۰۶ پرواز به ثبت رسیده است. اما با شیوع ویروس کرونا و اعمال محدودیت‌های شدید در سال ۱۳۹۹، این تعداد به ۱۴۵ هزار و ۶۷۲ پرواز رسید. در این سال‌ها، بسیاری از پروازهای داخلی لغو و تعداد مسافران به شدت کاهش یافت. با بهبود شرایط و کاهش محدودیت‌ها در سال‌های بعد، تعداد پروازهای داخلی به ۱۵۲ هزار و ۳ پرواز در سال ۱۴۰۲ رسید.

از رکود ۹۰ درصدی تا رشد امیدبخش تعداد مسافران بین‌المللی

تا به الان دیدیم که سال ۱۳۹۶ رکورددار رونق هواپیمایی دهه اخیر بوده است و با شیوع کرونا این رونق خدشه‌دار شد؛ اما بیشترین کاهش در بخش پروازهای بین‌المللی دیده می‌شود.

در سال ۱۳۹۶، میزان جابجایی مسافران بین‌المللی به



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



فعالان حوزه رمزارز گلايه‌های خود را با وزیر ارتباطات مطرح کردند

وزیر ارتباطات خواستار ایجاد یک نهاد تنظیم‌گر ملی و فرابخشی در حوزه رمزارزها شد

🔍 **نقد به رگولاتوری بخشی و ضرورت تشکیل نهاد تنظیم‌گر جامع**

در بخش دیگری از سخنانش، وزیر ارتباطات با انتقاد صریح از نبود نهاد تنظیم‌گر جامع در حوزه رمزارزها گفت: «رگولاتوری بخشی نه تنها مشکلات را حل نمی‌کند، بلکه پیکر نحیف شده اقتصاد دیجیتال را از این هم نحیف‌تر می‌کند. ما به‌طور جدی در حال پیگیری تشکیل یک نهاد فرابخشی هستیم که مسئولیت هماهنگی و تنظیم‌گری این حوزه را به عهده گیرد.» او ایجاد کارگروه اقتصاد دیجیتال با نگاه فنی و سیستمی را یکی از اقدامات امیدبخش در این راستا برشمرد.

🔍 **نگرانی از گسترش بازارهای زیرزمینی رمزارز**

وزیر ارتباطات با اشاره به گزارش‌هایی درباره شکل‌گیری بازارهای غیررسمی رمزارز گفت: «این موضوع برای ما به‌شدت نگران‌کننده است. این ریسک را هم برای مردم بالا می‌برد، هم برای حاکمیت.» او تأکید کرد که در جلسات هیئت دولت به‌صورت منطقی و مستند از توسعه شفاف و ضابطه‌مند زیست‌بوم رمزارز دفاع خواهد کرد.

🔍 **ضرورت هم‌افزایی در سیاست‌گذاری**

احسان چیت‌ساز، معاون سیاست‌گذاری و توسعه اقتصاد دیجیتال، نیز با ارائه تحلیلی از کاستی‌های گذشته تأکید کرد که زمان آن رسیده که به‌جای مقاومت در برابر نوآوری، در کنار آن حرکت کنیم. او با استقبال از پیشنهادها و فعالان این حوزه، خواستار «نهادینه‌سازی سازوکارهای هم‌افزایی سیاست‌گذاری» میان دولت و بخش خصوصی شد.

🔍 **لزوم تشکیل نهاد تنظیم‌گر فرابخشی از منظر حقوقی**

در پایان، روح‌الله‌رهامی، معاون حقوق شهروندی معاونت حقوقی ریاست‌جمهوری، با بیان سوابق حقوقی و تقنینی مرتبط با موضوع تأکید کرد: «بر اساس اساس‌نامه بانک مرکزی، این نهاد متولی رمزپول است، اما تنظیم‌گری رمزارز نیازمند نهادی فرابخشی و تخصصی است.» وزیر ارتباطات نیز در سخنان پایانی خود با تأکید بر ادامه گفت‌وگوی دولت با فعالان این حوزه گفت: «ما در دولت حامی عقلانی توسعه این زیست‌بوم هستیم، مشروط به اینکه شفافیت، امنیت مردم و توسعه زیرساخت‌های ملی به‌صورت هم‌زمان دیده شوند.»

ستار هاشمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در نشست صریح با جمعی از فعالان حوزه رمزارز و بلاک‌چین، ضمن دفاع از تقویت نقش بخش خصوصی، خواستار ایجاد یک نهاد تنظیم‌گر ملی و فرابخشی در حوزه رمزارزها شد و هشدار داد: «با تداوم رویکردهای جزیره‌ای، اقتصاد دیجیتال بیش از پیش نحیف خواهد شد.» احسان چیت‌ساز، معاون سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه فاوا و اقتصاد دیجیتال؛ روح‌الله‌رهامی، معاون حقوق شهروندی معاونت حقوقی ریاست‌جمهوری و جمعی از مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان، صراف‌های رمزارز و کارشناسان حوزه بلاک‌چین در این نشست حضور داشتند.

در این نشست، هاشمی در پاسخ به انتقادات فعالان حوزه رمزارزها که از سردرگمی ناشی از مصوبات متعدد و متعارض، فقدان چشم‌انداز پایدار و ترس از جرم‌انگاری ناگهانی فعالیت‌هایشان گلايه داشتند، گفت: «تحول و نوآوری جایی بیرون از دولت اتفاق می‌افتد. اگر به دنبال نوآوری هستیم، باید بپذیریم که این نوآوری در بخش خصوصی اتفاق می‌افتد، نه در ساختارهای سنتی دولتی. وظیفه ما این است که راه را باز کنیم، نه اینکه با مقررات متناقض، آن را ببندیم.»

🔍 **دو بحران پنهان حکمرانی؛ تعارض منافع و ناآشنایی با فناوری**

وزیر ارتباطات در ادامه با اشاره به موانع سیاست‌گذاری در فناوری‌های نوین، عدم شناخت دقیق نسبت به فناوری‌های نو را یکی از چالش‌های اصلی دانست. هاشمی تعارض منافع را نیز یکی از عوامل مزمن در تعارضات سیاستی کشور دانست و افزود: «این تعارض منافع در بسیاری از ساحت‌های فناوری دیده می‌شود. ما باید جرئت کنیم و وارد گفت‌وگوی بین‌نهادی و فرابخشی شویم تا این گره‌ها باز شود.»



راه‌نما به چپ گردش به راست

چرا ترامپ در ۵ سال گذشته از منتقد رمزارزها به یک هوادار دوآتشفشان تبدیل شده است



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

پیامدهای اقتصادی علاقه رئیس‌جمهور به رمزارزها



علاقه رئیس‌جمهور به رمزارزها و اقدامات او برای کاهش مقررات و ادغام این دارایی‌ها در سیستم مالی، نگرانی‌هایی جدی درباره ثبات مالی آمریکا ایجاد کرده است. آئی لوری هشدار می‌دهد که این اقدامات می‌تواند خطرات زیر را به همراه داشته باشد:

۱. **افزایش ریسک عمومی:** در حال حاضر، سرمایه‌گذاری در رمزارزها خطری شخصی است و به سیستم مالی گسترده‌تر آسیب نمی‌رساند. اما با کاهش مقررات مالی، ایجاد ذخیره بیت‌کوین با دارایی‌های عمومی و تغییر وضعیت نظارتی رمزارزها، این ریسک به کل سیستم مالی منتقل می‌شود. این امر می‌تواند مالیات‌دهندگان را در معرض خطر نجات شرکت‌های ورشکسته رمزارزها قرار دهد.

۲. **فساد عمومی:** سرمایه‌گذاری‌های شخصی ترامپ و خانواده‌اش در رمزارزها، از جمله TRUMP\$ و سهام در World Liberty Financial،



چرا نوآوری گمشده امروز ماست؟

سرمایه‌گذاران منجر شوند. کمبود زیرساخت‌های دیجیتال پایدار و دسترسی محدود به منابع مالی نیز از دیگر موانع رشد استارت‌آپ‌ها هستند.

برای تبدیل ظرفیت‌های موجود به فرصت‌های واقعی، همکاری همه‌جانبه ضروری است. سیاست‌گذاران باید با مشورت فعالان اکوسیستم، تصمیماتی شفاف و پایدار اتخاذ کنند. سرمایه‌گذاران می‌توانند با حمایت از استارت‌آپ‌های نوپا، رشد آن‌ها را تسریع کنند. رسانه‌ها نیز نقشی کلیدی در ترویج فرهنگ نوآوری و ارائه راهکارهای کاربردی برای کسب‌وکارها دارند. برای مثال، رسانه کارنگ همیشه در این راستا تلاش کرده که با انتشار داستان‌های موفقیت، ارائه ایده‌های عملی برای استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای سنتی، و همچنین ایجاد فضایی برای گفت‌وگو، به تقویت این اکوسیستم کمک کند.

همچنین، دانشگاه‌ها می‌توانند با آموزش استعدادهای جوان و پیوند صنعت با دانش، نقش مهمی در نوآوری داشته باشند.

نوآوری تنها به فناوری‌های پیچیده محدود نمی‌شود. هر فرد، از فروشنده‌ای که روش جدیدی برای جذب مشتری ابداع کرده تا معلمی که آموزش را با ابزارهای دیجیتال جذاب‌تر کرده، می‌تواند سهمی در این تحول داشته باشد. با ایجاد بستری برای به‌اشتراک‌گذاری ایده‌ها و حمایت از خلاقیت، می‌توان اکوسیستم نوآوری ایران را به سطحی بالاتر ارتقا داد. برای مثال، ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای تبادل ایده و همکاری بین کارآفرینان، به رشد نوآوری کمک می‌کند. همچنین، برنامه‌های شتاب‌دهی می‌توانند با ارائه منتورینگ و منابع مالی، به استارت‌آپ‌ها کمک کنند تا ایده‌های خود را به محصولات رقابتی تبدیل کنند.

اکوسیستم نوآوری ایران، با وجود چالش‌ها، از پتانسیل بالایی برخوردار است. نوآوری امروز اهمیت دارد، زیرا مسیری برای پاسخگویی به نیازهای جامعه، تقویت اقتصاد و قرار گرفتن در جایگاه شایسته در صحنه جهانی است. برای بهره‌برداری از این ظرفیت، همه باید دست به دست هم دهیم تا با هماهنگی و تعهد، آینده‌ای نوآورانه برای کشور رقم بزنیم.

نوآوری، نیروی محرکه توسعه در دنیای امروز است. این جریان پویا، از پلتفرم‌های خرید آنلاین گرفته تا فناوری‌های تحول‌آفرین در آموزش، نشان‌دهنده بازتعریف مداوم جهان است. نوآوری اهمیت دارد؛ زیرا نه تنها امکان رقابت در بازارهای جهانی را فراهم می‌کند، بلکه راه‌حلی برای چالش‌های داخلی، مانند بهبود دسترسی به خدمات، افزایش بهره‌وری و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، ارائه می‌دهد.

در ایران، اکوسیستم نوآوری و استارت‌آپی از ظرفیت بالایی برخوردار است که می‌تواند به حل این چالش‌ها، تقویت اقتصاد و ساخت آینده‌ای بهتر کمک کند. با این حال، بهره‌برداری کامل از این ظرفیت نیازمند همکاری و هماهنگی همه ذی‌نفعان، از کارآفرینان و سیاست‌گذاران تا رسانه‌ها و سرمایه‌گذاران است.

اکوسیستم نوآوری ایران در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است. گزارش‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نشان می‌دهد از سال ۱۳۹۴ تاکنون، صدها استارت‌آپ در حوزه‌هایی مانند فین‌تک، لندتک، هوش مصنوعی و بلاکچین شکل گرفته‌اند. در سال ۱۴۰۳، تخمین زده می‌شود بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ استارت‌آپ جدید تأسیس شده باشد. این کسب‌وکارها با نوآوری‌هایی مانند ساده‌سازی تراکنش‌های مالی برای میلیون‌ها نفر یا تسهیل دسترسی کسب‌وکارهای کوچک به وام، تأثیرات قابل توجهی ایجاد کرده‌اند. برای نمونه، ناحیه نوآوری شریف با میزبانی بیش از ۵۰۰ استارت‌آپ، گواهی بر پویایی این اکوسیستم است. علاوه بر این، پارک‌های فناوری در شهرهایی مانند اصفهان و مشهد نیز به مراکز نوآوری منطقه‌ای تبدیل شده‌اند.

با وجود این پیشرفت‌ها، موانعی نیز وجود دارد. تصمیمات ناگهانی و بدون هماهنگی رگولاتورها یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هاست. برای مثال، در دی‌ماه ۱۴۰۳، بانک مرکزی درگاه‌های پرداخت بیش از ۵۰ صرافی رمزارز را مسدود کرد، اقدامی که به اعتماد کارآفرینان لطمه و فعالیت برخی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان را مختل کرد. همچنین، الزام صرافی‌ها به ارائه داده‌های کاربران تا ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۴، نگرانی‌هایی درباره شفافیت و نوآوری ایجاد کرده است. چنین تصمیماتی می‌توانند انگیزه کارآفرینان را تضعیف کرده و حتی به مهاجرت نخبگان و

شرکت وابسته است، یا حتی طلا که کاربردهای صنعتی دارد، رمزارزها هیچ ارزش ذاتی ندارند و قیمت آن‌ها صرفاً بر اساس تقاضا تعیین می‌شود. این نوسانات در گذشته به سقوط‌های بزرگ بازار، مانند فروپاشی صرافی FTX در سال ۲۰۲۲ که منجر به از دست رفتن ۲ تریلیون دلار ارزش بازار شد، منجر شده است.

سناریوی فاجعه مالی

لوری هشدار می‌دهد که ادغام رمزارزها در سیستم مالی، مشابه نقش اوراق بهادار با پشتوانه وام مسکن در بحران مالی ۲۰۰۸، می‌تواند به یک بحران مالی گسترده منجر شود. شرکت‌های وال استریت ممکن است با استفاده از قوانین جدید، بخش‌هایی از کسب‌وکار خود را به‌عنوان شرکت‌های رمزارزها بازسازی کنند تا از مقررات سخت‌گیرانه فرار کنند. این «آربیتراژ نظارتی» می‌تواند ریسک‌های پنهانی را در سیستم مالی ایجاد کند که در نهایت به ضرر افرادی تمام می‌شود که هیچ ارتباطی با رمزارزها ندارند، مانند دارندگان وام مسکن یا حساب‌های بانخشستگی. برخلاف بحران ۲۰۰۸ که منجر به ایجاد مقررات سخت‌گیرانه‌ای مانند قانون داد-فرانک شد، نبود نهادهای نظارتی قوی و انگیزه‌های سیاسی برای بازگرداندن این مقررات، احتمال تکرار چنین بحرانی را افزایش می‌دهد. علاوه

بر این، بحران‌های مالی اغلب زمان زیادی برای شکل‌گیری نیاز دارند و ممکن است اثرات اقدامات کنونی در سال‌های آینده، پس از پایان دوره ریاست جمهوری ترامپ، آشکار شود.

نتیجه‌گیری

علاقه دونالد ترامپ به رمزارزها و اقدامات او برای کاهش مقررات و ادغام این دارایی‌ها در سیستم مالی آمریکا، فرصت‌ها و خطراتی را به همراه دارد. درحالی‌که حامیان این اقدامات معتقدند که می‌تواند آمریکا را به پیشرو فناوری بلاکچین تبدیل کند، منتقدان درباره بی‌ثباتی مالی، فساد عمومی، کلاهبرداری گسترده، و تهدیدات امنیت ملی هشدار می‌دهند. برای افرادی که هیچ‌گاه قصد سرمایه‌گذاری در رمزارزها را ندارند، این تغییرات همچنان می‌تواند از طریق تأثیرات گسترده بر سیستم مالی، اعتماد عمومی، و اقتصاد کلان، زندگی آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. توجه به این موضوع و نظارت بر تحولات نظارتی برای جلوگیری از یک بحران مالی احتمالی ضروری است.

صنعت میلیاردها دلار خسارت به بار آورده است. کاهش مقررات می‌تواند این مشکلات را تشدید کند، به‌ویژه در نبود نهادهایی مانند اداره حمایت از مصرف‌کنندگان مالی (CFPB) که در دولت ترامپ عملاً تعطیل شده است. ۴. **تهدیدات امنیت ملی:** رمزارزها به‌طور گسترده در بازارهای سیاه، از جمله برای قاچاق انسان، مواد مخدر و ترور یسم استفاده می‌شوند. هک اخیر صرافی Bybit توسط گروه لازاروس، مرتبط با کره شمالی، نشان‌دهنده آسیب‌پذیری این صنعت در برابر بازیگران دولتی و غیردولتی است. اگر دولت آمریکا به‌طور گسترده در رمزارزها سرمایه‌گذاری کند، حملاتی مانند «حمله ۵۱ درصدی» که در آن یک نهاد کنترلر بلاکچین را به دست می‌گیرد، می‌تواند سیستم مالی را مختل کند.

در سال‌های اخیر، دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور ایالات متحده، از منتقد سرسخت رمزارزها به یکی از حامیان پرشور آن تبدیل شده است. او که در سال ۲۰۱۹ رمزارزها را «بسیار پرنوسان و بی‌پشتوانه» توصیف کرده بود، اکنون از جامعه رمزارزها به‌عنوان گروهی با «روحیه‌ای که آمریکا را ساخته» تمجید می‌کند و خواستار تبدیل ایالات متحده به «پایتخت رمزارزهای جهان» شده است. این گزارش به بررسی دلایل این تغییر نگرش، اقدامات دولت ترامپ در حوزه رمزارزها و پیامدهای بالقوه آن بر سیستم مالی آمریکا می‌پردازد. این تحلیل بر اساس گفت‌وگو با آنی لوری، نویسنده حوزه اقتصاد و سیاست در نشریه آتلانتیک، تهیه شده است. تغییر دیدگاه ترامپ به رمزارزها پس از دوره اول ریاست جمهوری‌اش با نفوذ حامیان این صنعت و سرمایه‌گذاری‌های شخصی او و خانواده‌اش آغاز شد. پیش از مراسم تحلیف در سال ۲۰۲۵، او میم‌کوینی به نام TRUMP\$ راه‌اندازی کرد که به سرعت ارزش بازار بالایی پیدا کرد و گزارش‌ها حاکی از سود کلان برای خانواده او و شرکایشان است. پسران بزرگ‌تر ترامپ نیز در یک عملیات استخراج بیت‌کوین سرمایه‌گذاری کرده‌اند و سهام عمده‌ای در شرکت مالی World Liberty Financial دارند که آن‌ها را به بازیگران کلیدی در صنعت رمزارزها تبدیل کرده است. ترامپ همچنین فرمانی اجرایی برای ایجاد «ذخیره

استراتژیک بیت‌کوین» امضا کرده است که به گفته او، مانند «فورت ناکس مجازی برای طلای دیجیتال» عمل خواهد کرد. این اقدامات نشان‌دهنده تلاش او برای ادغام رمزارزها در ساختارهای دولتی و سیستم بانکی است.

ریشه‌ها و ماهیت رمزارزها

رمزارزها در ابتدا به‌عنوان راهی برای ایجاد سیستمی مالی خارج از کنترل دولت‌ها و بانک‌ها طراحی شدند. این مفهوم در ابتدا با ایده‌های آرمان‌گرایانه‌ای مانند پول غیرمتمرکز، بدون مرز و با حریم خصوصی بالا همراه بود که به‌ویژه در میان طرفداران فناوری و آزادی‌خواهان محبوبیت داشت. با این حال، با گذشت زمان، این ایده‌ها محدودتر شدند و رمزارزها به ابزاری عمدتاً سفته‌بازانه تبدیل شدند که ارزش آن‌ها به‌طور کامل به علاقه و باور سرمایه‌گذاران وابسته است، بدون هیچ پشتوانه واقعی مانند دارایی‌های فیزیکی یا جریان‌های درآمدی. این ویژگی باعث شده است که رمزارزها، از جمله بیت‌کوین، بسیار پرنوسان باشند. برخلاف سهام شرکت‌ها که ارزش آن‌ها به عملکرد مالی

پرسش‌هایی درباره تعارض منافع ایجاد کرده است. گزارش‌ها نشان می‌دهد که افراد خارجی، از جمله برخی با ارتباط با نظام‌های قانونی آمریکا، از طریق سرمایه‌گذاری در این پروژه‌ها به نوعی به رئیس‌جمهور نزدیک شده‌اند. علاوه بر این، مذاکرات خانواده ترامپ برای سرمایه‌گذاری در شعبه آمریکایی صرافی بایننس که به نقض قوانین ضدپول‌شویی آمریکا متهم شده، نگرانی‌هایی درباره فساد در سطح بالا ایجاد کرده است.

۳. **کلاهبرداری و آسیب به مصرف‌کنندگان:** رمزارزها به دلیل ماهیت غیرمتمرکز و نظارتی ضعیف، بستری برای کلاهبرداری‌های گسترده فراهم کرده‌اند. از کلاهبرداری‌های کوچک که افراد ناآگاه، مانند سالمندان یا سرمایه‌گذاران تازه‌کار را هدف قرار می‌دهند، تا طرح‌های پانزی بزرگ، این



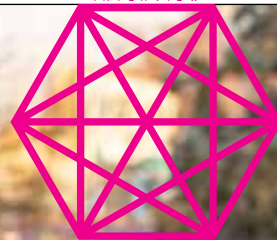
شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



مهسانجاتی



mahsaanejatili1993@gmail.com



اکوسیستم رمزارز در تنگنای قانون

تصمیمات غیرقانونی بانک مرکزی و نبود گفتمان، آینده نوآوری مالی کشور را تهدید می‌کند

آسیب‌های بسته شدن درگاه‌های پرداخت

من را بگیرد؟» او هشدار داد که محدودیت‌ها تراکنش‌ها را به سمت صرافی‌های خارجی بدون احراز هویت سوق می‌دهد: «در این صرافی‌ها، دارایی کاربران ایرانی هر لحظه ممکن است مسدود شود. این یعنی خروج سرمایه از کشور به ساده‌ترین شکل.»

اسدپور از نبود پروتکل قانونی برای ارائه داده‌ها انتقاد کرد: «اگر دستور قضایی باشد، همکاری می‌کنیم، اما چرا باید داده‌ها را به شاپرک بدهیم که به پنتا و دیگران منتقل شود؟ این غیرقانونی

محمدجواد اسدپور وضعیت کنونی را به «آدم‌ربایی» تشبیه کرد و گفت: «با بستن درگاه‌ها، آب و غذای کسب‌وکارها قطع شده. برخی برای بقا مجبور به امضای تعهدنامه شده‌اند، اما این کار غیراخلاقی است.» او افزود: «ما تا حالا مقاومت کردیم، اما شاید به خاطر تعهد به کارکنان مجبور شویم تسلیم شویم.» اسدپور خروج سرمایه را چالشی جدی دانست و پرسید: «اگر بخواهیم یک میلیارد تومان بیت‌کوین بخریم، چه کسی می‌تواند جلوی



دستور رئیس‌جمهور برای برخورد

قاطع با ماینرهای غیرمجاز

رئیس‌جمهور مسعود پزشکیان در جلسه هیئت دولت بر لزوم نصب سریع پنل‌های خورشیدی در ادارات و فرهنگ‌سازی برای مدیریت مصرف برق تأکید کرد. او همچنین در پاسخ به گزارش وزیر نیرو درباره وضعیت تولید و توزیع برق و تهدیدهای پیامکی مرتبط با ماینرهای غیرقانونی، دستور داد این موضوع با جدیت و فوریت پیگیری شود.



رئیس جدید کمیسیون بورس و

اوراق بهادار آمریکا منصوب شد

پل آتکینز به عنوان رئیس جدید کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) سوگند یاد کرد و جایگزین گری گنسلر شد. آتکینز که پیش‌تر با شرکت‌های دارایی دیجیتال همکاری داشته، انتظار می‌رود سیاست‌های دوستانه‌تری نسبت به کریپتو را ادامه دهد.



معضل ماینرهای غیرمجاز

وزیر نیرو استخراج غیرمجاز رمزارز را چالشی بزرگ برای صنعت برق دانست و از کشف ۲۲۰ هزار ماینر غیرقانونی خبر داد. او با اشاره به نصب کنتورهای هوشمند برای کنترل مشترکان پرمصرف، احتمال وجود سه برابر این تعداد ماینر غیرمجاز را مطرح کرد.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



اولتیماتوم بانک مرکزی به صرافی‌های رمزارز:

مهلت تا ۲۰ اردیبهشت

بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در اطلاعیه‌ای قاطع، ضرب‌الاجلی برای صرافی‌ها و فعالان حوزه تبادلات رمزارز تعیین کرده است. بر اساس این اطلاعیه، تمامی کارگزاران مبادله رمپول که تاکنون برای دریافت مجوز رسمی اقدام نکرده‌اند، تنها تا ۲۰ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۴ فرصت دارند تا مدارک لازم را برای اخذ موافقت اصولی اولیه به بانک مرکزی ارائه کنند. این تصمیم در راستای ساماندهی بازار رمزارزها و جلوگیری از فعالیت‌های غیرقانونی اتخاذ شده است.

بانک مرکزی اعلام کرده که پس از پایان این مهلت، فعالیت صرافی‌های بدون مجوز غیرقانونی تلقی شده و با متخلفان برخورد قانونی خواهد شد. این اقدام با هدف افزایش شفافیت، کاهش ریسک‌های مالی و حفاظت از حقوق سرمایه‌گذاران انجام می‌شود. صرافی‌های رمزارز موظف‌اند اطلاعات هویتی، مالی و فنی خود را مطابق دستورالعمل‌های بانک مرکزی ارائه دهند.

این اولتیماتوم در حالی صادر شده که بازار رمزارزها در ایران طی سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و تعداد زیادی از شهروندان به سرمایه‌گذاری در این حوزه روی آورده‌اند. با این حال، نبود نظارت کافی بر فعالیت صرافی‌ها، نگرانی‌هایی درباره پولشویی و کلاهبرداری ایجاد کرده است. کارشناسان معتقدند این اقدام بانک مرکزی می‌تواند به ایجاد چارچوبی قانونی و امن برای معاملات رمزارز کمک کند، اما برخی فعالان بازار از پیچیدگی‌های فرآیند دریافت مجوز و احتمال محدودیت‌های جدید ابراز نگرانی کرده‌اند.

بانک مرکزی همچنین از عموم مردم خواسته تا پیش از سرمایه‌گذاری در رمزارزها، از مجاز بودن صرافی‌ها اطمینان حاصل کنند. انتظار می‌رود این تصمیم تأثیر قابل توجهی بر آینده بازار رمزارز در ایران داشته باشد.



بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

کنیم تا بفهمیم چه می‌خواهند.» او سند مرکز ملی فضای مجازی را مناسب‌تر دانست و گفت: «اکوسیستم ما مظلوم است و حتی وکیل حقوقی برای دفاع از خود ندارد.» ملک بر قانون محوری تأکید کرد: «اگر بانک مرکزی از راه قانون عمل می‌کرد، همه نهادها قانون‌مدار می‌شدند، اما حالا همه دنبال زور هستند.» او افزود که دولت باید موضع خود را نسبت به فناوری مشخص کند: «آیا فناوری می‌خواهیم یا نه؟ اگر نرویم، برای هوش مصنوعی و ژنتیک هم همین مسیر را طی می‌کنیم.» حکیمی با اشاره به چابکی بخش خصوصی، گفت: «ما در چهار روز سیستم کارت به کارت را راه‌اندازی کردیم، اما سازمان‌های دولتی برای یک تغییر ساده ماه‌ها زمان نیاز دارند.» او پروژه «ریال دیجیتال» را نمونه‌ای از تصدی‌گری ناکارآمد دانست و پیشنهاد کرد که شرکت‌های خصوصی مسئولیت را بر عهده بگیرند: «رمزارز یک پدیده انقلابی است. نمی‌توان از آن علیه خودش استفاده کرد.»

کشاورز بر ضرورت گفت‌وگو با بانک مرکزی تأکید کرد: «فناوری بلاچین به دلیل سرعت و پیچیدگی، حاکمیت‌ها را به چالش می‌کشد. ما به رسانه مشترک و گفت‌وگو با مخاطبان نیاز داریم.» او رقابت‌های غیرضروری، مانند تسویه‌های مکرر درگاه‌ها، را زیان‌بار دانست و پیشنهاد کرد که صرافی‌ها با الگوبرداری از بورس، تسویه‌های محدودتری انجام دهند: «چرا باید ۲۴ بار در روز تسویه کنیم؟ می‌توانیم مثل بورس، چهار بار تسویه کنیم.» کشاورز افزود: «فناوری راه خودش را باز می‌کند. این کسب‌وکارها قانون‌گریز نیستند و آمده‌اند که بمانند.»

سخن پایانی

اکوسیستم رمزارز ایران درگیر نبود شفافیت رگولاتوری، تصمیمات یک‌جانبه، و فشارهای غیرقانونی است که به اعتبار کسب‌وکارها، خروج سرمایه، و مهاجرت نیروی متخصص دامن زده است. فعالان این حوزه خواستار گفت‌وگوی شفاف، قانون‌محوری، و ایجاد زیرساخت‌های مناسب هستند تا بخش خصوصی بتواند نوآوری را پیش ببرد. آن‌ها معتقدند که فناوری رمزارز، به دلیل ماهیت انقلابی‌اش، راه خود را باز خواهد کرد، اما همکاری با رگولاتور و برساخت گفت‌وگو می‌تواند هزینه‌ها را کاهش دهد. سال ۱۴۰۴ می‌تواند با فعال‌تر شدن انجمن فین‌تک و قانون‌گذاری شفاف، سال شکوفایی این صنعت باشد.

مهاجرت نیروی متخصص و چالش‌های امنیتی

مسعود ملک مهاجرت نیروی متخصص و مسائل امنیتی را بزرگ‌ترین چالش‌ها دانست: «هر سال این چالش‌ها تشدید می‌شوند. بدون نیروی متخصص، قانون‌گذاری بی‌فایده است.» او افزود که محدودیت‌هایی مانند قطعی اینترنت و فیلترینگ، نیروی انسانی را کلافه کرده: «فرار نیروی انسانی فقط به خاطر پول نیست، بلکه به دلیل نبود آزادی عملیاتی و پتانسیل شکوفایی است. وقتی اینترنت قطع و وصل می‌شود یا سایت‌ها با برخی اپراتورها باز نمی‌شود، افراد انگیزه ماندن را از دست می‌دهند.» ملک پیشنهاد کرد که دولت به جای دخالت، زیرساخت‌ها را فراهم کند: «دولت فقط اتوبان را باز نگه دارد، بخش خصوصی خودش راه را باز می‌کند.» او افزود: «اگر من سرمایه‌گذار باشم و چنین ریسک‌هایی ببینم، سرمایه‌ام را به ملک می‌برم، نه فناوری.»

محمد حکیمی ضعف زیرساخت‌های بانکی، مانند اینترنت بانک‌ها، را عامل اصلی پرونده‌های فیشینگ دانست و گفت: «بستن درگاه صرافی‌ها، خریدوفروش رمزارز را متوقف نمی‌کند، بلکه آن را به سمت راه‌های غیررسمی می‌برد.» او افزود که صرافی‌های داخلی با کاهش پرونده‌های قضایی از طریق همکاری با ورثه یا حل‌دعای کمک می‌کنند: «اگر دارایی کاربر در صرافی خارجی باشد، دادگاه نیشابور را به رسمیت نمی‌شناسند.» حکیمی پیشنهاد کرد که نهادهای مالی بزرگ اجازه ورود به این صنعت را داشته باشند تا اعتماد عمومی افزایش یابد: «چرا بانک‌ها نمی‌توانند سهام‌دار صرافی‌ها شوند؟»

خبرگزاری‌ها و رسانه‌ها در این زمینه نقش مهمی دارند. با افزایش آگاهی مردم، فشار بر نهادهای مسئول برای شفاف‌سازی و پاسخگویی بیشتر می‌شود. کارشناسان معتقدند که با بهبود زیرساخت‌ها و افزایش شفافیت، می‌توان به جذب سرمایه‌گذاران خارجی و توسعه صنعت کمک کرد. با این حال، چالش‌های امنیتی و فقدان قوانین جامع همچنان مانع از رشد پایدار این صنعت است. همکاری بین بخش دولتی و خصوصی می‌تواند به حل این چالش‌ها کمک کند و به رونق گرفتن این صنعت در ایران منجر شود.

چشم‌انداز آینده و راهکارها

یعقوبی گفت: «این چالش‌ها بالاخره حل می‌شوند، اما هزینه‌ها مهم است. ما از ماهواره تا ویدئو همیشه با رفتارهای فراقانونی مواجه بوده‌ایم. گفت‌وگو بیشتر، ما را سریع‌تر از این ورطه عبور می‌دهد.» او افزود: «نقص ما در نبود گفت‌وگو با حاکمیت است. تلاش زیاد بالاخره نتیجه می‌دهد، اما باید هزینه‌ها را کم کنیم.» اسدپور خواستار گفت‌وگوی مستقیم با رگولاتور شد: «بیایند دو کلام صحبت

اکوسیستم رمزارز ایران با چالش‌های متعددی مواجه است که مهم‌ترین آن‌ها نبود سیاست‌گذاری شفاف، تصمیمات ناگهانی نهادهای نظارتی مانند بانک مرکزی و شرکت شاپرک و فشار برای ارائه اطلاعات کاربران بدون رعایت روند قانونی است. بسته شدن درگاه‌های پرداخت صرافی‌های رمزارز، سردرگمی در رگولاتوری و نبود گفت‌وگو بین فعالان صنعت و حاکمیت، این حوزه را در تنگنا قرار داده است. در میزگردی با حضور علیرضا یعقوبی، مدیرعامل رابکس و رئیس هیئت‌مدیره انجمن فین‌تک؛ عیسی کشاورز، مدیرعامل یوبیتکس؛ محمدجواد اسدپور، مدیرعامل نیک‌پرداخت؛ محمد حکیمی، مدیرعامل رمزنیکس و مسعود ملک، مدیرعامل تبدیل با مدیریت مهسا نجاتی، دبیر تحریریه کارنگ، چالش‌ها، آسیب‌ها، و چشم‌انداز آینده این صنعت بررسی شد.

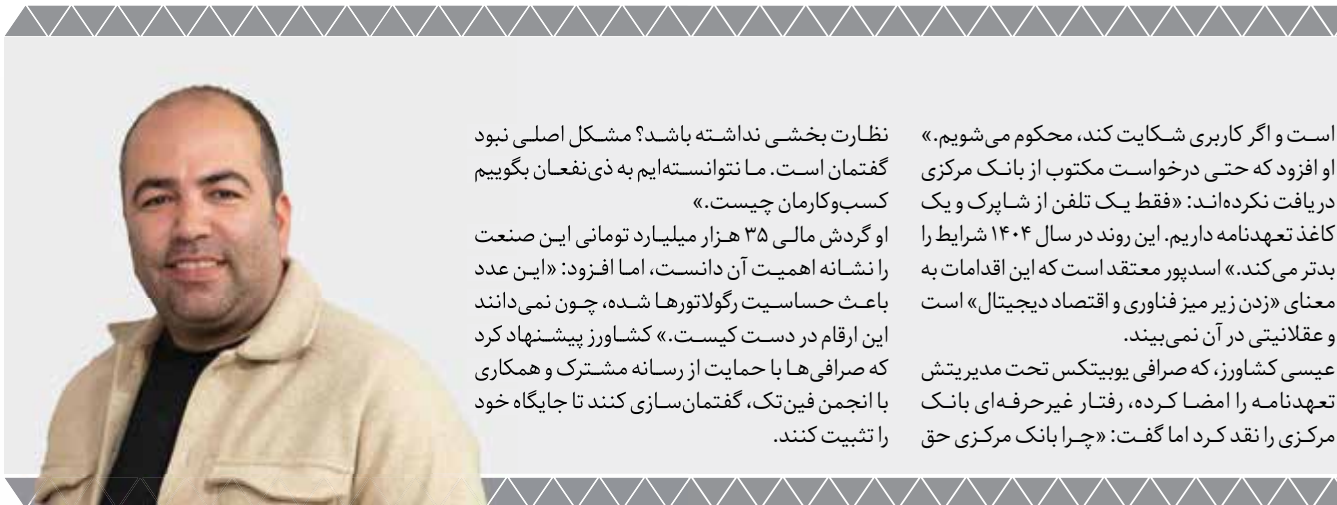
چالش‌های رگولاتوری و اقدامات غیرقانونی

علیرضا یعقوبی با انتقاد شدید از اقدامات بانک مرکزی، بستن درگاه‌های پرداخت و اجبار صرافی‌ها به امضای تعهدنامه برای ارائه اطلاعات کاربران را غیرقانونی خواند. او گفت: «دغدغه ما رعایت قانون است. قانون می‌گوید داده‌های کاربران امانت است و هر تعامل با آن‌ها نیازمند دستور قضایی است. این در اصل ۲۵ قانون اساسی و ماده ۶ قانون جرائم رایانه‌ای آمده است.» یعقوبی افزود: «اجبار به تعهدنامه تخلف بزرگ‌تری از بستن درگاه‌هاست. اگر بانک مرکزی اختیار قانونی دارد، نیازی به تعهدنامه نیست. مگر بانک‌ها برای فعالیت تعهدنامه امضا می‌کنند؟» او معتقد است برخی مجریان قانون با سوءاستفاده از اختیارات، تعاریف قانونی را به صورت غیرمنطقی گسترش می‌دهند: «نمی‌توان یک شبه گفت توکن ترامپ رمپول است. این شوخی با قانون است.» یعقوبی تأکید کرد که رئیس قوه قضائیه نیز بستن درگاه‌ها را غیرقانونی دانسته و این اقدامات به اعتبار کسب‌وکارها آسیب زده و آن‌ها را به سمت فعالیت زیرزمینی یا مهاجرت سوق داده است.

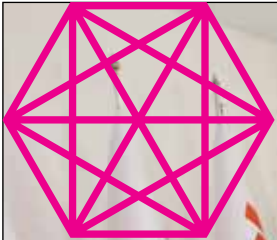
او با اشاره به تفاوت سند بانک مرکزی و سند مرکز ملی فضای مجازی، گفت: «مرکز ملی، که نهاد بالادستی است، رمپول و رمزدارایی را تفکیک کرده، اما بانک مرکزی این موضوع را نادیده می‌گیرد.» او پیشنهاد کرد که بانک مرکزی به جای تصمیمات یک‌جانبه، با انجمن فین‌تک گفت‌وگو کند: «رئیس‌جمهور از وفای صحبت می‌کند، اما در جریان گذاشتن مردم یعنی دیالوگ و مفاهمه، نه اعلام یک‌طرفه تصمیمات.» یعقوبی افزود: «این رفتارها، که به ابزارهای عصر فتودالی شبیه است، در عصر هوش مصنوعی جواب نمی‌دهد. باید نسل جوان را اقناع کرد، نه اینکه با تشنج و ناامنی اقتصادی آن‌ها را فراری داد.»

است و اگر کاربری شکایت کند، محکوم می‌شویم.» او افزود که حتی درخواست مکتوب از بانک مرکزی دریافت نکرده‌اند: «فقط یک تلفن از شاپرک و یک کاغذ تعهدنامه داریم. این روند در سال ۱۴۰۴ شرایط را بدتر می‌کند.» اسدپور معتقد است که این اقدامات به معنای «زدن زیر میز فناوری و اقتصاد دیجیتال» است و عقلانیتی در آن نمی‌بیند.

عیسی کشاورز، که صرافی یوبیتکس تحت مدیریتش تعهدنامه را امضا کرده، رفتار غیرحرفه‌ای بانک مرکزی را نقد کرد اما گفت: «چرا بانک مرکزی حق



نظارت بخشی نداشته باشد؟ مشکل اصلی نبود گفت‌وگو است. ما نتوانسته‌ایم به ذی‌نفعان بگوییم کسب‌وکارمان چیست.» او گردش مالی ۳۵ هزار میلیارد تومانی این صنعت را نشانه اهمیت آن دانست، اما افزود: «این عدد باعث حساسیت رگولاتورها شده، چون نمی‌دانند این ارقام در دست کیست.» کشاورز پیشنهاد کرد که صرافی‌ها با حمایت از رسانه مشترک و همکاری با انجمن فین‌تک، گفت‌وگو را تا جایگاه خود رانند.



تنظیم گرچگونه با تنظیم گری بد لندتک ایران را نابود می کند؟

فعالان لندتک با پذیرش نیاز به قانون گذاری، نگران تصمیمات شتاب زده و عدم شفافیت رگولاتوری هستند که می تواند به انسداد نوآوری و توسعه این صنعت منجر شود

از زیرشاخه های فین تک را دیدیم که عملاً نابود شدند. ما منتقد تصمیمات شتاب زده و سنسجیده رگولاتور هستیم؛ آن هم در صنعتی که در نظام اقتصادی بسیار بد کنونی، در شرایطی که فشار زیادی به مردم وارد

در واقع خادمی واحد تأکید می کند: «ما مخالف قانون گذاری نیستیم؛ اتفاقاً می دانیم در هر صنعت و کسب و کاری که قانون وجود نداشته باشد، تاریخ انقضای آن کسب و کار فرامی رسد. در این صنعت نوظهور، خیلی

تنظیم گری و مقررات گذاری همواره یکی از دغدغه های اصلی در حوزه فین تک، از جمله لندتک و BNPL بوده است. این تصور وجود دارد که فعالان این صنعت از قانون گذاری فراری هستند، درحالی که این طور نیست.

کارت های اعتباری، به یکی از حوزه های داغ در صنعت لندتک تبدیل شده اند. این تسهیلات به مصرف کنندگان نهایی اجازه می دهد تا بدون نیاز به نقد کردن دارایی های خود، از اعتبار مورد نیاز برای خرید کالا و خدمات بهره مند شوند. این روند نشان دهنده پتانسیل عظیم بازار برای شرکت های لندتک در حوزه اعتباردهی آنلاین و مدیریت ریسک خرد است. پلتفرم های لندتک می توانند با استفاده از فناوری های نوین، راهکارهای هوشمندانه ای برای اعتبارسنجی دیجیتال و ارائه وام های خرد ارائه دهند

شبکه بانکی کشور در فروردین ماه ۱۴۰۴، با پرداخت ۴۲۹.۴ هزار میلیارد ریال تسهیلات، شاهد افزایش چشمگیر ۶۷.۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته بود. این افزایش در تسهیلات، به ویژه در بخش تسهیلات خرد و کارت های اعتباری، فرصت های بزرگی برای فعالان لندتک فراهم می آورد. از مجموع تسهیلات پرداختی در این ماه، ۲۳.۷ درصد به خانوارها اختصاص یافته است که سهم قابل توجهی از آن به تسهیلات خرد و کارت های اعتباری مربوط می شود. تسهیلات خرد، به ویژه در قالب

فرودین ۱۴۰۴؛ درخشش لندتک ها در تسهیلات خرد



صعود و چالش های صنعت لندتک ایران در سال ۱۴۰۳

سال ۱۴۰۳ برای صنعت لندتک ایران، به عنوان بخشی از اکوسیستم نوآوری و تجارت الکترونیکی، نقطه اوج از منظر فراگیری سرویس ها و پذیرش کاربران بود. هرچند زیرساخت های این اکوسیستم در سال های پیشین توسعه یافته بود، این فراگیری چشمگیر در سال ۱۴۰۳، اولویت های جدیدی را مطرح کرد؛ از جمله نیاز به تنظیم گری و مقرره گذاری، جذب سرمایه گذاری، و توسعه سواد مالی و سواد اعتباری کاربران. اما چه عواملی منجر به این رشد و فراگیری شدند و هم زمان چه چالش ها و ریسک هایی را پیش روی این صنعت قرار دادند؟ یکی از مهم ترین محرک های توسعه لندتک در ایران، وضعیت اقتصادی کشور بوده است. ضرورت استفاده از خدمات لندتک در سال های قبل کمتر مورد توجه مردم قرار می گرفت، اما در سال ۱۴۰۳، تضعیف توان خرید مردم در سراسر کشور به یکی از دلایل اصلی اقبال عمومی به لندتک تبدیل شد. تورم باعث کاهش قدرت خرید مصرف کننده شده و به همین دلیل جامعه تمایل بیشتری به خرید اقساطی نشان می دهد. سقوط ارزش ریال و تضعیف قدرت خرید مردم پدیده ای منفی است که در عین حال به گسترش بازار لندتک کمک کرده است، مشابه نقشی که کرونا در توسعه کسب و کارهای غیرحضوری ایفا کرد. از ابتدای دهه ۹۰، شرایط اقتصادی مشتریان بدتر شده است؛ نیاز آن ها به کالاها باقی مانده، اما توانایی خرید نقدی کاهش یافته است. در مقابل، فروش نقدی کسب و کارها نیز افت کرده است. این وخامت شرایط اقتصادی از حدود سال های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به بعد محسوس تر شد.

در کنار عوامل اقتصادی، پدیده تعدد بازیگران لندتک در قیاس با سال های قبل نیز رقابت و توسعه این صنعت را جدی تر کرده است. اکنون بیش از ۲۵ تا ۳۰ بازیگر در کمیسیون لندتک حضور دارند که هر کدام نقش مهمی ایفا می کنند و این موضوع باعث بزرگ تر شدن بازار شده است. توجه رسانه ها نیز به شناخت فناوری و جلب توجه تأمین کنندگان مالی و کاربران کمک کرده است.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



مدیریت ریسک در لندتک‌ها در گفت‌وگو با فعالان صنعت

← خادمی طبق تجربه خود می‌گوید که اندازه ریسک‌پذیری پلتفرم‌ها و شرکت‌های غیربانکی متفاوت است و نکول تسهیلات را نباید کورکورانه پذیرفت. باید نکول را باتوجه به نوع قراردادهای به سمت بانک برد یا حداقل آن را تنها در جایی پذیرفت که اعطای تسهیلات نه صرفاً بر اساس رفتار مالی گذشته، بلکه بر اساس دارایی افراد و حقوق مستمر آن‌ها انجام شده است. او توضیح می‌دهد: «مجموعه‌ای مانند اقساط مارکت با دنبال کردن این راهکار در ۱۰ تا ۱۲ سال گذشته، نکول کمتر از نیم درصد داشته است. ریسک‌پذیری لندتک‌ها نسبت به بانک‌ها پایین‌تر است و نمی‌توانند نکولی را بپذیرند که مانند گلوله‌برفی بزرگ‌تر شود. باید هر روز از خود پرسید که اگر کسب‌وکار امروز متوقف شود، چه اتفاقی برای مطالبات و نکول‌ها می‌افتد. اعتماد به دیتا تنها پس از گذراندن حداقل دو سیکل تسویه کامل (حدود ۴ سال) ممکن است. به همین دلیل بقای کسب‌وکارهای قدیمی‌تر که دیتای چند سیکل را دارند مهم است و خطر برای تازه‌واردها جدی‌تر است.»

← ورشوکار در جلسه از ایده‌هایی مانند اشتراک‌گذاری اطلاعات مربوط به بدحساب‌ها یا کلاه‌سیاه‌ها صحبت می‌کند. متقی ادامه می‌دهد: «جالب این است که «کلاه‌سیاه‌ها» حدود ۲/۵ درصد جامعه آماری ما را تشکیل می‌دهند. تعداد این افراد کم است؛ ولی از لحاظ مبلغ، نرخ نکول را می‌توانند تا ۴ الی ۵ درصد بالا ببرند. خوب است همین ۱۰ یا ۱۵ تا شرکتی که در این صنعت فعال هستیم، حداقل اطلاعات مربوط به «کلاه‌سیاه‌ها» یعنی بدحساب‌ها و کلاهبردارها را به اشتراک بگذاریم. شاید در کشور در کل ۱۰ میلیون نفر داشته باشیم که خرید قسطی بکنند. بر اساس نسبت بالا یعنی حدود ۲۰۰ هزار کلاهبردار داریم. وقتی جلوی همین ۲۰۰ هزار نفر را بگیریم، گشایش مهمی اتفاق می‌افتد؛ کافی است کد ملی اینها را در یک دیتابیس بریزیم و یک دسترسی در قالب ای‌پی‌آی به همدیگر بدهیم. همین اقدام گام بزرگی برای همکاری و کنترل ریسک نکول است.»

← قنادان در این مورد از پروژه بلک‌لیست مشترک می‌گویند که لندتک‌ها با محوریت اعتبارسنجی ایرانیان در حال شکل‌گیری است و بسیاری از بازیگران بزرگ در آن مشارکت دارند. این سیستم می‌تواند بدون اشتراک‌گذاری اطلاعات جزئی، تنها وضعیت خوش‌حساب بودن یا نبودن یک فرد را اعلام کند.

← نرخ نکول یکی از مهم‌ترین موضوعات و چالش‌های حیاتی پیش روی لندتک‌ها، به‌ویژه در سال آینده، است. این موضوع به دلیل تداوم رشد اقتصادی منفی یا نزدیک به صفر و چشم‌انداز نامساعد آن است. نگرانی از نرخ نکول از سوی رگولاتور و کاربران نیز وجود دارد، زیرا فردی که به دلیل نیاز دائم قرض می‌گیرد، ریسک بالای عدم بازپرداخت را دارد و این می‌تواند برای سیستم مالی و بانکی دردسرساز شود.

← خادمی اهمیت حیاتی نرخ نکول را در این می‌بیند که بقای بازیگران ابتدایی و کل صنعت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. او توضیح می‌دهد: «اگر انقادی برای بازیگران فعلی بیفتد و به هر دلیل دستخوش ضرر شود یا خدای ناکرده برچیده شوند، دیدگاه تقریباً مثبتی که نسبت به این صنعت شکل گرفته بود از بین می‌رود و ما نیز مثل دیگر شاخه‌های فین‌تک، آینده مبهمی خواهیم داشت. نمودار ارتباط بین شرایط اقتصادی و بازار لندتک معکوس است؛ هر چه شرایط بدتر شود، وضع لندتک‌ها بهبود می‌یابد و مردم احساس نیاز بیشتری به آن می‌کنند. در خصوص نرخ نکول، نکته مورد تأکید اکثر همکاران ما، اعطای تسهیلات و فروش کالای اقساطی بر اساس بهداشت و رفتار مالی گذشته است. این روش ایرادهای زیادی دارد.»

← یکی از چالش‌های اصلی دیگر در این زمینه، اعتبارسنجی مشتریان است. قنادان توضیح می‌دهد: «نظام اعتبارسنجی ملی در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ با خطای زیاد مواجه بوده و در ۱۴۰۳ تا حدی اصلاح شده است. مشاهده شده که حتی افرادی با رتبه A و B در سال ۱۴۰۲ تسهیلات گرفته؛ اما نکول‌های عجیب‌وغریبی داشته‌اند. این نشان‌دهنده ناکارآمدی سیستم موجود است. ابزارهای اعتبارسنجی از بانک و مؤسسات دولتی خارج شده و دیتای موجود ناقص است.»

← او ادامه می‌دهد که باتوجه به این مشکلات، مدیریت ریسک باید بهبود یابد و فراتر از صرف اعتبارسنجی باشد. رویکرد رایج اعطای تسهیلات صرفاً بر اساس بهداشت و رفتار مالی گذشته ایرادهای زیادی دارد.

← نیاز است که نه فقط شرکت‌های لندتکی، بلکه شرکت‌های خصوصی در حوزه‌های مختلف دیتای خود را به اشتراک بگذارند تا اعتبارسنجی صحیح‌تری اتفاق بیفتد.

بانک‌ها با نرخ بیشتر داده می‌شود؛ اما نمی‌خواهند که این را بپذیرند؛ پس چه کار باید بکنیم؟ تقصیر را باید گردن یک نفر بیندازیم! چه کسی زورش به بانک نمی‌رسد؟ لندتک‌ها! زور بانک مرکزی به بانک‌ها نمی‌رسد؛ در نتیجه، تسهیلات‌یار را هدف دلیل است که بخش زیادی از لندتک‌ها تعطیل شده‌اند و فعالیت نمی‌کنند.»

از منظر دیگر، قنادان توضیح می‌دهد که ورود بانک مرکزی به حوزه لندتک می‌توانست به اتفاق‌های خیلی بدتری نیز منجر شود. رگولاتورها احساس می‌کنند به دلیل فشار خواسته‌ها از جاهای مختلف، مجبور به ورود به این حوزه‌ها هستند. با وجود حجم کم تسهیلات خرد لندتک‌ها (۱ تا ۲ درصد کل)، آن‌ها حوزه پرسروصدایی هستند و ۹۰ درصد تماس‌ها و شکایت‌های نظارتی مربوط به این حوزه است. او معتقد است که نفوذ اجتماعی لندتک‌ها باعث فشار و ورود رگولاتور می‌شود. مدیریت ریسک در شرایط اقتصادی کنونی بسیار حیاتی است. قنادان می‌گوید: «فقط اعتبارسنجی مطرح نیست؛ مدیریت ریسک، عرصه‌های بزرگ‌تر و کامل‌تری را در بر می‌گیرد. در سال آینده باید لندتک‌ها خیلی مراقب مدیریت ریسک باشند، چون وضعیت اقتصادی جامعه دارد وخیم‌تر می‌شود.»

ورشوکار در ادامه بحث از احتمال ورود جدی‌تر شرکت‌های پرداخت PSP ها به حوزه لندتک در سال آینده می‌گوید. به عقیده او PSP ها شبکه گسترده‌تری از پذیرندگان و کاربران دارند و ابزارهای جا افتاده‌تری مانند کارت‌کشی روی پوزها در اختیار دارند، درحالی‌که روش‌هایی مانند QR Code همچنان راحت نیست.

قنادان در ادامه می‌گوید: «در سال آینده، بازیگران قوی‌تر کسانی هستند که در سمت «تأمین مالی» نوآوری به خرج دهند. در آینده نزدیک اگر نتوانیم نرخ‌هایمان را پایین بیاوریم، سودآوری کسب‌وکارمان محل سؤال خواهد بود. پایین آوردن نرخ ما مستلزم تأمین مالی با نرخ کمتر و استفاده از شیوه‌های نوآورانه است. در این صورت، مشتریان جذاب‌تری به دست می‌آید و نرخ نکول پایین می‌آید. به نظر من، نوآوری در تأمین مالی، از حوزه‌هایی است که می‌تواند برای کسب‌وکارهای لندتکی، ارزش استراتژیک داشته باشد.»

در نهایت، فشار بازار و تعدد بازیگران، لندتک‌ها را به سمت تخصصی‌تر شدن سوق می‌دهد. تمرکز بر یک بخش خاص (مانند POS Financing یا حوزه بانکی) و توسعه در آن زمینه، منجر به قراردادهای متقابل و افزایش قدرت در تأمین مالی خواهد شد.

می‌شود، کمک بسیار زیادی به احیای عزت و شرافت از دست‌رفته مردم می‌کند.»

به عقیده او لندتک‌ها به حقوق‌بگیرانی که نمی‌توانند حقوق خود را تا پایان ماه نگه دارند، کمک می‌کنند زندگی‌شان را مدیریت کنند و به طور پنهان مدیریت مالی خانواده‌ها را بر عهده گرفته‌اند؛ بنابراین، نقش این صنعت بسیار مهم است و باید این نقش به‌درستی به رگولاتور منتقل شود تا با تأمل بیشتری مصوبه دهد و صنعت جایگاه ویژه‌ای پیدا کند.

یکی از نگرانی‌های اصلی رگولاتور و حتی جامعه کاربران، علاوه بر نرخ نکول، مسئله گران‌فروشی پول در برخی پلتفرم‌ها با نرخ‌هایی تا ۵۵ یا ۶۰ درصد است. اما نگرانی اصلی فعالان صنعت از سمت رگولاتور، بیش از هر چیز، غافلگیر شدن است. پیمان متقی بیان می‌کند: «همان‌طور که به‌درستی اشاره شد، بخش‌نامه تسهیلات‌یاری از این جهت خوشحال‌کننده بود که به ما هویت داد و ما را «تسهیلات‌یار» خطاب کرد؛ اما نگرانی‌هایی هم به وجود آورد؛ مثلاً اینکه «چگونگی کسب درآمد تسهیلات‌یار با ابهام مواجه است». اما جنبه مثبت قضیه این بود که رسمیت یافتیم؛ کماکان وضعیت لندتک از منظر رگولاتوری هنوز شفاف نیست

و ما هر روز نگران غافلگیری از ابلاغ بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های جدیدی هستیم که همه معادلات این صنعت را به هم بریزد. اگر رگولاتور بخواهد وارد تنظیم‌گری شود؛ ما دچار سرنوشت لیزینگ‌ها یعنی کاهش انعطاف‌پذیری و خلاقیت می‌شویم.»

پرنیان معتقد است مشکل واقعی به خود رگولاتور برمی‌گردد که نرخ پول را بالا می‌برد. او می‌گوید: «خودش

نرخ پول را بالا می‌برد؛ و بعد، خودش می‌گوید چرا تسهیلات این‌قدر گران است؟» سیاست واحد نظارت بانک مرکزی عملاً فرار روبه‌جلو است؛ خودش یک مشکل را ایجاد می‌کند، بعد خودش یک بیانیه می‌دهد که «این کارها را نکنید؛ من که گفتم!» قرار می‌دهد. تسهیلات‌یارها نه به رسمیت شناخته شده‌اند، نه مشکلشان حل شده. الان که کاری به کار ما ندارند، به این هدف این است که دائم بگویند: «من که گفتم این کار بد است، نکنید.»

به گفته او دلیل اصلی عدم موافقت رگولاتور با توسعه لندتک‌ها این است که وقتی نرخ‌گذاری دستوری اتفاق می‌افتد که همه می‌دانند غلط است، مجبورند بر آن اصرار ورزیده و تقصیر را گردن دیگران بیندازند. او بیان می‌کند: «همه می‌دانند که نرخ واقعی تسهیلات، بیش از ۲۳ درصد رسمی است؛ می‌دانند که تسهیلات همه

که نه تنها دسترسی به منابع مالی را برای کاربران تسهیل می‌کند؛ بلکه فرایندهای اعتباردهی را نیز بهینه می‌سازد. در این راستا، لندتک‌ها می‌توانند با تحلیل داده‌های دیجیتال و استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته، به بانک‌ها و مؤسسات مالی کمک کنند تا تسهیلات خود را به طور مؤثرتر و با دقت بیشتری به دست مصرف‌کنندگان نهایی برسانند. به‌طور کلی، رشد چشمگیر تسهیلات خرد و استفاده از کارت‌های اعتباری، به‌عنوان یک فرصت ویژه برای شرکت‌های لندتک شناخته می‌شود که می‌توانند

با استفاده از این ظرفیت، مدل‌های مالی نوآورانه‌ای را در بازار ارائه دهند و در رشد اقتصادی کشور سهم بسزایی ایفا کنند.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



لندتک ایران در گفت‌وگو با
پدرام ورشوکار، امین خادمی واحد و پیمان متقی

سال ۱۴۰۳، نقطه اوج فراگیری و پذیرش لندتک

صنعت لندتک در ایران، به عنوان بخشی حیاتی از اکوسیستم نوآوری و تجارت الکترونیکی کشور، در سال ۱۴۰۳ شاهد تحولی مهم بود. این سال از منظر فراگیری سرویس‌های لندتک و پذیرش آن‌ها توسط کاربران، به نقطه اوجی بی‌سابقه رسید؛ هرچند زیرساخت‌های این اکوسیستم طی چندین سال پیش از آن توسعه یافته بود. این فراگیری گسترده در سال ۱۴۰۳، اولویت‌های تازه‌ای را بر سر راه فعالان این صنعت قرار داد؛ مسائلی نظیر نیاز به تنظیم‌گری و مقررگذاری مشخص‌تر، جذب سرمایه‌گذاری در این کسب‌وکارها، و توسعه سواد مالی و اعتباری در میان کاربران.

در نگاهی به گذشته، صنعت لندتک و به طور خاص خدمات «الان بخر، بعداً بپرداز» (BNPL) در سال‌های پیش از ۱۴۰۳، پذیرش گسترده‌ای که امروز شاهد آن هستیم را نداشتند. امین خادمی واحد سال ۱۴۰۳ را به عنوان سالی که پذیرش نسبی بازیگران حوزه لندتک و BNPL در کشور رخ داد، توصیف می‌کند و می‌گوید: «۱۴۰۳ را می‌توان سالی دانست که پذیرش نسبی بازیگران حوزه لندتک و BNPL در کشور ما اتفاق افتاد. این پذیرش در سال‌های گذشته چنین گسترده نبود. این صنعت بسیار کارآمد و مورد نیاز جامعه، قبلاً به عنوان یک «واسطه غیرمفید» تلقی می‌شد؛ اما امروزه خیلی از مشتریان و کسب‌وکارها و حتی بانک‌ها و دولت متوجه شده‌اند که نقش لندتک‌ها به عنوان کاتالیزور بازار، بسیار مهم است. شکل‌گیری لندتک در ایران از نیاز مشتری شروع شد. از ابتدای دهه ۹۰ تاکنون، شرایط اقتصادی مشتریان هر روز بدتر شده؛ نیاز آنها به کالاهای مختلف همچنان برقرار است، اما نمی‌توانند خرید نقدی انجام دهند. درعین حال، فروش نقدی کسب‌وکارها نیز کاهش یافته است»

این تغییر در درک و پذیرش، نتیجه سرمایه‌گذاری اجتماعی‌ای بود که توسط بازیگران اصلی این صنعت طی چهار تا پنج

سال گذشته که فعالیت اکوسیستم لندتک محسوس‌تر شده بود، شکل گرفت. پیمان متقی به یاد می‌آورد که در سال ۱۴۰۰، قانع کردن یک فروشگاه برای همکاری در فروش اقساطی آنالاین بسیار دشوار بود و مردم نیز نسبت به فرایند خرید اقساطی ناآشنا بودند و ابراز نگرانی و بی‌اعتمادی می‌کردند. او توضیح داد: «امروز، هم بانک‌ها و نهادهای پولی مجاز و هم فروشگاه‌ها و مصرف‌کنندگان نهایی اقبال بیشتری به سمت لندتک دارند. در سال ۱۴۰۰، هیچ بانکی به راحتی وارد مذاکره با لندتک‌ها نمی‌شد؛ حتی لیزینگ‌ها نیز رغبت زیادی نشان نمی‌دادند؛ ولی در سال ۱۴۰۳ می‌بینیم که بانک‌ها و لیزینگ‌ها حاضر به مذاکره برای همکاری هستند. این اتفاق مثبت، حاصل رفتار مناسب بازیگران اکوسیستم لندتک در این چند سال بوده است. سرمایه اجتماعی که در اینجا شکل گرفته، کار ما را در سال‌های آتی راحت‌تر می‌کند.»

تعدد بازیگران فعال در حوزه لندتک در سال ۱۴۰۳ نیز نسبت به سال‌های قبل افزایش چشمگیری داشت. پدرام ورشوکار اشاره می‌کند که در گذشته، جمع فعالان این حوزه بسیار محدود (کمتر از ۷ یا ۱۰ نفر) بود. اما اکنون در کمیسیون لندتک، بیش از ۲۵ تا ۳۰ بازیگر حضور دارند که هر کدام نقش مهمی ایفا می‌کنند. این افزایش تعداد بازیگران به رقابتی‌تر شدن و جدی‌تر شدن توسعه در این صنعت کمک کرده و باعث بزرگ شدن بازار شده است. علاوه بر این، توجه رسانه‌ها به لندتک نیز در افزایش شناخت فناوری و جلب توجه تأمین‌کنندگان مالی و کاربران مؤثر بوده است. تمامی این عوامل دست‌به‌دست هم دادند تا سال ۱۴۰۳ به عنوان سالی شاخص در تاریخ صنعت لندتک ایران ثبت شود؛ سالی که این صنعت توانست از نظر فراگیری و پذیرش به نقطه اوج خود دست یابد.

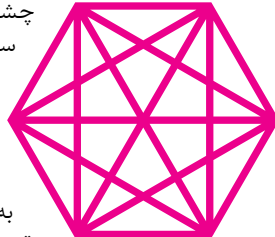


شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

پذیرش عمومی و رشد لندتک ایران

در پیل مدیران فعال لندتک ایران در ماهنامه
عصر تراکنش عوامل رشد و پذیرش این صنعت میان
مردم بررسی شد

گفت‌وگو
INTERVIEW



عوامل متعددی به رشد و فراگیری چشمگیر صنعت لندتک در سال ۱۴۰۳ کمک کردند، اما بر اساس دیدگاه‌های مطرح شده در منابع، مهم‌ترین و اثرگذارترین محرک، وضعیت اقتصادی کشور، به خصوص نرخ تورم و کاهش قدرت خرید مردم بوده است.

پدرام ورشوکار معتقد است که وضعیت اقتصادی کشور مهم‌ترین عامل توسعه لندتک در ایران بوده است.

این نیاز در سال‌های قبل کمتر مورد توجه مردم قرار می‌گرفت. روح‌الله پرنیان تأکید می‌کند: «هنوز هم بزرگ‌ترین دلیل رشد صنعت لندتک، چون سال‌های گذشته، نرخ تورم و کاهش قدرت خرید مردم است که هر روز بدتر می‌شود. تا چند سال قبل، مردم از خرید قسطی می‌ترسیدند و نگران سود آن بودند. مردم سواد مالی محاسبه سود و زیان را نداشتند و تصور می‌کردند که سودهای نامتعارفی می‌پردازند، ولی به مرور، شرایط

تغییر کرد و در شرایط تورم سنگین، نرخ تسهیلات برای مردم به صرفه است و حتی کسانی که مشکل مالی ندارند، در بعضی جاها خرید قسطی را ترجیح می‌دهند.»

به اعتقاد امین خادمی واحد ریشه‌های شکل‌گیری لندتک در ایران را باید در سابقه فروش اقساطی و تغییرات اقتصادی جستجو کرد. او توضیح داد: «ما به عنوان یکی از بازیگران قدیمی، در گذشته، هم تأمین کالا و هم تأمین مالی را خودمان انجام می‌دادیم؛ اما آن موقع یخچال را با سه چهار میلیون تومان می‌خریدیم و مشتری نیز قادر به پرداخت نقدی برای خرید آن بود. اما از سال ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به بعد، شرایط اقتصادی رو به وخامت رفت؛ به شکلی که همان یخچال را امروز باید ۶۰ یا ۷۰ میلیون تومان بخریم. توان کسب‌وکارها در تأمین مالی کاهش یافته و این ضرورت را احساس می‌کنیم که تأمین کالا از تأمین مالی جدا شود. اینجاست که لندتک‌ها پا می‌گیرند. در رویداد بزرگ «لندتک ایران» بحث مفصلی در این باره داشتیم. این نیاز جدید، رگولاتور را سرگردان ساخته است. ما بازیگران باید نقش خود را به درستی بدانیم





لندتک ایران در گفت‌وگو با علیرضا قنادان و روح‌الله پرنیان

بلا تکلیفی

پرنیان اشاره می‌کند که عبارت تسهیلات‌یار در واقع پیشنهادی بوده که خود فعالان این حوزه در سال ۱۳۹۸-۱۳۹۹ برای نام فارسی لندتک مطرح کرده‌اند. او توضیح می‌دهد: «این همان اسمی است که امثال من و امیر حق‌رنجبر و مهدی عبادی در سال ۱۳۹۸ دور هم نشستیم و به‌عنوان خودتنظیم‌گری، با همکاری معاونت علمی، تبدیل به «سند تسهیلات‌یارها» کردیم و به بانک مرکزی خیلی هم وقت روی آن گذاشتیم؛ در بانک مرکزی هم درباره‌اش صحبت شد؛ ولی هیچ اتفاق خاصی نیفتاد؛ انگار نه‌انگار که این همه وقت صرف کردیم، نشستیم و سند را نوشتیم؛ هنوز هم هیچ رسمیتی ندارد؛ اگر هم الان ظاهر آکاری به کار لندتک‌ها ندارند، به این دلیل است که سرشان جای دیگر گرم است؛ هنوز وقت این کار را پیدا نکرده‌اند؛ به‌محض اینکه مشکلات فعلی به اتمام برسد، اولین کاری که می‌کنند همین است که دوباره به سراغ لندتک‌ها می‌آیند.»

صرف‌نظر از این اختلاف نظر در مورد رسمیت یافتن رسمی از منظر مقرراتی، آنچه در منابع مشهود است، افزایش چشمگیر در پذیرش عمومی، همکاری با نهادهای سنتی مالی، و جلب توجه نهادهای حاکمیتی در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال‌های قبل بوده است. این افزایش پذیرش، صرف‌نظر از چارچوب دقیق قانونی، نشان‌دهنده جایگاه مهم‌تری است که صنعت لندتک در اکوسیستم اقتصادی و مالی کشور در سال ۱۴۰۳ پیدا کرده است. همچنین، در سال ۱۴۰۳، فشارها و محدودیت‌ها، بازیگران لندتک را ناچار به بازنگری و تنوع‌بخشی در مدل‌های کسب‌وکار خود کرد تا از بقای خود اطمینان حاصل کنند. این بازنگری‌ها نیز بخشی از تحولات مهم این صنعت در سال مورد بحث بوده که ثمرات آن در آینده نمود بیشتری خواهد یافت.

در میان اتفاقات مهم سال ۱۴۰۳، بحث رسمی شدن فعالیت لندتک‌ها نیز مطرح شد که البته دیدگاه‌های متفاوتی در این خصوص وجود دارد. علیرضا قنادان معتقد است که مهم‌ترین اتفاق این صنعت در سال ۱۴۰۳، رسمی شدن لندتک‌ها بوده است. او بیان می‌کند: «من مهم‌ترین اتفاق این صنعت را در سال ۱۴۰۳، رسمی شدن لندتک‌ها می‌دانم. تا قبل از آن، فعالیت ما رسمیت نداشت؛ هم بانک‌ها و هم انجمن‌های مختلف مثل لیزینگ‌ها و حتی نهادهای نظارتی، یک «علامت سؤال» روی ما می‌گذاشتند؛ رسمیتی برایمان قائل نبودند؛ ولی چالش بزرگی که برایمان اتفاق افتاد، حداقل از این منظر بهترین شرایط را پیش رویمان گذاشت.»

به گفته او، در جلسات با بانک مرکزی، بدترین حالت ممکن خلق یک مجوز جدید مشابه لیزینگ‌ها بود که می‌توانست به مرگ صنعت بینجامد. اما خوشبختانه، این چالش‌ها بدون خلق مجوز جدید پشت سر گذاشته شد و لندتک‌ها به رسمیت شناخته شدند. این رسمیت یافتن از این جهت برای کسب‌وکارهای استارت‌آپی مهم است که برنامه‌ریزی برای ورود به بورس را تسهیل کرده و ریسک‌های رگولاتوری را کاهش می‌دهد و فضای مقیاس‌پذیری را باز می‌کند.

در مقابل، روح‌الله پرنیان با این دیدگاه مخالف است و صراحتاً می‌پرسد: «کجا رسمی شده‌ایم؟! اصلاً، هیچ‌کس ما را رسمی حساب نمی‌کند. آن متنی که منتشر کرده‌اند، خطاب به بانک بوده که به آنها می‌گوید: «با تسهیلات‌یار، کار نکنید.» این متن، نه خوب است و نه ما را به رسمیت می‌شناسد.»



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم



در بازار به‌صورت آفلاین انجام می‌شود. شاید حجم خریدهای آنلاین اخیراً قدری افزایش یافته باشد؛ ولی فکر نمی‌کنم بیش از ۷ یا ۸ درصد از بازار عادت به خرید دیجیتال داشته باشند.»

او ادامه می‌دهد: «تعدد بازیگران لندتک در قیاس با سال‌های قبل نیز رقابت و توسعه این صنعت را قدری جدی‌تر کرده است. در گذشته، هر جا دور هم می‌نشستیم، عده فعالان این حوزه خیلی کم بود؛ کمتر از ۷ یا ۱۰ نفر بودیم؛ ولی اکنون که در کمیسیون لندتک می‌نشینیم، بیش از ۲۵ یا ۳۰ بازیگر را می‌بینیم که هر کدام نقش مهمی را بر عهده گرفته‌اند. این موضوع نیز باعث بزرگ شدن بازار شده است. توجه رسانه‌هایی مثل شما به لندتک نیز باعث شناخت فناوری و توجه تأمین‌کنندگان مالی و کاربران این سیستم می‌شود. البته یکی از پدیده‌های منفی که بازار لندتک را گسترش داده، سقوط ارزش ریال و تضعیف قدرت خرید مردم بوده است؛ مثل همان نقشی که کرونا در یک زمان به‌عنوان اهرم توسعه کسب‌وکارهای غیرحضوری ایفا کرد.»

در نهایت، آموزش و آگاه‌سازی مردم نسبت به تفاوت منافع خرید با لندتک در قیاس با اخذ وام از شبکه بانکی نیز، اگرچه توسعه سواد مالی همچنان یک چالش است، به‌عنوان یکی از عوامل رشد در سال گذشته مطرح شد، زیرا تقریباً همه بازیگران بخشی از توجه خود را به سمت این موضوع معطوف کردند. این عوامل، در کنار هم، محرک‌های اصلی رشد و فراگیری صنعت لندتک در سال ۱۴۰۳ را تشکیل دادند.

و متوجه باشیم که آیا در طرف تأمین مالی هستیم یا تأمین کالا.»

علاوه بر عامل اقتصادی، توسعه فنی در شرکت‌های لندتک طی سال‌های گذشته نیز نقش مؤثری در رشد این صنعت داشته است. روح‌الله پرنیان اشاره می‌کند: «رشد صنعت لندتک رابطه مستقیم با مشکلات بازار هدف دارد. هرچه مشکل بزرگ‌تر باشد، صنعت هم گسترش می‌یابد. فناوری نیز توانسته به‌مرور ایفای نقش مؤثری کند. لندتک در ابتدا شامل یک فرایند سنتی بود که در بهترین حالت، قرارداد را با پیک در خانه‌ها می‌فرستادند و امضا می‌گرفتند، اما از یک زمان به بعد، امضای کاغذی حذف شد. اکنون انجام قرارداد دیجیتال برای دریافت تسهیلات تبدیل به یک فرایند روتین شده است. تمام اینها دست‌به‌دست هم دادند تا لندتک رشد قابل توجهی یابد. امسال نیز همان دلایل پررنگ‌تر از همیشه جلوه‌گر هستند.»

با این حال، چالش‌هایی نیز در این زمینه باقی مانده است؛ به‌عنوان مثال ورشوکار به موضوع خریدهای آفلاین اشاره می‌کند و می‌گوید: «درعین حال، به‌نتیجه رسیدن توسعه فنی در شرکت‌ها نیز طی سال‌های گذشته تا امروز اثربخش بوده است. همچنان موضوع خریدهای آفلاین یا حضوری یکی از چالش‌های اصلی ما به حساب می‌آید. گرچه ما عمده توجهمان را بر فروش آنلاین به واسطه پذیرندگان است، ولی راهکارهای فروش آفلاین را هم به‌صورت جدی توسعه داده‌ایم؛ زیرا همگی می‌دانیم که به‌رغم تمام اتفاق‌های خوبی که در اقتصاد دیجیتال افتاده؛ بین ۹۰ تا ۹۴ درصد از خریدها

**ریشه‌های شکل‌گیری
لندتک در ایران را
باید در سابقه فروش
اقساطی و تغییرات
اقتصادی جستجو کرد.
پیش از وخامت اوضاع
اقتصادی از سال‌های
۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به بعد،
برخی بازیگران قدیمی
خود هم تأمین کالا و
هم تأمین مالی را انجام
می‌دادند**





نقش ارزش‌ها و فرهنگ در موفقیت استراتژی‌های منابع انسانی

تأثیر فرهنگ سازمانی بر جذب و نگهداشت استعدادها

فرهنگ سازمانی، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها و رفتارهای مشترک در یک سازمان، نقشی تعیین‌کننده در تعریف هویت و برند کارفرمایی آن دارد. در بازار کار رقابتی امروز، سازمان‌هایی که فرهنگی هم‌راستا با انتظارات کارجویان و کارکنان ایجاد می‌کنند، در جذب استعدادها برتر و حفظ نیروی انسانی موفق‌تر عمل می‌کنند. این گزارش به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر فرایندهای جذب و نگهداشت پرداخته و راهکارهایی برای تقویت برند کارفرمایی ارائه می‌دهد.

فرهنگ سازمانی و جذب استعداد

فرهنگ سازمانی به‌عنوان آیین‌های از هویت سازمان عمل می‌کند و برای کارجویان، به‌ویژه نسل‌های جدید مانند Millennials و نسل Z، معیاری کلیدی در انتخاب کارفرماست. کارجویان امروزی به ارزش‌های سازمان، محیط کاری پویا و فرصت‌های رشد حرفه‌ای اهمیت می‌دهند. سازمان‌هایی که فرهنگی شفاف، مشارکتی و حامی نوآوری ارائه می‌دهند، برای استعدادهای برتر جذاب‌ترند. برای مثال، شرکت‌هایی که بر یادگیری مستمر تأکید دارند، متخصصانی را جذب می‌کنند که به دنبال چالش‌های حرفه‌ای هستند. نمایش این فرهنگ از طریق پلتفرم‌هایی مانند لینکدین یا وب‌سایت سازمان، به کارجویان کمک می‌کند تا درک روشنی از محیط کاری به دست آورند. انتشار داستان‌های واقعی کارکنان یا برگزاری رویدادهای تعاملی مانند نمایشگاه‌های کار، این ارتباط را عمیق‌تر می‌کند و برند کارفرمایی را تقویت می‌کند.

نگهداشت استعدادها از طریق فرهنگ

فرهنگ سازمانی فراتر از جذب، در نگهداشت کارکنان نیز نقش اساسی دارد. محیط کاری که در آن کارکنان احساس ارزشمندی، احترام و تعلق کنند، به کاهش نرخ خروج کمک می‌کند.

سازمان‌هایی که برنامه‌های توسعه حرفه‌ای، تعادل بین کار و زندگی و فرصت‌های مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها را فراهم می‌کنند، وفاداری کارکنان را افزایش می‌دهند. داده‌های جهانی نشان می‌دهند که بخش قابل توجهی از کارکنان به دلیل ناهماهنگی با فرهنگ سازمانی یا احساس عدم حمایت، شغل خود را ترک می‌کنند. در ایران، شرکت‌هایی مانند دیجی کالا با تمرکز بر بهبود تجربه کارکنان و ایجاد فضایی پویا، توانسته‌اند نرخ نگهداشت را بهبود بخشند و سرمایه انسانی خود را حفظ کنند.

چالش‌ها و راهکارها

ایجاد فرهنگی قوی با چالش‌هایی همراه است. ناهماهنگی بین ارزش‌های اعلام‌شده و اقدامات واقعی می‌تواند به بی‌اعتمادی منجر شود. برای مثال، ادعای حمایت از تنوع بدون اجرای سیاست‌های عملی، به اعتبار برند کارفرمایی آسیب می‌زند. همچنین، تفاوت‌های نسلی در انتظارات کارکنان، سازمان‌ها را ملزم به انعطاف‌پذیری می‌کند. برای رفع این موانع، سازمان‌ها باید ارزش‌های خود را از طریق برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های شفاف در عمل نشان دهند. بازخوردهای منظم کارکنان را جمع‌آوری کنند تا نقاط ضعف را شناسایی کنند و از طریق تعاملات مستمر، حس تعلق را در کارکنان تقویت کنند. این اقدامات به حفظ یکپارچگی فرهنگ سازمانی کمک می‌کند.

نتیجه‌گیری

فرهنگ سازمانی، به‌عنوان پایه‌ای برای برند کارفرمایی، تأثیر عمیقی بر جذب و نگهداشت استعدادها دارد. سازمان‌هایی که فرهنگی هم‌راستا با نیازهای کارجویان و کارکنان ایجاد می‌کنند، در بازار کار متمایز شده و سرمایه انسانی خود را حفظ می‌کنند. سرمایه‌گذاری در شفافیت، مشارکت و توسعه حرفه‌ای کارکنان، برند کارفرمایی را تقویت کرده و به موفقیت پایدار سازمان در محیط رقابتی منجر می‌شود.



تجربه مدیران منابع انسانی از استخدام

نگاهی به اثرگذاری پلتفرم‌های کاریابی در بازار کار ایران

سایت‌های کاریابی، به‌عنوان یکی از ابزارهای محوری در فرایند جذب و استخدام، نقشی برجسته در شکل‌دهی به بازار کار رقابتی ایران ایفا می‌کنند. این ابزارها با ایجاد بستری برای اتصال کارجویان و کارفرمایان، فرصت‌های جدیدی برای جذب استعدادها و تقویت برند کارفرمایی فراهم آورده‌اند. گفت‌وگو با پانزده مدیر ارشد منابع انسانی از شرکت‌های پیشرو، دیدگاه‌هایی متنوع و عمیق درباره کارایی پلتفرم‌های کاریابی و جایگاه آنها در استراتژی‌های جذب نیروی انسانی ارائه می‌دهد. این بررسی، نقاط قوت این پلتفرم‌ها، از جمله دسترسی به داده‌های گسترده و ایجاد فرصت‌های برابر برای کارجویان، و محدودیت‌هایشان، مانند ناکافی بودن برای جذب متخصصان رده‌بالا را برجسته می‌کند. در عین حال، با توجه به تحولات اخیر بازار کار و افزایش نفوذ شبکه‌های حرفه‌ای مانند لینکدین، این مطالعه به مقایسه پلتفرم‌های کاریابی با سایر کانال‌های جذب نظیر ریفرال و هانت می‌پردازد. نتایج نشان‌دهنده تنوع رویکردهای مدیران است؛ برخی این پلتفرم‌ها را مکمل فرایند استخدام می‌دانند، در حالی که دیگران به روش‌های جایگزین اولویت می‌دهند. این تحلیل نه تنها چالش‌ها و فرصت‌های موجود در استفاده از سایت‌های کاریابی را روشن می‌سازد، بلکه بینش‌هایی کاربردی برای بهینه‌سازی فرایندهای استخدام و تدوین استراتژی‌های مؤثر جذب استعداد در اختیار کارفرمایان و متخصصان منابع انسانی قرار می‌دهد.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال چهارم

ناموفق



یاسر رضایی، قائم‌مقام اجرایی مدیرعامل تکنو تجارت: تکنو تجارت عمدتاً نتوانسته سرمایه‌های انسانی خود را از کانال‌های کاریابی جذب کند.

بالای ۸۰ درصد نیروهای انسانی تکنو تجارت را از طریق هانت جذب کرده‌ایم. برای آن بخش‌هایی هم که موفق به جذب نیروی انسانی نشدیم هم به پرورش رو آوردیم.

مؤثر برای برخی عناوین شغلی



حسین مؤذنی، مدیر سرمایه انسانی توسن تکنو: از جاب‌بردهای گوناگون برای عناوین شغلی متفاوت استفاده می‌کنیم که اثربخش است، ولی عمده جذب‌های توسن تکنو از طریق هانت و لینکدین است.

مفید به دلیل ایجاد فرصت برابر



یوسف غروی؛ معاون سرمایه انسانی هلدینگ تفاس: پلتفرم‌های کاریابی بستر ایجاد فرصت‌های برابر برای کارجویان هستند. یکی از کانال‌های

جذب تفاس لینکدین و دیگری رسانه تخصص عصر تراکنش است. ماهیت تخصصی این رسانه باعث شده رزومه‌های دریافتی هم تخصصی‌تر شوند. ایراد پلتفرم‌ها این است که رزومه‌های ارسال‌شده اغلب عمومی هستند تا تخصصی.

بسیار کمک‌کننده

رضا بابایی، سرپرست فرهنگ سازمانی و تجربه

کارکنان دیجی اکسپرس: نمی‌توان منکر مزایای جاب‌بردها شد. اتفاقاً تعامل با پلتفرم‌های کاریابی میزان موفقیت را بالا می‌برد. جاب‌بردها به موضوع برند کارفرمایی نیز اهمیت داده‌اند، به داده‌های کاملی دسترسی دارند و گزارش‌هایی را در این زمینه منتشر می‌کنند.



جاب‌برد نوعی نقطه تماس است و به‌واسطه آنها شرکت‌ها می‌توانند با کاندیداهای تعامل داشته باشند. آنها یک رسانه برای

پروموت کردن برند کارفرمایی هستند. اکنون جذب‌های دیجی اکسپرس از طریق پلتفرم‌های کاریابی انجام می‌شود.

ما برای تأمین نیروی انسانی عملیاتی با مشکل جذب روبه‌رویییم و نرخ خروج بالایی داریم و رفع آن از طریق سایت‌ها بسیار کمک‌کننده است.

کمک‌کننده، اما ناکافی



ثمین زاهدانی، معمار فرهنگ ابرآروان: پلتفرم‌های کاریابی کمک‌کننده هستند، اما توانایی رفع کامل بحران جذب را ندارند. نیروهای تخصصی که به دنبالشان هستیم، معمولاً پیگیر پلتفرم‌های کاریابی نیستند.

نیازمند مسیرهای مکمل



فرزاد رفیعی، معاون سرمایه انسانی میناکارت آریا: پلتفرم‌ها در فرایند جذب و استخدام مفیدند، اما کافی نیستند و باید در کنار وب‌سایت اختصاصی شرکت و سایر راه‌های ارتباطی



نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت برند کارفرمایی

تقویت تصویر سازمان در عصر دیجیتال

شبکه‌های اجتماعی به ابزاری قدرتمند برای تقویت برند کارفرمایی تبدیل شده‌اند. پلتفرم‌هایی مانند لینکدین، اینستاگرام و توییتر (X) به سازمان‌ها امکان می‌دهند تا ارزش‌ها، فرهنگ و فرصت‌های شغلی خود را به نمایش بگذارند و با کارجویان ارتباط برقرار کنند. این ابزارها نه تنها دسترسی به مخاطبان گسترده را فراهم می‌کنند، بلکه فرصتی برای داستان‌سرایی و تعامل مستقیم با استعدادها ارائه می‌دهند.

لینکدین به‌عنوان پلتفرم حرفه‌ای، بستری ایده‌آل برای انتشار محتوای مرتبط با دستاوردها، فرصت‌های شغلی و نظرات کارمندان است. شرکت‌هایی مانند گوگل با انتشار پست‌های منظم درباره فرهنگ سازمانی و پروژه‌های نوآورانه، توانسته‌اند برند کارفرمایی خود را تقویت کنند. اینستاگرام نیز با تمرکز بر محتوای بصری، به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا جنبه‌های غیررسمی‌تر محیط کار، مانند رویدادهای تیمی یا فضای دفتر را به اشتراک بگذارند. استارت‌آپ‌های ایرانی مانند دیجی کالا با انتشار استوری‌هایی از پشت‌صحنه کار، توانسته‌اند توجه نسل جوان را جلب کنند.

توییتر (X) به دلیل ماهیت پویا و سریع، برای به اشتراک‌گذاری اخبار سازمانی و تعامل با مخاطبان مناسب است. باین حال، موفقیت در این پلتفرم‌ها نیازمند استراتژی مدون است. انتشار محتوای معتبر، پاسخ‌گویی به نظرات و استفاده از هشتگ‌های مرتبط می‌تواند تعامل را افزایش دهد. همچنین، استفاده از تبلیغات هدفمند در این پلتفرم‌ها به جذب کارجویان متخصص کمک می‌کند.



شماره ۱۵۸
۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴
سال پنجم

پلتفرم‌های متعدد استفاده می‌کنیم و در این میان، سایت شرکت خروجی بهتری در این زمینه دارد.

مؤثر برای برخی عناوین شغلی

مژگان وفایی‌نیا، مدیر منابع انسانی تخفیفان: نمی‌توان برای تمام عناوین شغلی از ریفرال استفاده کرد. پلتفرم‌های کاریابی کاربردهای متفاوتی دارند؛ جنس کمک آنها متفاوت است و هر کدام در جای درست کاربرد دارند. صفحه کاریابی در وب‌سایت خود شرکت و نمایشگاه‌های کار هم مؤثر است.



قابل قبول

فائزه فائزی، مدیر منابع انسانی حصین: پلتفرم‌ها تهیه رزومه را برای کارجویان آسان کرده و باعث شده‌اند کارفرمایان در مقابل کارجویان مسئولیت‌پذیرتر باشد و سریع‌تر پاسخ آنها را بدهند. ۵۰ درصد نیروهای ما با ریفرال جذب می‌شوند.



کاملاً منفی

مرجان دست‌انویه، مدیر منابع انسانی زبان: همه پلتفرم‌های کاریابی کارساز نیستند. اگرچه در دو، سه سال گذشته امکان جذب نیروهای خوب با این روش فراهم بود. شاید پلتفرم‌های کاریابی بخشی از نیاز کسب‌وکار را برطرف کنند؛ البته آنها با لینکدین کامل می‌شوند. زبان نیروهای کلیدی خود را از طریق ریفرال و هانت جذب می‌کند.



بوده‌اند و رویکرد جدیدی برای جذب نیروهای انسانی پدید آورده‌اند، اما در بخش مشاوره و کمک به توسعه شخصی افراد، ضعیف عمل کرده‌اند. آنها برای جمع‌آوری اطلاعات و ارائه به کارفرما عملکرد مثبتی دارند و می‌توانند با نمونه‌های مشابه خارجی رقابت کنند. نکته‌ای که این پلتفرم‌ها باید در نظر بگیرند، کمک به نیروی کار برای ورود به بازار کار است.



موفق

مرحوم سمیه ذاکری‌نیا، معاون سرمایه انسانی مبین‌نت: ما از پلتفرم‌های کاریابی استفاده می‌کنیم تا شرکت را به نیروی فعال جامعه معرفی کرده و افراد توانمند را جذب کنیم.



برای مبین‌نت استفاده از پلتفرم کاریابی تجربه مفیدی بوده است.

کاهش اثرگذاری



مریم امینی، معاون منابع انسانی هلدینگ صبا ایده: بهره‌ای که می‌توانیم از پلتفرم‌های کاریابی برای جذب نیرو بگیریم هر سال کم و کمتر می‌شود؛ به‌ویژه در لایه متخصصان و بالاتر از آنها. علتش را دقیقاً نمی‌دانم، اما حدس می‌زنم یکی از دلایلش افزایش ضریب نفوذ لینکدین است و اینکه تعداد نیروهای متخصص هر روز کمتر می‌شود. اغلب مدیران منابع انسانی بهترین‌های حوزه‌های گوناگون را می‌شناسند. البته هنوز هم برای استخدام کارشناسان میانی از

مانند سمینارها و رویدادها به کار روند.

غیرکاربردی برای دیجی کالا

سهیل عظیمی، مدیر برند کارفرمایی و تجربه همکاری دیجی کالا: پراستفاده‌ترین کانال جذب و استخدام دیجی کالا ریفرال است.



در کنار آن، صفحه فرصت‌های شغلی دیجی کالا پر بازدیدترین کانال است و در مواقع نیاز از سایر کانال‌ها و پلتفرم‌ها نیز استفاده می‌کنیم، اما پلتفرم‌های کاریابی نیاز دیجی کالا را رفع نمی‌کنند.

قابل استفاده، اما غیراستراتژیک

صادق اشرفی، مدیر مرکز تعالی منابع انسانی اسنپ‌فود: این پلتفرم‌ها برای شرکت‌های بزرگ قطعاً کاربرد دارند و ابزار مهم جذب و استخدام هستند، اما برای عبور از بحران منابع انسانی باید به موضوع کمی استراتژیک‌تر نگاه کرد.



کمک‌کننده، اما ناکافی

سارا سام‌خانی، معاون منابع انسانی گروه آگاه: برای جذب نیروی انسانی از روش‌های متعددی استفاده می‌کنیم؛ جاب‌بردها، لینکدین، معرفی و ریفرال (که آمار بیشتری برای جذب دارد). پلتفرم‌های کاریابی کمک‌کننده‌اند، اما تنها ابزار جذب نیستند.



مفید در برخی جنبه‌ها

سید مهدی موسوی نائینی، مشاور منابع انسانی سنباد: پلتفرم‌های کاریابی در سال‌های اخیر اثرگذار

با حمایت 14
کسب و کار لندتک کشور

کتاب لندتک ایران منتشر شد

