



زن قدرتمند
رگولاتوری فناوری
لینا خان کیست
که بیگ تک‌ها
از او حساب
می‌برند؟

TELAAANG

با ما از AI واقعی بگویید

گفت‌وگو با مهدی معصومی
مدیرعامل تلاونگ که اعتقاد
دارد صنعت تشنه نوآوری است



پنجمین رویداد 100CEOs برگزار شد



الکامپ این
هفته برگزار
می‌شود

۲



کشورهایی با
بالاترین حجم
بازار شکلات

۱۲



نسل زد و هزاره
موتور محرک
صنعت تندرستی

۱۳

آب معدنی معروف از راه کارهای نوآورانه استقبال می‌کند
درباره دی‌دی واترز از زبان مهدی خلج



پوزهای اندرویدی
و تحول تجربه
مشتری
گفت‌وگو با حسین
علی محمدی درباره برند سانبار



اقتصاد خرد کشور
ضعیف است
و نیازمند حمایت
سارا حلم‌زاده
قائم‌مقام فوریبیکس



راه‌کار در
الکامپ
۴ رویداد
برگزار می‌کند

توصیه معاون مالی هلدینگ آذین خودرو برای عبور از بحران‌ها



هوش مصنوعی؛ از جذابیت چت بات ها تا ضرورت کاربردهای صنعتی

از مرحله شگفتی بگذریم

تابستان که می شود، کلاس ها تعطیل، دانشگاه ها نیمه خالی و سایت های آموزشی هم خلوت تر می شوند. آمارها نشان می دهد همین تعطیلی مدارس، ترافیک یکی از مشهورترین محصولات هوش مصنوعی یعنی چت جی پی تی را هم پایین کشیده است. این واقعیت ساده اما نکته مهمی در دل دارد: بخش بزرگی از مصرف هوش مصنوعی در کشوری چون آمریکا هم، به دست جوان ها و دانشجویهایی رقم می خورد که دنبال حل تکالیف درسی، یادگیری، سرگرمی یا آزمون و خطا هستند؛ نه کارخانه ها، مزرعه ها یا خطوط تولید.

در نقطه مقابل، هفته پیش در رویداد «۱۰۰ مدیرعامل»، مهدی معصومی مدیرعامل تالوونگ حرفی زد که همگان را به فکر فرو برد: «کاربردهای هوش مصنوعی را همه می دانیم، مسئله این است که چه کسی می تواند آن را برای ما در صنعت تخم مرغ عملی کند.» پشت این حرف، یک حقیقت جدی خوابیده است: دانستن کلیات فناوری کافی نیست؛ باید کسی پیدا شود که آن را در متن یک صنعت واقعی بنشانند و به محصول و فرآیند تبدیل کند. این روزها بیشتر کارشناسان این حوزه که خود را متخصص یا توسعه دهنده هوش مصنوعی نامیده اند فراتر از کاربرد چت بات ها چیزی برای عرضه ندارند. یکی باید بیاید بگوید همین امروز در صنعت

پوشاک یا فرش ایران می توان اینگونه از هوش مصنوعی برای تغییر و بهره وری استفاده کرد و خودش هم امکان و ظرفیت مدیریت یک پروژه در این سطح را داشته باشد. این دوروایت کنار هم نشان می دهد هوش مصنوعی فعلاً در سطح عمومی و رسانه ای بیشتر با «چت بات ها» و ابزارهایی که کار منابع انسانی را صرفاً راحت تر کرده اند شناخته می شود، اما هنوز راه زیادی تا تبدیل شدن به موتور تغییر در صنایع دارد. امروز دستاوردهای چشمگیر بیشتر در تولید متن، پاسخ گویی یا کارهای دفتری دیده می شود؛ نه در کشاورزی، حمل و نقل یا زنجیره تأمین.

برای عبور از این وضعیت، دو چیز حیاتی است: ایده پردازی که مسئله های واقعی صنعت را بشناسند، و کسب و کارهایی که شهامت سرمایه گذاری روی آن مسئله ها را داشته باشند. تنها با این ترکیب است که می توانیم از «جذابیت های سطحی» عبور کنیم و به «کاربردهای واقعی و موثر» برسیم. ایران در این میان هم تهدید را پیش رو دارد، هم فرصت. اگر مصرف کننده بمانیم، نهایتاً سرگرم چت بات های خارجی می شویم. اما اگر تیم های بومی بتوانند هوش مصنوعی را به صنایع سنتی مثل فولاد، پتروشیمی، مرغداری ها یا خدمات مالی و دیگر اشکال خدمات پرکاربرد پیوند بزنند، آن وقت است که از موج تبلیغات عبور کرده و به موج توسعه می رسیم. هوش مصنوعی امروز بیش از هر چیز آینه ای است که از ما می پرسد: دنبال حیرت هستیم یا دنبال کاربرد؟



رضا جمیلی
سردبیر



@rezajamili

شرکت ها و فعالان فناوری آماده حضور در نمایشگاه هستند

الکامپ این هفته برگزار می شود

الکامپ را با تعویق مواجه خواهد کرد. پیگیری های «راه پرداخت» از دبیرخانه الکامپ برای تأیید یا رد این موضوع تاکنون بی پاسخ مانده است. با این حال، شنیده ها و بررسی تقویم نمایشگاهی نشان می دهد هنوز هیچ نشانه جدی و رسمی مبنی بر تعویق الکامپ وجود ندارد و مجوزهای لازم برای برگزاری این رویداد دریافت شده است. نگاهی به تقویم نمایشگاه ها نیز نشان می دهد که در دو هفته نخست مهرماه هیچ رویداد دیگری به جز الکامپ پیش بینی نشده است. به نظر می رسد که در برنامه اولیه، بازه زمانی آغاز مهرماه برای نمایشگاهی در نظر گرفته نشده بود، اما الکامپ به دلیل شرایط خاص پیش آمده از تیرماه به این بازه منتقل شد و تنها فرصت باقی مانده در تقویم همین تاریخ های ابتدای مهر بوده است.



بر اساس گزارش عملکرد سال ۱۴۰۳ آچاره، این پلتفرم ادعای کند ۵۰ درصد بازار خدمات آنلاین ایران را در اختیار دارد

۳.۵ میلیون کاربر و ۲۱۰ هزار متخصص در بستر آچاره فعالیت می کنند

نرخ تبدیل سفارش ها نیز از ۳۰ درصد در سال ۱۳۹۶ به ۵۳ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است. بخش تعمیرات و بازسازی ساختمان با سهم ۳۱.۵ درصدی محبوب ترین خدمات آچاره بوده و پس از آن نظافت و تعمیر اشیاء در رتبه های بعدی قرار دارند. همچنین، خدمات نصب و تعمیر دستگاه تصفیه آب با امتیاز ۴.۸۷ از ۵ در صدر جدول رضایت کاربران قرار گرفته است. از منظر نیروی انسانی، ۱۵ درصد از متخصصان آچاره را زنان تشکیل می دهند و بیش از یک سوم متخصصان دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. درآمد متخصصان نیز طی این سال ها رشدی چشمگیر داشته و میانگین آن از ۱.۹ میلیون تومان در سال ۱۳۹۶ به ۱۳۰ میلیون تومان در ۱۴۰۳ رسیده است.

بیست و هشتمین دوره نمایشگاه الکامپ که در ابتدا قرار بود اوایل تیرماه برگزار شود، به دلیل جنگ دوازده روزه یک بار به تعویق افتاد. پس از پایان تجاوز نظامی اسرائیل به خاک کشورمان، شرایط و روندهای برگزاری رویداد به حالت عادی بازگشت و برگزار کنندگان، روزهای سوم تا ششم مهرماه را به عنوان زمان برگزاری الکامپ اعلام کردند. در همین راستا، شرکت ها و دست اندرکاران رویداد نیز خود را برای این نمایشگاه آماده کردند. اما روز گذشته رئیس پلیس راهور استان تهران در نشست خبری ویژه آغاز سال تحصیلی اعلام کرد که بر اساس مصوبه شورای عالی ترافیک شهر تهران، در دو هفته ابتدایی مهرماه هیچ گونه نمایشگاهی در محل نمایشگاه بین المللی تهران برگزار نخواهد شد. تصمیمی که اگر پابرجا بماند، بار دیگر



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم



شماره ۱۷۵ | ۳۰ شهریور ۱۴۰۴ | سال پنجم | کارنگ: هفته نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح اله گیتی نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه آرا: علیرضا کیوان
وب سایت: محمد قربانی
شبکه های اجتماعی: علی موسوی
اجرائی: قادر شهبازی
چاپ: هنر اشکن
مالی و اداری: حانیه صالحی
فروش و مشتریان: ساناز محمدنژاد

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مینا والی
شورای سردبیری: رضا قربانی، مینا والی
رسول قربانی، رضا جمیلی
میثم سلیمانی، مینا حاجی
سردبیر: رضا جمیلی
تحریریه: زوزان نقشبندی
غزل یگانگی
زهره قربانی
یاسمن رئوفیان

نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وب سایت: karangweekly.ir

آچاره



فرشاد حیدری مدیرعامل بانک آینده شد

در پی برگزاری مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده بانک آینده، فرشاد حیدری به عنوان مدیرعامل جدید این بانک انتخاب شد.



حسین حجتی زاده عضو هیئت مدیره جدید مبین نت شد

طی مراسمی حسین حجتی زاده به عنوان عضو جدید هیئت مدیره شرکت ارتباطات مبین نت جایگزین رضا کاظمی شد.



داود هادی فر مدیرعامل جدید های وب شد

شرکت های وب داود هادی فر را به عنوان مدیرعامل جدید خود برای مدیریت بحران مالی و کاهش ارزش سهام انتخاب کرد.



گزارش سالانه «خدمت از ما» منتشر شد

پلتفرم «خدمت از ما» در گزارشی که به مناسبت ۹ سالگی اش منتشر کرده اعلام کرد نظافت منزل، وانت بار و تعمیرات پکیج و یخچال، پرتقاضاترین خدمات کاربران ایرانی هستند.



نظرها و خبرها

VIEWS AND NEWS

شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم



را در طلاین انجام دهند. همین اعتماد منجر به رشد چشمگیر حجم معاملات شد؛ به طوری که مجموع تراکنش های سال ۱۴۰۳ در مقایسه با سال ۱۴۰۲ حدود ۱۵ برابر افزایش یافت. در سال گذشته ۵۵ نفر در طلاین فعالیت داشتند که شامل ۳۷ مرد و ۱۸ زن بودند. مسن ترین عضو تیم متولد ۱۳۵۸ و جوان ترین عضو متولد ۱۳۸۵ بود؛ ترکیبی که تجربه و انرژی جوانی را در کنار هم قرار داده و به رشد مجموعه کمک کرده است.

۱۴۰۳ تعداد کاربران طلاین ۲۴ برابر بیشتر از سال قبل شد. این افزایش تنها به جذب کاربران تازه محدود نبود؛ بلکه بخش قابل توجهی از آنها به مشتریان وفادار تبدیل شدند. تعامل مداوم کاربران با پلتفرم و استفاده مکرر از خدمات طلاین نشان دهنده میزان رضایت و اعتماد آنهاست.

همچنین صرف نظر از روزهای آرام یا پرنوسان بازار، کاربران ترجیح دادند خرید و فروش خود

نگاهی به گزارش عملکرد طلاین در سال ۱۴۰۳

رشد ۱۵ برابری تراکنش ها و ۲۴ برابر شدن کاربران طلاین

طلاین گزارش عملکرد سال ۱۴۰۳ خود را منتشر کرد. سال گذشته طلاین علی رغم چالش های متعدد در موضوعات مختلف رشد های قابل توجهی را رقم زد. افزایش کاربران، جهش در حجم تراکنش ها، توسعه سرمایه انسانی و زیرساخت های فنی، آغاز همکاری راهبردی با بانک کارگشایی برای حفظ سرمایه مشتریان و همچنین حضور پررنگ در رسانه ها و اجرای کمپین های تبلیغاتی از مهم ترین دستاوردهایی است که طلاین در سال ۱۴۰۳ به ثبت رساند. در پایان سال

مدیرعامل شهرزاد در پاسخ به انتقادات اخیر اعلام کرد که تا کسی آنلاین شهرداری موضوع صنفی نیست و نیاز به مجوز ندارد

شهرزاد قصد رقابت با بخش خصوصی را ندارد



کرده اند و پیش بینی می شود این عدد به ۲۰ تا ۲۵ هزار تاکسی برسد که روزانه ۵ تا ۷ هزار تاکسی فعال خدمات ارائه خواهند داد. او تأکید کرد شهرزاد قصد رقابت با بخش خصوصی را ندارد و سهم بازار هدف آن حدود ۵ درصد است. مدیرعامل شهرزاد همچنین تفاوت عملکرد نهادهای دولتی با بخش خصوصی را تشریح کرد و گفت فرایندهای قانونی و تشریفات اداری، سرعت عمل این سامانه را محدود می کند، اما هدف حفظ تاب آوری و ارتقای خدمات برای شهروندان است. سامانه تاکسی آنلاین شهرزاد بخشی از تلاش شهرداری برای مدرن سازی و شفافیت حمل و نقل شهری در تهران است.

احمد خورشیدی، مدیرعامل تاکسی آنلاین شهرزاد، تأکید کرد این سامانه ادامه خدمات شهرداری در فضای مجازی است و موضوع صنفی محسوب نمی شود، بنابراین نیازی به مجوز خصوصی ندارد. او با اشاره به فعالیت های شهرزاد گفت که این پلتفرم در گام نخست یک سامانه نظارتی برای خدمات شهرداری است و مشابه فروش آنلاین بلیت مترو یا خدمات تره بار، راه اندازی تاکسی آنلاین نیز بر اساس مصوبات شورای شهر انجام شده است. خورشیدی هدف اصلی سامانه را جمع آوری داده دقیق از فعالیت تاکسیران ها و شفاف سازی امکانات و امتیازات آن ها عنوان کرد. تاکنون حدود ۱۲ هزار تاکسی در سامانه ثبت نام

علی گل زاده، مدیرعامل داتا، از اهداف و دستاوردهای رویداد «چالشگران هوش مصنوعی» بانک تجارت می گوید

روایت داتا از نخستین رویداد هوش مصنوعی بانک تجارت



شدند. سپس ایده ها طی سه مرحله داوری با حضور ۲۵ متخصص فنی، بانکی و کسب و کار بررسی شد. در نهایت، ۱۰ تیم برتر انتخاب شدند که معیار اصلی آن ها قابلیت اجرایی در بستر بانک تجارت بود. به گفته مدیرعامل داتا یکی از چالش های طراحی رویداد، جلوگیری از پراکندگی ایده ها بود.

بانک تجارت صحبت شد. به گفته علی گل زاده، هدف این رویداد فرهنگ سازی و توانمندسازی کارکنان و تبدیل دغدغه های واقعی بانک به پروژه های عملی مبتنی بر هوش مصنوعی بود. استقبال کارکنان فراتر از انتظار بود و طی یک ماه بیش از ۵۰۰ ایده از شعب و واحدهای مختلف بانک ارسال شد؛ نشانه ای از عطش و توان بالای بدنه بانک در این حوزه. برای جلوگیری از پراکندگی، ایده ها در هشت دسته اصلی از جمله مدیریت ریسک، بهینه سازی فرایندها، شخصی سازی تجربه مشتری، مدیریت اعتبارات و امنیت سایبری سازمان دهی

بانک تجارت با همکاری شرکت داتا، بازوی تخصصی خود در حوزه داده و هوش مصنوعی، نخستین رویداد «چالشگران هوش مصنوعی» را در داخل سازمان و با مشارکت کارکنان برگزار کرد. هدف این رویداد فرهنگ سازی، توانمندسازی و تبدیل دغدغه های واقعی بانک به پروژه های عملی مبتنی بر هوش مصنوعی است، پاسخی به چالش همراه کردن یک بانک سنتی با فناوری های نوین بود. در گفت و گویی با علی گل زاده، مدیرعامل داتا، درباره دستاوردها، فرایند داوری و چشم انداز آینده رویداد «چالشگران هوش مصنوعی»



ظرفیتی بکر برای زمانی که دولت چابک نیست

کیفیت از خصوصی سازی می آید

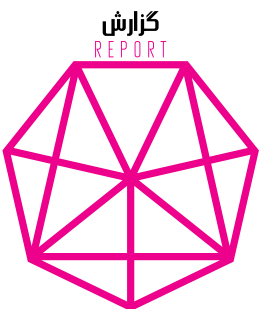
حسین جوشقانی، مشاور وزیر اقتصاد در پنجمین رویداد 100 CEOs از فرصتی صحبت کرد که بسیار ارزشمند است، اما گاهی کمتر به آن توجه می شود. یعنی؛ موضوع هوشمندسازی خدمات دولتی. او تعریف می کند که پیش از ورود به وزارت اقتصاد، ابعاد این موضوع برای من چندان روشن نبود. اما امروز وقتی به مجموعه خدماتی که توسط سازمان مالیاتی، گمرک، بیمه ها؛ از جمله بیمه مرکزی و همچنین بانک ها ارائه می شود نگاه می کنم، درمی یابم که این حوزه ظرفیتی بکر و بزرگ در اختیار بخش خصوصی قرار داده است. به ویژه برای آن دسته از فعالان تحول گرا که توانسته اند بر پای خود بایستند و آماده ورود به این عرصه باشند.

واقعیت این است که تنها راه ارائه خدمات باکیفیت از سوی دولت، برون سپاری به بخش خصوصی است. دولت به تنهایی نمی تواند چابکی، نوآوری و کیفیت مورد انتظار مردم را تأمین کند. اینجاست که نقش بخش خصوصی پررنگ می شود. این بخش با دانش، خلاقیت و سرعت عمل خود می تواند کیفیت خدمات دولتی را ارتقا دهد و به تحولی اساسی در این حوزه بینجامد.

من معتقدم این فرصت بسیار ارزشمند است و نباید از آن غافل شویم. شرایط کشور نیز در حال حاضر به گونه ای است که ظرفیت های فراوانی برای تحقق چنین تحولی وجود دارد. همه ما به خوبی می دانیم که کشور چه پتانسیل عظیمی دارد. دغدغه مشترک مادر حوزه تولید و ساختن، ایجاد می کند که از این ظرفیت مراقبت کنیم و آن را به بهترین شکل حفظ کنیم. اگر بتوانیم این مسیر را با هم دنبال کنیم، روزی خواهد رسید که این فرصت به موفقیتی بزرگ و ماندگار برای کشور تبدیل شود.



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم



پنجمین رویداد 100 CEOs برگزار شد

گردهمایی مدیران کسب و کارهای صنایع مختلف برای ارائه تجربیات و بررسی راهکارهای توسعه در شرایط فعلی اقتصاد کشور

کشور، موضوعات نوآورانه و پیشرفت های فناوریانه اهمیت ویژه ای یافته اند. همه ما باید به گونه ای عمل کنیم که دیگران نیز بتوانند حرکت ما را مشاهده کرده و مسیر پیشرفت ما ادامه پیدا کند. اگر فرایندهای کاری خود را به درستی رعایت کنیم، نتیجه آن اتفاقی مثبت خواهد بود که حداقل برای همه ما رضایت بخش خواهد بود.

او تأکید کرد که فعالان اقتصادی و دست اندرکاران فناوری باید به گونه ای عمل کنند که حرکت آن ها برای دیگران قابل مشاهده باشد تا مسیر توسعه و پیشرفت ادامه یابد. او در ادامه بیان

در پنجمین رویداد 100 CEOs، علی مسعودی، رئیس کمیسیون فاوای اتاق ایران، به اهمیت همت و استمرار در مسیر پیشرفت فناوری کشور پرداخت و تأکید کرد که توسعه و نوآوری های فناوریانه بدون تلاش مستمر فعالان اقتصادی و رعایت دقیق فرایندها امکان پذیر نیست. او با اشاره به نقش کلیدی امید در فعالیتهای اقتصادی گفت: «داشتن امید بسیار مهم است، اما کافی نیست. باید هم امید داشته باشیم و هم با همت حرکت کنیم؛ این حرکت کردن است که موجب ایجاد اتفاقات مثبت و پیشرفت روبه جلو خواهد شد.» مسعودی در ادامه گفت: «باتوجه به تحولات جاری در سیستم فناوری

علی مسعودی در پنجمین رویداد 100 CEOs : پیشرفت در سیستم فناوری کشور نیازمند همت و استمرار در حرکت است





معاون مالی هلدینگ
آذین خودرو از تاب‌آوری
در بحران‌ها می‌گوید

عبور از روزهای سخت همکاری جمعی را می‌طلبد

◀ غلامرضا سلیمانیان، معاون مالی هلدینگ آذین خودرو، در پنجمین رویداد CEOs 100 از تجربه و عملکرد این گروه صنعتی صحبت کرد. تجربه‌ای که از ابتدای دهه هفتاد آغاز شد و تا امروز ادامه دارد. به گفته غلامرضا سلیمانیان، گروه آذین خودرو از سال ۱۳۷۰ فعالیت خود را در زمینه تولید قطعات داخلی خودرو آغاز کرده است و اکنون قادر است تمامی اجزای داخلی خودرو، از صندلی گرفته تا سقف، را تولید کند. این مسیر، نتیجه سال‌ها تلاش و تمرکز بر توسعه داخلی بوده است.

◀ شرایط اقتصادی موجود و ریسک‌های مرتبط با پول و تأمین یکی از اصلی‌ترین چالش‌های کسب‌وکارهای ایرانی است و حتی ممکن است در مواقعی خود را در قالب بحران نشان دهد تا چالش، سلیمانیان در این باره می‌گوید که در چنین موقعیت‌هایی، فرصت‌هایی برای رشد و نوآوری به وجود می‌آید. به اعتقاد او، در روزهای بحران، همه فعالان صنعتی در یک کشتی مشترک حضور دارند و موفقیت نصیب کسانی می‌شود که با خلاقیت ذهنی و مدیریتی بتوانند کشتی کسب‌وکار خود را بر سطح آب نگه دارند.

◀ سلیمانیان همچنین تأکید کرد که عبور از این مسیر تنها با تجربه و تلاش فردی امکان‌پذیر نیست، بلکه نیازمند هم‌فکری و همکاری جمعی است. در همین رابطه، تبادل نظر و تعامل میان فعالان می‌تواند به خلق ایده‌های تازه و راهکارهای خلاقانه منجر شود و همین امر مدیریت بحران را تسهیل کند.



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم

رویداد ۱۰۰ مدیرعامل به میزبانی کارخانه نوآوری راه‌کار و با حمایت شرکت زیبال و پارت، برای پنجمین ماه متوالی برگزار شد و مدیران عامل و صنایع مختلف ایران در فضایی صمیمانه به معرفی فعالیت‌ها و خدمات شرکت خود پرداختند و تجربیات خود را در زمینه مدیریت و توسعه کسب‌وکار در شرایط کنونی کشور به اشتراک گذاشتند. سخنران‌های این رویداد شامل مهدی معصومی، بنیان‌گذار و مدیرعامل تلاونگ، غلامرضا سلیمانیان معاون مالی هلدینگ آذین خودرو، مهدی خلیج مدیرعامل شرکت آب‌معدنی دی‌دی، علی مسعودی، رئیس کمیسیون فاوای اتاق ایران، مهدی فاطمیان، مدیرعامل زیبال، یاسر مرادی، عضو هیئت‌مدیره بانک صادرات، وحید رحیمیان، مدیرعامل مایکت، سارا حلم‌زاده، قائم‌مقام فوریکس، مریم بهیمانی، مدیرعامل درج، سه‌نند عقدایی مدیرعامل و بنیان‌گذار اسپیلت البرز، حسین جوشقانی، بنیان‌گذار صاب ملک، مسعود ملک محمدی، بنیان‌گذار و مدیرعامل تبدیل بودند.

فعالیت کرده‌اند؛ چه پیش و چه پس از جنگ ۱۲ روزه، با مشکلاتی چون مسائل سازمان تأمین اجتماعی، مالیات، بحران‌های منابع انسانی، نقدینگی و تنظیم‌گری. قربانی گفت که هر بار انتظار عقلانیت در سیاست‌گذاری وجود دارد، اما تصمیم‌های عجیب‌تری گرفته می‌شود. او ادامه داد که همه تلاش‌ها در نهایت برای به گردش درآوردن اقتصاد کشور و افزایش کیفیت زندگی مردم است و هر فردی در این مسیر برای خود سودی داشته، اما منفعت جمعی که ایجاد شده باید روایت شود. او تأکید کرد که این روایت در سال‌های اخیر تغییر یافته و می‌توان با تمرکز بر همان سه مفهوم کلیدی آن را پیش برد. قربانی همچنین اعلام کرد که از مهرماه، رویدادهای راه‌کار پس از یک دوره تعطیلی با جدیت از سر گرفته می‌شوند؛ برخی با مقیاس بزرگ و تا سه هزار نفر شرکت‌کننده و برخی کوچک‌تر با ۵۰۰ نفر. در این میان نیز رویدادهای کوچک‌تر و جمع‌وجورتر برگزار خواهد شد. او در پایان تأکید کرد که هدف از برگزاری رویدادها صرفاً اجرای یک برنامه نیست، بلکه گرد هم آوردن افراد برای تکرار یک پیام مشترک است؛ پیامی که بر این اصل استوار است که همه فعالان، چه در دولت و حاکمیت، چه در بخش خصوصی و چه مردم مستقل از این دو، بر یک کشتی مشترک سوار هستند و اگر این کشتی آسیب ببیند، همه متضرر خواهند شد.

◀ زیبال؛ همراه مالی کسب‌وکارها

مهدی فاطمیان، مدیرعامل زیبال، نیز با معرفی خدمات شرکت خود گفت: «هر سرویسی که بانک‌ها به شما ندادند، هر سرویسی که شرکت‌های پرداخت الکترونیک ارائه نکرده‌اند، ما ارائه می‌دهیم ارائه‌دهنده خدمات مالی به کسب‌وکارها در خدمت شما هستیم.» فاطمیان در پایان ضمن قدردانی از برگزارکنندگان، از حاضران دعوت کرد تا از خدمات زیبال بهره‌مند شوند.

◀ رشد دیگران، رشد ماست

وحید رحیمیان، مدیرعامل مایکت، نیز درباره اهمیت همکاری بین کسب‌وکارها بیان کرد: «به‌نظم شرایط دشوار بوده و دشوارتر هم شده است و این فرایند نیازمند همدلی، همکاری و همراهی بین کسب‌وکارها است. نوع کسب‌وکار ما به گونه‌ای است که با ۲۰ هزار توسعه‌دهنده همکاری می‌کنیم و رشد دیگران، رشد ماست؛ اما بسیاری از کسب‌وکارها ماهیت رقابتی دارند و باید یک طرف برنده و دیگری بازنده باشد. باین حال، در شرایط کنونی کشور، همدلی و همکاری بسیار کمک‌کننده است.»



زمینه‌ساز موفقیت‌های پایدار در صنعت فناوری کشور باشد و مسیر توسعه را برای تمامی فعالان این حوزه هموار کند.

نهایی راه‌کار همواره توسعه ایران از مسیر نوآوری بوده و تجربه ۱۰ تا ۱۵ ساله این مجموعه در فضای نوآوری نشان می‌دهد که این مسیر می‌تواند نقش مؤثری ایفا کند. مدیر توسعه کسب‌وکار راه‌کار ابراز امیدواری کرد که مفهوم باشگاه مدیران از دل رویداد ۱۰۰ مدیرعامل شکل گیرد و در کنار سایر بیزینس لاین‌های مجموعه از جمله رسانه‌ها و رویدادهای تخصصی، و همچنین انتشارات راه پرداخت که بیش از یک دهه در حوزه تکنولوژی و نوآوری فعال است، بتواند به توسعه زیست‌بوم‌های تخصصی اقتصاد کشور کمک کند. او در پایان بیان کرد که راه‌کار با همراهی کسب‌وکارهایی که در این سال‌ها در ساخت و تقویت اکوسیستم‌ها مشارکت داشته‌اند، همچنان با وجود چالش‌ها و موانع، برای تحقق توسعه ایران از رهگذر نوآوری تلاش خواهد کرد.

◀ روایت درست تجربیات کسب‌وکارها

در ادامه رضا قربانی، مدیرعامل راه‌کار، با مرور مسیر فعالیت‌های این مجموعه گفت که راه‌کار در سال‌های گذشته دو مسیر را برای ساختن روایت در دنیای اقتصاد و کسب‌وکار دنبال کرده است؛ نخست مسیر رسانه‌ای که از طریق پایگاه خبری، هفته‌نامه و ماهنامه در ۱۴ سال گذشته به طور مستمر پیش رفته و دوم برگزاری رویدادها که در سه تا چهار سال اخیر پنج رویداد اصلی در این حوزه برگزار شده است. او توضیح داد که سومین رویداد ۱۰۰ مدیرعامل درست پس از جنگ ۱۲ روزه برگزار شد، درحالی که فضای ناامیدی و ابهام سنگینی بر جامعه حاکم بود. قربانی تأکید کرد که هدف اصلی، گرد هم آوردن افراد اثرگذار در سه حوزه کلیدی یعنی کسب‌وکار، تکنولوژی و نوآوری است؛ سه کلیدواژه‌ای که نخ تسبیح تمام فعالیت‌های راه‌کار طی این سال‌ها بوده‌اند. مدیرعامل راه‌کار توضیح داد که مأموریت مجموعه ساختن روایت درست است؛ روایتی نه اشتباه و نه تحریف‌شده، بلکه بازگوکردن تجربه‌ها و تاریخ به‌صورت زنده و سینه‌به‌سینه، برای آنکه آینده مبهم پیش‌رو روشن‌تر شود. او تأکید کرد که در شرایط سخت و توصیه به سکون، مدیران کسب‌وکار در کشور همواره در دشوارترین وضعیت‌ها

اقتصاد و توسعه کشور ایفا می‌کنند، هرگونه کوتاهی در رعایت فرایندها و کاهش همت فعالان می‌تواند مسیر پیشرفت را کند، کند و فرصت‌های رشد را از دست بدهد.

◀ او همچنین بر اهمیت شفافیت و قابلیت‌رصد حرکت‌ها در حوزه فناوری تأکید کرد و اضافه کرد که وقتی سایر فعالان اقتصادی بتوانند روند و مسیر حرکت یک مجموعه را مشاهده کنند، این موضوع باعث تقویت انگیزه و ایجاد استانداردهای بالاتر در کل سیستم می‌شود. در پایان، مسعودی تأکید کرد که امید، همت و رعایت فرایندها می‌تواند

رویداد ۱۰۰ مدیرعامل که هر ماه برگزار می‌شود با تمرکز بر موضوعاتی چون نوآوری، تغییر و تحول دیجیتال طراحی شده تا بستری برای تبادل تجربه میان مدیرانی فراهم کند که در سطحی متفاوت از مدیریت و تصمیم‌گیری با مسائل روز اقتصاد کشور مواجه هستند.

◀ تمرکز رویداد ۱۰۰ مدیرعامل، بر نوآوری، تحول دیجیتال و آینده‌نگری در کسب‌وکارها

در ابتدای رویداد، رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب‌وکار راه‌کار، با اشاره به اهداف و رویکردهای این برنامه توضیح داد که این رویداد از ابتدای سال جاری و با انگیزه پرداختن به مسائل و چالش‌هایی که مدیران عامل و مدیران ارشد اجرایی در شرکت‌ها با آن روبه‌رو هستند طراحی شده است. او در ادامه اشاره کرد که این رویداد حتی از پیش از جنگ و در حین جنگ نیز برگزار شد و اکنون با این امید ادامه دارد که هم فضایی صمیمانه برای مدیرانی ایجاد

شود که دغدغه‌ها و مسائلشان در سطحی متفاوت از کسب‌وکارها تعریف می‌شود و هم در گذر زمان، شبکه‌ای از مدیران ارشد اجرایی شکل بگیرد که بتواند ارزش آفرینی کند؛ چه برای شرکت‌های فعال در این فضا و چه برای مدیرانی که در اکوسیستم‌های مختلف اقتصادی کشور فعالیت دارند. او تأکید کرد که برخلاف بسیاری از فعالیت‌های سال‌های گذشته راه‌کار که بیشتر در حوزه تکنولوژی و اکوسیستم اقتصاد دیجیتال متمرکز بوده، در رویداد ۱۰۰ مدیرعامل تلاش شده تا مدیران بخش‌های مختلف اقتصادی گرد هم آیند. به گفته او، هرچند نوآوری همچنان کلیدواژه اصلی این برنامه است، اما هدف گردهم آوردن مدیرانی بوده که تغییر، تحول دیجیتال و آینده‌نگری جایگاهی مهم در ذهن و چشم‌انداز کسب‌وکارشان دارد. جمیلی با اشاره به برگزاری چهار تا پنج رویداد تاکنون، بازخوردها را مثبت دانست و هدف اصلی را شکل‌گیری یک باشگاه از مدیران ارشد اجرایی معرفی کرد. او بیان کرد که این باشگاه می‌تواند هم به مدیران برای کمک به یکدیگر یاری رساند و هم به رشد کسب‌وکارها کمک کند. او همچنین تأکید کرد که هدف

کرد که رعایت درست فرایندهای کاری نه تنها موجب بهره‌وری بیشتر می‌شود، بلکه نتایج مثبت آن برای تمامی فعالان این حوزه رضایت‌بخش خواهد بود. رئیس کمیسیون فاوای اتاق ایران تأکید کرد که حرکت مستمر در مسیر نوآوری و فناوری، همراه با امید و همت، شرط اصلی موفقیت در این عرصه است.

◀ به گفته او فرایندهای دقیق و منظم می‌توانند به افزایش کیفیت و اثرگذاری فعالیت‌ها کمک کنند و باعث شوند هر اقدام مثبت، تأثیر گسترده‌ای بر توسعه فناوری کشور داشته باشد. مسعودی افزود که در شرایطی که فناوری و نوآوری نقش کلیدی در



درباره رویداد پلتفرمی
100CEOs از راه کار

همفکری جمعی مدیران عامل ایرانی

رویداد 100 CEOs، یکی از سلسله رویدادهای کارخانه نوآوری راهکار است که یکشنبه‌های آخر هر ماه با حضور مدیران عامل صنایع گوناگون و بخش‌های متفاوت اقتصادی از جمله شرکت‌های بزرگ تولیدی، فناوری مالی، لجستیک، سلامت، استارت‌آپ‌ها و برگزار می‌شود.

این رویداد در فضایی صمیمی و متمرکز بر گپ و گفت و شبکه‌سازی و باهدف اشتراک‌گذاری تجارب و ارائه ایده‌های نو برای ایجاد ارتباطات پایدار در اکوسیستم‌های مختلف کسب‌وکار طراحی شده است. 100 CEOs در واقع پلتفرمی است برای پرداختن به نیازها و دغدغه‌های مدیران عامل ایرانی.

مدیران عامل در این رویداد از دغدغه‌ها، اولویت‌ها و راهکارهای فعلی کسب‌وکار و اکوسیستم خودشان می‌گویند و درباره فرصت همکاری با یکدیگر حرف می‌زنند.

رویداد 100 CEOs از ابتدای سال جاری، برپا شده است و تاکنون ۵ دوره از آن با حضور بیش از ۵۰۰ مدیرعامل و بنیان‌گذار از شرکت‌هایی چون، فرورآورده‌های سحر، فومن شیمی، اسنپ، دیجی کالا، تلاونگ، توسن، هلدینگ فاخر، مبین نت، بازار، علی بابا، کارگزاری فارابی، لایکو، ب آ، ایده ونچرز، مایکت، گروه مالی کیان، دیوار، بانی مد، مایکت، رمیس، پارت، زیبال، راهبرد هوشمند شهر، گروه مالی فیروزه، تخفیفان، آذین خودرو، محک و غیره حضور داشتند.

تاب‌آوری در شرایط بحرانی، انتقال مدیریت به نسل جوان، توسعه نوآوری و ابزارهای آن، هم‌افزایی بخش خصوصی و دولتی، کارآفرینی در دورانی که به نظر می‌رسد، ظرفیتی باقی نمانده است، شرکتداری بعد از جنگ برخی محورهایی بوده‌اند که در رویداد 100 CEOs تاکنون به بحث گذاشته شده‌اند.



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم







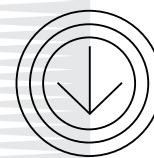
توسعه بازار با انرژی نسل زد و قدرت هوش مصنوعی

گفت و گو با مهدی معصومی، بنیان گذار تلاونگ، درباره
مسیر نوآوری و توسعه بازار تخم مرغ



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم

گزارش REPORT



مریم بهبهانی، مدیرعامل کیف پول سخت افزاری درج:

مردم، باور نمی کردند سخت افزار ایرانی با کیفیت باشد

نوشتیم که کیف پول سخت افزاری ساخت ایران، خیلی سخت بود، چون اصلاً برای کسی باورکردنی نبود که یک محصول باکیفیت در ایران ساخته شود. همیشه فکر می کردیم تولیدات تکنولوژی مثل موبایل و غیره فقط برای غرب و چین است، اما ما توانستیم در ایران این محصول را بسازیم و واقعاً آن اعتماد عمومی که به ما شد، ما را به این نقطه رساند و اکنون در خدمت شما هستیم.

جنگ ۱۲ روزه تلنگری بود برای افرادی که دارایی های خود را در صرافی ها یا پلتفرم هایی که دست خودشان نبود نگهداری می کردند. این برهه نشان داد که دارایی باید در اختیار خود فرد باشد. نیاز به کیف پول سخت افزاری در این دوران بیش از پیش نمایان شد. اگر تا الان هستیم، یعنی از سال ۱۳۹۸ تا کنون، ناشی از اعتمادی است که به ما شده است. روز اول که درج ساخته شد و



سارا حلم زاده، قائم مقام فوربیکس:

اقتصاد خرد کشور ضعیف است و نیازمند حمایت

کسب و کارهای خود دارند، بتوانند با ما همکاری کنند و محصولاتشان در قالب فوربیکس عرضه شود.

پس از جنگ ۱۲ روزه، همه فعالان اقتصادی از آن و آثار آن بر اقتصاد کشور می گویند؛ واقعیت این است که امروز ما نیاز داریم که این بدنه ضعیف اقتصاد خرد کشور را تا حدی حمایت کنیم. واقعیتش این است که خودم پس از اتفاقاتی که در چند ماه اخیر رخ داده، خیلی مصمم تر شدم به کاری که باید انجام دهم.

فوربیکس نئوبانک، کسب و کاری است که در حال حاضر در بانک اقتصاد نوین در حال بهره برداری است و با سرمایه گذاری و حمایت بی دریغ شرکت توسن به این مرحله رسیده است. در فوربیکس تلاش می کنیم که به کسب و کارها ابزارهایی ارائه دهیم تا بتوانند بدون پیچیدگی و بدون دغدغه، مدیریت مالی کسب و کار خود را انجام دهند. در این مسیر مجبور شدیم که فوربیکس را به عنوان یک پلتفرم ارائه کنیم و بسیار خوشحال می شویم اگر کسب و کارهای دیگر محصولاتی برای



مسعود ملک محمدی، بنیان گذار و مدیرعامل تبدیل

تعدیل نیرو، فقط سرعت اتمام منابع را کاهش می دهد

ما افزایش نمی یابد و تنها سرعت اتمام منابع کمتر می شود؛ بنابراین تمرکز خود را بر توسعه گذاشتیم. ما با شبکه صرافی ها و امکانات ارز دیجیتال، خدمات پرداختی را فراهم کرده ایم و امیدواریم همه بتوانیم به سلامت از شرایط موجود عبور کنیم و روزهای شادتری را در کنار هم تجربه کنیم.

گروه تبدیل کار خود را زمستان ۱۳۹۸ آغاز کرد. اکنون بیش از ۴ میلیون کاربر داریم و تیم ما به ۱۸۰ نفر رسیده است. پس از تنش های اخیر در کشور، زمانی که به شرکت بازگشتیم، اعضای تیم پرسیدند آیا تعدیل نیرو خواهیم داشت یا خیر. اولین پاسخی که به تیم دادم این بود که با تعدیل کردن، سرمایه





از سال ۱۳۶۰، زمانی که شرکت تلاونگ فعالیت خود را با تولید تخم مرغ آغاز کرد، این شرکت مسیر طولانی و نوآورانه‌ای را در صنعت طی کرده است. امروز تلاونگ به عنوان رهبر نوآور بازار تخم مرغ و محصولات پروتئینی شناخته می شود. مهدی معصومی، بنیان گذار شرکت تلاونگ در گفت و گو با کارنگ، درباره مسیر رشد کسب و کار، توسعه صنایع تبدیلی تخم مرغ و ایده های آینده نگارانه برای توسعه بازار با نسل Z و هوش مصنوعی صحبت کرد. او از تجربه های پیشگامانه خود و تولید محصولات نوآورانه و ایده مدیریت هوشمند تیم های معرفی محصول سخن گفت.

◀▶ **کسب و کار شما در چه حوزه ای فعالیت می کند و مهم ترین محصولات نوآورانه شما چیست؟**

مهدی معصومی: فعالیت ما از سال ۱۳۶۰ در زمینه تولید تخم مرغ آغاز شد، اما از سال ۱۳۸۰ وارد فرآوری تخم مرغ و صنایع تبدیلی آن شدیم و پیش از آن نیز زنجیره تأمین تخم مرغ را ایجاد کرده بودیم؛ به این معنا که فعالیت ما تنها محدود به تولید نبوده و برخی بخش های زنجیره مانند تولید دان، تولید والتیو و موارد مشابه را نیز شامل می شد. تا پیش از سال ۱۳۸۰ عمدتاً فعالیت ما به صورت B2B بود و از سال ۱۳۸۰ به بعد وارد حوزه B2C در محصولات تخم مرغ و صنایع تبدیلی آن شدیم. عمدتاً از سال ۱۳۹۰ به بعد صنایع تبدیلی را توسعه داده ایم و تنوع محصولات ما در حال حاضر بسیار زیاد است، محصولاتی که پایه آن ها پروتئین تخم مرغ است. در واقع، صنایع تبدیلی تخم مرغ در ایران در مراحل اولیه قرار دارد و تنها شرکتی که در این حوزه فعالیت می کند

ما هستیم؛ کسی تاکنون روی این حوزه به طور جدی کار نکرده است. در آینده حتماً اتفاقات بسیار بهتری رخ خواهد داد، اما در حال حاضر تمرکز ما روی پروتئین تخم مرغ است. پروتئین تخم مرغ یکی از بهترین و کامل ترین پروتئین ها است و به مراتب از پروتئین وی و پروتئین سویا نیز بهتر است، اما متأسفانه چون در ایران وجود نداشته و پیش تر توسعه نیافته، تاکنون خیلی روی آن کار نشده است. به هر حال، ما در حال کار روی آن هستیم. نوآوری های زیادی انجام داده ایم، زیرا هر کاری که در این بخش انجام

می دهیم به نوعی نوآوری محسوب می شود، چرا که پیش تر کسی در ایران در این زمینه فعالیت نکرده بود؛ البته بسیاری از این نوآوری ها در خارج از کشور نیز وجود ندارد، زیرا نیازی به آن ها نداشته اند.

◀▶ **چطور کسب و کار خود را در طول سال ها توسعه داده اید؟**

معصومی: کاری که ما در طول این سال ها انجام دادیم، بخشی از آن قبل از سال ۸۰ مربوط به خود صنعت مرغداری بود، چون ما در حوزه B2B فعالیت می کردیم. اولین سایت اینترنتی صنعت مرغداری را ما راه اندازی کردیم. این سایت هم علمی بود، هم خبری و هم شامل بحث قیمت ها بود. این داستان مربوط به اوایل ورود اینترنت به ایران است، حدود سال ۷۶ به بعد، زمانی که کسی در صنعت مرغداری اینترنت را نمی شناخت. ما در آن زمان برای تمامی استان های کشور، دستگاه کامپیوتر فرستادیم و آموزش های لازم را ارائه کردیم. سپس بوتلن های علمی را به صورت رایگان برای همه ایران ارسال می کردیم. برای اولین بار، ما تمام کشور را تحت پوشش قرار دادیم و به تمام مرغداری های ایران فلایپ هایی ارسال کردیم که شامل نرم افزارهای تخصصی در حوزه های مختلف IT و مدیریت مرغداری بود. همچنین در زمینه محصولات، اقداماتی مانند تولید سفیده های پخته تخم مرغ انجام دادیم که تنها در ایران طراحی و تولید شده و در خارج از ایران موجود نیست. در حوزه های دیگر نیز محصولاتی مانند پروتئین بار، ساندریج های مبتنی بر سفیده تخم مرغ و نان های پروتئینی طراحی کردیم. برخی از این محصولات وارد بازار شدند و برخی دیگر به دلایلی عرضه نشدند.

◀▶ **در حوزه توسعه محصول شما به هوش مصنوعی و نسل زد اشاره کردید. چطور می شود از ترکیب هوش مصنوعی و نسل Z برای مدیریت تیم، معرفی محصولات و توسعه بازار استفاده کرد؟**

معصومی: در حوزه توسعه محصول و از این مهم تر، توسعه کسب و کار و معرفی محصول، مدلی که در ذهن من است و اکنون درخواست کرده ام بررسی شود که آیا در حوزه هوش مصنوعی کسی می تواند کمک کند یا خیر، به این شکل است که هر نفر به صورت تک به تک با یک مؤسسه، یک شرکت، یک مدرسه یا یک باشگاه ورزشی برود و محصولات ما را معرفی کند. من به دنبال موضوعی هستم که با استفاده از هوش مصنوعی بتوان برای مثال یک تیم ۲۰۰ نفره را مدیریت کرد، بدون آنکه نیاز باشد با خود افراد صحبت کنم. بدین معنا که بدانم هر فرد در چه ساعتی کجا رفته، چه صحبت هایی انجام داده، نقاط ضعف صحبت هایش چیست و به چه نتیجه ای رسیده است، و هوش مصنوعی بتواند این ۲۰۰ نفر را پردازش کرده و بهترین ها را انتخاب کند و توصیه کند که چگونه مذاکره کرد. در واقع، یک ایجنت هوش مصنوعی ایجاد می شود که تاکنون وجود نداشته و من آن را جایی ندیده ام. شرکت های توانمند در این حوزه باید این مدل را طراحی کنند و من نیز گفته ام هر کسی که علاقه مند باشد، می توانم با او مذاکره کنم. چیزی که می خواهم، ایجاد ارتباط تنگاتنگ یک تیم با نسل Z است؛ به گونه ای که نسل Z خود آگاه شود و خود به خود آگاه شود و خود به ما کمک کند تا محصولاتمان را از طریق هوش مصنوعی به جامعه معرفی کنیم.

▲▲▲▲▲
چیزی که می خواهیم، ایجاد ارتباط تنگاتنگ یک تیم با نسل Z است؛ به گونه ای که نسل Z خود آگاه شود و خود به ما کمک کنند تا محصولاتمان را از طریق هوش مصنوعی به جامعه معرفی کنیم

خوبی برای آنها ایجاد خواهد کرد و این خواسته من است.



سهند عقدایی در پنجمین رویداد CEOs 100:

توان ما برای حل مسئله در بحران

◀ **سهند عقدایی، مدیرعامل و بنیان گذار اسپیلت البرز، با معرفی فعالیت های این مجموعه گفت: «من سال ۱۳۸۵ شرکت البرز را تأسیس کردم در زمینه گردشگری و تا الان بالغ بر ۱۰۰ مقصد خارجی با تورهای طبیعت گردی ایجاد کردیم.**

◀ کاری که در این شرایط باید انجام دهیم این است که باید توان حل مسئله مان را در شرایط بحرانی افزایش دهیم. صبح بلند می شویم و می بینیم امروز چه خبر است، برای مشکلات پیش آمده پلن می ریزیم، متغیرهای جدید که ایجاد می شود دوباره بررسی و برنامه ریزی می کنیم و این گونه تاب آوری خود را حفظ می کنیم. این تاب آوری که ما ایرانی ها داریم به هیچ وجه خارجی ها این توان را ندارند..»

◀ عقدایی در ادامه گفت: «بسیار کار آزموده شدیم و توان حل مشکلمان بالا رفته که می توانیم با متغیرهای مختلف و اتفاقات مختلف خودمان را بهینه کنیم و رفتارمان را سازگار کنیم.

◀ اگر ظرفیت های خارجی برای ما باز شود، تحریم ها برداشته شود، امکان سرمایه گذاری فراهم شود یا مراودات امکان پذیر شود، ما آمادگی داریم و فکر می کنم به همین انگیزه باید تاب آوری را حفظ کنیم و وقتی زمانش برسد، موفقیت بزرگی رقم خواهیم زد.»



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم





درباره دی دی واتر از زبان
مهدی خلج

از راهکارهای نوآورانه علاقه‌مندان استقبال می‌کنیم

مهدی خلج، قائم مقام شرکت آب‌معدنی دی دی در رویداد 100 CEOs به تشریح جایگاه این شرکت در ساختار هلدینگ رایسکو پرداخت. به گفته او، دی دی واتر یکی از شرکت‌های زیرمجموعه این هلدینگ بزرگ است؛ هلدینگی که در حوزه‌های گوناگونی همچون قطعات خودرو و تولید صنعتی فعال است و سهام‌داری شرکت‌های بزرگی مانند ایران خودرو و گروه بهمن را نیز در کارنامه خود دارد.

یکی دیگر از زیرمجموعه‌های رایسکو، گروه آمپر است که مأموریت آن پرورش استعداد‌های نوین، ایجاد فعالیت‌های تازه و اعمال تغییرات مورد نیاز در مسیر توسعه است. بنا بر گفته‌های خلج، این مجموعه در استان اردبیل مستقر است و توانسته باتکیه بر کیفیت بالا و تنوع محصولات، جایگاه قابل توجهی در بازار آب‌معدنی به دست آورد. دی دی واتر علاوه بر تولید، به ابعاد اجتماعی فعالیت خود نیز توجه داشته و موفق شده در زمینه کارآفرینی و اشتغال‌زایی در استان اردبیل نقش مؤثری ایفا کند.

در حال حاضر دی دی واتر بر مسیر توسعه تمرکز کرده و آماده است با نگاه باز، پذیرای ایده‌های نو و خلاقانه باشد. او از فعالان، پژوهشگران و علاقه‌مندان حوزه نوآوری دعوت کرد که با این شرکت همراه شوند و با ارائه دیدگاه‌ها و راهکارهای تازه، این مجموعه را در حرکت به سوی توسعه یاری دهند. قائم مقام دی دی واتر در پایان تأکید کرد که نوآوری و خلاقیت زمانی معنا پیدا می‌کند که با مشارکت و همکاری جمعی همراه شود و دی دی واتر آماده است تا بستر این همکاری را برای همه علاقه‌مندان فراهم آورد.

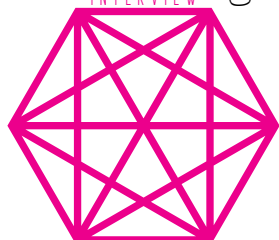


شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم



پوزهای اندرویدی چگونه تجربه مشتری را بهبود می‌بخشد؟

گفتگو
INTERVIEW



گفت‌وگو با حسین علی محمدی، مدیر کارخانه و سازمان فروش طرح و تجارت صانعی درباره تأثیر پوزهای اندرویدی بر تجربه مشتری و تحولات صنعت پرداخت

شرکت طرح و تجارت صانعی، از سال ۱۳۹۳ در حوزه تولید تجهیزات پرداخت الکترونیکی فعالیت می‌کند و تمرکز اصلی آن بر ساخت دستگاه‌های کارتخوان اندرویدی است؛ دستگاه‌هایی که به عنوان نسل جدید پوزها، امکاناتی فراتر از پرداخت ساده در اختیار کسب و کارها قرار می‌دهند. این شرکت با بهره‌گیری از ظرفیت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، در تلاش است نقش پوزها را در ساده‌تر و یکپارچه‌تر شدن خدمات برای مشتریان پررنگ‌تر کند. در گفت‌وگو با حسین علی محمدی، مدیر کارخانه و سازمان فروش طرح و تجارت صانعی (از برند سانپار)، درباره نوآوری‌ها و قابلیت‌های پوزهای اندرویدی و تأثیر آن‌ها بر تجربه مشتری صحبت کرده‌ایم.

رویداد گلدآپ ۲ راه کار

در نمایشگاه
الکامپ ۱۴۰۴

۶ مهرماه ۱۴۰۴



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم

این تجهیزات عرضه می شود که ظرفیت های بالاتر و قابلیت های بیشتری را در اختیار کاربران قرار می دهند. اما نکته مهم این است که بسیاری از قابلیت های اضافه شده به این تجهیزات، در واقع مربوط به دنیای نرم افزار است؛ یعنی نرم افزارهایی که بر روی این دستگاه ها نصب می شوند و امکانات مختلفی را برای کاربران جامعه فراهم می کنند.

برای مثال، درگذشته در رستوران ها، یک نفر با یک تبلت می آمد و مشتریان سفارش خود را ثبت می کردند. اما اکنون دیگر نیازی نیست همان کار روی پوز انجام شود؛ با استفاده از پوزهای اندرویدی، مشتری می تواند مستقیماً روی همان میز سفارش خود را ثبت کند، سرویس دریافت کند و فاکتور به صورت خودکار به سازمان امور مالیاتی ارسال شود. این یعنی همان قابلیت هایی که پیش تر فقط در نرم افزارها قابل پیاده سازی بود، اکنون روی دستگاه های پوز اجرا می شوند و تجربه ای یکپارچه و راحت برای کاربران فراهم می کنند.

این نوآوری باعث شده هم برای مردم و هم برای پذیرنده ها سهولت و راحتی بیشتری ایجاد شود و روند انجام کارها سریع تر، شفاف تر و دقیق تر باشد. به همین دلیل است که توسعه و به روز رسانی قابلیت های نرم افزاری روی این دستگاه ها نقش بسیار مهمی در تحول تجربه خدمات در جامعه دارد و موجب اتفاقات مثبت و ملموس در زندگی روزمره می شود. ما هم اکنون همین تولید را در مجموعه خود انجام می دهیم و در حال حاضر ظرفیت تولید بسیار خوبی داریم. تجهیزات ما روی PSP های مختلف شرکت های گوناگون تأییدیه گرفته و وارد بازار شده اند. این نسل جدید دستگاه ها هنوز برای بسیاری از مردم و کسب و کارها ناشناخته است، بنابراین ضروری است که بیشتر با آن ها آشنا شوند تا بتوانند فعالیت های خود را گسترش دهند و راحتی بیشتری در فرایندهای کاری خود ایجاد کنند.

برای مثال، موضوعی مانند باشگاه مشتریان اهمیت بسیار زیادی در افزایش فروش شرکت ها دارد. با استفاده از همین پوزها، کسب و کارها می توانند یک باشگاه

مشتریان جامع و کارآمد ایجاد کنند، از سیستم های پیامکی برای ارتباط با مشتریان بهره ببرند، طرح های تشویقی اجرا کنند، جایزه دهی داشته باشند و حتی قرعه کشی برگزار کنند. قبلاً این کارها روی سیستم های جداگانه انجام می شد و نیاز بود اطلاعات مشتریان به صورت پراکنده جمع آوری شود، اما اکنون همه این فرایندها در یک محیط واحد روی پوز قابل انجام است. این ها نمونه هایی از قابلیت هایی هستند که در حوزه پوز قابل پیاده سازی و بهره برداری هستند.

آیا فعالیت شرکت فقط محدود به تولید پوز است یا برنامه ای برای ورود به سایر تجهیزات پرداخت هم دارید؟

علی محمدی: ما در حال تحقیق و مطالعه برای گسترش فعالیت هایمان در حوزه کیوسک ها و سایر تجهیزات حوزه پرداخت هستیم و مراحل آماده سازی و برنامه ریزی برای شروع این فعالیت ها را دنبال می کنیم. این یکی از حوزه های اصلی مجموعه ما است و تمرکز فعلی مان بر روی توسعه قابلیت ها و خدمات پوزهاست تا بتوانیم نیازهای متنوع کاربران و کسب و کارها را پوشش دهیم و تجربه ای ساده، یکپارچه و کاربردی ارائه کنیم.



تمرکز اصلی شما در تولید پوزها بر چه قابلیت هایی است؟

حسین علی محمدی: در حوزه تجهیزات، ما در زمینه تولید پوز فعالیت می کنیم؛ پوزهای اندرویدی که نسل جدید پوزهای بانکی هستند و قابلیت های زیادی فراتر از اعمال اصلی پرداخت پول و اصطلاحاً امور پرداخت ارائه می دهند. انواع کارهایی که شاید درگذشته روی سیستم های قدیمی پایانه های پرداخت امکان پذیر نبود، اکنون روی پایانه های اندرویدی قابل انجام است؛ از جمله صدور فاکتور، عملیات باشگاه مشتریان و حتی مواردی مانند امور مالیاتی و بسیاری از کارهای دیگر. وظیفه اصلی ما در مجموعه، تولید و مونتاژ این پوزهاست و فعالیت خود را در

محدوده فرودگاه پیام انجام می دهیم. این حوزه، فعالیت اصلی و تمرکز کاری ما را تشکیل می دهد. در حال حاضر بیش از ۲۰ نرم افزار را روی تجهیزات خود نصب کرده ایم تا بتوانند خدمات متنوعی ارائه دهند.

درباره تولید پوزها لطفاً توضیح دهید دقیقاً این دستگاه ها چه نوآوری هایی دارند؟

علی محمدی: نوآوری در حوزه دستگاه ها و تجهیزات، زمینه ای است که در سطح جهانی با سرعت بالایی در حال پیشرفت است. هر روز نسخه های جدیدی از



برای نخستین بار، غول‌های فناوری ترسیده‌اند و دلیلیش تنظیم‌گری لینا خان است!

بیشتر مردم نام او را نمی‌دانند

بیشتر مردم اون را نمی‌شناسند اما این زن کاری می‌کند که آمازون، متا و مایکروسافت یک شبه میلیاردها دلار از دست بدهند. با «لینا خان» آشنا شوید. او پاکستانی است؛ اما در لندن به دنیا آمده است و در نیویورک بزرگ شده است. لینا در ۳۵ سالگی جوان‌ترین فردی شد که تاکنون ریاست کمیسیون تجارت فدرال (FTC) را بر عهده گرفته است. از او به عنوان سرسخت‌ترین تنظیم‌گر دنیای بیگ‌تک یاد می‌شود.

نخست، آمازون:

او تحقیق درباره قوانینی را آغاز کرد که فروشندگان را بابت ارائه قیمت‌های کمتر در جای دیگر مجازات می‌کرد. حمله‌ای مستقیم به یکی از قوی‌ترین اهرم‌های آمازون.

سپس متا:

او برای متوقف کردن خرید یک استارت‌آپ فیتنس واقعیت مجازی، شکایت کرد. در دادگاه شکست خورد، اما این نبرد پیامی روشن داشت: امپراتوری‌های تکنولوژی دیگر نمی‌توانند صرفاً با خرید، وارد بازارهای جدید شوند. کمیسیون تجارت فدرال زاکربرگ را به خاطر برنامه متا برای خرید «ویثین» به صحنه کشاند.

بعد مایکروسافت:

لینا برای جلوگیری از خرید ۶۹ میلیارد دلاری «اکتیویشن بلیزارد» شکایت کرد. حرکتی جسورانه علیه یکی از بزرگ‌ترین معاملات تاریخ صنعت بازی. منتقدان او را «رادیکال» می‌نامند. لابی‌گرها میلیون‌ها خرج می‌کنند تا جلوی او را بگیرند. اما لینا بی‌باک است. او به دنبال تیرهای خبری نیست و تغییرات ساختاری را می‌خواهد. چه ببرد و چه ببازد، پیامش روشن است: بیگ‌تک دیگر دست‌نیافتنی نیست. برای نخستین بار دهه‌های اخیر، غول‌ها ترسیده‌اند و دلیلیش لینا خان است.



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم

9B\$
آلمان

24B\$
آمریکا

9.1B\$

انگلستان

کشورهایی با بالاترین حجم

بازار شکلات

5.6B\$

چین

8.3B\$

روسیه

نسل زد و هزاره

موتور محرک صنعت تندرستی

هزینه کرد جوان ها آن قدر بالاست که رشد بازار از تغییرات محصولات و خدمات پیشی گرفته است

نسل زد و هزاره ها دیگر مثل والدینشان به دنبال رژیم های محدود کننده یا درمان های دیر هنگام نیستند؛ آن ها سلامت را بخشی از سبک زندگی روزمره می دانند و حاضرند برای نتایج واقعی پول خرج کنند. از تغذیه عملکردی و ریکاوری ذهنی گرفته تا تجربه های حضوری و تکنولوژی های پوستی، این نسل ها نیازهایی دارند که هنوز پاسخ کامل نگرفته است. درست همین جا فرصت طلایی بازار شکل می گیرد: جایی که برندها می توانند محصولات و خدمات تندرستی را از «گزینه های لوکس» به «ضروریات روزمره» تبدیل کنند. مک کینزی گزارش داده که آمریکایی ها سالانه بیش از ۵۰۰ میلیارد دلار خرج تندرستی می کنند. بخش جالب ماجرا این است که نسل زد و هزاره ها، با وجود اینکه فقط ۳۶ درصد از بزرگسالان را تشکیل می دهند، سهمی ۴۱ درصدی در این هزینه ها دارند. این نسل ها فعال تر از همیشه اند، اما هنوز همه نیازهایشان پاسخ نگرفته است. سلامت روان، عملکرد شناختی، قلب و روده جزو حوزه هایی هستند که بیشتر از همه احساس خلأ در آن دیده می شود. کافی است بدانیم ۴۰ درصد نسل زد می گویند «تقریباً همیشه استرس دارند» تا بفهمیم چرا این بازار هنوز جای کار زیادی دارد. وقتی پای نتایج واقعی در میان باشد، نسل زد و هزاره ها جلوتر از نسل های قدیمی تر پول خرج می کنند. همین رفتار و رویکرد باعث شتاب گرفتن شش حوزه پر رشد حوزه سلامت شده است.

تغذیه عملکردی: دوسوم این نسل ها سال گذشته مخاطب تغذیه عملکردی بوده اند یعنی؛ محصولاتی که روی سلامت روده، ایمنی بدن و ذهن شفاف تر متمرکزند. ترند حذف قند و چربی هم جای خود را به ترند اضافه کردن مواد مؤثر مثل پروتئین، نوتروپیک ها، آداپتوژن ها و پودر سبزیجات به زندگی روزمره داده است.

زیبایی - تندرستی: ظاهر برای نسل زد فقط یک دغدغه



نیست؛ یکی از سه اولویت اصلی سلامتی است. در آمریکا، ۵۳ درصد از نسل زدی ها در سال ۲۰۲۴، هزینه های خود را صرف مکمل های خوراکی، تکنولوژی های پوستی و درمان های پیشگیرانه کرده اند و این موضوع باعث شده مرز زیبایی و تندرستی عملاً از بین برود.

طول عمر: ۶۰ درصد مصرف کنندگان جهانی «پیری سالم» را یک اولویت جدی می دانند. اما نسل های جوان تر به جای تبلیغات ضد پیری، دنبال انرژی بیشتر، عملکرد ذهنی بهتر و ریکاوری سریع ترند؛ یعنی بهبود «دوره سلامت»، نه فقط طول عمر.

تجربه های حضوری: در ۲۰۲۴، بیش از نیمی از مصرف کنندگان آمریکایی برای یک خدمت تندرستی حاضر شدند بیش از دو ساعت سفر کنند و ۶۰ درصدشان می گویند امسال هم همین کار را خواهند کرد. از ریتیریت ها تا حمام های آب گرم و ورکشاپ های فشرده یوگا؛ آن ها به دنبال تجربه هایی عمیق و ماندگارند.

مدیریت وزن: ورزش هنوز انتخاب اول است، اما یک سوم نسل زد و هزاره ها مدیریت وزن را «خیلی سخت» می دانند. داروهای GLP-1 حال راوال روزمره را تغییر داده اند و تقاضا برای غذاهای پروتئینی، مکمل های سلامت روده و تمرین های قدرتی را بالا برده اند.

سلامت روان: ۴۲ درصد نسل زد و هزاره ها ذهن آگاهی را «اولویت خیلی مهم» می دانند؛ در حالی که این عدد برای بومی بومرها فقط ۲۹ درصد است. نگاه آن ها به سلامت روان فراتر از درمان است؛ ترکیبی از خواب کافی، مراقبت پوستی، حرکت روزانه و حتی جامعه پذیری.

مصرف کنندگان تندرستی به ویژه در نسل های جدید منتظر نمی مانند. در این تغییرات پرندهایی برنده می شوند که بتوانند نیازهای برآورده نشده آنها را از «محصولاتی خاص» به «ضروریات روزمره» تبدیل کنند.



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم

الکامپ راه کار
کارخانه نوآوری راه کار
way 2 work . ir

روی داد

CRYPTO2025

راه کار

در نمایشگاه
الکامپ ۱۴۰۴

۶ مهر ماه ۱۴۰۴



موفقیت در کار
رابط چندانی به تحصیلات
دانشگاهی ندارد

تنها شاگرداولی کافی نیست!

مطالعات اقتصادی جهان نشان می‌دهد که زنان شاگرد اول در مدرسه لزوماً موفقیت چشمگیری در کسب‌وکار ندارند.

سال‌هاست دنیا به این باور رسیده که تحصیلات و دسترسی به منابع آموزشی برای دختران و زنان، پایه‌گذار اصل توانمندسازی زنان و برابری‌های اقتصادی و جنسیتی است، اما نمرات درخشان هیچ رابطه مستقیمی با درخشش در محیط کار و درآمد برای زنان ایجاد نکرده است.

بررسی تأثیرات متقابل جامعه و زنان و اقتصاد در کشورهای OECD طی ۵۰ سال گذشته نشان می‌دهد افزایش سطح تحصیلات زنان و دختران به توانمندی اقتصادی زنان و رشد اقتصادی فراگیرتر کمک می‌کند، اما آموزش‌های خارج از محل تحصیل، مهارت‌های نرم و مهارت عملی در طول زندگی، به‌ویژه برای همگام‌سازی با تحولات سریع تکنولوژیکی و دیجیتال، تأثیرگذاری اصلی را بر ایجاد و یافتن شغل برای زنان ایجاد می‌کند.

رشد همین شاخص به صورت غیرمستقیم بر شاخص‌های سلامتی و رفاه زنان تأثیر می‌گذارد و همچنین باعث خلق فرصت‌های تولید درآمد و مشارکت آن‌ها در بازار رسمی کار می‌شود.

رشد ۵۰ درصدی میزان تحصیلات زنان در بین کشورهای بررسی شده باعث تغییر محسوس در شاخص‌های توسعه شده، اما برای اکثر زنان دستاوردهای قابل توجه در دوران تحصیل، به نتایج و درآمد بهتر در بازار کار نینجامیده است.

همین امر باعث سردرگمی برخی زنان در انتخاب مسیر تحصیلی و شغلی می‌شود و اقبال عمومی را به یادگیری مهارت‌های تکمیلی در حین یا پس از تحصیلات بیشتر می‌کند. اما متأسفانه زمان زیادی در تحصیلات عالی از زنان گرفته می‌شود و ممکن است پس از موفق نشدن در فضای کار با تحصیلات عالی، تصمیم به ترک کار و عدم مشارکت اقتصادی در زنان چندین برابر مردان شود.



شماره ۱۷۵
۳۰ شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم

سبک و نگرش شخصی باید امضای شما شود

گفت‌وگو با شوکا دارایی زاده
که از ۱۷ سالگی وارد بازار کار شده
و امروز صاحب گالری
شوکارت است



عکس: پریا امیرحاجلو

پول برای بخشی از رهن و چند ماه اجاره کافی بود. این اولین بار بود که می‌خواستم از هنر کسب درآمد کنم و یکباره همه‌چیز برایم جدی شد.

چرا تصمیم گرفتید این کسب‌وکار را
راه‌اندازی کنید و از کجا مطمئن بودید که
مشتري خواهید داشت؟

آموزش‌های هنری همیشه مشتریان خودشان را دارند اما من در بسیاری از رشته‌ها در آموزشگاه‌های هنری آموزش دیده بودم و تصمیم گرفتم چالش‌ها و کمبودهای آنان را در کسب‌وکار خودم جبران کنم. البته با ترکیب تکنیک‌های مختلف می‌توانستم محصولات خلاقانه‌ای تولید کنم و این اقبال مخاطبان را به گالری من بیشتر می‌کرد. آن روزها گالری من شلوغ‌ترین گالری طبقه ششم پاساژ بود و روزهای پرکار خوبی داشتیم. وقتی پدرم متوجه شد در کارم جدی هستم، حمایت کرد و یک مغازه برایم خرید. اما این شروع کار شوکارت بود. وضعیت کلاس‌های آموزشی خوب بود، اما تابلوها خیلی دیر به فروش می‌رفتند و من می‌دانستم علتش ندانستن اصول کسب‌وکار است.

ترجیح می‌دادند او مثل سایر هم‌سالانش به تفریحات مناسب سنش بپردازد، اما شوکا آرزوی دیگری در سر داشت. او اکنون صاحب گالری شوکارت است که هم به پرورش هنرجو مشغول است و هم پروژه‌های زیادی را به انجام رسانیده است.

از چه زمانی فعالیت خود را شروع
کردید و با چه سرمایه‌ای؟

من اولین کارم را در ۱۲ سالگی به عنوان کارآموز برای استادم، خانم ناجی انجام دادم. آن روزها کار را در پتینه کردن دیوارهای یک مغازه در مرکز خرید آفتاب ونک تجربه کردم. حدود ۱۷ سال داشتم که در یکی از زنگ‌های تفریح بین کلاس نقاشی در پاساژ قائم تهران، مکالمه کوتاهی با دوستم داشتیم و سریع به دفتر پاساژ مراجعه کردیم تا شرایط اجاره کردن مغازه را جویا شویم. آن زمان من پنج میلیون تومان پس‌انداز داشتم که برای اجاره یک مغازه به صورت مشترک با دوستم، پول مناسبی بود. چون می‌ترسیدم از سمت خانواده حمایت نشوم، چیزی در این زمینه نگفتم و این کار را کردیم. کار جدی من از آن لحظه شروع شد و همان

شوکا دارایی زاده متولد سال ۱۳۷۲ و فارغ‌التحصیل رشته طراحی پارچه و لباس است و به گفته خودش کار جدی را از ۱۲ سالگی آغاز کرده و از ۱۷ سالگی به صورت مستقل کسب‌وکار خودش را ساخته است. او کودکی پرن انرژی و فعال بوده و خانواده‌اش برای تعدیل این انرژی همیشه او را علاوه بر مدرسه به کلاس‌های فوق برنامه هنری بسیار می‌فرستادند و او نیز از این فرصت استفاده می‌کند و تکنیک‌ها و روش‌های زیادی را در همان کودکی می‌آموزد. شوکا زمانش را صرف آموختن روش‌های جدید و بدیع جواهرسازی، نقاشی و پتینه می‌کرد، در حالی که دوستان نوجوانش دغدغه‌های دیگری داشتند. همین تفاوت نیز مسیر زندگی‌اش را تغییر می‌دهد.

او در ۱۲ سالگی با تکنیک پتینه آشنا می‌شود و به دلیل استعدادی که از خود نشان می‌دهد، در همان دوره آموزشی توسط استادش به عنوان کارآموز برای انجام یک پروژه طراحی داخلی انتخاب می‌شود. این امر باعث می‌شود شجاعت او برای انجام پروژه‌های واقعی بیشتر شود. هر چند خانواده شوکا در سنین کودکی و نوجوانی او، علاقه‌ای به کار کردنش نداشتند و

درباره دایان وو جیسیکی
مدیرعامل یوتیوب

مدافع سرسخت تعادل میان کار و زندگی

سوزان دایان وو جیسیکی هم‌اکنون مدیرعامل وبسایت اشتراک‌گذاری ویدئوی یوتیوب است. وو جیسیکی کارشناسی ارشد اقتصاد از دانشگاه کالیفرنیا و کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی از یوسی‌ال‌ای اندرسون دارد و در فهرست صد زن قدرتمند جهان نشریه فوربز در سال ۲۰۱۷ در رتبه ششم قرار گرفت. او در سال ۱۹۸۶ وارد دانشگاه هاروارد شد و به تحصیل در رشته ادبیات و تاریخ پرداخت. وو جیسیکی در ابتدا می‌خواست در اقتصاد تا مقطع دکترا ادامه تحصیل دهد. اما بعد از آنکه با جنبه‌های تکنولوژیک قرن حاضر آشنا شد، نظرش تغییر کرد.

اوایل کارش را به عنوان مشاور مدیر در بین اند کامپنی و آرپی وبر اند کامپنی شروع کرد و پس از چندی در بخش بازاریابی اینتل مشغول به کار شد و سپس در سمت اولین مدیر بازاریابی گوگل قرار گرفت. وی بر سرویس‌های ویدئویی گوگل نظارت داشت. از آنجا که یوتیوب به عنوان وبسایت اشتراک‌گذاری ویدئو که در فوریه ۲۰۰۵ به‌خوبی توسعه داده شده بود، شروع به رقابت با سرویس ویدئوی گوگل کرد، وو جیسیکی پیشنهاد خرید یوتیوب را داد.

سال بعد وو جیسیکی موفق شد خرید یوتیوب را به عنوان بزرگ‌ترین خرید گوگل تا آن زمان با قیمت ۱/۶۵



تصویرات غلط درباره توانایی‌ها می‌تواند
فرصت‌های زنان را از آنان بگیرد

چند توصیه به مردانی که می‌خواهند بخشی از معادله عدالت جنسیتی در محیط کار باشند

و مردی همکار هستند و به صورت مساوی در پیشبرد کار مشارکت دارند، در جلسه ارائه یا تحویل پروژه به صورت ناخواسته، افراد حاضر اعتبار بیشتری برای همکار مرد قائل می‌شوند و متأسفانه ناخودآگاه سرزنش بیشتر در پروژه‌های شکست‌خورده متوجه زنان می‌شود.

با توجه به این نکته، زمانی که زنان هم‌اعتبار کمتری دریافت کنند و هم‌اعتبار کمتری به خودشان دهند، اعتماد به نفس آن‌ها تضعیف می‌شود و در نتیجه ممکن است تمایل و کشش کمتری برای ارتقا و پذیرش مسئولیت‌های بیشتر در مقام‌های بالاتر داشته باشند.

به عنوان یک مدیر یا همکار مرد اطمینان حاصل کنید که زنان اعتباری را که شایسته آن هستند دریافت می‌کنند و همواره به دنبال فرصت‌هایی برای مشارکت در کارهای مهم‌ترند. وقتی در جلسه‌ای همکاران زن را معرفی می‌کنید، بر موفقیت‌ها و تلاش‌های آن‌ها تأکید کنید. این کار کمک می‌کند تا هر تصور قبلی در مورد عدم صلاحیت آن‌ها وجود دارد، خنثی شود.

وقتی همکاران زن شما می‌گویند برای کارهای بالاتر و شرایط بهتر آماده نیستند یا صلاحیت ندارند یا وقتی دیگران این حرف را در مورد همکاران خانم شما می‌زنند، تلاش کنید واقع بین باشد و بدون سوگیری ناخودآگاه فرصت‌های پیشرفت را هموار کنید و همکاران زن خود را به قدم‌های محکم و استوار ترغیب کنید تا موقعیت‌های مناسبی را که سزاوار آن هستند، از دست ندهند.

اگر می‌خواهید همکار یا مدیر خوبی برای زنان باشید، به آن‌ها اعتبار دهید. نتیجه مصاحبه با هزاران زن شاغل در سطوح مختلف سازمان، حکایت از یک خصیصه پرتکرار در آنان دارد. وقتی از زنی پرسیده می‌شود که چه عواملی در موفقیت او مؤثر بوده‌اند، در اکثر مواقع با پاسخی مواجه می‌شویم که نقش توانمندی و قابلیت‌های فردی در آن کم‌رنگ‌تر از عوامل و حمایت‌های محیطی و خارجی است. مردان به طور معمول موفقیت‌های خود را به ویژگی‌ها، مهارت‌ها و استعداد‌های ذاتی نسبت می‌دهند، در حالی که زنان اغلب موفقیت را به عوامل بیرونی مانند سخت‌کوشی، خوش‌شانسی یا حمایت دیگران وابسته می‌کنند.

جالب اینجاست که زنان و مردان حتی در توضیح دلایل شکست‌های خود نیز متفاوت هستند. وقتی مردی شکست می‌خورد، معمولاً آن را به عوامل موقعیتی مانند به اندازه کافی تمرین نکردن یا به موضوع علاقه‌مند نبودن نسبت می‌دهد. اما هنگامی که یک زن شکست می‌خورد، در بیشتر مواقع علت اصلی آن را نداشتن توانایی‌های لازم می‌داند.

این موضوع در رویکرد و دریافت شخصی فرد و تصویری که از خودش می‌سازد بسیار مهم است، اما عاملی که کارها را دشوارتر می‌کند، این است که زنان غالباً توسط دیگران نیز دست‌کم گرفته می‌شوند.

هنگامی که زنان و مردان در انجام کارها با هم مشارکت می‌کنند، معمولاً اعتبار کمتری به زنان داده می‌شود. مثلاً وقتی در یک پروژه زن

بازار دارید؟

هدف من برای آینده یک چیز است: شناخته شدن سبک و نوع نگرشم بین همه طراحان ایرانی و خارجی. می‌خواهم مورد استقبال آنان قرار بگیرم و شاگردانی داشته باشم که هنرمندان جدی و اصیل و خلاق باشند و بتوانیم سبک کاری شوکارت را در آثارشان بباییم. من به دنبال ثبت خط

و امضای هنری خودم هستم. اما مسیری را برای رسیدن به این هدف انتخاب کرده‌ام که شاید از دید بعضی افراد، کسب‌وکار من را محدود کند. به بسیاری از اتفاقات «نه» می‌گویم. اگر پروژه‌ای در راستای سبکم نباشد، طراح دیگری معرفی می‌کنم. اگر هنرجویی اصرار کند که بعد دوره مقدماتی بلافاصله وارد دوره پیشرفته شود، هرگز نمی‌پذیرم، چون هنرجو باید بعد از آموزش، مدتی را برای تمرین و تثبیت مهارت‌هایش صرف کند و گرنه هرگز آینده درخشانی ندارد. شاید رد کردن این فرصت‌ها در نگاه اول محدودکننده بیاید، اما پس از مدتی افرادی که هم‌سبک من هستند و آثار مرا می‌پذیرند، به ستم می‌آیند و برای این هم‌راستا بودن، پول خوبی نیز می‌پردازند. هنرجویانم نیز با رویکرد حرفه‌ای خودشان، من را تبلیغ می‌کنند و این باعث توسعه درست شوکارت می‌شود.



فاطمه
طالبی‌پور

Fatima.pour@gmail.com

آموزشگاه‌های هنری و گالری‌ها در تهران کم نیستند، چه مزیت رقابتی برای خود ساختید؟

من به یک ایده ایمان آورده بودم و آن اینکه، آموزش‌های دانشگاهی و هنری فقط توهمی در ذهن دانشجویان و هنرجویان خلق می‌کنند و هیچ ارتباطی با دنیای واقعی کار ندارند. با همین ایده فکر کردم چه خوب است هنرجویانی تربیت کنم که هنرمندان واقعی شوند و در

پروژه‌های واقعی نیز همراهی باشند. این شد که تصمیم گرفتم پس از دوره‌های آموزشی با استفاده از اعتبار خود، پروژه‌ها را با همراهی هنرجویان به اتمام برسانم. همراهی آن‌ها در مسیر اخذ و اجرای پروژه باعث می‌شد اصول کسب‌وکار را به صورت عملی فرا بگیرند و رزومه‌ای برای خود بسازند تا بتوانند بعداً برای خودشان کار کنند. این ادعا در بسیاری از آموزشگاه‌های کشور وجود دارد اما من هرگز برای این طرح ادعایی نکردم. من

فقط این کار را انجام می‌دهم و این رویکرد، هنرجویان واقعی و جدی را به سمت من می‌کشد. از سوی دیگر چون تکنیک‌های مختلفی را می‌شناسم، افرادی که به هنرهای ترکیبی علاقه‌مندند، شوکارت را انتخاب می‌کنند.

چه برنامه‌ای برای رشد و توسعه سهم

تصمیم گرفتم
چالش‌ها و کمبودهای
آموزشگاه‌های هنری
را در کسب‌وکار خودم
جبران کنم. البته با
ترکیب تکنیک‌های
مختلف می‌توانستم
محصولات خلاقانه‌ای
تولید کنم و این اقبال
مخاطبان را به گالری
من بیشتر می‌کرد

چه مشکلاتی در
این مسیر برای کسب‌وکار
خود می‌بینید؟

ادعای سایر کسب‌وکارها برای فروش آموزش؛ یک ادعای پوچ که با شرکت در دوره‌هایشان بلافاصله در محیط کار مشغول می‌شوند و کسب درآمد می‌کنند. در حالی که بی‌شک در محصولات هنری این یک فریب بزرگ است و متأسفانه تا کسی با آن مواجه نشود، متوجه نمی‌شود. همین امر باعث شکست زودهنگام و از بین رفتن همه انگیزه افراد می‌شود و این شکست‌ها گاهی هرگز جبران نمی‌شوند. صداقت در چنین بازاری، کار دشواری است، اما من مسیرم را انتخاب کرده‌ام. هرگز قول نمی‌دهم کسی می‌تواند بلافاصله کسب درآمد کند اما همه تلاش‌ها را می‌کنم که این امکان را برای هنرجویانم فراهم کنم.



کارنگ



شماره ۱۷۵
شهریور ۱۴۰۴
سال پنجم



حرفه‌ای، زندگی شخصی و مادرانه‌اش را نیز با تلاش و موفقیت مدیریت کرده است. او مادر پنج فرزند است و همیشه مدافع قدرتمند و سرسخت قوانین مرخصی با حقوق والدین بوده است.

او همیشه در مورد اهمیت حفظ تعادل بین زندگی کاری و خانواده صریح صحبت کرده است. او پیش از پنجمین مرخصی زایمانش در ۱۶ دسامبر سال ۲۰۱۴ در وال استریت ژورنال یادداشتی نوشت و در آن به اهمیت مرخصی زایمان برای والدین پرداخت.

میلیارد دلار عملی کند. سپس او باعث خرید شرکت بزرگ دابل کلیک (DoubleClick) با قیمت ۳/۱ میلیارد دلار شد. دو قسمت از بزرگ‌ترین بخش‌های گوگل، یعنی دابل کلیک و یوتیوب نیز توسط وی اداره شدند. در فوریه ۲۰۱۴ او مسئولیت مدیرعاملی یوتیوب را بر عهده گرفت. حضور او به عنوان یک مدیرعامل زن باعث شد که پس از آن زمان، درصد کارمندان زن در شرکت از ۲۴ به حدود ۳۰ افزایش یابد.

با همه تلاش و فعالیت و وچیسکی در عرصه



گزارش جامع لندتک ایران هم‌زمان با دومین رویداد لندتک ایران منتشر می‌شود

نگاهی به مهم‌ترین بازیگران
اکوسیستم لندتک ایران

راه‌کار
کارخانه نوآوری راه‌کار
way2work.ir

لندتک
LENDECH

راه‌پرداخت | عصر تراکنش | کارنگ