

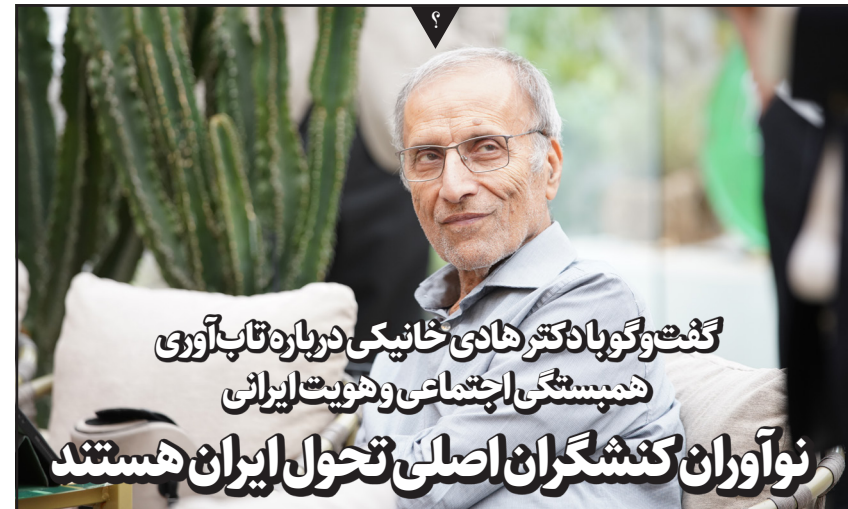


سیده فاطمه مقیمی
در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل
مطرح کرد
**خروج افغانستانی‌ها
از کشور لطمه
شدیدی به بخش
خصوصی می‌زند**



همفکری برای تاب آوردن

رویداد مدیران عامل برای بررسی راهکارهای تاب‌آوری
کسب‌وکارها در شرایط کنونی ایران برگزار شد



گفت‌وگو با دکترهای خانیکی درباره تاب‌آوری
همبستگی اجتماعی و هویت ایرانی
نوآوران کنشگران اصلی تحول ایران هستند



درگاه پرداخت
کدام سکوهای
طلاباز شدند؟

۱۳



واکنش
نسل Z
به جنگ

۱۰



قمار موفق
انویدا
روی GPU

۱۲

رویداد به‌مثابه رویداد یا رویداد به‌مثابه پلتفرم؟

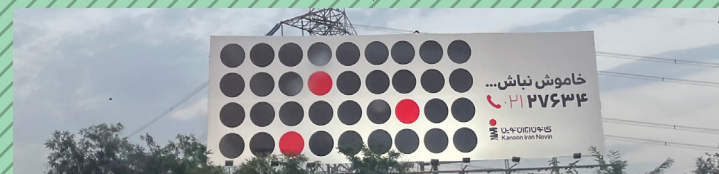
ویمبلدون یک مارکت پلیس لاکچری



**ضرورت بازمهندسی
سازمانی در مواجهه
با بحران‌ها**
دبیر انجمن تجارت الکترونیک
اتاق بازرگانی تهران توصیه کرد

**خودتان را برای
رقابت جهانی
آماده کنید**

علی آزادپور از نقش بخش
خصوصی در آینده اقتصاد ایران گفت



بیلبوردهای بی‌مشتري!

کانون ایران نوین و تمدن هنر خودشان را بیلبرد کردند

سکوت، مسئولیت، ساختن؛ داستان یک مسیر شخصی



در لحظه‌ای که سیاست سکوت کرده و آینده هنوز نامعلوم است، گفت‌وگو میان مدیران راهی برای ادامه دادن شده است

میان ویرانی و بازسازی

چند هفته از پایان جنگ ۱۲ روزه می‌گذرد، اما اثرات آن هنوز در هوا، در ذهن‌ها، در پیام‌های کاری و در تصمیم‌های مدیریتی جاری است. بسیاری از ما درگیر بازنگری در ساختارها، تیم‌ها، جریان درآمد و هزینه و حتی فلسفه ادامه دادن هستیم.

در روزهایی که آینده در مه گمانه‌زنی هاست و سیاست‌گذار سکوت کرده، کسب‌وکارها بیش از همیشه تنها مانده‌اند. تکیه‌گاه اصلی، نه دولت و نه بازار، بلکه خود مدیران، تأمین‌کنندگان و شرکای بالقوه‌اند. در همین فضا، سومین رویداد «CEOs ۱۰۰» برگزار شد؛ نه صرفاً برنامه‌ای از پیش تعیین‌شده، بلکه واکنشی حرفه‌ای به بحران. این رویداد بر گفت‌وگو، تشخیص مسئله و یافتن راه‌حل‌های واقعی تمرکز داشت.

در این رویداد استاد علوم ارتباطات، هادی خانیکی، به نکته‌ای کلیدی اشاره کرد: پس از بحران، سه تجربه مشترک ذهنی در میان مردم و مدیران شکل می‌گیرد، نگرانی از آینده، احساس تنهایی و از دست رفتن کنترل. مواجهه با این وضعیت، صرفاً با تحلیل یا دستورالعمل ممکن نیست؛ نیازمند بازسازی روال‌های روزمره، همفکری و ایجاد اشکال جدیدی از پیوند میان کسب‌وکارهاست. وقتی مازار نوربخش، رئیس کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران از قطع اینترنت و فقدان امنیت ارتباطی به‌عنوان تهدیدهایی بزرگ‌تر از خود جنگ صحبت کرد، یا وقتی امیرحسین داوودیان، معاون مدیرعامل بانک تجارت بر

نقش اتحادهای استراتژیک برای حفظ جریان نقدینگی تأکید کرد، این گزاره تقویت شد که آینده را نه می‌توان به تنهایی ساخت و نه با نسخه‌های قدیمی اداره کرد.

در همین زمینه، تجربیات فاطمه مقیمی، بنیان‌گذار شرکت سدیدبار و رئیس هیئت‌مدیره کانون ملی زنان بازرگان ایران نیز یادآور شد که اگرچه بخش خصوصی در تصمیم‌سازی‌های کلان سهمی ندارد، اما در تاب‌آوری، انعطاف‌پذیری و حفظ نیروهای توانمند نقش کلیدی ایفا کند.

تاریخ اقتصاد پر از نام‌هایی است که در سخت‌ترین بحران‌ها دوام آورده‌اند: جنرال الکتریک، که دو جنگ جهانی و رکود بزرگ را پشت سر گذاشت؛ آی‌بی‌ام، که با وجود چندین دوره افت، مسیر خود را بازآفرینی کرد؛ یا سامسونگ، که از دل بحران‌های ژئوپلیتیک کره جنوبی، به بازیگری جهانی بدل شد. راز بقای این برندها صرفاً در منابع مالی یا قدرت سیاسی‌شان نبود؛ بلکه در توانایی‌شان برای بازتعریف خود، اتصال به اکوسیستم و هم‌افزایی در لحظاتی بود که دیگران منتظر فروپاشی بودند.

برای ما نیز شاید اکنون چنین لحظه‌ای است. ادر رویدادهایی چون CEOs ۱۰۰ فرصتی داریم برای شناسایی امکان‌های جدید همکاری، طراحی اتحادهای استراتژیک و حفظ نیروهایی که در شرایط عادی، ارزششان کمتر دیده می‌شود. فردا هنوز نیامده، اما تصمیم‌هایی که امروز می‌گیریم می‌توانند مسیرش را مشخص کنند. دل دادن به آینده، در روزهایی که همه‌چیز در تعلیق است، جسارت می‌خواهد؛ اما شاید همین جسارت، نخستین گام واقعی بازسازی باشد.

سکوت، مسئولیت، ساختن؛ داستان یک مسیر شخصی و این که چرا برای آینده ایران، باید کار کرد نه حرف زد

آینده را انتخاب کرده‌ام

روی پختگی. امروز باور دارم که گاهی سکوت، فریاد بلندتری است. فریادی که نه دیوار دارد و نه مخاطب خاص، اما اثرش می‌ماند.

زندگی برای من با یک اصل ساده تعریف می‌شود: کار کردن. این را از پدرم یاد گرفتم. پدرم مردی است که کار را نه فقط برای درآمد یا موفقیت که برای معنا دادن به زندگی‌اش انجام می‌دهد. همیشه گفته: «کار، جوهر مرد است.» من هم این جمله را با گوشت و پوست واستخوان درک کرده‌ام. همیشه سعی کرده‌ام از هر فرصتی برای کار کردن استفاده کنم. برای ساختن. برای حل کردن. برای جلو بردن، حتی اگر یک میلی‌متر. در مقابل، همیشه از کسانی که از هر فرصتی برای کار نکردن استفاده می‌کنند، تعجب کرده‌ام.

انگار برایشان کار نکردن یک مهارت است، یک انتخاب آگاهانه!

ما نمی‌توانیم آینده ایران را با نشستن و تماشا کردن بسازیم. آینده با کار ساخته می‌شود، نه با حرف. با آستین بالا زدن، نه با غر زدن. با مسئولیت پذیرفتن، نه با توجیه.

البته منکر این نیستم که گذشته می‌تواند الهام‌بخش باشد. اما گذشته فقط زمانی ارزش دارد که به ساختن آینده کمک کند. اگر قرار است

صدایی از گذشته با ما بیاید، باید صدایی باشد که در دلمان شوق فردا بکارد. مثل صدای فرهاد و فریدون فروغی؛ صدایی که تلخی و حقیقت را با هم دارد، و می‌شود از آن چیزی برداشت کرد برای ساختن، برای ماندن در صحنه. اما خیلی چیزها را هم باید گذاشت در گذشته بماند. نه به‌خاطر بی‌احترامی به خاطره‌ها، که به‌خاطر احترام به آینده. نسل ما، و به‌ویژه ما که در حوزه فناوری و اقتصاد نوآرانه فعال هستیم، بیش از هر زمان دیگر نیاز داریم نگاهمان را به آینده بدوزیم. ما با ابزارهایی سروکار داریم که هر روز شکل عوض می‌کنند، با مفاهیمی که مرزهای کهنه را به چالش می‌کشند، با پلتفرم‌هایی که جهان را کوچک و پیچیده کرده‌اند. در چنین فضایی، هر لحظه غفلت، برابر است با یک عقب‌ماندگی تاریخی.

ما نمی‌توانیم خود را با دیروز اندازه بگیریم. آنچه که می‌سازیم، باید از جنس فردا باشد. حتی اگر با آجرهای امروز و مصالح دیروز ساخته شود، طراحی‌اش باید برای آینده باشد. و این یعنی دل کندن از نوستالژی، از آسایش گذشته، از خاطرات امن.

من این مسیر را انتخاب کرده‌ام. با همه سختی‌ها و تنهایی‌هایش. شاید اشتباهانی هم کرده باشم. اما همیشه یک اصل را فراموش نکرده‌ام: آینده، ساخته می‌شود؛ با کار، با مسئولیت، با پذیرش شکست، و با امید.

و حالا بیش از هر زمان دیگری باور دارم که آینده ایران را ما باید بسازیم؛ با هم.

گاهی فکر می‌کنم چرا هیچ‌وقت اهل نوستالژی نبوده‌ام. برای خیلی‌ها گذشته مأمن آرامش است؛ جایی که با یادآوری‌اش لبخند به لبشان می‌آید، اشک در چشمشان حلقه می‌زند یا دلشان برای چیزی تنگ می‌شود. اما برای من این‌طور نیست. نه اینکه گذشته‌ام خالی از خاطره باشد، یا از آن بیزار باشم؛ نه. اما هر چه بوده، گذشته است. من جایی در آن ندارم.

راستش را بخواهید، به نظرم گذشته بیش از آنکه آموزنده باشد، بازدارنده است. آدم را نگه می‌دارد، کند می‌کند، توجیه می‌تراشد. دنیا همیشه در حال حرکت است و من همیشه کوشیده‌ام با حرکت آن هماهنگ شوم. چشمم به جلوست، حتی اگر پاهایم گاهی بلندگند. گذشته اگر در دل آدم خانه

کند، کم‌کم آینده را می‌بلعد. من هم برای اینکه آینده‌ام خورده نشود، آن را انتخاب کرده‌ام.

من سینما را دوست دارم؛ البته نه هر سینمایی. آن سینمایی را دوست دارم که برای آدمی رؤیا می‌سازد، که از خاک روزمرگی بلندمان می‌کند و به پرواز وامی‌دارد. موسیقی را هم دوست دارم؛ موسیقی‌ای که ذهن انسان را به آینده پرتاب می‌کند، نه آنکه در نوای غم‌زده دیروز گره‌اش بزند. هر چیزی که ما را در گذشته حبس کند، برای من مثل سم است. اقیون‌ی است که درد را آرام نمی‌کند، فقط فراموشی می‌آورد و فراموشی

فعالانه، بزرگ‌ترین خطر کسانی است که باید آینده بسازند. این آینده‌گرایی همیشه با من بوده. اما گاهی باعث شده از «امروز» فاصله بگیرم. گاهی آن قدر به فردا فکر کرده‌ام که امروز را ندیده‌ام یا نخواست‌ام ببینم. واقعیتش این است که آدم نمی‌تواند همیشه در آینده زندگی کند، همان‌طور که نمی‌شود فقط در گذشته ماند. ولی اگر بنا به انتخاب باشد، من آینده را انتخاب می‌کنم.

در این مسیر، سعی کرده‌ام تنها راه بروم. حلقه دوستانم کوچک است. از جمع کردن طرفدار یا همراه، لذت نبرده‌ام. نه اینکه ضد جمع باشم یا از هم‌فکری بگریزم؛ اما همیشه فکر کرده‌ام هر آدمی اول باید خودش را بسازد، خودش بایستد، خودش مسئولیت بپذیرد. من هم اگر جایی مسئولیتی بوده، سعی کرده‌ام شانه‌خالی نکنم. شکست هم که آمده، سعی کرده‌ام گردن بگیرم. همیشه گمان کرده‌ام که «مسئولیت» فقط به این نیست که در روزهای خوش اسم آدم باشد، بلکه در سخت‌ترین لحظه‌ها هم باید وسط میدان ایستاد.

به‌رسم همین نگاه، هیچ‌وقت دنبال دیده‌شدن نبوده‌ام. نه برای من تندیس مهم بوده، نه روایت برخی رسانه‌ها. شاید همین انتخاب آگاهانه برای حاشیه ماندن، باعث شده گاهی با ناسپاسی مواجه شوم؛ گاهی با بی‌احترامی. این‌ها آدم را آزار می‌دهند، اما بیشتر از همه، ناسپاسی به دل آدم خط می‌اندازد. با این حال، به جای واکنش، ترجیح داده‌ام ساکت باشم. سکوت را انتخاب کرده‌ام، نه از روی ضعف، بلکه از



رضا قربانی

مدیرعامل کارخانه نوآوری راه‌کار



@RezaGhorbani_MM



نظرها و خبرها

VIEWS
AND
NEWS

شماره ۱۶۷
تیر ۱۴۰۴
سال پنجم



شماره ۱۶۷ | ۲۹ تیر ۱۴۰۴ | سال پنجم | کارنگ: هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: علیرضا کیوان
وبسایت: محمد قربانی
شبکه‌های اجتماعی: علی موسوی
اجرائی: قادر شهبازی
چاپ: هنر اشکان
مالی و اداری: حانیه صالحی
فروش و مشتریان: ساناز محمدنژاد

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
شورای سردبیری: رضا قربانی، مینا والی
رسول قربانی، رضا جمیلی
میثم سلیمانی، مینا حاجی
سردبیر: رضا جمیلی
دبیر تحریریه: مهسا نجاتی
تحریریه: غزل یگانگی، فاطمه شایگان، هانا
حیدری، نگار حاتمی
زهررا قربانی، یاسمن رثوفیان

نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وبسایت: karangweekly.ir





← **افت ۷۰ درصدی رزروهای جاباما**
جنگ ۱۲ روزه باعث افت ۷۰ درصدی رزروهای جاباما، رشد رزروهای لحظه آخری، تغییر مقاصد به شهرهای امن تر و افزایش تقاضای پشتیبانی فوری شد.



← **استخدام مدیرعامل PSP در بانک رفاه**
بانک رفاه برای شرکت PSP خود مدیرعامل با تجربه در حوزه پرداخت و فناوری اطلاعات استخدام می کند.



← **شکست سیاست فیلترینگ؟**
معاون وزیر ارتباطات در همایش «اینترنت، آینده ایران» اعلام کرد سیاست فیلترینگ شکست خورده، باعث نارضایتی عمومی و سوءاستفاده از زیرساخت ها شده است.



← **خریدار ازربعین از بله**
زائران اربعین ۱۴۰۴ می توانند ۲۰۰ هزار دینار عراق را ۲۴ ساعته و بدون صف از اپلیکیشن بله خریداری کنند.



شماره ۱۶۷
تیر ۱۴۰۴
سال پنجم



نیاز به مراجعه حضوری، موفق به دریافت گواهی فعالیت خود می شوند و تاکنون بیش از ۶۰ هزار پروانه به صورت غیرحضوری صادر شده است.»
به گفته مالکی، در حوزه خدمات رسانی به شهروندان نیز شهرداری تهران با راه اندازی «سیستم تاکسی برخط»، گام مهمی در نظارت آنلاین بر عملکرد تاکسیرانان، پایش هوشمند تاکسی ها و اجرای طرح نرخ شناور کرایه برداشته است.
او همچنین ادامه داد: «این طرح به منظور ترغیب رانندگان به فعالیت در ساعات اوج ترافیک طراحی شده

مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهر تهران خبر داد

آغاز به کار رسمی تاکسی اینترنتی تهران تا پایان تیرماه

شادی مالکی، مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهر تهران از آغاز بکار رسمی تاکسی اینترنتی تهران تا پایان تیرماه خبر داد و گفت: «از اولویت های سازمان تاکسیرانی، توسعه خدمات هوشمند با دو رویکرد است؛ نخست، ارائه خدمت الکترونیک به شهروندان و دوم، تسهیل امور غیرحضوری برای تاکسیرانان که در این زمینه، از سال گذشته برای نخستین بار، صدور پروانه های تاکسیرانی به شکل تمام الکترونیک اجرایی شده است.»
او در ادامه بیان کرد: «به این ترتیب تاکسیرانان بدون

تجربه ای ساده و دیجیتال برای تأمین مالی پرسنل سازمان ها

وام سازمانی بانکینو در حمایت مالی از کارکنان

دسترسی پیدا کنند. برای بهره مندی از این تسهیلات، ابتدا سازمان باید تفاهم نامه همکاری با بانکینو منعقد کند که نیازی به ارائه تضمین از سوی شرکت ندارد. سپس کارکنان می توانند حساب خود را به صورت آنلاین از طریق اپلیکیشن بانکینو افتتاح کنند.
این تسهیلات در دو نوع ارائه می شود. تسهیلات اعتبار و وامینو با سقف ۵۰ میلیون تومان، بازپرداخت یک ماهه و

بانکینو، نئوبانک دیجیتال بانک خاورمیانه، با هدف ارائه خدمات بانکی به صورت غیرحضوری، طرح تسهیلات سازمانی را معرفی کرده است. این طرح به سازمان ها امکان می دهد بدون نیاز به ارائه تضامین مالی یا استفاده از منابع داخلی خود، وام های فوری برای کارکنان فراهم کنند. کارکنان نیز می توانند بدون نیاز به وثیقه های پیچیده، از طریق اپلیکیشن بانکینو به این تسهیلات

حمایت از تبدیل ایده به کسب و کار با هدف توسعه شرکت های دانش بنیان

تأسیس صندوق سرمایه گذاری بذری با مدیریت بخش خصوصی

مشارکت در تأسیس این صندوق تخصصی هستند، می توانند از تاریخ ۲۴ تیر ۱۴۰۴ به مدت دو هفته درخواست خود را به معاونت سرمایه گذاری صندوق نوآوری و شکوفایی ارسال کنند. متقاضیان برای کسب اطلاعات بیشتر می توانند به وبسایت صندوق مراجعه کنند.

همچنین، برای پاسخ به پرسش های احتمالی، امکان تماس با نهادهای مرتبط در ساعات اداری فراهم است. این نهادها شامل انجمن سرمایه گذاری خطرپذیر ایران با شماره ۰۹۳۵۲۵۰۰۶۳۳، معاونت سرمایه گذاری صندوق نوآوری و شکوفایی با شماره ۰۲۱-۴۲۱۷۰۵۱۴، و میز خدمت صندوق نوآوری و شکوفایی با شماره ۰۲۱-۴۲۱۷۰۱۲۰ هستند.

← **صندوق نوآوری و شکوفایی برای تأسیس صندوق سرمایه گذاری بذری با مدیریت بخش خصوصی**
فراخوان منتشر کرده است. این صندوق با هدف زمینه سازی برای تکثیر شرکت های دانش بنیان از طریق سرمایه گذاری بر استعداد های برتر، اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی، با مشارکت بخش خصوصی تأسیس خواهد شد و تمامی امور مرتبط با مدیریت و راهبری آن به سهام داران بخش خصوصی واگذار می شود.

← **صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی «سرمایه گذاری بذری» به عنوان بازوی تخصصی صندوق نوآوری و شکوفایی در حوزه سرمایه گذاری فعالیت خواهد کرد و تمرکز آن بر مراحل پیش بذری و بذری است.** حوزه فعالیت این صندوق به صورت ملی خواهد بود، با این امکان که تمرکز بخشی یا منطقه ای نیز داشته باشد. اشخاص حقوقی دارای تجربه در سرمایه گذاری خطرپذیر که علاقه مند به

← **صندوق نوآوری و شکوفایی برای تأسیس صندوق سرمایه گذاری بذری با مدیریت بخش خصوصی**
فراخوان منتشر کرده است. این صندوق با هدف زمینه سازی برای تکثیر شرکت های دانش بنیان از طریق سرمایه گذاری بر استعداد های برتر، اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی، با مشارکت بخش خصوصی تأسیس خواهد شد و تمامی امور مرتبط با مدیریت و راهبری آن به سهام داران بخش خصوصی واگذار می شود.

← **به گزارش روابط عمومی صندوق نوآوری و شکوفایی، تأسیس این صندوق تخصصی سرمایه گذاری با هدف توسعه و تکمیل زنجیره ارزش سرمایه گذاری خطرپذیر در کشور، ایجاد نهادهای تخصصی برای سرمایه گذاری در مراحل ابتدایی زنجیره سرمایه گذاری**



رضا جمیلی، مدیر توسعه راه کار از فلسفه و چرایی رویداد ۱۰۰ مدیرعامل و ضرورت گفت و گو درباره آینده کسب و کارها و ایران گفت

ابهام های کسب و کاری در مواجهه با آینده نامعلوم

در سومین رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که ۲۲ تیرماه و با حمایت پرداخت نوین برگزار شد، رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب و کار راه کار، با تأکید بر اهمیت شبکه سازی و گفت و گو در شرایط بحرانی، از کسب و کارهای نوآور خواست تا با بازنگری راهبردها و تقویت هم افزایی، نقش خود را در آینده ایران ایفا کنند. او با اشاره به دعوت از دکتر هادی خانیک، جامعه شناس و نظریه پرداز ارتباطات، بر ضرورت گفت و گو و تدوین استراتژی های مؤثر برای مواجهه با عدم قطعیت ها تأکید کرد. سومین رویداد ۱۰۰ مدیرعامل با هدف شبکه سازی، گفت و گو و دیدار ماهانه مدیران کسب و کارها برگزار شد. این رویداد به گفته جمیلی بستری برای تبادل نظر و تقویت ارتباطات میان فعالان اکوسیستم کسب و کار فراهم می کند. مدیر توسعه کسب و کار راه کار اظهار داشت: «زندگی در ایران و خاورمیانه همواره با چالش هایی همراه است و ما به این شرایط عادت داریم. با این حال، تصمیم گرفتیم برخلاف رویدادهای قبلی، این بار محتوای بیشتری در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل داشته باشیم و گفت و گوهای عمیق تری برقرار کنیم.»

جمیلی با اشاره به گفت و گوهای انجام شده با مدیران کسب و کارها در روزهای جنگ و پس از آن، تأکید کرد که پرسش های کلیدی در رسانه های راه کار مطرح شده است: «آینده چه خواهد شد؟ چه می توان کرد؟ کسب و کارهای نوآور چه انتخاب هایی پیش رو دارند و چه راهبردهایی باید اتخاذ کنند؟ چه بازنگری ها و تغییراتی اجتناب ناپذیر شده اند؟» او توضیح داد که راه کار تلاش کرده تا فضایی برای این گفت و گوها را در رسانه ایجاد کند و رویداد ۱۰۰ مدیرعامل را به عنوان پلتفرمی برای ادامه این مباحث و مهم تر، راه کارایی در نظر گرفته است. او با تأکید بر اهمیت هم افزایی میان کسب و کارها، اظهار داشت: «ما باید درباره سناریوهای احتمالی آینده و تصمیم های بهتری که می توانیم اتخاذ کنیم، گفت و گو کنیم. مهم تر از همه، ارتباط و حمایت متقابل میان کسب و کارها می تواند در این شرایط مؤثر باشد.» جمیلی همچنین به موضوع بزرگ تر آینده ایران اشاره کرد و گفت: «بخش زیادی از مسائل مربوط به آینده ایران خارج از حوزه

جمیلی با اشاره به فضای بلا تکلیفی موجود، از دکتر خانیک خواست تا درباره راهکارهای مواجهه با عدم قطعیت ها، به ویژه در اکوسیستم استارت آپ و همچنین استراتژی های مؤثر برای شرایط کنونی سخن بگوید. او افزود: «کسانی که در این رویداد حضور دارند، معمولاً افراد امیدوار و پرانرژی هستند. اما اینکه این امیدواری تا چه حد واقع بینانه است و چه انتظاراتی باید از خود و جامعه در حال تغییر داشته باشیم سوالی است که مدیران عامل در پی پاسخ آن ها هستند؟» جمیلی تأکید کرد که فلسفه و شیوه طراحی رویداد ۱۰۰ مدیرعامل از همان ابتدا اینگونه بوده که نه تنها به تقویت شبکه سازی کسب و کاری کمک کند، بلکه پلتفرمی باشد برای تسهیل تصمیم گیری های بهتر و هم افزایی در مواجهه با چالش های پیش رو در کل اکوسیستم.



100 CEOs

سوم برگزار شد

گردهمایی مدیران برای بررسی راهکارهای تاب آوری کسب و کارها در شرایط کنونی ایران

سومین رویداد «۱۰۰ مدیرعامل» با حمایت شرکت پرداخت نوین و به همت کارخانه نوآوری راه کار، در تاریخ ۲۲ تیرماه ۱۴۰۴ برگزار شد. این گردهمایی با محوریت تاب آوری در شرایط کنونی ایران، مدیران و بنیان گذاران کسب و کارهای متنوع، از استارت آپ های نوپا تا صنایع بزرگ، را گرد هم آورد تا با اشتراک گذاری تجربیات و ایده ها، راهکارهایی برای مدیریت مؤثر، حفظ بهره وری و بقای کسب و کارها در شرایط بحرانی ارائه دهند.

سومین رویداد «۱۰۰ مدیرعامل» با حمایت شرکت پرداخت نوین و به همت کارخانه نوآوری راه کار، در تاریخ ۲۲ تیرماه ۱۴۰۴ برگزار شد. این گردهمایی با هدف بررسی الزامات تاب آوری کسب و کارها در شرایط کنونی ایران، به ویژه پس از جنگ ۱۲ روزه ایران و رژیم صهیونیستی برگزار شد که تأثیرات عمیقی بر اقتصاد و

سومین رویداد ۱۰۰ مدیرعامل، به همت کارخانه نوآوری راه کار، در تاریخ ۲۲ تیرماه ۱۴۰۴ برگزار شد. این گردهمایی با محوریت تاب آوری در شرایط کنونی ایران، مدیران و بنیان گذاران کسب و کارهای متنوع، از استارت آپ های نوپا تا صنایع بزرگ، را گرد هم آورد تا با اشتراک گذاری تجربیات، راهکارهایی برای مدیریت مؤثر و ارتقای بهره وری ارائه دهند. در این رویداد، محمود توتونچیان، رئیس هیئت مدیره گروه صنایع غذایی سحر، به تشریح فعالیت های این مجموعه و چالش های اخیر آن پرداخت و پیام هایی از استقامت و امید به آینده را به مخاطبان منتقل کرد.

محمود توتونچیان، رئیس هیئت مدیره گروه صنایع غذایی سحر، در صحبت های خود در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل اظهار داشت که برگزاری این رویداد در شرایط کنونی نشان دهنده تعهد و اهتمام مدیران و فعالان اقتصادی به پیشرفت کشور است. او با اشاره به حضور ارزشمند شرکت کنندگان و وقت گذاشتن آن ها برای

روایت سحر از امید به آینده

محمود توتونچیان رئیس هیئت مدیره گروه غذایی سحر از چالش های صنعت غذا از جمله بحران حمل و نقل و تأثیرات جنگ ۱۲ روزه، بر اهمیت استقامت و تلاش برای ساختن آینده ای بهتر برای ایران تأکید کرد و از امید به روزهای روشن سخن گفت.

محمود توتونچیان، رئیس هیئت مدیره صنایع غذایی سحر، در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت نوین برگزار شد، با اشاره به چالش های اخیر صنعت غذا از جمله بحران حمل و نقل و تأثیرات جنگ ۱۲ روزه، بر اهمیت استقامت و تلاش برای ساختن آینده ای بهتر برای ایران تأکید کرد و از امید به روزهای روشن سخن گفت.



شماره ۱۶۷
تیرماه ۱۴۰۴
سال پنجم



نقش فناوری اطلاعات، زیرساخت دیجیتال و امنیت سایبری در آینده اقتصاد ایران

۵ محور کلیدی برای حفظ کسب و کارها

جدی‌تری مواجه خواهد شد.»

محور دوم، امنیت سایبری است که قربانی آن را یکی از چالش‌های اساسی کشور دانست. او با اشاره به حملات سایبری اخیر به برخی بانک‌ها و صرافی‌های رمزارز، اظهار داشت: «نباید خوشحال باشیم که ما هدف حمله نبودیم. این حملات نشان داد که همه ما از این زاویه آسیب‌پذیریم و امنیت سایبری در کشور به شدت زیر سؤال است.»

سومین محور، تغییر و تحول در شیوه مدیریت کسب و کارهاست. قربانی با اشاره به مفهوم «پیوت کردن» یا همان تغییر جهت دادن در فضای استارت‌آپی، تأکید کرد که کسب و کارها باید خود را با شرایط جدید تطبیق دهند و از روش‌های گذشته دست بکشند. او افزود: «کسانی که در حوزه مدیریت فعالیت می‌کنند، به خوبی می‌دانند که دیگر نمی‌توان به شیوه‌های سنتی ادامه داد.»

محور چهارم، تأمین مالی است که به گفته قربانی، کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. او با تأکید بر نقش دولت به‌عنوان بزرگ‌ترین تأمین‌کننده مالی، خواستار حمایت جدی‌تر از کسب و کارها شد و اظهار داشت: «کسب و کارها باید در این زمینه مطالبه‌گری جدی داشته باشند. طرح‌هایی برای این موضوع آماده شده، اما این وظیفه کسب و کارهاست که این مطالبه را به‌صورت جدی پیگیری کنند.»

آخرین محور، منابع انسانی بود که قربانی آن را یکی از مهم‌ترین چالش‌های کنونی دانست. او با اشاره به اهمیت برند کارفرمایی در سال‌های گذشته، گفت: «اکنون زمان تصمیم‌گیری‌های سخت در حوزه منابع انسانی است. برخی کسب و کارها مجبور به تعدیل یا تغییرات ساختاری شده‌اند و این موضوعی است که باید با دقت به آن پرداخته شود.»

قربانی در پایان ابراز امیدواری کرد که در ادامه جریان رویداد ۱۰۰ مدیرعامل، مدیران از صنایع مختلف، از جمله اقتصاد دیجیتال، معدن، فولاد، پتروشیمی و صنایع تولیدی، بتوانند در مورد این موضوعات هم‌فکری کرده و راهکارهای مشترکی ارائه دهند.

در سومین رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت نوین برگزار شد، رضا قربانی، مدیرعامل راه‌کار، با اشاره به شرایط پیچیده کشور پس از جنگ اخیر، بر اهمیت ادامه فعالیت کسب و کارها و نقش کلیدی فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال در آینده تأکید کرد. او با تشریح پنج محور اصلی شامل زیرساخت دیجیتال، امنیت سایبری، تغییر و تحول، تأمین مالی و منابع انسانی، به ضرورت توجه جدی به این حوزه‌ها برای عبور از چالش‌های کنونی و آینده پرداخت.

قربانی تأکید کرد که در شرایط کنونی، صحبت از کسب و کار و ادامه مسیر ممکن است از نظر برخی اشتباه به نظر برسد، اما تجربه ۱۲ روز جنگ نشان داد که کسب و کارها نقش مهمی در نجات کشور ایفا کردند. او افزود: «کسانی که ادعای نجات کشور را دارند، باید بدانند که کسب و کارها بودند که در این مدت نقش کلیدی داشتند. در آینده نیز تغییرات مثبت در کشور به فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال وابسته خواهد بود.»

مدیرعامل راه‌کار با اشاره به تجربه گذشته خود در سال ۱۳۹۰، زمانی که به همراه گروهی از دانشجویان دانشگاه‌های تهران و علامه طباطبایی به موضوع شبکه‌های اجتماعی توجه نشان دادند، گفت: «آن زمان هیچ‌کس ما را همراهی نمی‌کرد. حتی جایی برای گردهمایی نداشتیم و در نهایت در یک فست‌فود در خیابان شریعتی، روبه‌روی وزارت ارتباطات، دور هم جمع شدیم و درباره شبکه‌های اجتماعی صحبت کردیم.» قربانی افزود که در آن زمان بسیاری شبکه‌های اجتماعی را صرفاً بستری برای دوستیابی می‌دانستند، اما او و همکارانش به اهمیت این حوزه ایمان داشتند و معتقد بودند اتفاق بزرگی در حال رخ دادن است.

مدیرعامل راه‌کار در ادامه به پنج محور کلیدی برای توسعه کسب و کارها در شرایط کنونی اشاره کرد. محور اول، زیرساخت دیجیتال کشور است که به گفته او فرسوده و ناکارآمد است. او هشدار داد: «هرچند به‌تنهایی مسئول زیرساخت دیجیتال نیستیم، اما اگر این موضوع را جدی نگیریم، چه در شرایط جنگی و چه پس از آن، کشور با مشکلات



شماره ۱۶۷
۱۹ تیر ۱۴۰۴
سال پنجم



سخنرانان رویداد

رویداد به شرکت‌کنندگان امکان داد تا روابط تجاری جدیدی برقرار کنند و از تجربیات یکدیگر در مواجهه با چالش‌های اخیر بهره‌مند شوند. در این رویداد، شرکت‌هایی از جمله صنایع غذایی سحر، جابار، هوگر، کیپا، راهبرد هوشمند شهر، فن آوا کارت، تکنولایف، بانک تجارت، نارون اکوتور، رمیس، حال، سدید بار، بقراط، استادسلام و طلایی حضور داشتند. این شرکت‌ها، که هر یک در حوزه‌های مختلفی فعالیت می‌کنند، تجربیات خود را در زمینه مدیریت بحران و حفظ بهره‌وری به اشتراک گذاشتند.

رویدادی برای تبادل تجربه مدیران

برگزاری سومین رویداد «۱۰۰ مدیرعامل» به‌عنوان یک پلتفرم برای تبادل دانش و تجربه کسب و کاری میان مدیران ایرانی، نشان از آن دارد که همکاری و اشتراک‌گذاری ایده‌ها و استراتژی‌های می‌تواند به کسب و کارها کمک کند تا در برابر چالش‌های بزرگ مقاومت کنند. این رویداد با تأکید بر تاب‌آوری، نوآوری و ارتباطات انسانی، راهکارهای عملی و الهام‌بخشی برای بقای کسب و کارها در شرایط بحرانی ارائه داد. با توجه به تأثیرات جنگ ۱۲ روزه و چالش‌های اقتصادی پیش‌رو، چنین رویدادهایی می‌توانند نقش مهمی در تقویت اکوسیستم کسب و کار ایران ایفا کنند.

این رویداد فرصتی فراهم کرد تا مدیران از تجربیات یکدیگر بیاموزند و راهکارهایی عملی برای مواجهه با چالش‌های کنونی ارائه دهند. سخنرانان این رویداد شامل هادی خانیکی، استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی؛ محمود توتونچیان، رئیس هیئت مدیره گروه صنایع غذایی سحر، مازیار نوربخش؛ رئیس کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران؛ امیرحسین داوودیان، معاون مدیرعامل بانک تجارت؛ رضا قربانی، مدیرعامل راه‌کار؛ رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب و کار راه‌کار؛ محمدرضا نظری، دبیر انجمن تجارت الکترونیک اتاق بازرگانی تهران؛ علی آزادپور، از فعالان صنف آی‌تی؛ سیده فاطمه مقیمی، مدیرعامل شرکت سدیدبار؛ علی آموزگار، مدیرعامل تینزآپ و مهرنوش شوقی، بنیان‌گذار اچ‌آر بامبو بودند.

شبکه‌سازی و همفکری درباره راهبرد

رویداد از ساعت ۷:۳۰ صبح با صرف صبحانه آغاز شد و فضایی صمیمی برای گفت‌وگوهای رسمی و غیررسمی میان شرکت‌کنندگان فراهم کرد. این بخش، فرصتی مناسب برای آشنایی مدیران، تبادل ایده‌ها و تقویت ارتباطات حرفه‌ای ایجاد کرد. شبکه‌سازی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های

این رویداد، ابراز داشت: «این حضور و همدلی نشان می‌دهد که می‌توان به آینده این کشور بسیار امیدوار بود.»

توتونچیان در ادامه به معرفی فعالیت‌های گروه صنایع غذایی سحر پرداخت و گفت: «مجموعه مادر حوزه صنایع غذایی فعالیت می‌کند و سالانه ۱۵۰ هزار تن محصول کشاورزی را از کشاورزان سراسر کشور جذب می‌کند. اوج تولید محصولات و صنایع غذایی در فصل تابستان و اواخر بهار است که متأسفانه این روزها با شرايطی که ایجاد شد مشکلات زیادی برای شرکت‌هایی چون سحر رخ داده است.» او همچنین به چالش‌های اخیر این مجموعه اشاره کرد و افزود: «چند روز پیش با بحران حمل‌ونقل مواجه شدیم. پس از آن، جنگ ۱۲ روزه رخ داد که تأثیرات قابل توجهی بر فعالیت‌های ما داشت. با این حال در این مدت، بالغ

رئیس هیئت مدیره گروه صنایع غذایی سحر همچنین از اجرای یک طرح توسعه‌ای در این مجموعه خبر داد و اظهار داشت: «یک روز پیش از پایان جنگ ۱۲ روزه، مراسم افتتاحیه این طرح توسعه‌ای برگزار شد. در این مراسم، بسیاری از دوستان و همکاران، از جمله فعالان اقتصادی استان همدان، حضور داشتند و از این پروژه بازدید کردند.»

توتونچیان در پایان سخنان خود با تأکید بر اهمیت استقامت و تلاش در برابر چالش‌ها، خطاب به حضار گفت: «ما باید بسازیم، تلاش کنیم و استقامت داشته باشیم. این شرایط نیز سپری خواهد شد و به امید رسیدن روزهای خوب، باید به آینده امیدوار باشیم.»





از امنیت سایبری تا لزوم
دسترسی به اینترنت آزاد

از تعدیل نیروی شتابزده پرهیز کنیم

مازیار نوربخش، رئیس کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران، بنیان‌گذار رمیس و مدیرعامل شرکت هوگر، در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت نوین برگزار شد، به تشریح دیدگاه‌های خود درباره سه موضوع کلیدی امنیت سایبری، قطعی اینترنت و مدیریت منابع انسانی پرداخت.

نوربخش با اشاره به رخداد‌های اخیر در حوزه امنیت سایبری، به‌ویژه در بخش بانکی، اظهار داشت که کشور آمادگی لازم برای مواجهه با این چالش‌ها را نداشته است. او بیان کرد: «در حوزه امنیت سایبری و رخداد‌هایی که در بانک‌ها رخ داد، ما آمادگی لازم را نداشتیم و این امر هزینه‌ها و اثرات منفی قابل توجهی بر جامعه تحمیل کرد.» او با استناد به سال‌ها تجربه خود در حوزه پشتیبانی و موضوعات مرتبط با حوزه داده افزود: «موضوعات امنیتی، در صورت نادیده گرفته شدن، ممکن است برای سال‌ها مشکلی ایجاد نکنند، اما در صورت وقوع، تأثیرات مخرب و نامطلوبی به همراه دارند.»

او از مسئولین خواست تا اطلاعات مربوط به این رخداد‌ها را در اختیار فعالان این حوزه قرار دهند و تأکید کرد: «دولت باید تجربیات به‌دست آمده درباره منشأ این حملات و راهکارهای پیشگیری از آن‌ها را به اشتراک بگذارد.» او معتقد است که این شفافیت می‌تواند به بهبود اقدامات پیشگیرانه در برابر حملات سایبری کمک کند.

ادامه در صفحه ۱۴



شماره ۱۶۷
۲۹ تیر
سال پنجم



نوآوران

کنشگران اصلی تحول ایران هستند

دکتر هادی خانیکی در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل درباره تاب‌آوری، همبستگی اجتماعی و هویت ایرانی در بحران سخن گفت



هادی خانیکی، استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که به همت کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار در تاریخ ۲۲ تیرماه برگزار شد، سخنانی درباره تأثیرات اجتماعی جنگ و بحران ارائه کرد. او با مقایسه تجربیات گذشته و چالش‌های کنونی، بر اهمیت تاب‌آوری، ارتباطات و همبستگی اجتماعی تأکید کرد. خانیکی جنگ کنونی را «غافلگیرکننده و فراگیر» توصیف کرد که عمدتاً بر پایه فناوری استوار بود. به اعتقاد او اولین ضرورت پیش روی ما، مسئله ارتباطات و زیرساخت‌های ارتباطی است که به‌ویژه برای کارهای نوآورانه اهمیت دارد. کسب‌وکارهایی که برای حیات خود وابسته به اینترنت هستند و از طرف دیگر مردم به اینترنت نیاز دارند تا از وضعیت خود آگاه شوند و بدانند چه سرنوشتی در انتظارشان است.



خانیکی به بلوغ اجتماعی مشاهده‌شده در میان مردم ایران اشاره کرد که در سطوح نخبگان



او در ادامه عنوان کرد: «اما اگر بخواهیم با تغییر موقعیت و پارادایم نگاه کنیم، با شکل‌گیری و بازپروری مفهومی به نام هویت ایرانی مواجه هستیم. این هویت ایرانی بر اساس علایق و گرایش‌های مذهبی، ملی، قومی یا تعلق جهانی تعریف می‌شود. شما که مخاطبان نسل جدید است، نسلی که مسائل نو مطرح می‌کند، شاید بهتر بتوانید به این پرسش پاسخ دهید. تحولات فناوری و جهانی شدن پیش از این باعث شده بود که هویت جهانی شکل بگیرد، ایرانی‌ای که خود را شهروند جهانی می‌داند و برایش فرقی نمی‌کند کجا باشد، هر کجا که بتواند کار کند، آنجا وطنش باشد ولی این موضوع حالا فرق کرده و موضوع وطن مهم شده است.»



خانیکی به دیدگاه روان‌شناسان درباره تروما اشاره کرد: «روان‌پزشکان می‌گویند در تروما و فاجعه‌هایی مانند آنچه ما تجربه کردیم، سه اتفاق بزرگ رخ می‌دهد: نگرانی از آینده، اضطراب تنهایی فردی یا جمعی، و از دست دادن تسلط بر محیط.» او راهکارهایی پیشنهاد کرد: «برای نگرانی از آینده، باید روال عادی زندگی حفظ شود. برای احساس تنهایی، باید به تسلی اجتماعی روی آورد. این تسلی فقط برای گذر نیست، بلکه نیرویی بازسازی‌کننده است. باید به فکر دیگران باشیم. یک تماس ساده که حال کسی را بپرسد، می‌تواند حال او را بهبود بخشد. برای از دست دادن تسلط بر محیط، باید اقدامات را به کارهای کوچک‌تر تقسیم کرد. این اقدامات نه تنها از فروپاشی جلوگیری می‌کند، بلکه منابع جدیدی خلق می‌کند. در اسطوره‌ها، ققنوس از خاکستر برمی‌خیزد. نشانه‌های مقاومت ما، مانند سیمرغ، از کارهای کوچک شکل می‌گیرد که حال ما را بهتر می‌کند و نشان می‌دهد از شرایط بد می‌توان به شرایط خوب رسید.» خانیکی در پایان خطاب به مدیران حاضر در رویداد 100 CEOs تأکید کرد: «شما که تجربه دارید و نوآورانه عمل می‌کنید، کنشگران اصلی این مسیر هستید.» در حاشیه این رویداد یک مصاحبه تکمیلی هم با این چهره علوم اجتماعی کشور انجام دادیم که در ادامه می‌خوانید.

روژه و پس از آن تقسیم کرد.»



نقش این تغییر پارادایم در تحول کسب‌وکارها چیست و انسان در این فرایند چه جایگاهی دارد؟

فروپستی‌هایی که امروز در برابر ما قرار دارند، نتیجه چارچوب‌های قدیمی در بینش، روش‌ها و حتی ساختارها هستند. در جهانی که با سرعت در حال تحول است، این روندها با ساختارهای پیشین سازگار نیستند. برای مثال، اگر به نظام آموزشی نگاه کنیم، مدرسه قدیم تک‌مرجعی بود؛ معلم یا مدرسه تنها مرجع دانش بودند و دیگران، از والدین گرفته تا دانش‌آموزان، صرفاً فرمانبردارانی بودند که باید نظر آن مرجع را اجرا می‌کردند. اما مدرسه امروزی چندمرجعی است. دانش‌آموز دیگر فقط از معلم نمی‌آموزد، بلکه از شبکه‌های اجتماعی، منابع دانش متنوع و ارتباطات مختلف، اطلاعات و مهارت کسب می‌کند. فناوری اطلاعات و ارتباطات زمین‌بازی را به‌کلی تغییر داده و بازیگران جدیدی را طلب می‌کند که ممکن است به ثروت یا قدرت پیشین وابسته نباشند. انسان به‌عنوان مخاطب اصلی در فرایند توسعه، موجودی تغییرپذیر بوده که همواره در پی کشف و شکوفایی است. حتی اگر این انسان یک بیمار یا فردی فرومانده باشد، به‌اعتبار کشف زوایای وجودی خود و تحولاتی که می‌تواند در درونش ایجاد کند، پا به میدان می‌گذارد. مفهوم تغییر پارادایم که از حوزه ارتباطات تا کسب‌وکار و حکمرانی مطرح می‌شود به این معناست که فروپستی‌ها در چارچوب‌های قدیمی رخ می‌دهند، اما جامعه جهانی شرایط جدیدی را می‌طلبد که با ساختارهای کهنه همخوانی ندارد.

اکوسیستم نوآوری به معنای شکل‌گیری منظومه‌ایی است که پیش‌تر دیده نمی‌شدند. کارآفرینانی که شاید ده سال پیش از نظر اقتصادی ورشکسته بودند یا هیچ سازمان و تشکیلاتی نداشتند، از نقاط کوچکی شروع کردند که در گذشته مورد توجه قرار نمی‌گرفت. مثلاً برخی از آن‌ها کار خود را از صندوق عقب ماشین یا زیر پله‌ها آغاز کردند و با استفاده از شبکه‌ها و ارتباطات به موفقیت رسیدند.

نمونه فرهنگی این موضوع، فعالیت علی‌دهباشی با مجله بخارا است. دفتر بخارا شبکه‌هاست، کشف ضرورت‌هاست و اتصال افرادی است که در جزیره‌های

پراکنده به سر می‌برند. این کار از بسیاری دستگاه‌های عریض و طویل دولتی مؤثرتر است. در گذشته، برای شروع یک کسب‌وکار، نیاز به سرمایه‌گذاری کلان برای اجاره دفتر بزرگ یا تشکیل سازمانی پیچیده بود، اما امروز این نیازها تغییر کرده است. اکوسیستم نوآوری، خیال‌پردازی یا آرزواندیشی نیست، بلکه واقعیتی است که از تشخیص روندهای فرساینده و استفاده از عوامل پارادایمی جدید شکل می‌گیرد.

اکوسیستم نوآوری چگونه می‌تواند به تاب‌آوری کسب‌وکارها کمک کند؟

این اکوسیستم از تشخیص به‌موقع روندهای فرساینده و پرهیز از جبری کردن آن‌ها شکل می‌گیرد. این کار با ایجاد شبکه‌های جدید و تفکر شبکه‌ای ممکن می‌شود. باید به حوزه‌ها یا بخش‌هایی توجه کرد که پیش‌تر نادیده گرفته می‌شدند، حتی اگر در کنار ما باشند.

این روندها باید به‌صورت نهادی و ساختاری دربیایند نه اینکه صرفاً به ذوق و سلیقه فردی یا تحولات بزرگ بیرونی وابسته باشند. برای مثال، اگر در گذشته کسی می‌خواست کسب‌وکاری راه‌اندازی کند، باید سرمایه کلانی صرف اجاره دفتر یا ایجاد سازمانی بزرگ می‌کرد. اما امروز کارآفرینان می‌توانند از فضاهای غیرمعارف مانند پارک‌های علم و فناوری یا حتی زیرپله‌ها استفاده کنند. این تغییرات نشان‌دهنده تحول در زمین‌بازی است که بازیگران جدیدی را می‌طلبد. این بازیگران به ثروت یا قدرت پیشین وابسته نیستند و با خلاقیت و استفاده از فرصت‌های کوچک به موفقیت برسند.

کسب‌وکارها چگونه می‌توانند در شرایط بحرانی تاب‌آوری خود را حفظ کنند؟

ایران در طول تاریخ معاصر، به‌ویژه در ۱۰۰ تا ۲۰۰ سال اخیر، بارها در معرض تهدیدها و تهاجم‌هایی قرار گرفته که می‌توانست نقطه پایان یک کشور، حکومت یا فعالیت‌های آن باشد اما چنین اتفاقی رخ نداده است. نمونه اخیر آن، جنگ تحمیلی رژیم صهیونیستی است که ناگهانی و غافلگیرکننده بود و ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را هدف قرار داد. تاب‌آوری از طریق فرو‌نپاشیدن انسان، جامعه،

سازمان‌ها و نظام اجتماعی شکل می‌گیرد. بازگشت به محرک‌های درونی و سائق‌های فرهنگی، مانند زبان و اندیشه فردوسی، به تاب‌آوری کمک کرده است. فردوسی زبان تاب‌آوری و افق‌گشایی برای آینده است.

در جنگ تحمیلی عراق علیه ایران، زیرساخت‌های اقتصادی، نیروی انسانی، شهرها و حتی روستاها آسیب دیدند اما نوعی پایداری و تاب‌آوری شکل گرفت. در همه‌گیری کرونا ناگهان همه‌چیز تعطیل شد؛ مدارس، کسب‌وکارها، حمل‌ونقل و دانشگاه‌ها. برای جامعه‌ای که تجربه زیستن در چنین شرایطی را نداشت این یک غافلگیری بزرگ بود. اما دیدیم که خانه‌ها به محل آموزش و کسب‌وکار تبدیل شدند.

در جنگ جهانی اول، ایران با هجوم نظامی، قحطی و وبا مواجه شد اما نظام تعلیم و تربیت در همان زمان شکل گرفت. این‌ها نشان‌دهنده تئوری بقاست که عناصر آن لزوماً از جنس گذشته نیستند. انگیزه زندگی و عادی بودن، خود هسته‌ای برای مقاومت است، زیرا هدف هجوم، متلاشی کردن زندگی است. الگو داشتن هم وجه مثبت دارد و هم منفی. وجه مثبت آن، هدایت ذهن به سوی واقعیت‌هاست اما وجه منفی آن، خطر مشابه‌سازی و همزادپنداری با شرایط دیگر است. با این حال تاریخ ایران نشان می‌دهد که در مقاطع بحرانی جامعه با تکیه بر محرک‌های درونی و فرهنگی توانسته مقاومت کند.

ارتباطات انسانی در شرایط بحرانی چگونه و چقدر باید موردتوجه جامعه و کسب‌وکارها باشد؟

جامعه‌ای که در معرض فاجعه قرار می‌گیرد با بازگشت به خویشستن و تعریف خود در افق‌های بلندتر مقاومت می‌کند. این افق‌ها می‌توانند باور به خداوند، استخراج عناصر فرهنگی یا ایجاد حس همدلی و همبستگی مدنی باشند. در جنگ اخیر افرادی که سال‌ها با یکدیگر ارتباط نداشتند به خانه‌های یکدیگر دعوت

شدند یا داروهای کمیاب را با دیگران به اشتراک گذاشتند. این همدلی به همبستگی مدنی منجر می‌شود که در کسب‌وکارها و زندگی اقتصادی نیز اثرگذار است.

ارتباطات انسانی مهم‌ترین عنصر مقاومت در جامعه ترومایی است. این ارتباطات، حس تنهایی را کاهش می‌دهند و افراد را به هم متصل می‌کنند. همبستگی مدنی حتی در حوزه اقتصادی نیز خود را نشان می‌دهد و به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا در شرایط بحرانی دوام بیاورند.

همیشه مسئله حق شهروندی برای دسترسی به اینترنت و نیاز کسب‌وکارها به زیرساخت‌های اینترنتی در شرایط بحرانی به راحتی نادیده گرفته می‌شود چطور باید ضرورت و اهمیت حیاتی این موضوع را تبیین کرد؟

همه این مسائل ذیل فهم مشترک باید قرار بگیرند. برای مثال، اینترنت در شرایط جنگی ممکن است از منظر امنیتی خطر تلقی شود و این دیدگاه شاید کاملاً هم نادرست نباشد. اما امنیت پایدار به زیرساخت‌های ارتباطی وابسته است. این زیرساخت‌ها بخشی از لوازم زندگی و امنیت هستند. به اشتراک گذاشتن فهم درست

از مسائل، خطای تصمیم‌گیری را کاهش می‌دهد و کنش مشترک را تقویت می‌کند. وقتی از ساحت‌های مختلف به یک مسئله نگاه شود امکان خطا کمتر و اعتماد و همکاری بین بخش‌های مختلف تقویت می‌شود.

رویدادهایی مانند «رویداد ۱۰۰ مدیرعامل» چه تأثیری بر شبکه‌سازی و آموزش مدیران برای برداشتن قدم‌های کوچک در کسب‌وکارها دارد؟

این رویدادها به دلیل گفت‌وگو محور بودن، تجربه‌ها و امیدها را به اشتراک می‌گذارند. مدیران می‌توانند با برداشتن قدم‌های کوچک به اهداف بزرگ دست یابند. شعار ما این است: بزرگ فکر کنیم، اما از کارهای کوچک شروع کنیم. این‌گونه رویدادها فضایی برای تبادل تجربه‌ها و ایجاد انگیزه فراهم می‌کنند تا مدیران با اقدامات کوچک و تدریجی به نتایج بزرگ برسند.





سیده فاطمه مقیمی در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل درباره چالش‌های کارآفرینی و اهمیت مدیریت در کسب‌وکارها سخن گفت

خروج افغانستانی‌ها از کشور لطمه شدیدی به بخش خصوصی می‌زند

سیده فاطمه مقیمی، از چهره‌های شناخته‌شده صنعت حمل‌ونقل و مدیرعامل شرکت سدیدبار، در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت‌نویین برگزار شد، به تشریح تجربیات خود در حوزه کارآفرینی و چالش‌های پیش روی کسب‌وکارها در کشور پرداخت. او با اشاره به موانع موجود در مسیر فعالیت‌های اقتصادی، بر اهمیت مدیریت و برنامه‌ریزی در موفقیت بنگاه‌های اقتصادی تأکید کرد و از تجربه‌های شخصی و حرفه‌ای خود در مواجهه با مشکلات سخن گفت.

مقیمی با تأکید بر دشواری‌های راه‌اندازی کسب‌وکار در ایران، به مشکلات ثبت شرکت اشاره کرد و گفت: «شما در دنیا نگاه می‌کنید که هر کسب‌وکاری با یک سری عملکردهای تدوین‌شده، معرفی‌شده و قانونمند اتفاق می‌افتد. در ایران اگر بخواهیم یک شرکت ثبت کنیم، شاید دو ماه، سه ماه طول بکشد. اولین صورت‌جلسات ثبتی شرکت در اداره ثبت شرکت طول می‌کشد. خارج از ایران، همین بخل گوشمان، امارات، با ۲۴ ساعت، در سنگاپور با دو ساعت شرکت ثبت می‌شود. شروع کسب‌وکار بسیار می‌تواند برای‌تان بازدارنده یا به هر حال حمایت‌کننده از نظر قانونی و تفکری باشد.» او افزود: «در ایران همیشه با مشکلات دست‌وپنجه نرم کردیم. اگر کاری به‌صورت معمول جلو برود، برایمان مقداری شگفت‌آور است. با همه مشکلات مراحل مختلفی را در کارمان تاکنون طی کردیم و الان یک مقدار سخت‌تر هم شده است.»

مقیمی به تأثیرات مسائل اخیر بر کسب‌وکارها اشاره کرد و گفت: «مسئله جنگ ۱۲ روزه، یک سناریوی جدیدی است که در کارها و برنامه‌ریزی‌های ما وارد شده است. در زندگی عادی مردم اثرش را می‌بینیم. خیلی خوشحالم که رویداد ۱۰۰ مدیرعامل و این باهم بودن، جای خوردن، قهوه خوردن و مراسم صبحانه خیلی خوبی که دوستان تهیه کردند، دو سه ساعتی وقت ذهنی ما را به خودش مشغول می‌کند که کمتر به فکر مشکلات خودمان باشیم. اما همین که پای خود را از اینجا بیرون بگذاریم، بایام‌هایی که می‌گیریم،

می‌بینیم وضع چقدر بد است. وضعیت کاری‌مان بد است و همه‌مان نگرانیم. سال‌هاست که از اول ماه که حقوق می‌دهیم، به فکر آخر ماه هستیم که به چه شکل می‌خواهیم آن را بگذرانیم. هر چقدر که بنگاه‌مان بزرگ‌تر شده، مشکلات ما هم بیشتر شده است.» او با اشاره به حادثه بندرعباس، از تجربه تلخ خود گفت: «من در فاجعه بندرعباس که در بندر شهید رجایی اتفاق افتاد، ۵ نفر از پرسنلم را از دست دادم. ۹ دستگاه ماشین شخصی شرکتی خود را از دست دادم. این‌ها کجا منعکس شد؟ سرمایه‌های مادی برمی‌گردد، اما سرمایه‌های انسانی ما برنمی‌گردد.»

مقیمی در بخش دیگری از سخنانش به مسئله خروج اتباع افغانستانی از ایران پرداخت و اظهار داشت: «معضلی که می‌خواهم به آن اشاره کنم و می‌خواهم کمی روی آن تأمل کنیم، خروج افغان‌هاست که در ایران کار می‌کرده‌اند. ورود آن‌ها اشتباه بود، خروج آن‌ها هم در این مقطع اشتباه است. به ضرر قاطع عرض می‌کنم، نیروهای کاری ما الان در کشور، افغان‌ها هستند. همه را داریم بیرون می‌کنیم. من نمی‌گویم بمانند، ولی با مدیریت و تدبیر و برنامه‌ریزی باید بیرون بروند. چند کارگاه می‌شناسیم که الان گردانندگان آن‌ها افغانی هستند؟ نه فقط به‌عنوان کارگر ساختمانی. در اکثر کارگاه‌هایی که اطرافمان می‌بینیم، افغان‌ها فعالیت می‌کنند و یارفتن آن‌ها، این کارگاه‌ها می‌خوابند.» او با ذکر مثالی ادامه داد: «چند روز پیش رستورانی در شهرک غرب را برای میهمانم می‌خواستم رزرو کنم. تماس گرفتم، اما گفتند نمی‌توانی رزرو کنی، چون نیروی کار ما تعدیل شده است. تمام کارکنان و آشپزخانه من دست افغانی‌ها بوده است. خب، چطور این اتفاق در طول سال‌ها افتاده؟ امروز یک عده‌ای اما فقط می‌گویند اگر افغان‌ها بیرون بروند میزان مصرف‌آرد و نان در کشور پایین می‌آید! باید با مدیریت و برنامه‌ریزی این افغان‌ها بیرون بروند، باید مجوز کار داشته باشند.»

مقیمی در پایان بر اهمیت مدیریت و برنامه‌ریزی تأکید کرد و گفت: «اتفاقاتی که در کشور پیش می‌آید، ناشی از عدم مدیریت صحیح است. شما به بنگاه خودتان نگاه کنید. اگر مدیریت صحیح نداشته باشید، چیزی که شاید سال‌ها راه‌انداختید، در لحظه‌ای از هم بپاشد. ما بخش خصوصی هستیم. بخش خصوصی فعلاً و متأسفانه تأثیر آن چنانی در اقتصاد ۸۵ درصدی دولتی ندارد، ولی بالاخره روزی می‌رسد که میخ آهنین در سنگ فرو می‌رود!»



شماره ۱۶۷
۲۹ تیر ۱۴۰۴
سال پنجم

دبیر انجمن تجارت الکترونیک اتاق بازرگانی تهران در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل تأکید کرد که بحران‌ها فرصتی برای بازچیدمان سازمانی هستند

ضرورت بازمهندسی سازمانی در مواجهه با بحران‌ها

محمد رضا نظری، دبیر انجمن تجارت الکترونیک اتاق بازرگانی تهران، در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت‌نویین برگزار شد، با تأکید بر اهمیت بازمهندسی فرایندها و ساختارهای سازمانی در شرایط بحران، از سازمان‌ها خواست تا با بازنگری در استراتژی‌ها، منابع انسانی و برنامه‌ریزی‌های خود، به سوی اتحادهای راهبردی و انعطاف‌پذیری بیشتر حرکت کنند.

محمد رضا نظری در سخنان خود در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل، با اشاره به اصول مهندسی استراتژیک، بحران‌ها را فرصتی برای شناسایی ظرفیت‌های جدید دانست و اظهار داشت: «نمی‌توان ادعا کرد که انبوه مشکلات به‌طور مستقیم به بحران منجر شده است. بحران‌ها دارای ویژگی‌های منحصر به فردی هستند، از جمله درس‌آموزی‌هایی که برای سازمان‌ها به همراه می‌آورند.»

او با اشاره به تحولات اخیر، پیشنهاد کرد که وضعیت کنونی کشور را می‌توان به دو دوره قبل و بعد از حمله ۱۲ روزه تقسیم‌بندی کرد و افزود: «همه سازمان‌ها اعم از استارت‌آپ‌ها یا سایر شرکت‌ها به بازمهندسی نیاز دارند. این بازمهندسی شامل بازطراحی فرایندها، ساختارها، بازسازماندهی و بازتعریف مأموریت‌ها و بازارها می‌شود.» نظری با تأکید بر اهمیت پویایی سازمانی در برابر بحران‌ها، هشدار داد: «اگر سازمانی در برابر بحران واکنشی نشان ندهد، مشابه موجودی فاقد حیات است. سازمان پویا، مانند انسانی که نوری به مردمک چشمش تابانده می‌شود، باید واکنش نشان دهد.» او با انتقاد از تکیه بر روش‌های سنتی، بیان کرد: «اگر تصور کنیم که می‌توان با استراتژی‌های پیشین، ساختارهای قدیمی و روش‌های سنتی تقسیم‌کار ادامه داد، از منظر فکری دچار مرگ شده‌ایم. هیچ کسب‌وکاری از بازنگری مصون نیست.» او در ادامه بر اهمیت بازنگری منابع انسانی تأکید کرد و اظهار داشت: «لازم است همه سازمان‌ها ارزیابی، تقدیر و بازنگری در حوزه منابع انسانی

در پایان، نظری با تبیین تفاوت میان امیدواری و ساده‌لوحی، اظهار داشت: «این روزها نیز سپری خواهد شد و ما با امید پیش می‌رویم. ساده‌لوحی، تصور پایان یافتن همه بحران‌ها و عدم وقوع بحران جدید است. اما امیدواری به معنای آگاهی از احتمال وقوع بحران‌های بعدی و آمادگی برای کاهش آسیب‌های آن با بهره‌گیری از درس‌های گذشته است.»





ضرورت بازنگری و انعطاف‌پذیری در مدیریت کسب‌وکار

وقتی هر صدایی ترسناک می‌شود

همچنان با کسری‌ها و هزینه‌های عجیب و غریب مواجه هستیم. چند نکته به ذهنم رسید که به اشتراک گذاشتن آن‌ها خالی از فایده نیست. نخست، ما همچنان در شرایطی هستیم که جریان نقدینگی و تأمین مالی مهم‌ترین عامل تداوم کسب‌وکار است. اگر صرفاً به تأمین مالی به‌صورت نقدی توجه کنیم، احتمالاً دستاورد بزرگی نخواهیم داشت و این دستاورد پایدار نخواهد بود. من به‌عنوان یک بانکدار، تمام تلاشم در مجموعه بانک تجارت این است که بدیل‌هایی برای تأمین مالی فراهم کنیم تا کسب‌وکارها بتوانند از آن‌ها استفاده کنند و خودمان نیز در زیرمجموعه‌هایمان از این بدیل‌ها بهره‌بریم.» او در ادامه به اهمیت اتحادهای استراتژیک اشاره کرد و افزود: «شکل بزرگ‌تر این موضوع، ایجاد اتحادهای استراتژیک در زنجیره‌های تأمین است. اگر امروز می‌گوییم که فقط با نقدینگی می‌توانیم کار کنیم، باید ببینیم در کدام زنجیره می‌توانیم اتکای بیشتری و اعتقادی به آن زنجیره داشته باشیم تا در برابر تکانه‌ها بهتر دوام بیاوریم. این موضوع را در برخی کسب‌وکارهای خصوصی که برای مشاوره به ما مراجعه می‌کنند مشاهده کرده‌ام که چگونه با تنوع‌بخشی و استفاده از ظرفیت‌های تأمین مالی فوری توانسته‌اند به دستاوردهایی برسند.»

داوودیان در پایان بر ضرورت انعطاف‌پذیری در مدل‌های کسب‌وکار تأکید کرد و گفت: «سومین نکته این است که باید بررسی کنیم چگونه می‌توانیم توجه خود را به مدل‌های کسب‌وکاری منعطف‌تر معطوف کنیم؛ مدل‌هایی که اجزای اساسی آن‌ها، شامل مشتریان، تأمین مالی و ارزشی که عرضه می‌کنیم، به‌سرعت قابل تغییر باشند. زیرا ما با شرایطی مواجه هستیم که احتمال وقوع اتفاقات و شدت تأثیر آن‌ها، که هر دو به‌عنوان عوامل ریسک شناخته می‌شوند، به‌طور همزمان در حال افزایش است. به نظر من بیش از پیش اهمیت دارد که یک کسب‌وکار تا چه حد می‌تواند به‌سرعت در معرض خطر قرار گیرد و چگونه می‌توان از این مخاطرات جلوگیری کرد یا حداقل ریسک آن‌ها را پوشش داد.»

در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت نوین برگزار شد، امیرحسین داوودیان، معاون مدیرعامل بانک تجارت، به بررسی تأثیرات روانی و اقتصادی جنگ اخیر بر کسب‌وکارها پرداخت و بر ضرورت بازنگری در رویکردهای مدیریتی و استراتژیک برای تداوم فعالیت‌های تجاری تأکید کرد.

داوودیان اظهار داشت: «ما در زندگی روزمره خود، در ساعات شخصی، به اتفاقاتی توجه می‌کنیم که جلب توجهمان را به دنبال دارد. به عنوان مثال، صدای محکم بسته شدن یک در یا جابجایی میز ناهارخوری توسط همسایه در طبقه بالا در ساعات آرامش، مانند نیمه‌شب، توجه ما را جلب می‌کند. یا در ساعات نامناسب، برگزاری مهمانی توسط دیگران ممکن بود ما را آزرده یا حتی عصبانی کند. اما در اغلب این موارد، ترسی احساس نمی‌کردیم؛ صرفاً توجهمان جلب می‌شد یا ناراحت می‌شدیم. اما پس از رویدادهای اخیر، این صداها و اتفاقات برای ما به شکل انفجار درک می‌شوند. وقتی دری محکم بسته می‌شود، این پرسش در ذهنمان شکل می‌گیرد که آیا اتفاقی رخ داده؟ آیا جایی مورد حمله قرار گرفته؟ و سپس متوجه می‌شویم که خیر، چنین اتفاقی رخ نداده است. حالا همه صداها برای ما می‌توانند ترسناک باشند و از جلب توجه به ایجاد ترس تبدیل شوند.»

او در ادامه به تأثیر این تحولات بر کسب‌وکارها اشاره کرد و افزود: «ما در کسب‌وکارمان نیز با مسائلی مواجه بودیم که توجه ما را جلب می‌کردند، مانند کمبود نقدینگی، مشکلات نیروی انسانی یا شیوه‌های سرویس دهی. اما پس از این رویدادها، بسیاری از این مسائل به ترس تبدیل شدند. ما با شرایطی مواجه شدیم که دیدیم وقوع یک رخداد در بازه زمانی ۱۰ تا ۱۵ روز می‌تواند کسب‌وکار را به فروپاشی یا بن‌بست برساند، دستور تعدیل گسترده نیروی انسانی صادر و نگرانی‌ها و ترس‌های عجیب‌تری ایجاد کنند. بنابراین، لازم است بار دیگر به این مسائل نگاه کنیم و بررسی کنیم که اگر این رویدادها رخ نمی‌داد، آیا این جلب توجه‌ها باز هم می‌توانستند به ترس تبدیل شوند؟ زیرا این مسائل، انباشت موضوعاتی بودند که ما برایشان راه‌حل‌های مقطعی داشتیم، اما این راه‌حل‌ها برای بلندمدت کارآمد نبودند. این یک هشدار جدی به ماست که باید بررسی کنیم چگونه می‌توانیم برای تداوم کسب‌وکار در برابر انواع تکانه‌ها و انفجارها آماده باشیم، نه صرفاً جلب توجه‌هایی که شاید چندان ترسناک یا خطرناک نباشند.»

داوودیان همچنین به چالش‌های کنونی کسب‌وکارها اشاره کرد و گفت: «همین امروز در کسب‌وکارهایی که شخصاً در آن‌ها نقش دارم، می‌بینم که با وجود پایان یافتن ماجرا،



شماره ۱۶۷
۱۹ تیر ۱۴۰۴
سال پنجم



نقش بخش خصوصی در آینده اقتصاد ایران

خودتان را برای رقابت در بازار جهانی آماده کنید

نشانه‌هایی از تغییر رویکرد دولت مشاهده می‌شود: «امیدوارم نشانه‌هایی که دیده می‌شود نشان دهد دولتی‌ها هم متوجه شده باشند که اصطلاحاً وضعیت قبلی قابل ادامه و تداوم نیست و شاید به چابکی بخش خصوصی نیاز بیشتری باشد تا بتوانند مسائل را حل کنند.»

آزادپور با تأکید بر پتانسیل بالای ایران، اظهار داشت: «تصور من این است که پتانسیل بسیار بالایی در ایران وجود دارد و این پتانسیل نه فقط برای ما اهمیت دارد که برای جهان هم اهمیت زیادی پیدا کرده است. ما پتانسیل تولید یک GDP سالانه بالای یک تریلیون دلار داریم. با تغییرات مختصری، با سرمایه‌گذاری مختصری می‌توان به این هدف رسید. به هر حال ما از معدود کشورهایی هستیم که قابلیت جذب سرمایه‌گذاری، قابلیت تضمین سرمایه‌گذاری و قابلیت در اختیار قرار دادن بازار بزرگ خودمان را به صاحبان سرمایه داریم.»

در بخش دیگری از سخنان خود، آزادپور به صنعت فناوری اطلاعات، مخابرات و فناوری‌های پیشرفته اشاره کرد و آن را یکی از مزایای رقابتی آینده ایران دانست: «صنعت خود من فناوری اطلاعات، مخابرات و های‌تک است. یکی از مزایای رقابتی آینده ایران همین صنعت است. صنعتی که در ایران با نام‌هایی چون اکوسیستم استارت‌آپی، اقتصاد دیجیتال، فناوری اطلاعات یا مخابرات معرفی می‌شود از ظرفیت‌های رشد اقتصاد آینده ایران است.»

آزادپور با ابراز امیدواری نسبت به آینده، به حاضران توصیه کرد که به آینده خوش‌بین باشند: «منهای چند ماهی که پیش رو داریم شاهد گشایش‌هایی در آینده خواهیم بود و فکر می‌کنم که کسب‌وکارهایی که در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل هستند با توجه به تجربه‌های ذی‌قیمتشان در زمینه انطباق با شرایط بازار و تاب‌آوری، حتماً موفق می‌شوند که این دوره را پشت سر بگذارند. به آینده امیدوار باشید و آمادگی خودتان برای ورود به بازارهای خارجی را بالا ببرید. یکی از ضعف‌های بزرگ ما این است که در ایران چنین آمادگی‌ای نداریم.» آزادپور تأکید کرد که بدون برنامه‌ریزی استراتژیک، خطر حذف شدن وجود دارد: «اگر برنامه استراتژیک در سطح کلان و در سطح جهانی نداشته باشیم ممکن است به راحتی حذف شویم.»

علی آزادپور، استراتژیست کارآفرینی و از فعالان صنف آی‌تی یکی از چهره‌هایی بود که در بخشی از رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت نوین برگزار شد، با ارائه دیدگاه‌های خود دقایقی برای شرکت‌کنندگان سومین دوره این رویداد صحبت کرد. او تأکید کرد که نگاهی خوش‌بینانه به آینده دارد و در یک چارچوب کلان به مسائل اقتصادی و صنعتی، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی ایران و نقش کلیدی بخش خصوصی و پتانسیل‌های موجود در کشور پرداخت. این فعال با سابقه صنعت آی‌تی کشور، ضمن بررسی وضعیت کنونی و چشم‌انداز آینده اقتصاد ایران و جهان سناریوهایی برای آینده کسب‌وکارها ترسیم کرد. آزادپور در ابتدای سخنان خود با اشاره به خوش‌بینی‌اش اظهار داشت: «من با وجود تمام قصه‌هایی که داریم و در مورد آنها صحبت می‌شود می‌خواهم بگویم که من آدمی هستم که در میان دوستان به خوش‌بینی مغرط متهم هستم. همیشه تمایل دارم با فاصله بیشتری وضعیتی که در آن به سر می‌بریم را ببینم.» وی با اشاره به حضور افراد برجسته کسب‌وکاری در این رویداد، افزود: «این زمان‌ها می‌گذرد و کسب‌وکارها راه خودشان را پیدا می‌کنند. به هر حال افرادی که اینجا هستند سرآمد صنعت خودشان هستند.» او بر اهمیت یادآوری نکات پدیده تأکید کرد و گفت: «اقتصاد تالی سیاست نیست بلکه سیاست تالی اقتصاد است. ابزارهای مختلفی در سیاست به کار گرفته می‌شود اما آنچه باعث می‌شود که همه این برنامه‌ریزی‌ها جهت پیدا کند، مسئله اقتصاد است.»

آزادپور با نگاهی به تحولات جهانی، پیش‌بینی کرد که تغییرات مهمی در راه است: «من فکر می‌کنم که تغییرات مهمی در ظرف چند ماه آینده در سطح جهان به وجود خواهد آمد؛ ما هم از این تغییرات به هر حال برکنار نیستیم. در ایران هم شاهد این تغییرات خواهیم بود.» او معتقد است که حافظان نظم قدیم در همه کشورها ناچار به انطباق با تغییرات هستند.

او در ادامه به وضعیت بخش خصوصی در ایران پرداخت و آن را ضعیف توصیف کرد: «بخش خصوصی در ایران خیلی نحیف و به هر حال تحلیل‌رفته و ضعیف است. من فکر می‌کنم شاید ۱۵ درصد هم نباشیم. درواقع اقتصاد ما، اقتصاد دولتی و شبه دولتی است.» با این حال او ابراز امیدواری کرد که





علی آموزگار، مدیرعامل
تینزآپ مطرح کرد

واکنش نسل Z به جنگ

در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که با حمایت پرداخت نوین برگزار شد، علی آموزگار، مدیرعامل شرکت تینزآپ، از نسل زد و واکنش آن‌ها به شرایط این روزهای کشور و موضوع مهم منابع انسانی گفت. او با اشاره به شرایط خاص حاکم بر کشور در زمان بحران، اظهار داشت: «با آغاز بحران‌ها، فشارهای زیادی بر نسل Z وارد شد. نسل Z ایران به دلیل رشد در شرایط تحریم، رکود اقتصادی و محدودیت‌های اجتماعی، با نسل Z سایر نقاط جهان تفاوت‌های قابل توجهی دارد. تمامی پرسنل شرکت تینزآپ، به جز خودم، از نسل Z هستند. این نسل در عصر دیجیتال و تکنولوژی متولد شده، اما در ایران با محدودیت‌های دسترسی به تکنولوژی مواجه است.»

آموزگار در ادامه به ویژگی‌های خاص این نسل اشاره کرد و افزود: «محدودیت‌های محیطی و اجتماعی، نوعی خشم و الگوی کینه در نسل Z ایجاد کرده است. در زمان بحران جنگ، این نسل به اجبار در کنار خانواده‌های خود قرار گرفت. بسیاری از والدین که برای ثبت‌نام فرزندان‌شان در برنامه‌های تینزآپ با ما تماس می‌گیرند، به صورت شوخی بیان می‌کنند که فرزندان‌شان دیگر آن‌ها را قبول ندارند و معتقدند که والدین باید از آن‌ها یاد بگیرند.»

او با هشدار درباره پیامدهای این موضوع، توضیح داد: «این شوخی‌ها نشان‌دهنده یک خطر جدی است. نسل Z در سنین نوجوانی اغلب والدین خود را به عنوان مرجع معتبر قبول ندارند و محدودیت‌های جغرافیایی و اجتماعی نیز بر این موضوع تأثیر گذاشته است. مدیرعامل تینزآپ با تأکید بر اهمیت مدیریت منابع انسانی در این زمینه، اظهار داشت: «این مشکلات ممکن است در حال حاضر به صورت عدم تمرکز در نسل Z بروز پیدا کند، اما در دهه چهارم زندگی این نسل، چالش‌های جدی‌تری برای سازمان‌ها ایجاد خواهد کرد. سازمان‌ها باید برای مواجهه با این چالش‌ها آماده شوند.»



شماره ۱۶۷
۲۹ تیر ۱۴۰۴
سال پنجم







آئین نامه تسهیل
کسب و کارهای اقتصاد
دیجیتال در شورای عالی
فضای مجازی تصویب شد

تلاش برای رفع موانع اقتصاد دیجیتال

در جلسه شورای عالی فضای مجازی به ریاست مسعود پزشکیان، رئیس جمهور، آئین نامه اجرایی کمیته تسهیل فعالیت کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال با اتفاق آرا به تصویب رسید. این جلسه با حضور سران قوای مقننه و قضائیه و اعضای شورا برگزار شد. پزشکیان بر لزوم بررسی میزان تحقق اهداف حوزه فضای مجازی و شناسایی دلایل ناکامی های احتمالی تأکید کرد و خواستار برنامه ریزی برای رفع خلأها و ارتقای تاب آوری زیرساخت های کشور شد.

او با انتقاد از بلااستفاده ماندن برخی اسناد راهبردی به دلیل عدم توجه به واقعیت ها و منابع موجود، بر ضرورت تدوین راهکارهای اجرایی متناسب با ظرفیت های کشور تأکید کرد. رئیس جمهور همچنین صیانت چندلایه از داده های کشور را از اولویت های حکمرانی فضای مجازی دانست و خواستار بازنگری اساسی در این حوزه شد.

پزشکیان با اشاره به گزارش وزارت ارتباطات درباره مشکلات کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال، بر لزوم ارائه راهکارهای جدی برای رفع موانع این حوزه تأکید کرد. در این جلسه، معاونت امنیت مرکز ملی فضای مجازی گزارشی از موفقیت متخصصان در دفع حملات سایبری اخیر ارائه داد.

سید محمدامین آقامیری، دبیر شورا نیز از عملکرد کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال در ایام جنگ ۱۲ روزه تمجید کرد و گفت این کسب و کارها با فعالیت شبانه روزی، از تعطیلی خدمات در حوزه های خرید و فروش، حمل و نقل، بیمه و بانکی جلوگیری کردند. اعضای شورا بر پیگیری تحقق شبکه ملی اطلاعات، ارتقای امنیت سایبری و حمایت از اقتصاد دیجیتال تأکید کردند.



KARANG

فناوری
TECHNOLOGY

شماره ۱۶۷
۲۹ تیر ۱۴۰۴
سال پنجم

قمار بزرگ روی GPU

اولین شرکت ۴ تریلیون دلاری جهان از دیدن کدام آینده منتفع شده است؟

شرکتی که همیشه بین مرگ و زندگی است

کیم می نویسد انویدیا همچنان به «نوسان بین تجربیات نزدیک به مرگ و موفقیت های تعیین کننده بازار» ادامه خواهد داد که تا حد زیادی فرهنگ شرکت را توضیح می دهد - بزرگ ترین شرکت جهان هنوز طوری عمل می کند که گویی ۳۰ روز تا تعطیلی فاصله دارد. بخش زیادی از این فرهنگ بازتاب شخصیت جنسن است.

همان طور که کیم مستند کرده، این بنیان گذار میلیاردر فناوری تقریباً تمام ساعات بیداری خود - از جمله تعطیلات آخر هفته و مناسب ها - را کار می کند. او در پاسخ به کارمندانی که می پرسیدند چرا از ساحل برایشان ایمیل می فرستد، توضیح داد: «کار کردن روش آرامش من است». او انتظار داشت کارمندان نیز چنین کنند و اکثراً چنین می کردند. برای نمونه رقبا محلی متوجه شدند که پارکینگ کارمندان در مقر انویدیا در سانتا کلارا، معمولاً شب ها و آخر هفته ها پر است. باین وجود، جنسن با آن ها سخت گیر بود. به گفته خودش، روش مدیریتی «شکنجه کردن افراد برای تبدیل کردنشان به بزرگان» بود.

این روش همیشه مورد استقبال نبود. جنسن عادت داشت سخت گیرانه ترین ارزیابی های عملکرد را در

داشت. جنسن در این کتاب به کیم می گوید: «ما فقط در کارمان بد بودیم». کیم در سراسر کتاب هوانگ را با نام کوچک غربی اش «جنسن» خطاب می کند. جن - هسون هوانگ که در تایوان متولد شده بود، نام کوچک خود را به دلیل تحصیل در یک مدرسه اصلاحی نوجوانان بزهکار در کنتاکی - که والدینش اشتباه آن را یک مدرسه شبانه روزی برای استعداد های درخشان تصور می کردند - به شکل انگلیسی تغییر داد.

تراشه سوم انویدیا تنها به این دلیل ساخته شد که جنسن باقی مانده سرمایه محدود خطر پذیر شرکت را گرفت و همه را روی یک فرایند تولید شتاب زده شرط بست تا پیش از آنکه توان پرداخت حقوق کارمندان را از دست بدهد، آن را تکمیل. روانه بازار کند. این محصول موفق شد و شرکت یک چرخه دیگر دوام آورد.

هیچ کس بیشتر از رهبر آن زمان صنعت، یعنی شرکت - تری دی اف اکس (۳dfx) - که در حال برنامه ریزی برای خرید انویدیا پس از ورشکستگی آن بود - غافلگیر نشد. اما اندکی بعد، انویدیا به رهبر صنعت تبدیل شد و تری دی اف اکس ورشکسته شد! انویدیا پس از ورشکستگی این شرکت، حق امتیاز های تری دی اف اکس را خرید و ۱۰۰ مهندس آن ها را استخدام کرد.

تاریخ با ارزش ترین شرکت جهان، بیشتر درباره ناممکن بودن بقای آن است تا رمز و راز موفقیتش! اما به راستی انویدیا چطور از آستانه ورشکستگی به این جایگاه دست نیافتنی رسیده است. این داستانی است که اخیراً در کتابی که تی کیم از زندگی حرفه ای جنسن هوانگ بنیان گذار این شرکت نوشته تا حدودی ابعاد آن روشن می شود.

در کتاب «روش انویدیا»، تی کیم روایت می کند که چگونه انویدیا که در سال ۱۹۹۳ تأسیس شد، از بازار کوچک و بی ثبات تراشه های گرافیکی سر در آورد؛ صنعتی که در آن همه همیشه شرکت ها «۳۰ روز تا ورشکستگی فاصله داشتند»، همان طور که جنسن هوانگ دائماً به کارمندان یادآوری می کرد که تا زمین خوردنشان روزهای زیادی باقی نمانده است.

این گفته برای بخش عمده ای از تاریخ انویدیا کمابیش صحت داشت، نه تنها به دلیل کمبود سرمایه در بیشتر دوران حیات شرکت، بلکه چون بازار محصولات تراشه های گرافیکی یک ویژگی خاص داشت: به شدت توسط رقبا قابل جایگزین بودند و یک محصول ضعیف می توانست کل شرکت را به ورطه نابودی بکشاند.

پس از آنکه دو تراشه اول انویدیا طراحی ضعیفی داشتند، این شرکت واقعاً تنها چند هفته تا ورشکستگی فاصله



دلیل این امر، همان‌طور که داستان کیم روشن می‌سازد، جنسن بود. عادت‌های کار دیوانه‌وار او - که در کل شرکت نهادینه شد - در سال‌های اولیه انویدیا را زنده نگه داشت، و توانایی شگفت‌انگیزش در پیش‌بینی تحولات، انویدیا را در صف مقدم فناوری قرار داد.

مردی که آینده را دید

جنسن از نخستین کسانی بود که تشخیص داد بازی‌های رایانه‌ای بازاری بزرگ‌تر از ایستگاه‌های کاری تجاری برای تراشه‌های گرافیکی خواهد بود. او از پیشگامان تشخیص این موضوع بود که تراشه‌های گرافیکی، مانند پردازنده‌های مرکزی (CPU)، با اجرای نرم‌افزار می‌توانند به «واحدهای پردازشی همه‌فن حریف» (GPU) برنامه‌پذیر تبدیل شوند - فناوری که انویدیا بعدها آن را ابداع کرد.

مهم‌تر از همه، او از نخستین کسانی بود که تشخیص داد GPUها به فناوری محرک هوش مصنوعی تبدیل خواهند شد. همان GPUهایی که انویدیا برای محاسبات مربوط به مسیر پرتاب تیر در بازی زلدا بهینه‌سازی کرده بود، به طرز حیرت‌انگیزی برای محاسبات ماتریسی حاکم بر مدل‌های هوش مصنوعی امروزی مناسب بودند.

از نگاه بیرونی به نظر می‌رسد انویدیا تصادفاً به این موفقیت رسیده و GPUها تصادفاً برای هوش مصنوعی مناسب بودند و انویدیا تصادفاً آن‌ها را تولید می‌کرد. اما روایت کیم نشان می‌دهد جنسن پیشرفت‌های انقلابی در هوش مصنوعی یادگیری عمیق رازمانی که هنوز یک موضوع صرفاً دانشگاهی بود، شناسایی کرد. تصور این که مدیرعاملی دیگر چنین زودتر از موعد به یک روند عمیقاً فنی پی‌ببرد دشوار است - و تصور این که هر یک از آن‌ها شرکت خود را روی آن شرط بگذارد، غیرممکن.

او در سال ۲۰۱۳ یعنی ۹ سال پیش از انتشار چت‌جی‌پی‌تی؛ به مدیران انویدیا گفت: «بازار یادگیری عمیق بسیار بزرگ خواهد شد. باید همه‌چیز را روی آن شرط ببندیم». این تصمیم تنها با نگاه به گذشته بدیهی به نظر می‌رسد. در آن زمان، فروش انویدیا راکد بود، ارزش بازار آن تنها ۸ میلیارد دلار بود و سهامش با نسبت قیمت به درآمد (P/E) ۱۰ معامله می‌شد.

کشف یک لحظه تاریخی

سرمایه‌گذاران انویدیا چنان چشم‌انداز شرکت را ضعیف می‌دیدند که جنسن را وادار کردند یک میلیارد دلار از پول

نقد شرکت را صرف بازخرید

سهام کند؛ آن‌ها معتقد بودند

کار دیگری با آن پول نمی‌شود

کرد. خوشبختانه، جنسن

هم‌زمان میلیاردها دلار صرف

آماده‌سازی انویدیا برای عصر

هوش مصنوعی کرد - عصری که

تقریباً هیچ‌کس پیش‌بینی‌اش را

نمی‌کرد. از بسیاری جهات، این

جنسن بود که آن لحظه تاریخی

را خلق کرد. بدون میلیاردها

دلاری که انویدیا سال‌ها پیش

از آن‌که بتواند بازدهی برای

سرمایه‌گذاران نشان دهد، صرف

بهینه‌سازی تراشه‌ها و نرم‌افزارهایش برای هوش مصنوعی

کرد، پدیده چت‌جی‌پی‌تی به این شکل و در این زمان رخ

نمی‌داد. GPUهای انویدیا یادگیری عمیق در مقیاس بزرگ را

ممکن ساختند - و تحت مدیریت هیچ مدیرعاملی دیگری

چنین محصولی ساخته نمی‌شد.

کیم نتیجه می‌گیرد: «جنسن هوانگ مطمئناً تنها فردی

بود که می‌توانست انویدیا را به جایگاه امروزی‌اش برساند.»

راه پرفرازونشیب بود و رنج بسیاری به همراه داشت. اما راه

دیگری وجود ندارد که یک استارت‌آپ تراشه‌های گرافیکی به

بازارزترین شرکت جهان تبدیل شود.



از مسدودی تا بازگشایی، راهی که به سختی طی شد

درگاه پرداخت کدام سکوهای طلا باز شدند؟

مانع‌تراشی بانک مرکزی برای کسب‌وکارها

رضا الفت‌نسب، رئیس اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی در گفت‌وگو با خبرنگار راه پرداخت بیان کرد: «صراحتاً مشخص است که زیرساخت ارائه خدمات پرداخت برای کسب‌وکارهای حوزه طلا در سیستم بانکی اصلاً مهیا نیست. چند سال است که چنین زیرساختی فراهم نشده و به نظر می‌رسد اساساً اراده‌ای هم برای توسعه آن وجود ندارد.»

او افزود: «تقریباً برای ما مسجل شده که بانک مرکزی در پی ایجاد موانع برای کسب‌وکارهای فعال در حوزه طلاست؛ حال این که این سیاست دقیقاً چه آورده‌ای برای بانک مرکزی یا سایر نهادها دارد، برای ما روشن نیست، اما در عمل می‌بینیم که مانع‌تراشی اتفاق افتاده است.»

رئیس اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی با اشاره به این که چند میلیون نفر از مردم، به شکل مستقیم یا غیرمستقیم با این پلتفرم‌ها کار می‌کنند، بیان کرد: «حال با تصمیمی بدون پشتوانه قانونی، ذهن و زندگی آن‌ها درگیر شده، آن هم در برهه‌ای که کشور درگیر جنگ و مردم نگران ثبات اقتصادی هستند. در چنین شرایطی، تصمیم‌گیری که با این اقدامات فضای کسب‌وکار را ناامن می‌کند، چه بخواهند و چه نخواهند، در کنار همان کسانی قرار می‌گیرند که مقابل مردم ایستاده‌اند.»

بالاخره درگاه‌های پرداخت سکوهای طلا باز شد!

از ۲۴ تیرماه درگاه‌های پرداخت پلتفرم‌های آنلاین خریدوفروش طلای آب‌شده فعالیت خود را از سر گرفته‌اند. کسب‌وکارهای فعال در این حوزه با انتشار اطلاعیه‌ای به کاربران خود اعلام کردند که پرداخت مستقیم باز شده است. طلاسی، ملی‌گلد، طلاپن، داریک، گلدیکا، وال‌گلد، آپ و تکنوگلد از سکوهایی بودند که درگاه پرداخت آنها به حالت قبل برگشته است.

همزمان با تجاوز نظامی رژیم صهیونیستی به خاک ایران در تاریخ ۲۳ خرداد ماه ۱۴۰۴ درگاه‌های پرداخت پلتفرم‌های آنلاین خریدوفروش طلای آب‌شده نیز بسته شد. با وجود این که ۱۲ روز بعد از شروع این جنگ تحمیلی آتش‌بس بین دو کشور اعلام شد؛ اما درگاه‌های پرداخت سکوهای طلا بسته باقی ماند.

بالاخره دیروز برابر با ۲۴ تیر ماه یعنی پس از گذشت ۳۳ روز درگاه‌های پرداخت این سکوها باز شد. البته در این بازه اتفاقات بسیاری افتاد؛ در روزهای آغازین جنگ معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی دلیل بسته شدن این درگاه‌ها را توقف فعالیت بورس اعلام کرد و گفت که پس از بازگشایی بورس درگاه‌های پرداخت این کسب‌وکارها نیز باز می‌شود.

حتی پس از بازگشایی بورس هم درگاه‌های پرداخت سکوهای طلا باز نشد

با این حال وقتی بازار سرمایه در تاریخ ۷ تیر بازگشایی شد بازهم خبری از باز شدن درگاه‌های پرداخت سکوهای طلا نشد. در این میان هیچ یک از نهاد بالادستی مسئولیت اصلی مسدودسازی درگاه‌های پرداخت سکوهای طلا را برعهده نمی‌گرفتند؛ حتی بانک مرکزی ادعا کرد که درگاه‌ها به دستور کارگروه ویژه‌ای در وزارت اقتصاد بسته شده است. اعلام شروط بانک مرکزی برای بازگشایی درگاه‌ها

درنهایت در جلسات تعیین ضوابط طلا مشخص شد که بانک مرکزی دستور مسدودسازی درگاه‌های پرداخت سکوهای طلا را داده است. ۲۱ تیرماه بانک مرکزی با صدور بیانیه ۵ شرط لازم برای بازگشایی مجدد درگاه‌های پرداخت را اعلام کرد.

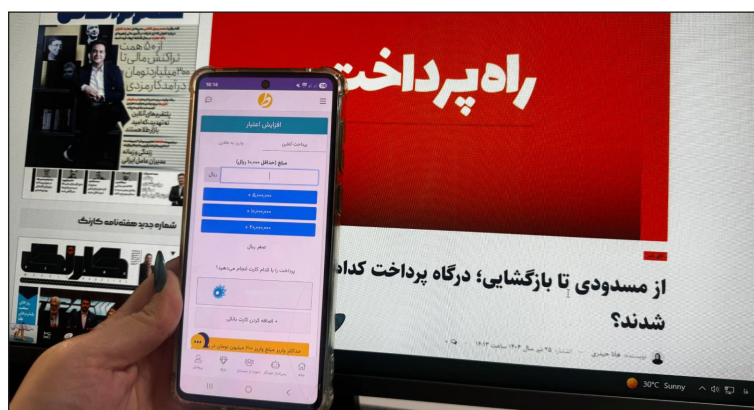
یکی از این شروط استفاده سکوهای طلا از کیف پول بود که در درس‌های زیادی ایجاد کرد. یکی از مدیران عامل سکوهای طلا این شرط را به‌مثابه پایان فعالیت سکوها دانست.



کارنگ



شماره ۱۶۷
۱۹ تیر ۱۴۰۴
سال پنجم





ادامه از صفحه ۶

از تعدیل نیروی شتابزده پرهیز کنیم

چالش‌های قطعی اینترنت و تأثیرات آن بر کسب‌وکارها

مدیرعامل هوگر در بخش دیگری از سخنان خود به موضوع قطعی اینترنت پرداخت و اظهار داشت: «به دلایل مختلف، از جمله مسائل جنگ یا ناآرامی‌های اجتماعی، اولین اقدام معمولاً قطع اینترنت است.» او تأکید کرد که قطعی اینترنت نه تنها کسب‌وکارهای حوزه دیجیتال، زیرساخت و فناوری اطلاعات را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بلکه سایر کسب‌وکارها را نیز با مشکل مواجه می‌کند: «سایر کسب‌وکارها، از جمله فعالیت‌های بازرگانی که مستقیماً به فناوری اطلاعات وابسته نیستند نیز از قطعی اینترنت متضرر می‌گردند. یکی از مطالبات اصلی ما این است که دسترسی به اینترنت به سادگی قطع نشود. قطعی اینترنت به دلیل نگرانی‌های مختلف، مشکلات متعددی برای کسب‌وکارها و مردم ایجاد می‌کند.» او با اشاره به اختلاف نظرهای موجود، تأکید کرد: «من به دسترسی همگانی به اینترنت اعتقاد دارم، همان‌گونه که سایر ابزارهای ضروری زندگی برای همه در دسترس هستند، اینترنت نیز باید برای همگان فراهم باشد.»

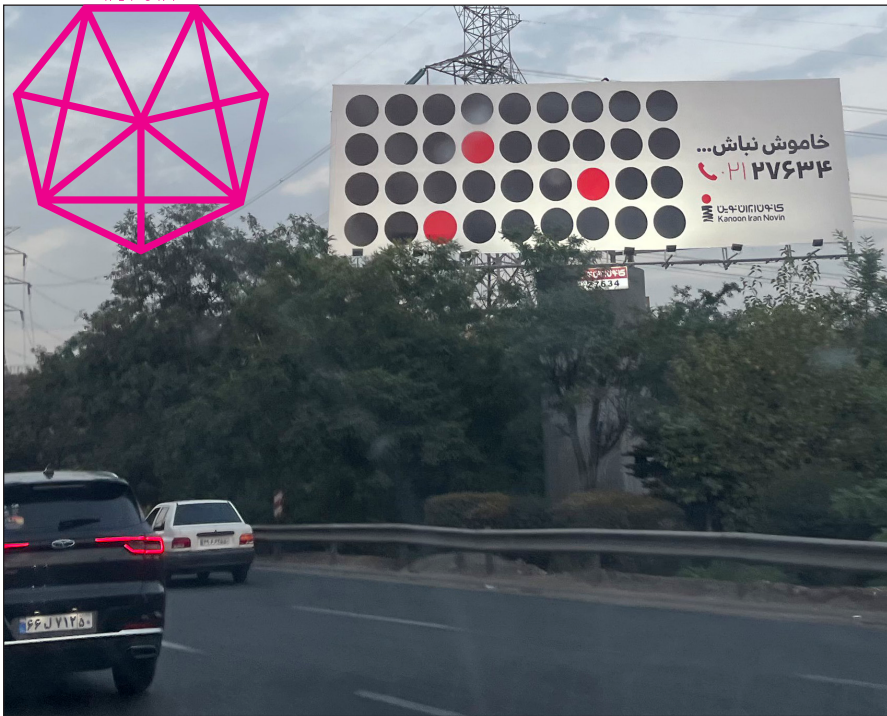
مدیریت منابع انسانی و ملاحظات فرهنگی

ماز یار نوربخش در بخش پایانی سخنان خود به موضوع منابع انسانی پرداخت و اظهار داشت: «من اعتقاد راسخ دارم که حفظ کسب‌وکار باید در اولویت باشد، زیرا این امر به اقتصاد جامعه، شرکت و کشور کمک می‌کند.» او با اشاره به تصمیمات شتابزده برخی سازمان‌ها در تعدیل نیرو، گفت: «به نظر می‌رسد برخی تصمیمات اتخاذ شده در این زمینه شتابزده بوده‌اند. برخی سازمان‌ها که پیش‌تر با مشکلاتی مواجه بودند، از این فرصت برای تعدیل نیرو استفاده کردند، یا به دلیل نگرانی بیش‌ازحد از آینده از ارتباطات غیرشفاف، به سرعت اقدام به تعدیل کردند که این موضوع نیازمند بررسی بیشتر است.» او با تأکید بر لزوم در نظر گرفتن ملاحظات فرهنگی در تعدیل نیرو، افزود: «اگر شرکتی به این نتیجه برسد که تعدیل نیرو ضروری است، این تصمیم می‌تواند درست باشد، زیرا حفظ کسب‌وکار اولویت دارد. با این حال، ما ملاحظات فرهنگی داریم و باید این مسائل را در تعدیل‌ها مدنظر قرار دهیم.»



برند و تبلیغات
BRAND & ADS

شماره ۱۶۷
تیرماه ۱۴۰۴
سال پنجم

گزارش
REPORT

بیلبوردهای بی مشتری

ریزش سهمگین صنعت تبلیغات شرکت‌هایی چون کانون ایران نوین و تمدن هنر را با چالش مواجه کرده است

که از آن صرفه‌جویی می‌کنند، همواره بودجه بازاریابی و تبلیغات است. در شرایط جنگی، این رفتار تشدید می‌شود و تبلیغات از ضرورت به تجمّل تبدیل می‌شود. کسب‌وکارهایی که در این شرایط سخت، راهکارهای خلاقانه و مقرون‌به‌صرفه برای ارتباط با مشتریان خود پیدا کنند، در آینده موقعیت بهتری خواهند داشت. صنعت تبلیغات نیز باید خود را با واقعیت‌های جدید تطبیق دهد و از این بحران، فرصتی برای نوآوری و تحول بسازد. شرکت‌ها در مواجهه با عدم قطعیت آینده، استراتژی‌های خود را از رشد و توسعه به بقا و حفظ منابع تغییر داده‌اند. در این شرایط، از نظر بسیاری از مدیران ارشد تبلیغات نه تنها غیرضروری به نظر می‌رسد، بلکه حتی می‌تواند نامناسب تلقی شود. ترس از رکود اقتصادی باعث شده کسب‌وکارها جنبه‌های توسعه‌ای خود را معلق کنند. تبلیغات که ابزاری برای رشد و جذب مشتری محسوب می‌شود، در این شرایط برای آن‌ها اولویت ندارد.

مردم نیز در شرایط جنگی، الگوهای مصرف متفاوتی دارند. توجه به تبلیغات کاهش می‌یابد و نیازهای اساسی اولویت می‌گیرند. تجربه‌های گذشته نشان می‌دهد که صنعت تبلیغات پس از بحران‌های مشابه، قابلیت بازگشت دارد. اما این بازگشت معمولاً تدریجی و با تغییراتی همراه است. تطبیق با شرایط جدید و ارائه بسته‌های منعطف، تمرکز روی اثربخشی و اندازه‌گیری نتایج و توسعه راهکارهای تبلیغاتی کم‌هزینه برای کسب‌وکارها شاید و تنها شاید بتواند بخشی از بازار از دست رفته تبلیغات را برگرداند. چیزی که فعلاً می‌توان گفت این است که جنگ ۱۲ روزه، صنعت تبلیغات ایران را به طور کامل متحول کرده و این تحول اگرچه در کوتاه‌مدت ویرانگر است، اما می‌تواند فرصتی هم باشد برای حرکت به سمت بازنگرایی در ساختارها و برپا کردن یک بازار شفاف‌تر، سالم‌تر و کارآمدتر.

برای آن‌ها ایجاد نمی‌کند. کارنگ اطلاع کسب کرده برخی پکیج‌های محیطی سطح شهر تهران (مجموعه‌ای از چندین بیلبورد در نقاط مختلف) که پیش از این قیمتی حدود ۱۰ میلیارد تومان داشته‌اند این روزها با تخفیف ۸۰ درصدی و قیمت ۲ میلیارد تومانی هم مشتری ندارند. تبلیغات آنلاین نیز از این موج آسیب مستثنی نبوده است. پلتفرم‌های تبلیغاتی مانند یکتانت و تپسل که بنرهای سایت‌ها و تبلیغات کلیک‌ای را مدیریت می‌کنند هم از این آسیب‌ها در امان نمانده‌اند. برای نمونه مدیرعامل تپسل در گفت‌وگویی بعد از جنگ با سایت پیوست گفته بود شرکت‌ها اولین هزینه‌هایی که بعد از بحران‌ها کم می‌کنند هزینه تبلیغات است. به گفته سبحان فروغی «تبلیغات؛ اولین قربانی در شرایط بحرانی است. چون شرکت‌ها در شرایط بحرانی به دنبال مشتری جدید نیستند در پی بقا هستند. در واقع هزینه‌های مارکتینگ بیشترین آسیب‌رسانست به سایر هزینه‌های پیند و ما به عنوان شرکت فعال در این حوزه هم به تبع در خط مقدم این لطمات هستیم.» این چیزی است که منوچهر مستوفی از چهره‌های قدیمی صنعت تبلیغات در رویدادی که در آن کارشناسان تبلیغات گرد هم آمده بودند اشاره کرده بود که «وقتی اقتصاد به مشکلی می‌خورد اولین جایی را که دراز می‌کنند، تبلیغات است!» اگرچه او در همان رویداد اشاره کرده بود که این یک استراتژی اشتباه است و وقتی همه در سکوت‌اند کسب‌وکارها باید صدای خود را بلند کنند؛ ولی به نظر می‌رسد حداقل فعلاً کسی به این توصیه‌ها توجهی ندارد. برآوردها از ریزش ۸۰ درصدی حجم تبلیغات کسب‌وکاری می‌گویند و بدتر اینکه دورنمای نزدیکی از بازگشت این صنعت به روال عادی وجود ندارد.

نگرانی از کوچک شدن اقتصاد و راهبردهایی برای بقا

کسب‌وکارها در شرایط عدم اطمینان، نخستین بخشی

جنگ ۱۲ روزه میان ایران و اسرائیل نه تنها منطقه را تکان داد، بلکه تا همین جا اثرات زیادی روی اقتصاد از جمله برخی حوزه‌های تخصصی آن داشته است. جنگی که مشخص کرد حوزه‌هایی چون بازاریابی و تبلیغات به شدت آسیب‌پذیر هستند و تحت تأثیر بحران‌ها ممکن است دچار تغییرات اساسی شوند. در این میان صنعت تبلیغات یکی از آسیب‌پذیرترین بخش‌های اقتصادی پس پایان این جنگ بوده و طی این مدت کوتاه، شاهد ریزش سهمگینی بوده است.

نمایش واقعیت در خیابان‌های تهران

گشتی در خیابان‌های تهران، تصویری تلخ از وضعیت صنعت تبلیغات محیطی ارائه می‌دهد. بیلبوردهای خالی، تابلوهای بدون متن و فضا‌های تبلیغاتی رها شده، نشان‌دهنده عمق بحران این بخش از اقتصاد به خصوص برای بازیگران اصلی آن است. شرکت‌های بزرگ تبلیغاتی مانند کانون ایران نوین و تمدن هنر که قبلاً با مزایده‌های میلیاردی فضا‌های تبلیغاتی را در اختیار گرفته‌اند، حال ناچار به تبلیغ خود و خدماتشان شده‌اند. برای نمونه بیلبورد شاخص این روزها در عرصه‌های تبلیغاتی شهر تهران، متعلق به کانون تبلیغاتی ایران نوین است که از کسب‌وکارها می‌خواهد خاموش نباشند! دعوت به بازگشت روی بیلبوردها که از نظر کسب‌وکارها این روزها کارایی خود را از دست داده‌اند یا حداقل فکر می‌کنند مشتریان و شهروندان دغدغه‌هایی بیشتر و مهم‌تر از دیدن ماست و نوشابه‌های کاله و ماشین‌های بهمن موتور را روی آن‌ها دارند.

این پدیده نشان‌دهنده واقعیت تلخی است: مشتریان این شرکت‌ها یکباره ناپدید شده‌اند. کسب‌وکارهایی که پیش از این میلیارد‌ها تومان برای حضور در فضای شهری هزینه می‌کردند، حال اولویت‌های خود را به طور کامل تغییر داده‌اند. حتی تخفیف‌های عجیب هم چندان انگیزه‌ای



موفقیت شرکت‌های
پرداخت ایرانی در رتبه‌بندی
جهانی نیلسون رپورت

هشت شرکت ایرانی در جمع برترین‌ها

بر اساس گزارش نیلسون رپورت (ژوئن ۲۰۲۵، شماره ۱۲۸۸)، هشت شرکت پرداخت ایرانی شامل به‌پرداخت ملت، پرداخت الکترونیک سامان (سپ)، تجارت الکترونیک پارسیان، امیدپی، پرداخت الکترونیک پاسارگاد، آسان پرداخت، ایران کیش و پرداخت نوین در فهرست برترین شرکت‌های پرداخت منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (منا) قرار گرفتند. این گزارش تحولات صنعت پرداخت جهانی را بررسی کرده و بر نوآوری‌ها در فناوری کارت‌های پرداخت، پیشگیری از تقلب و ادغام استیبل‌کوین‌ها و ارزهای دیجیتال تمرکز دارد.

ایران با پردازش ۴۵.۳ میلیارد تراکنش خرید در سال ۲۰۲۴ به ارزش ۲.۸۴۴ تریلیون دلار، بزرگ‌ترین بازار کارت‌های پرداخت در منطقه منا را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که کارت‌های ویزا و مسترکارت در ایران صادر یا پذیرفته نمی‌شوند و تمامی تراکنش‌ها از طریق شبکه شاپرک و توسط شرکت‌های داخلی پردازش می‌شوند.

در رتبه‌بندی منطقه‌ای، شرکت سپ با کسب رتبه ۳۷، به‌پرداخت ملت رتبه ۳۸، تجارت الکترونیک پارسیان رتبه ۳۹، امیدپی رتبه ۴۰، پرداخت الکترونیک پاسارگاد رتبه ۴۱، پرداخت نوین رتبه ۴۲، آسان پرداخت رتبه ۴۳ و ایران کیش رتبه ۴۴ را به دست آوردند. نکته قابل توجه، ورود شرکت پرداخت نوین آری‌ن به این فهرست برای اولین بار با رتبه ۴۲ است که سبب کاهش یک پله‌ای رتبه آسان پرداخت و ایران کیش نسبت به سال گذشته شد.

این موفقیت نشان‌دهنده توانمندی شرکت‌های ایرانی در ارائه خدمات پرداخت الکترونیک و رقابت با بازیگران منطقه‌ای است. رشد فناوری و زیرساخت‌های بومی، ایران را به یکی از پیشروترین بازارهای پرداخت در منطقه تبدیل کرده است.



ویمبلدون

یک مارکت پلیس لاکچری

رویداد به مثابه رویداد یا رویداد به مثابه پلتفرم؟

به یک «تجربه فوق‌لاکچری» شده که در آن تنیس تنها بهانه‌ای برای خلق یک اکوسیستم اقتصادی پیچیده است. وقتی صندلی‌های VIP آن با قیمت ۲۷۵ هزار دلار - بیش از قیمت یک لامبورگینی - فروخته می‌شود باید بپذیریم که این رویداد به چیزی فراتر از ورزش تبدیل شده.

این پدیده نشان‌دهنده تحولی بنیادین در مفهوم رویداد است. در اقتصاد سنتی، رویداد محصولی بود که مصرف می‌شد. اما در اقتصادهای جدید، رویداد به پلتفرمی تبدیل شده که دیگر محصولات و خدمات و مهم‌تر ارتباطات تجاری روی آن ساخته می‌شوند.

ویمبلدون امروز پلتفرمی است که چندین لایه ارزش را همزمان خلق می‌کند. لایه اول آن همان محتوای اصلی یعنی مسابقه تنیسی است که انگیزه اولیه حضور آدم‌ها را می‌سازد. لایه دوم ویمبلدون اما تجربه اجتماعی-اقتصادی است که فرصت حضور در کنار شخصیت‌های مشهور، میلیاردها و نخبگان جامعه را فراهم می‌کند. این همان چیزی است که باعث شده تارسانه اقتصادی بیزنس‌بالز این رویداد را یک «مارکت پلیس لاکچری» بنامد.

لایه سوم ویمبلدون موضوع مهم سرمایه و طبقه اجتماعی-اقتصادی است. رویدادی که امکان نمایش وضعیت اجتماعی و شبکه‌سازی در سطح بالا را برای آدم‌ها فراهم می‌کند. وقتی جف بزوس، هیو جکمن و دیوید بکهام در کنار هم حضور پیدا می‌کنند این دیگر بلیت تماشای تنیس نیست، بلکه مجوزی است برای «خرید و نمایش جایگاه» خود. اینجا دیگر صندلی‌ها مشخص می‌کنند که فاصله شما تا آرتیست‌ها و بیزنس‌من‌های موفق چقدر است! تبدیل رویداد به محل ملاقات نخبگان سیاسی، ورزشی، اقتصادی و هنری!

لایه چهارم اما نشان از آن دارد که ویمبلدون یک پلتفرم سرمایه‌گذاری بلندمدت است. فروش بلیت‌های پنج‌ساله

بدترین و آمانورترین نوع مواجهه با رویدادها در بین آدم‌ها و کسب‌وکارها را آن زمان‌هایی دیده و تجربه کرده‌ام که آن‌ها فرق میان یک رویداد کسب‌وکاری و ویدئو بازدیدهای شخصی و خانوادگی خودشان را تمیز نمی‌دادند. مدیران ارشد کسب‌وکاری را به‌وفور دیده‌ام که در رویدادهای اکوسیستمی، رفتار و رویکردی مشابه یک مهمانی رفتن یا بدر از آن حضور اتفاقی در یک موقعیت داشته‌اند.

خرده چندان نمی‌توان بر این رفتارها و رویکردها هم گرفت. از بیش از ۱۰۰ سال پیش که رویدادهای مهمی چون اکسپوی جهانی پاریس تعریف جدیدی از رویداد در عرصه جهانی ارائه داد تا روزگاری که یک مسابقه بوکس در عربستان بخشی از دیپلماسی عمومی آن کشور می‌شود رویدادها آنقدر دگرگون شده و نقش مهمی در روابط آدم‌ها و تجارت و اکوسیستم‌های مختلف پیدا کرده‌اند که اگر کسب‌وکارها به

شکل تخصصی و با دانش عمیق روی آن‌ها وقت نگذارند تکرار چنین خطاهایی پدیده‌ای و اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. اینجا است که دو سه سالی می‌شود روی ایده Event as a Platform یا همان رویداد به مثابه پلتفرم تاکید دارم. اینکه رویدادها باید از تعریف ساده دورهم جمع شدن در ذهن و رویکرد برگزارکنندگان به پلتفرم‌هایی با کارکرد اکوسیستمی تبدیل شوند و همین زاویه نگاه هم در دید شرکت‌کنندگان وجود داشته باشد.

چرا که آنچه روزگاری تنها یک مسابقه ورزشی، یک کنسرت، یا یک همایش بوده‌اند، اکنون به پلتفرم‌هایی پیچیده تبدیل شده‌اند که اقتصاد کاملاً متفاوتی را تعریف می‌کنند. ویمبلدون شاید بهترین مثال این تحول باشد.

◀ از مسابقه تنیس تا مارکت پلیس لاکچری
ویمبلدون دیگر فقط یک مسابقه تنیس نیست، بلکه تبدیل



رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili





VIP Event

رویداد مدیران عامل

صنایع و اکوسیستم‌های مختلف اقتصادی

سومین رویداد ۱۰۰ مدیرعامل
۲۲ تیر ماه برگزار شد

با حمایت

پرداخت نوین
PARDAKHT NOVIN

