



در ششمین دوره رویداد
باگذشت، چه گذشت؟

**ششمین دوره
باگذشت، فرصتی
برای راهکارهای
ارتقای امنیت
سازمان‌ها**

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در جلسه‌ای با فعالان تجارت
الکترونیک تاکید کرد تخلفات مرتبط با پولشویی خط قرمز این بانک است
و نمی‌توان به اسم نوآوری یا فعالیت صنفی از آن عدول کرد

هشدار جدی به اکوسیستم فین‌تک

داستان کالاهای بازگشتی

چه بلایی بر سر کالاهایی می‌آید که مشتریان دیگر
نمی‌خواهند یا بازمی‌گردانند؟

معمار آندر امور

کوبین پلانک از زمین فوتبال دانشگاه
مربلند تا یک برند چند میلیارد دلاری چه
راهی را طی کرده است؟

چرا کاربران بی‌خیال میس‌دیتا نمی‌شوند؟

اقتصاد توجه کیش اینوکس را مبهوت خودش کرده است

گزارش
REPORT

حتی عرب‌های ژاپنی باز هم چینی‌پسند شدند

۱۰

گزارش
REPORT

شبکه اجتماعی رویدادهای ورزشی

جذب سرمایه ۱۲ میلیون
دلاری سوت پلز برای گسترش
جنبش «روزمرگی سالم»

۱۲

خبر
NEWS

تل‌آویو؛ پایگاه جدید فیگما

فیگما، مرکز تحقیق
و توسعه جدیدی در
تل‌آویو تأسیس می‌کند

۱۱

خبر
NEWS

آغاز فروش بلیت زود هنگام سومین رویداد برند کارفرمایی

۲



با این همه آفتاب حیف است از این موج جا بمانیم

از برق آبی و گازی تا برق خورشیدی

جهان در آستانه تحولی بزرگ قرار دارد که می‌تواند همه معادلات انرژی را دگرگون کند. در قلب این تحول، انقلاب هوش مصنوعی با نیاز سیری‌ناپذیرش به انرژی در حال پیشروی است. این پدیده تنها یک چالش نیست، بلکه زنگ بیداری برای کشوری مانند ایران ماست که بر گنجی از انرژی خورشیدی و گازی تکیه زده است.

نماد این تغییرات را می‌توان در تگراس مشاهده کرد، جایی که پروژه عظیم استارگیت به تنهایی به ۱.۲ گیگاوات برق نیاز خواهد داشت. این رقم هنگفت می‌تواند برق یک میلیون خانه را تأمین کند. اما تگراس تنها آغاز ماجراست. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰، مراکز داده هوش مصنوعی در جهان به ۲۰۰ گیگاوات برق نیاز پیدا کنند. همین حالا درگیری‌ها در این ایالت نشان می‌دهد که چقدر موضوع برق و هوش مصنوعی تقاطع پرچالشی خواهد شد. خیلی‌ها می‌گویند برنده بزرگ هوش مصنوعی نیروگاه‌های برق خواهند بود. بیل و کلنگ فروش‌های عصر ای‌آی.

برای ایران، این تحول جهانی پیام هشدارآمیزی دارد. مادر حالی بر منابع عظیم انرژی خورشیدی و گازی تکیه زده‌ایم که زمان برای بهره‌گیری از این فرصت طلایی در حال



رضا جمیلی
سر دبیر

@rezajamili

اتمام است. صنعت برق کشور نمی تواند با شبکه های فرسوده فعلی و مدل های سنتی به استقبال این موج برود. می بینیم که حتی نیاز فعلی کشور را هم نمی تواند برآورده کند. نیاز به تحولی اساسی داریم؛ تحولی که مبتنی بر توسعه نیروگاه های خورشیدی عظیم، ایجاد مناطق ویژه انرژی دیجیتال و بازنگری در سیاست گذاری انرژی در کشور است.

این چالش جهانی می‌تواند به فرصتی تاریخی برای ما تبدیل شود. می‌توانیم با استفاده از نیروگاه‌های گازی موجود به عنوان پشتیبان و با ایجاد مراکز داده سبز مبتنی بر انرژی خورشیدی، نه تنها نیاز داخلی را تأمین کنیم، که به قطب انرژی دیجیتال منطقه تبدیل شویم. کاری که امارات شروع خوبی در آن داشته. اما این فرصت زودگذر است. کشورهای رقیب در حال برنامه‌ریزی هستند و سرمایه‌های جهانی در جستجوی مقاصد مطمئن می‌گردند. نگاهی کنید به خبرهای همکاری شرکت‌های هوش مصنوعی و شیوه سیاست‌گذارهای کشورهای حاشیه خلیج فارس.

اگر امروز برای بازتعریف صنعت برق اقدام نکنیم، فردا بسیار دیر خواهد بود. این آخرین قطاری است که می‌توانیم سوار شویم. انتخاب ما میان تبدیل شدن به قطب انرژی دیجیتال خاورمیانه یا نظاره‌گری در حاشیه انقلاب هوش مصنوعی است. همینقدر ساده و البته همینقدر مستعد حسرت‌های بزرگ.



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

ششمین دوره رویداد CTB با گذشت، ۲۵ آبان ۱۴۰۴ در هتل اسپیناس برگزار شد. تمرکز اصلی این دوره بر تجربه نازمان‌ها پس از جنگ، چالش‌های امنیت سایبری و نقش آموزش، سرمایه‌گذاری و همکاری‌های تخصصی در ارتقای تاب‌آوری بود. این رویداد با ارائه مقالات تخصصی و برگزاری دو پنل با حضور مدیران امنیتی مطرح کشور، بستری برای تبادل تجربه، تحلیل تهدیدهای نوظهور و بررسی راهکارهای تقویت امنیت در اکوسیستم‌های بانکی، فناوری و سازمانی فراهم کرد. در پنل اول، مدیران امنیتی دیجی کالا، کافه بازار، تارا و چارگون تجربیات خود را در زمینه بودجه امنیتی، آموزش توسعه‌دهندگان، سرمایه‌گذاری مستمر و باگ‌بانی به اشتراک گذاشتند و بر ترکیب تیم‌های داخلی با متخصصان بیرونی، مستندسازی دانش و حفظ تعادل میان امنیت و تجربه کاربری و اهمیت



جذب استعدادها، تجربه کارکنان و آینده منابع انسانی بررسی می شود

آغاز فروش بلیت زودهنگام سومین رویداد برند کارفرمایی

فروش بلیت زود هنگام این رویداد از طریق سایت ایوند آغاز شده و علاقمندان می‌توانند در فرصت محدود آن را تهیه کنند. این اقدام به شرکت‌کنندگان امکان می‌دهد تا پیش از پایان مهلت، جایگاه مطلوب خود را در رویداد رزرو کنند.

رویداد برند کارفرمایی در دو دوره گذشته میزبان بیش از ۲۰۰۰ چهره کسب و کاری، مدیران و کارشناسان منابع انسانی، و علاقمندان به حوزه‌های مرتبط مانند روابط عمومی، برند و تبلیغات بوده است. علاوه بر بخش کنفرانس و محتوایی، این رویداد در هر دوره به معرفی و تقدیر از چهره‌ها و برندهای برگزیده حوزه برند کارفرمایی پرداخته است و فضایی برای تبادل تجربه و ارتقای دانش حرفه‌ای در این حوزه فراهم می‌کند.

سومین رویداد برند کارفرمایی ۱۷ آذرماه در سالن همایش‌های کتابخانه ملی ایران برگزار می‌شود. این رویداد که به همت کارخانه نوآوری راه‌آهن و با همراهی کسب‌وکارهای نوآور ایران برگزار می‌شود، به موضوعات متنوعی از جمله الگوها و راه‌های جذب و نگهداشت استعدادها در شرایط بی‌ثباتی اقتصادی، تجربه کارکنان و احساس تعلق سازمانی، فرهنگ سازمانی و نقش رهبران در دوران بحران می‌پردازد. همچنین استارت‌آپ‌های خلاقانه برای انگیزش کارکنان در رکود، آینده منابع انسانی در مواجهه با هوش مصنوعی و داده‌محوری، نقش ارتباطات داخلی، برند و رسانه در ساخت تصویر کارفرمایی پایدار و بررسی شاخص‌های جدید در سنجش برند کارفرمایی در ایران از دیگر محورهای این رویداد است.





رفت و برگشت کلادفلر

اختلال سروهای «کلادفلر»

در روز چهارشنبه در برخی کشورها باعث قطعی بخش‌هایی از اینترنت و سرویس‌هایی مانند چت‌جی‌پی‌تی شد؛ این مشکل نگرانی‌ها درباره وابستگی جهانی به زیرساخت‌ها را افزایش داد.



برگزاری سومین رویداد جالب

سومین رویداد «جالب»، ۲۶

آبان در مرکز نوآوری پلنت و با محوریت فرصت‌های کسب‌وکار صنعت هوانوردی برگزار شد. مهدی حسین‌نفری، خلبان پروازهای تفریحی، جنبه‌های مختلف این حوزه را تشریح کرد.



میلی‌گلد رکورد زد

در پنج دقیقه اول جنگ

در میلی‌گلد، ۱۰ کیلو طلا فروخته شد. میلی‌گلد اکنون ۱۳ میلیون کاربر دارد و حدود ۶۰ درصد از بازار طلای آنلاین را در اختیار گرفته است.



دلان ملک در حاشیه

ورود پلتفرم‌های خصوصی به

سامانه «کاتب» وارد فاز اجرایی شد؛ نخستین ثبت آزمایشی توسط «دیرباز» انجام شده و اتصال سایر سکوها، هزینه‌ها را کاهش می‌دهد.



نظرها و خبرها

VIEWS
AND
NEWS

شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



تأسیس دبیرخانه دائمی، مسیر یادگیری و نوآوری را مستمر کرده و مجموعه‌ای هماهنگ از فعالیت‌های اجرایی، ارتباطی و آموزشی برای تداوم جریان نوآوری سازمانی فراهم می‌کند. این دبیرخانه نقش مرکزی در برنامه‌ریزی دوره‌های آینده، پشتیبانی از تیم‌ها و پروژه‌های منتخب و توسعه فعالیت‌های محتوایی مرتبط با هوش مصنوعی خواهد داشت. داتا تأکید کرده که این اقدام نه تنها به بلوغ بیشتر رویداد کمک می‌کند، بلکه بانک تجارت را در مسیر تثبیت جایگاه خود در اکوسیستم هوش مصنوعی ایران قرار می‌دهد.

زیرساخت دیجیتال

خواهد شد و مدیران ارشد بانک‌ها، شرکت‌های پرداخت، اپراتورهای تلفن همراه، استارت‌آپ‌های زیرساختی و فعالان بخش خصوصی درباره مسیر آینده زیرساخت‌های دیجیتال ایران و چالش‌های پیش‌روی کشور گفت‌وگو می‌کنند. در حاشیه این رویداد، نمایشگاهی از راهکارها و محصولات شرکت‌های فعال در حوزه زیرساخت دیجیتال برگزار خواهد شد و از گزارش ویژه وضعیت زیرساخت دیجیتال ایران ۱۴۰۴ نیز رونمایی می‌شود.

با استقبال گسترده کارکنان همراه بود؛ بیش از ۵۵۰ ایده در محورهای مختلف مرتبط با هوش مصنوعی به دبیرخانه ارسال شد. این ایده‌ها وارد فرآیندی چندمرحله‌ای شامل بوت‌کمپ‌های آموزشی، کارگاه‌های مهارتی کوتاه‌مدت، جلسات منتورشیپ تخصصی و چند مرحله داوری با حضور مدیران ارشد و متخصصان هوش مصنوعی شدند. تیم‌های منتخب پس از این مراحل وارد مسیر پیش‌شتاب‌دهی شده و برای اجرای پروژه‌های عملی در واحدهای مختلف بانک آماده شدند.

از گزارش ویژه وضعیت زیرساخت دیجیتال ایران ۱۴۰۴ رونمایی می‌شود

آغاز فروش بلیت زودهنگام دومین رویداد زیرساخت دیجیتال ایران

این رویداد که با هدف بررسی تحولات زیرساختی اکوسیستم دیجیتال کشور و نقش آن در توسعه اقتصاد دیجیتال ایران برگزار می‌شود، امسال تمرکز ویژه‌ای بر تحول زیرساخت‌های بانکی، خدمات ابری، امنیت داده و امنیت سایبری، پلتفرم‌های پرداخت و هویت دیجیتال دارد. در دومین دوره رویداد «زیرساخت دیجیتال ایران»، مجموعه‌ای از سخنرانی‌های تخصصی، پنل‌های گفت‌وگو و نشست‌های تعامل صنعت و دولت برگزار

دومین رویداد «زیرساخت دیجیتال ایران» روز سه‌شنبه ۱۶ دی‌ماه ۱۴۰۴ با حضور مدیران، کارشناسان و فعالان حوزه فناوری اطلاعات، بانکداری دیجیتال، ارتباطات، فین‌تک و خدمات ابری در سالن یک‌هزار نفره ضرغام به همت کارخانه نوآوری راه‌کار برگزار می‌شود. فروش بلیت زودهنگام این رویداد از طریق سایت ایوند آغاز شده و علاقمندان و متقاضیان می‌توانند در یک فرصت محدود آن را تهیه کنند.

فرهاد نیلی، بر لزوم جداسازی پس‌انداز مردم از ریال مصرفی تاکید کرد

امکان تفکیک کارکرد پول با رمزارزها

برای «خالی کردن جیب مردم» تبدیل شود و این خطر بزرگی برای اقتصاد و قدرت خرید افراد به‌وجود می‌آورد. او همچنین به ظهور رمزارزها اشاره کرد و گفت که این فناوری نشان داد امکان تفکیک این سه کارکرد پول وجود دارد.

نیلی توضیح داد که حالا باید به این فکر کرد که چگونه می‌توان مجموعه‌ای از ابزارهای ذخیره ارزش برای مردم طراحی کرد؛ ابزارهایی که دسترس‌پذیر، تقسیم‌پذیر، مطمئن و غیرقابل هک باشند. هدف از این کار این است که افراد بتوانند پس‌انداز خود را جدا از ریالی که برای هزینه‌های روزمره استفاده می‌کنند، ذخیره کنند و امنیت مالی بیشتری داشته باشند.

در نشست «گذشته و آینده پول با نگاهی به رمزارزها»، فرهاد نیلی، اقتصاددان، توضیح داد که پول یک سه‌گانه است و هم‌زمان سه کارکرد اصلی دارد: استاندارد ارزش‌گذاری، ابزار پرداخت و وسیله ذخیره ارزش. او گفت تا سال ۲۰۰۹ تصور عمومی این بود که این سه کارکرد از هم جداشدنی نیستند و پول به‌طور همزمان باید همه این نقش‌ها را ایفا کند.

نیلی افزود که هر نهادی که پول منتشر می‌کند، همواره در معرض وسوسه رقیق‌سازی آن قرار دارد و وقتی این کار توسط بانک مرکزی انجام شود، نتیجه‌اش تورم و آسیب به مردم است. او تأکید کرد اگر بانک مرکزی مهار نشود، این نهاد می‌تواند به کارآمدترین فناوری





آیا روند نزولی قیمت رمزارز ادامه خواهد یافت
یا فرصت تازه‌ای در راه است؟

سایه سنگین سقوط رمزارز

بازار رمزارزها طی ماه‌های اخیر با نوسانات شدید و ریزش‌های قابل توجه مواجه شده است. بیت کوین، به عنوان مهم‌ترین ارز دیجیتال، همزمان با دیگر رمزارزها کاهش قابل توجهی را تجربه کرده و توجه سرمایه‌گذاران و تحلیلگران را به خود جلب کرده است.

قیمت بیت کوین در حال حاضر حدود ۸۳,۸۶۰ دلار است که در مقایسه با سقف قیمت آن در ماه گذشته بیش از یک سوم کاهش یافته است. بازار کلی رمزارزها نیز طی حدود شش هفته بیش از یک تریلیون دلار از ارزش خود را از دست داده است. شاخص ترس و طمع در سطح بسیار منفی قرار دارد که نشان‌دهنده کاهش شدید اعتماد سرمایه‌گذاران است. این شرایط حاکی از فشار شدید فروش و نوسانات بالا در بازار است و سرمایه‌گذاران را با ابهام و ریسک قابل توجهی روبرو می‌کند.

علل اصلی ریزش اخیر چند جنبه دارد. نخست، فرار از دارایی‌های پرریسک است. وقتی بازارهای فناوری و دیگر دارایی‌های پرریسک با فشار مواجه می‌شوند، رمزارزها به دلیل ماهیت پرریسک خود تحت فشار فروش قرار می‌گیرند. دوم آن که سیاست پولی و نرخ بهره در ایالات متحده بر بازار اثرگذار است. با وجود انتظار کاهش نرخ بهره توسط فدرال رزرو، کاهش بیشتر تضمینی نیست و این موضوع باعث کاهش انتظارات برای دارایی‌های ریسک‌پذیر شده است. سومین مورد این است که فروش اهرمی و نقدینگی ضعیف نقش مهمی دارد. در معاملات دارای اهرم، سقوط قیمت موجب نقد شدن

موقعیت‌ها شده و فشار فروش را تشدید می‌کند. مورد چهارم هم به پیامدهای مرتبط با بازار فناوری و سهام فناوری برمی‌گردد، از جمله این که هشدارها درباره حباب هوش مصنوعی، اعتماد سرمایه‌گذاران به بازارهای پرریسک را کاهش داده و اثر منفی بر رمزارزها گذاشته است.

پیامدهای این ریزش قابل توجه است. کاهش شدید قیمت امکان دارد سرمایه‌گذاران بزرگ یا نهادهای فعال را مجبور به فروش کند که خود موجب فشار بیشتر بر بازار می‌شود. از نظر تحلیل فنی، سقوط قیمت بیت کوین به زیر سطوح مهم مانند ۸۲ هزار دلار می‌تواند نشانه آغاز روند نزولی قوی‌تر باشد. برخی سرمایه‌گذاران بلندمدت ممکن است سقوط فعلی را فرصتی برای ورود بدانند، هرچند این اقدام با ریسک بالا همراه است، زیرا بازار رمزارزها نوسانات شدیدی دارد و امکان کاهش بیشتر قیمت‌ها وجود دارد.

سرمایه‌گذاران باید با آگاهی کامل از ریسک‌ها اقدام کنند. نوسان شدید باعث تغییرات سریع قیمت می‌شود و نقدینگی محدود در زمان فشار فروش ممکن است خروج از بازار را دشوار کند. همچنین، نظارت و مقررات جدید در کشورهای مختلف بر بازار اثرگذار است و وابستگی به عوامل کلان اقتصادی مانند نرخ بهره، تورم و سیاست‌های بانکی مرکزی نیز می‌تواند تغییرات گسترده‌ای ایجاد کند. روند نزولی فعلی ممکن است ادامه‌دار باشد و بازگشت اعتماد سرمایه‌گذاران شرط مهمی برای تثبیت بازار محسوب می‌شود.



شماره ۱۸۴
۲۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

هشدار جدی به اکوسیستم فین‌تک

در جلسه مشترک کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی و انجمن تجارت الکترونیک تهران نمایندگان بانک مرکزی پاسخگوی مطالبات فعالان بخش خصوصی بودند

نشست کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران با همکاری انجمن تجارت الکترونیک تهران درباره بررسی مشکلات و چالش‌های کسب‌وکارهای دیجیتال با حضور نمایندگان بانک مرکزی امروز ۲۵ آبان ۱۴۰۴ در اتاق بازرگانی تهران برگزار شد. در این جلسه نوش آفرین مومن واقفی و محمدرضا مانی‌یکتا به نمایندگی از بانک مرکزی و رضا باقری اصل به نمایندگی از سازمان برنامه و بودجه حضور داشتند؛ همچنین فاطمه مهاجرانی، سخنگوی دولت نیز در نشست حضور داشت. محور اصلی نشست، ضرورت اصلاح ساختار سیاست‌گذاری، تقویت گفت‌وگو میان دولت و بخش خصوصی و بررسی نقش لندتک‌ها و فین‌تک‌ها در توسعه عدالت اعتباری بود. مازیار نوربخش، رئیس کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران، در ابتدای نشست ضمن خیرمقدم به مدعوین اعلام کرد که در دوره جدید بانک مرکزی، رویدادها و تحولات قابل توجهی در حوزه نوآوری رخ داده است. او توضیح داد که هر بار این مباحث را از سوی طرف‌های مختلف می‌شنود، نکات قابل دفاع از هر دو جهت مطرح است و تأکید کرد که بهتر است این مسائل در فضایی دوستانه و مبتنی بر گفت‌وگو بررسی شود.

وفاقد سابقه اعتباری را به خدمات مالی افزایش دهند و موجب توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط شوند. او همچنین توضیح داد که لندتک برخلاف سیستم بانکی سنتی که وثیقه‌محور است، با بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال مانند یک سیستم آبیاری هوشمند عمل می‌کند و دسترسی به اعتبار را به مناطق دورتر و کمتر برخوردار منتقل می‌کند تا از «خشکسالی مالی» جلوگیری شود. قربانی تأکید کرد که

◀ **حبل‌المتین فین‌تک ایران کجاست؟**
رضا قربانی، مدیرعامل کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار، ارائه خود را با موضوع «خانه دوست کجاست؟ در جست‌وجوی حبل‌المتین فین‌تک ایران» مطرح کرد. او اعلام کرد که باید نهادهایی مورد توجه قرار گیرند که تحول در حوزه مالی را ایجاد می‌کنند. وی در ادامه بیان کرد که لندتک‌ها به عنوان یک مثال از فین‌تک، می‌توانند دسترسی اقشار کم‌برخوردار





درباره برند مراقبت از پوست وان اسکین، که بایوهکرها شیفته آن هستند

برند زیبایی سیلیکون ولی

سیلیکون ولی پس از دنیای دیجیتال، حالا وارد دنیای زیبایی شده. وان اسکین، برند مراقبت از پوست مشهور در تیک تاک که ترکیبی از ضدپیری و وسواس تکنولوژی برای متوقف کردن مرگ، برند جدیدی از دل دره فناوری است. در سراسر تیک تاک، این برند، تمرکز صنعت زیبایی بر ضدپیری و خیال تکنولوژی درباره توقف مرگ را با هم ترکیب کرده.

در میان سرم های حلزون، دستگاه های حذف مو با نور پالسی و ضد آفتاب های کره ای در تیک تاک، نوع جدیدی از محصولات مراقبت از پوست در حال گردش است. در یک ویدیو، دانشمندی با رویوش سفید مایع صورتی را در ویال های می ریزد. در ویدیوی دیگر در اینستاگرام، زنی با ناخن های اکیلی و رنگ آمیزی اومبره، بطری های سیاه و سفید حاوی سرم جوانی آینده نگر را باز می کند. روی بسته بندی نوشته شده: «به سفر سلامت و طول عمر پوست خود خوش آمدید.»

وان اسکین که توسط چهار دکترای پژوهش در شتاب دهنده بیوتکنولوژی سان فرانسسکو آغاز شد، اکنون برندی در حوزه مراقبت از پوست است که در تقاطع وسواس صنعت زیبایی بر ضدپیری و تمرکز سیلیکون ولی بر فریب دادن مرگ قرار دارد. لوسیون ها و سرم های این شرکت که اثبات شده ریشه پیری را هدف قرار می دهند، طرفدارانی از جمله افراد مطرح در حوزه تکنولوژی، بایوهکینگ و سلامت را جذب کرده اند.



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



راهکارهای فعالان برای نظم در بازارهای مالی

در بخش پرسش و پاسخ پایانی، چند پیشنهاد از سوی حاضرین مطرح شد. وحید صیامی، کارشناس صنعت پرداخت بیان کرد که همان گونه که برخی نهادها برای حوزه چک استاندارد تعیین کرده اند، باید برای نحوه گفت و گوی پلیس و دستگاه قضایی با شبکه بانکی نیز استاندارد تدوین شود. او معتقد بود که نوعی نابلدی موجب شده تا برخی افراد اختیار گسترده دریافت کنند و تصمیم گیری ها با سرعت و بدون شناخت رخ دهد. عبدالرضا عسگرخانی، مدیرعامل داریک، عنوان کرد که در حوزه طلا، از کسب و کارهای بدون تخلف نظرخواهی مشورتی انجام نشده و اشاره کرد که بخش قابل توجهی از تراکنش های بازار سنتی طلا، خارج از چارچوب قانونی است و نظارت موثری بر آن وجود ندارد. توحید علی اشرفی مدیرعامل علی بابا اعلام کرد که باید فضای بی قانونی به عنوان بخشی از شرایط نوآوری و فناوری تحول گرا به رسمیت شناخته شود و گفت که بی قانونی لزوماً به معنای قانون شکنی نیست و می تواند نشانه بروز پدیده جدید باشد.

محمد حکیمی، مدیرعامل رمزینکس، بیان کرد که امروز اپلیکیشن های مالی جدیدی در دسترس کاربران قرار دارد که به گفته او امکان دریافت یوان چین یا هر مبلغ و انتقال آن به هر فرد دلخواه را فراهم می کند و تمامی کاربران ایرانی می توانند از آن بهره مند شوند. او سپس این سؤال را مطرح کرد که آیا اپلیکیشن های ایرانی نیز امکان ارائه چنین سطحی از دسترسی را به کاربران خارجی فراهم می کنند یا خیر.

حامد قنادپور، مدیرعامل تارا، اعلام کرد که بانک ها با مسائل جدی و خسارت بار مواجه هستند و توضیح داد که منابع آنها از محل دارایی های عمومی تأمین می شود و این موضوع به خصوص درباره بانک های دولتی حساسیت بیشتری دارد. او تأکید کرد که باید چارچوب مشخص و الزام آوری برای عملکرد این بانک ها تعیین شود تا از هدررفت منابع مالی جلوگیری شود.

حذف کند. باقری اصل گفت که سهم اقتصاد دیجیتال در نهایت ۵ تا ۶ درصد GDP است و چنین سهمی نمی تواند منشأ انحصار باشد و برای رفع نگرانی ها باید از داده، تحلیل و مدل اجرایی بهره گرفته شود. وی اظهار داشت که متن اولیه گفت و گو ها هنوز آماده نیست و اشاره کرد از تشکلهای رسمی پیشنهادی دریافت نکرده و تأکید کرد که مسیر دولت و اکوسیستم خصوصی متفاوت پیش رفته و باید میان آنها پل ارتباطی ایجاد شود.

نگرانی از تکرار تجربه بانک آینده در حوزه رمزارز

نوش آفرین مؤمن واقفی، معاون فناوری بانک مرکزی، اعلام کرد که برخی بازیگران اکوسیستم رمزارز در ذهن رگولاتور یاد آور چالش های مربوط به بانک آینده هستند و گفت که بخشی از سخت گیری ها برای جلوگیری از شکل گیری تجربه مشابه صورت می گیرد. او افزود که بانک مرکزی پیش تر سیاست های بسته تری داشت اما طی شش ماه اخیر بخشی از محدودیت ها کاهش یافته و از توسعه کیف پول دیجیتال حمایت می کند. وی بیان کرد که تنها خط قرمز بانک مرکزی، موضوع پول شویی و فرار مالیاتی است و در سایر حوزه ها فضای باز و پذیرش پیشنهادها وجود دارد. او همچنین گفت که ترکیب فعلی انجمن بیشتر به حوزه رمزارز اختصاص دارد و ترجیح داد آن را «انجمن رمز تک» بنامد.

ضرورت شکل گیری گفتمان کارشناسی مشترک

مانی یکتا، مدیر اداره نظارت بر نظام های پرداخت بانک مرکزی نیز اظهار کرد که فقدان گفتمان سازنده نه تنها در سیاست گذاری بلکه در سطح کارشناسی دیده می شود و اعلام کرد که دستگاه های اجرایی نیز میان خود ارتباط و گفت و گوی منسجم ندارند. او تأکید کرد که ضعف جایگاه کشور در اقتصاد بین الملل مشهود است و شاید اقتصاد دیجیتال بتواند زمینه ای برای ارتقای جایگاه کشور فراهم کند.

تحلیل داده و فناوری می تواند ریسک را کاهش دهد و همه فعالان مالی اعم از رگولاتور و کسب و کار باید بررسی کنند که آیا اقداماتشان موجب تسهیل دسترسی مردم به خدمات مالی می شود یا خیر که به گفته او، همین موضوع می تواند «حبل المتین فین تک ایران» باشد.

مطالبه بخش خصوصی برای حضور رسمی در سیاست گذاری

نیما قاضی، رئیس انجمن تجارت الکترونیک تهران، اعلام کرد که بخش خصوصی مطالبه کرده تا تیمی از کرسی های کارگروه اقتصاد دیجیتال و ۳۰ درصد حق رأی آن به نمایندگان اکوسیستم خصوصی واگذار شود و به گفته او این مطالبه با وعده مثبت وزیر اقتصاد و موافقت اولیه سران قوا همراه شده است. او همچنین گفت که وزیر اقتصاد در نشست های اخیر عنوان کرده که شورای گفت و گوی اقتصاد دیجیتال تشکیل می شود و در حوزه اختلاف با بیمه مرکزی، دیدگاه استارت آپ ها مورد پذیرش قرار گرفته و حتی اعلام شده که اگر مشکلات حل نشود احتمال تغییر رئیس بیمه مرکزی وجود دارد. قاضی ابراز نگرانی کرد که طولانی شدن روندها موجب از دست رفتن فرصت ها شود و توضیح داد که سرمایه گذاران پیشین به دلیل برخورد های امنیتی یا موانع ورود به بورس از کشور خارج شده اند. او در عین حال با وجود اختلاف نظر با بانک مرکزی، تمایل به ادامه گفت و گو ها را مطرح کرد.

هشدار نسبت به برآورد اشتباه سرمایه مورد نیاز اکوسیستم

رضا باقری اصل، رئیس مرکز تحول دیجیتال و فناوری اطلاعات سازمان برنامه و بودجه، بیان کرد که سرمایه مورد نیاز اکوسیستم دیجیتال برای جهش، کمتر از تصورات و برآوردهای موجود است و افزود که رقم مطرح شده از سوی استارت آپ ها حتی کمتر از یک سوم بدهی یک بانک است. او اعلام کرد که بخش خصوصی اظهار کرده که خود می تواند سرمایه گذار جذب کند و از دولت خواسته که تنها موانع را



آن سارا پانار، مدیر بخش
خانه هرمس، مدیر عامل
تازه عطر و زیبایی شد

عطر خانه در هرمس

هرمس در آغاز نوامبر تغییری
مهم را در ساختار مدیریتی
خود اعلام کرد و آن سارا پانار،
مدیر عامل پیشین بخش خانه این
برند، را در جایگاه تازه مدیر عامل بخش
عطر و زیبایی منصوب کرد. این
انتصاب که از نخستین روز ماه نوامبر
اجرای شد، در بیانیه‌ای که شرکت به
«بیزنس آو بیوتی» تأیید کرد، به عنوان
گامی تازه در هدایت یکی از واحدهای
کلیدی این برند لوکس مطرح شد.

پانار از سال ۲۰۱۸ هدایت
هرمس میژن، بخش خانه این
شرکت، را بر عهده داشت و همزمان
ریاست برند نقره جات پوئیفورکا را نیز
بر دوش می کشید. او نخستین بار در
سال ۲۰۱۱ به هرمس پیوست و
مدیریت فروشگاه اصلی فویورگ
سن اونوره را در اختیار گرفت؛ سمتی که
نقش مهمی در آشنایی او با ساختار
تجاری، فرهنگی و عملیاتی خانه
هرمس داشت و مسیر او را برای ورود
به مدیریت کلان هموار کرد.

او در این جایگاه جانشین
آنی یس دو ویلر می شود؛
مدیری که بیش از یک دهه مسئولیت
این بخش را در اختیار داشت و اکنون
همچنان به عنوان رئیس بخش عطر و
زیبایی به فعالیت خود ادامه می دهد.
دو ویلر علاوه بر حفظ این سمت،
به تازگی به عنوان معاون اجرایی واحد
مروکتری-سلری، یکی از حوزه های
اصلی تولیدات چرمی هرمس، نیز
منصوب شده است.

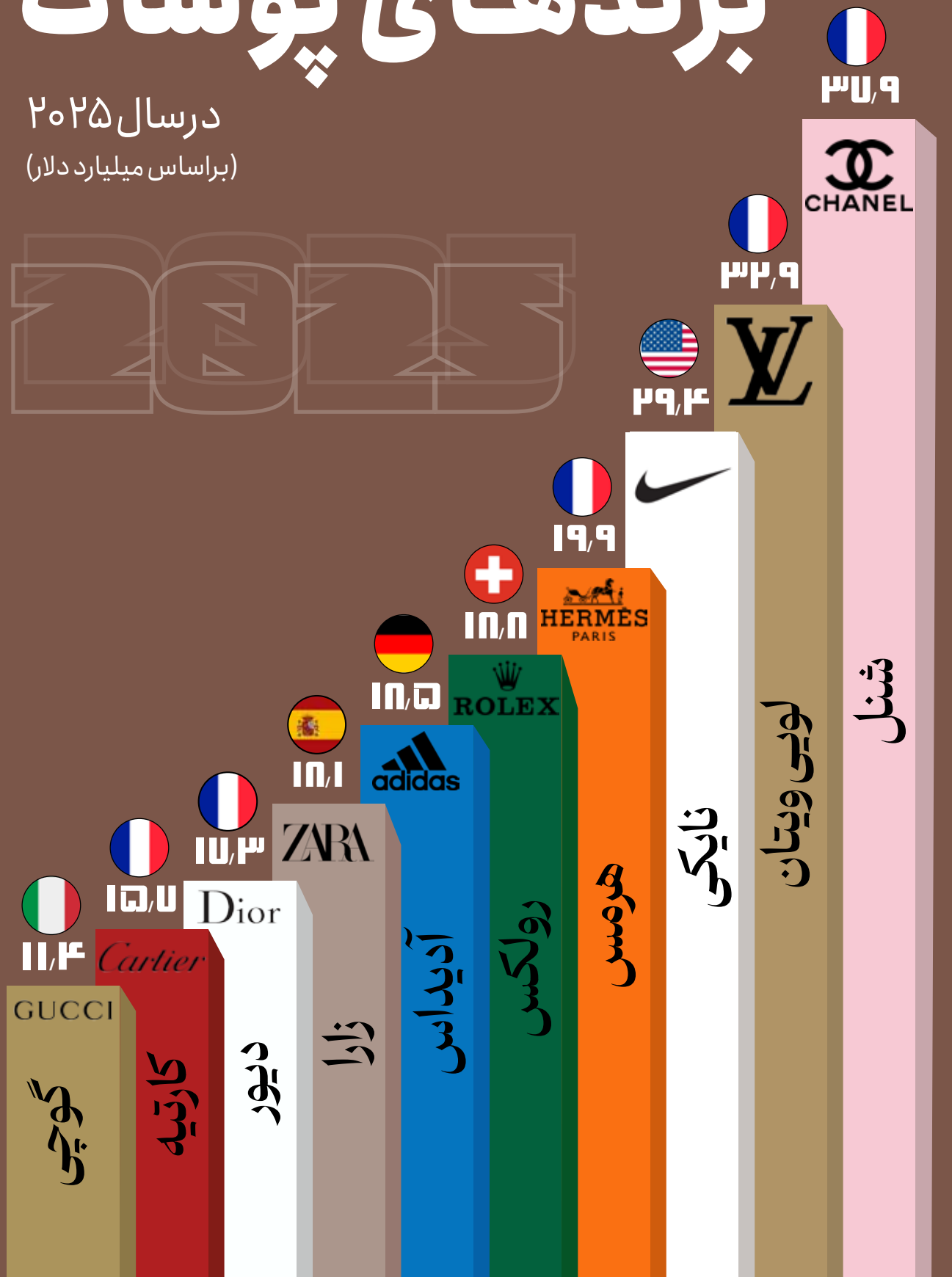
تغییر مدیریتی در
بخش عطر و زیبایی
در زمانی صورت می گیرد
که هرمس گزارش عملکرد
مالی ناامیدکننده‌ای از
سه ماهه سوم ارائه داده
است. این بخش با
کاهش پنج درصدی
فروش مواجه شد؛ افتی
که شرکت آن را عمدتاً
ناشی از نبود مجموعه‌های
تازه و کاهش عرضه
محصولات جدید عنوان
کرده است.



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

ارزشمندترین برندهای پوشاک

در سال ۲۰۲۵
(بر اساس میلیارد دلار)



داستان کالاهای بازگشتی



چه بلایی بر سر کالاهایی می‌آید که مشتریان دیگر نمی‌خواهند یا بازمی‌گردانند؟

تیم خبری و تحقیقاتی «وایرکاتر» برای یافتن پاسخ به این سوال که چه بلایی بر سر کالاهای بازگشتی می‌آید، دست به تجربه‌ای عجیب زد و یک پالت ۴۵۰ پوندی پر از کالاهای بازگشتی از آمازون و فروشگاه‌های دیگر خرید. هزینه این پالت بیش از ۷۰۰ دلار بود و با هدف، ارائه تصویری واقعی از دنیای خرید امروز و چرخه زندگی محصولات انجام شد.

◀ بازار ثانویه؛ چرخه‌ای برای زندگی دوباره کالاها

خیلی از محصولات بازگردانده می‌شوند و بسیاری دیگر اصلاً فروخته نمی‌شوند. فروشگاه‌ها با این کالاها چه می‌کنند؟ بخشی اهدا می‌شود، بخشی به تولیدکننده یا شریک خرده‌فروشی بازمی‌گردد و بخشی دیگر با قیمت ناچیز به فروشنده‌های نقدی فروخته می‌شود. این کالاها وقتی در جعبه‌های بزرگ بسته‌بندی می‌شوند، وارد «بازار ثانویه» می‌شوند و می‌توانند دوباره به فروش برسند؛ از فروشگاه‌هایی مانند «دلار جنرال» و «تی. جی. مکس» گرفته تا بازارهای محلی و فروشگاه‌های آنلاین و مستقل. طبق گفته زک راجرز، دانشیار مدیریت زنجیره تأمین، ارزش بازار ثانویه در آمریکا در سال ۲۰۲۴ حدود ۸۴۶ میلیارد دلار بود، رقمی که نسبت به سال ۲۰۰۸ بیش از دو برابر شده است. او می‌گوید بازار ثانویه کالاها را با قیمت پایین در اختیار کسانی قرار می‌دهد که معمولاً دسترسی به این محصولات ندارند، به‌ویژه در مناطقی که فروشگاه کمیاب است و مردم مجبورند برای خرید کالاهای اساسی کیلومترها سفر کنند. پالت‌های بازگشتی به‌نوعی جعبه‌های سورپرایز عظیم هستند؛ مشابه ویدئوهای «مینی برنز»، با این تفاوت که کالاهای درون پالت اندازه واقعی دارند و قابل استفاده هستند اما ماهیت این جعبه‌ها شانس است؛ هیچ‌کس نمی‌داند چه چیزی دریافت خواهد کرد. تجربه‌ای شبیه قمار است که بخشی از هیجان آن به همین عدم قطعیت برمی‌گردد.

◀ کوه پلی استر؛ تجربه ناخوشایند بازکردن پالت

گاهی نتیجه این خریده‌ها، بسیار ناامیدکننده می‌شود و حس بی‌ارزشی کالا را بیش از پیش آشکار می‌کند. تیم وایرکاتر، این تجربه را چنین توصیف می‌کند: «ما برای خرید پالت، مجبور شدیم به انباری صدها مایل دورتر سفر کنیم. ورود به آنجا شبیه ورود به کارخانه شکلات ویلی وانکا بود، اگرچه شکلات جای خود را به مقوا داده بود. ردیف‌های بی‌پایان پالت‌ها آن قدر بلند بود که برای نگاه کردن داخل بعضی از آن‌ها نیاز به نردبان داشتیم و همه کارها توسط یک مرد سخت‌کوش، از بسته‌بندی تا جابه‌جایی با لیفتراک و نوشتن رسید، به طرز شگفت‌آوری هم‌زمان انجام می‌شد. هر حرکت او گویی نمایشنامه‌ای دقیق از نظم و تلاش بود، در حالی که حجم کالاها تقریباً نفس گیر بود. چند روز بعد، پالت در دفتر ما رسید. چهار نفر دو روز کامل طول کشید تا ۴۳۰ بسته شامل ۵۸۲ آیتم باز و ثبت شود. هیجان اولیه ما خیلی سریع به حس ناخوشایند تبدیل شد؛ لباس‌هایی با دوخت ضعیف، لباس‌های شنا و چندین تکه پلاستیک و مقوا روی هم توده شدند. این توده عظیم را «کوه پلی استر» نامیدیم. سرمایه‌گذاری ما حدود ۲۰۰ دلار بود، در حالی که ارزش اولیه کالاها بیش از ۸۰۰ دلار بود، اما ارزش فروش

◀ دلایل انسانی بازگشت کالاها

بازگشت آسان کالاها یکی از مزایای فروشگاه‌های بزرگ است و مردم از آن به طور گسترده استفاده می‌کنند. در سال ۲۰۲۵، حدود ۱۵.۸٪ از فروش‌ها بازگردانده خواهند شد، معادل ۸۴۹.۹ میلیارد دلار. دلایل بازگشت اغلب انسانی و گاهی دلخراش است. مردی در آرکانزاس کلاه همسر فوت‌شده‌اش را بازگرداند، زنی در کالیفرنیا لباس‌های مناسب سایز خود نیافت و بازگرداند، مردی در نیویورک پیراهن‌های اشتباه سایز را بازگرداند و زنی در شیکاگو ابزار مو را به دلیل عملکرد نامناسب بازگرداند. بسیاری از مردم حتی نمی‌دانستند یا فکر نمی‌کردند کالاهای بازگردانده شده به کجا می‌روند و معمولاً تصور می‌کردند دوباره به فروش می‌رسند. بازار ثانویه به بافروشنندگان اجازه می‌دهد کالاهای اضافی را دوباره وارد چرخه مصرف کنند و هم‌زمان از آسیب به محیط زیست بکاهند. افراد از این مسیر کسب‌وکارهایی کوچک و بزرگ ایجاد می‌کنند و شبکه‌های اجتماعی نیز نقش سرگرمی و الهام‌بخشی دارند. هدف نهایی تیم وایرکاتر و بسیاری دیگر این است که خریداران آگاه شوند؛ بتوانند قبل از خرید مزایا و معایب کالا را بشناسند و از هدر رفتن زمان و پول جلوگیری کنند. اما اگر این روند بیش از حد انجام شود، هزاران پالت پر از کالاهای تحویل نشده، فروخته‌نشده و رهاشده ایجاد می‌شود. همان‌طور که داستان «چارلی و کارخانه شکلات‌سازی» نشان می‌دهد، هر چیزی بیش از حد می‌تواند مضر باشد و مصرف و تولید بیش از حد ما را به این چرخه بی‌پایان کشانده است.

◀ فرصت و امید در پشت توده‌های بازگشتی

در نهایت، سرنوشت کالاهای بازگشتی ترکیبی از غم، فرصت و درس‌های اقتصادی است. از توده‌ای که در دفتر وایرکاتر «کوه پلی استر» نامیده شد گرفته تا فروشگاه‌های کوچک و بازارهای ثانویه که کالاها را دوباره زنده می‌کنند، ارزش و اثرگذاری این محصولات گاهی فراتر از تصور ماست. این داستان نشان می‌دهد حتی زیاده‌های ما می‌توانند فرصتی برای کسی باشند، کسب‌وکاری راه بیندازند و چرخه مصرف را به شکلی پایدارتر ادامه دهند. تجربه پالت بازگشتی به ما یادآوری می‌کند که هر خرید و بازگشتی، داستانی انسانی و گاهی غم‌انگیز در پشت خود دارد، و اینکه هر کالا، چه کوچک و چه بزرگ، می‌تواند تأثیر اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی فراتر از انتظار ما داشته باشد. بازگشت کالاها به ما یادآوری می‌کند که مصرف بی‌رویه تنها هدررفت نیست، بلکه می‌تواند فرصتی برای بازآفرینی و ایجاد ارزش اجتماعی و اقتصادی باشد، اگر مسیرهای ثانویه و خلاقانه برای استفاده از این کالاها در نظر گرفته شود.



پلتفرم سندر، برای اعلام ورشکستگی آماده می‌شود

سندر، خاموش شد

گذشته امضا کرد و حدود ۹ هزار ملک را تحت برند «سندر بای ماریوت» وارد سیستم ماریوت کرد. این یکپارچه‌سازی تابستان امسال تکمیل شد و منجر به خروج فرانسیس دیویدسون فرانسیس دیویدسون، هم‌بنیان‌گذار سندر شد. این قرارداد ۲۰ ساله به سندر ۱۲۶ میلیون دلار تأمین مالی داد، زمانی که شرکت پس از مواجهه با جریان نقدی منفی ۱۰۸ میلیون دلاری و دریافت اخطارهای حذف از نزدک (Nasdaq) به دنبال سرمایه بود. پس از افشای اشتباهات گزارشگری مالی که صورت‌های مالی ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ را تحت تأثیر قرار داده بود، قیمت سهام کاهش یافت. سرمایه‌گذاران همچنین در ژوئن گذشته پرونده‌های قضایی بیشتری مطرح کردند. انتظار می‌رفت قیمت سهام روز دوشنبه باز هم کاهش یابد. ارزش بازار شرکت قبل از اعلام امروز ۶.۷۹ میلیون دلار بود، طبق گزارش ال‌اس‌ئی‌جی، که کاهش شدیدی نسبت به ارزش ۲.۲ میلیارد دلاری آن در زمان عرضه اولیه عمومی در ۲۰۲۱ نشان می‌دهد. ماه گذشته گزارش‌هایی منتشر شد که سندر در تلاش برای توافق خارج از دادگاه با طلبکاران خود بوده است، اقدامی که به‌عنوان تلاش برای جلوگیری از اعلام ورشکستگی تلقی شد. در آخرین گزارش سه‌ماهه خود، سندر «شک و تردید قابل توجه» درباره توانایی ادامه فعالیت به‌عنوان یک شرکت فعال را ذکر کرد. تا پایان ژوئن، سندر دارای ۱ میلیارد دلار دارایی و ۱.۵ میلیارد دلار بدهی بود.

پلتفرم اجاره کوتاه‌مدت سندر، در آستانه تعطیلی کسب‌وکار خود قرار دارد و این شرکت پس از جدایی از ماریوت، فعالیت‌های خود را متوقف می‌کند. علاوه بر این، قصد دارد برای تصفیه کسب‌وکار خود طبق فصل ۷ در ایالات متحده و همچنین اقدام‌های ورشکستگی در دیگر کشورهایی که فعالیت دارد، اقدام کند. این شرکت گفت که بررسی فروش کسب‌وکار و عملیات خود و همچنین تأمین نقدینگی بیشتر را مدنظر داشته، اما در این تلاش‌ها موفق نبوده است: «رسیدن به مرحله‌ای که تنها راه ممکن پیش رو، تصفیه است، ما را ویران کرده است»

جنیس سیرز، مدیرعامل موقت، در بیانیه‌ای گفت: «ما تمام راه‌های ممکن برای جلوگیری از این نتیجه را بررسی کردیم، اما چاره‌ای جز توقف فوری عملیات و تصفیه دارایی‌هایمان نداریم.» این اعلامیه تنها یک روز پس از شکست همکاری سندر با ماریوت اینترنشنال منتشر شد.

ماریوت طی آخر هفته توافقنامه مجوز خود با سندر را لغو کرد و ادعا کرد که اپراتور کوتاه‌مدت بر اساس توافقی که تنها سال گذشته امضا شده بود، تخلف کرده است. سیرز گفت که «چالش‌های غیرمنتظره در هم‌راستاسازی چارچوب‌های فناوری» مانع همکاری با ماریوت شده است.

◀ فروپاشی همکاری با ماریوت و پیامدهای آن

سندر، قرارداد مجوز با ماریوت را تابستان



شماره ۱۸۴
آذر ۱۴۰۴
سال پنجم





استارتاپ موراتی در تلاش برای جذب سرمایه ۵۰ میلیارد دلاری

ماشین‌های ۱۲ میلیاردی موراتی

مانند بسیاری از استارت‌آپ‌های مطرح هوش مصنوعی، این شرکت درگیر رقابت شدید برای جذب استعدادهاست. ماه گذشته، تالاک، یکی از هم‌بنیان‌گذاران، برای پیوستن به متا پلتفرم، که برای جذب پژوهشگران هوش مصنوعی پیشنهادهای چند میلیون دلاری ارائه می‌کند، از شرکت جدا شد.

جذب ۲ میلیارد دلار با ارزش گذاری ۱۲ میلیارد دلاری در ماه ژوئیه

تینکینگ ماشینز در ماه ژوئیه یکی از بزرگ‌ترین دوره‌های سرمایه‌گذاری اولیه را بست و ۲ میلیارد دلار با ارزش گذاری ۱۲ میلیارد دلاری جذب کرد. این استارت‌آپ چند ماه بعد نخستین محصول خود، تینکر، را معرفی کرد- پلتفرمی که به کاربران امکان می‌دهد مدل‌های زبانی بزرگ را آسان‌تر سفارشی یا ریزتنظیم کنند. تینکر تاکنون در میان پژوهشگران دانشگاه‌هایی مانند پرینستون و استنفورد با استقبال روبه‌رو شده و شرکت نیز شروع به جذب مشتریان سازمانی پرداخت‌کننده کرده است.

موراتی یکی از چندین مدیر سابق اوپن‌ای‌آی است که سرمایه‌گذاران توجه زیادی به آن‌ها نشان می‌دهند. ایلیا ساتسکور، دانشمند ارشد پیشین اوپن‌ای‌آی، استارت‌آپ سیف سوپراینتلیجنس را بنیان گذاشته که به‌تازگی با ارزش ۳۲ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شده است. لیام فدوس، یکی دیگر از مدیران سابق اوپن‌ای‌آی، اکنون هدایت شرکت پیرادیک لبز را بر عهده دارد که حدود ۱۰۳ میلیارد دلار ارزش گذاری شده است.

استارت‌آپ هوش مصنوعی «تینکینگ ماشینز» که توسط میرا موراتی، مدیر پیشین اوپن‌ای‌آی، تأسیس شده، در مراحل ابتدایی گفت‌وگو برای جذب دور جدید سرمایه با ارزش گذاری حدود ۵۰ میلیارد دلار است؛ ارزشی که پس از جذب حدود ۲ میلیارد دلار در ماه ژوئیه و رسیدن به ۱۲ میلیارد دلار، اکنون جهش بزرگی داشته است. این مذاکرات همزمان با عرضه اولین محصول شرکت، تینکر- ابزاری برای ریزتنظیم و سفارشی‌سازی مدل‌های زبانی پیش می‌رود. همچنین هم‌بنیان‌گذار شرکت، اندرو تالاک، اخیراً برای پیوستن به شرکت متا از گروه جدا شده و شرایط معامله هنوز نهایی نشده است. استارت‌آپ «تینکینگ ماشینز لب»، که آن هم توسط موراتی راه‌اندازی شده، طبق گزارش‌ها در حال مذاکره برای جذب سرمایه جدید با ارزش‌گذاری حدود ۵۰ میلیارد دلار است. به‌گفته بلومبرگ، این سرمایه‌گذاری جدید که پیش‌تر خبری از آن منتشر نشده بود ارزش شرکت را نسبت به ماه ژوئیه بیش از چهار برابر می‌کند و تینکینگ ماشینز را کمتر از یک سال پس از تأسیس، در میان ارزشمندترین استارت‌آپ‌های خصوصی قرار می‌دهد. این شرکت که فوریه امسال تأسیس شد، در حال ساخت مدل‌ها و ابزارهای هوش مصنوعی با هدف تقویت «همکاری انسان و هوش مصنوعی» در صنایع مختلف است. موراتی که پیش‌تر مدیر ارشد فناوری در اوپن‌ای‌آی بود، تعداد زیادی از نیروهای سابق آن شرکت را جذب کرده است. از جمله این چهره‌ها، جان شولمن هم‌بنیان‌گذار اوپن‌ای‌آی و برت زوف، معاون پیشین بخش تحقیق هستند.



بانوی جهان هوش مصنوعی

درباره میراموراتی که به عنوان یکی از

چهره‌های تأثیرگذار فناوری و هوش مصنوعی شناخته می‌شود



میراموراتی، یکی از چهره‌های برجسته صنعت هوش مصنوعی در سال‌های اخیر، با نقش‌آفرینی در پروژه‌های مهم این حوزه، به عنوان یکی از مدیران و مهندسان فناوری تأثیرگذار شناخته می‌شود. او که در پروژه‌های شاخص هوش مصنوعی مانند چت‌جی‌پی‌تی، دال‌ای و کدکس فعالیت داشته است، پس از سال‌ها حضور در اوپن‌ای‌آی، این شرکت را ترک و استارت‌آپ تازه‌ای به نام «تینکینگ ماشینز» تأسیس کرده. این شرکت روی توسعه ابزارهای هوش مصنوعی قابل تنظیم و در دسترس برای پژوهشگران و توسعه‌دهندگان تمرکز دارد.

اما این پایان مسیر او در هوش مصنوعی نبود. در فوریه ۲۰۲۵، موراتی از تأسیس شرکت جدیدی با نام تینکینگ ماشینز خبر داد؛ شرکتی که چشم‌انداز آن، ساخت سیستم‌های هوش مصنوعی «قابل فهم، قابل تنظیم و عموماً قادر برای همه» عنوان شده. این شرکت در همان ماه‌های نخست فعالیت، توجه گسترده‌ای را در صنعت به خود جلب کرد و محصولاتی در زمینه ابزارهای فاین‌تیون مدل‌های بزرگ ارائه داد که هدفشان در دسترس‌تر کردن قابلیت‌های هوش مصنوعی پیشرفته برای محققان و توسعه‌دهندگان است. موراتی در دوران حضورش در اوپن‌ای‌آی نقش پررنگی در توسعه محصولات شاخص این شرکت داشت. پروژه‌هایی چون چت‌جی‌پی‌تی، مدل تولید تصویر دال‌ای و موتور برنامه‌نویسی خودکار کدکس از جمله محصولاتی هستند که او در هدایت تیم‌های سازنده آنها نقش کلیدی ایفا کرد. این دستاوردها موجب شد که در سال ۲۰۲۳ در فهرست «۱۰۰ زن قدرتمند در کسب‌وکار» مجله فورچون، در رتبه ۵۷ قرار گیرد.

دیدگاه‌های او درباره آینده فناوری نیز همواره مورد توجه قرار گرفته است. موراتی بارها تأکید کرده که هوش مصنوعی تنها ابزاری برای خودکارسازی نیست، بلکه باید زمینه‌ای برای همکاری انسان و ماشین باشد. او بر این باور است که ابزارهای هوش مصنوعی باید به گونه‌ای ساخته شوند که کاربران بتوانند آنها را متناسب با ارزش‌ها و نیازهای خود تنظیم و شخصی‌سازی کنند. با این حال، برخی از اظهارنظرهای او نیز واکنش برانگیز بوده؛ از جمله زمانی که گفت برخی از شغل‌هایی که ممکن است با گسترش‌ای‌آی از بین بروند، شاید اساساً نباید وجود می‌داشتند.

شرکت تینکینگ ماشینز تحت رهبری او تلاش کرده است با جذب نیروهایی از شرکت‌های مطرحی چون اوپن‌ای‌آی و متا، جایگاه خود را در رقابت پرشتاب هوش مصنوعی تقویت کند. این شرکت اکنون یکی از بازیگران تازه‌وارد اما مهم صحنه هوش مصنوعی به شمار می‌رود. با وجود خروج موراتی از اوپن‌ای‌آی، او همچنان یکی از افراد تأثیرگذار در مسیر تحولات این صنعت معرفی می‌شود و پرسش‌هایی درباره چگونگی رقابت شرکت جدیدش با بازیگران باسابقه‌ای چون اوپن‌ای‌آی، آنترپیک و گوگل دیپ‌مایند مطرح است؛ پرسش‌هایی که احتمالاً آینده فعالیت‌های او و شرکتش، پاسخ آن را مشخص خواهد کرد.

میراموراتی که در ۱۶ دسامبر ۱۹۸۸ در شهر ولوره در آلبانی به دنیا آمده، از نوجوانی مسیر متفاوتی را طی کرد. در ۱۶ سالگی موفق به دریافت بورسیه یونایتد ورلد کالجز شد و برای ادامه تحصیل به کانادا رفت و در پیرسن کالج واقع در ونکوور دوره تحصیلی خود را گذراند. پس از آن، مسیر تحصیلات عالی او در آمریکای شمالی ادامه یافت؛ جایی که مدرک کارشناسی مهندسی ماشین (BEng) را از کالج دارتموث دریافت کرد. ورود میرا موراتی به دنیای صنعت و فناوری از نخستین سال‌های پس از پایان تحصیلات آغاز شد. موراتی فعالیت حرفه‌ای خود را با کارآموزی‌ها و موقعیت‌های مهندسی و محصول در شرکت‌هایی آغاز کرد که در حوزه‌های فناوریانه پیشرو بودند. از جمله این تجربه‌ها می‌توان به فعالیت در شرکت هوانوردی زودیاک ائیرواسپیس اشاره کرد. پس از آن، در سال ۲۰۱۳ به تسلا پیوست و به عنوان مدیر محصول در پروژه‌هایی نظیر خودروی مادل اکس فعالیت کرد؛ نقشی که نخستین تجربه جدی او در یک شرکت مشهور و جریان‌ساز فناوری به شمار می‌رفت.

بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸، او به استارت‌آپ لیپ موشن پیوست؛ شرکتی فعال در حوزه واقعیت افزوده که بعدها با نام اترالیپ شناخته شد. این دوره از فعالیت حرفه‌ای، موراتی را بیش از پیش با فناوری‌های نوظهور و زیربنایی در تعامل انسان و ماشین آشنا کرد. سپس در سال ۲۰۱۸ نقطه عطف مهمی در کارنامه او ثبت شد یعنی پیوستن به اوپن‌ای‌آی. در شروع همکاری، او سمت «معاون توسعه هوش مصنوعی کاربردی و امور مشارکت‌ها» را بر عهده گرفت و به سرعت به یکی از چهره‌های کلیدی این سازمان تبدیل شد. اهمیت نقش او آن‌قدر چشمگیر بود که در ماه مه ۲۰۲۲ به سمت مدیر ارشد فناوری (CTO) ارتقا یافت؛ جایگاهی که در آن مسئولیت مدیریت تیم‌های تحقیق، محصول و ایمنی در توسعه مدل‌های هوش مصنوعی را بر عهده داشت.

در نوامبر ۲۰۲۳، بحران مدیریتی کوتاه‌مدتی در اوپن‌ای‌آی رقم خورد و با کنار رفتن موقت سم آلتمن، موراتی برای مدتی کوتاه مسئولیت مدیرعاملی موقت این شرکت را بر عهده گرفت. این اتفاق، توجه رسانه‌ها و صنعت را به توان مدیریتی او بیش از پیش جلب کرد. حدود یک سال بعد، در سپتامبر ۲۰۲۴، موراتی اعلام کرد که قصد دارد از سمت مدیر ارشد فناوری در اوپن‌ای‌آی کناره‌گیری کند تا به گفته خودش، فرصتی برای «کاوش شخصی» داشته باشد.



هوش مصنوعی
A I

شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



برندهای حوزه سلامت و
تندرستی موفق به افزایش
سرمایه شدند

رونق بازار تندرستی در جهان

در تازه‌ترین تحولات حوزه سلامت، تندرستی و سبک زندگی، مجموعه‌ای از شرکت‌های نوآور موفق به جذب سرمایه‌های قابل توجهی شده‌اند. «لومیا»، سازنده گوشواره‌های اندازه‌گیری جریان خون مغز، ۷ میلیون دلار سرمایه جدید دریافت کرد. در همین حال، «اورین» که یک سیستم تشک هوشمند با قابلیت بهبود خواب مبتنی بر هوش مصنوعی ارائه می‌دهد، توانست در مرحله سید ۱۷.۵ میلیون دلار جذب کند.

در بخش سلامت باروری، شرکت «برد اند بی» تأمین مالی تازه‌ای از اچ‌اس آر ونچرز به دست آورد. همچنین پلتفرم سلامت پیشگیرانه فانکشن با جذب ۲۹۸ میلیون دلار، ارزش خود را به ۲.۵ میلیارد دلار رساند. در بازار نوشیدنی‌های سالم نیز برند «لاکی انرژی»، تولیدکننده نوشیدنی‌های انرژی‌زای سالم‌تر، ۲۵ میلیون دلار سرمایه جدید جذب کرد. کافه‌های زنجیره‌ای سلامت محور «پورا ویدا میامی» نیز با حمایت مالی تازه از تی‌اس‌جی کانسومر مسیر توسعه خود را ادامه می‌دهد.

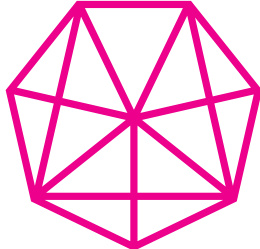
شرکت نکست‌سنس، سازنده ایربادهای بی‌سیم مجهز به ای‌ای‌جی، ۱۶ میلیون دلار سرمایه جدید دریافت کرد. هم‌زمان، برند اسکیمز با جذب ۲۲۵ میلیون دلار، ارزش‌گذاری خود را به ۵ میلیارد دلار افزایش داد. در حوزه مکمل‌های عملکردی، «پلنت پیپل» سرمایه‌گذاری جدیدی از «مانا تری» به دست آورد. همچنین اسنو لیگ، سری مسابقات ورزش‌های زمستانی به ابتکار «شاوین وایت»، موفق شد ۱۵ میلیون دلار جذب کند. در بخش نوشیدنی‌های آرام‌بخش و مکمل‌ها، برند نوشیدنی سلامت آرامش‌بخش «تریپ» تأمین مالی ۴۰ میلیون دلاری را به ثبت رساند. در نهایت «فمیلی ول هلث»، پلتفرم یکپارچه سلامت روان زنان، مرحله سری‌ای را با جذب ۸ میلیون دلار پشت سر گذاشت.



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



گزارش
REPORT



چرا کاربران بی‌خیال میس دیتا نمی‌شوند؟

اقتصاد توجه کیش اینوکس را مبهوت خودش کرده است

در صبح یک روز معمولی نمایشگاهی، چند ویدئوی موبایلی از انسان‌های ربات‌نما در رویداد کیش اینوکس در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری و ظرف چند ساعت به ترند اول اینستاگرام و توئیتر فارسی تبدیل شد. روایت اولیه ساده و تحریک‌کننده بود؛ ربات‌های ایرانی که در برخورد نزدیک با بازدیدکنندگان حرف می‌زنند، راه می‌روند و پلک می‌زنند. اما قاب‌های نزدیک، کلوزآپ از بافت پوست، نشانه‌هایی مثل جوش صورت، ریتم طبیعی راه‌رفتن و پاسخ‌گویی بی‌مکت و انسانی، به سرعت نگاه کاربران را از شگفتی به تردید و سپس طنز و انتقاد سوق داد. همین تغییر احساس، همچون موتور وایرال شدن عمل کرد. هر کاربر می‌توانست با توقف فریم و بزرگ‌نمایی، مدرک بیاورد و موضوع انسان گریم‌شده را ابزار نقدهای تندوتیز به برگزارکنندگان کیش اینوکس کند. در چند ساعت، ده‌ها نسخه تدوین شده از همان چند ویدئو با کپشن‌های طعنه‌آمیز دست‌به‌دست شد و موجی از میم‌ها شکل گرفت که تم اصلی‌اش «جاذدن انسان به جای ربات» بود؛ موجی که با تضاد عجیب و اعصاب‌خردکن میان انتظار از یک نمایشگاه فناوری و تلاش بریاجاذدن آدم‌های واقعی به جای ربات‌های پیشرفته سوخت می‌گرفت و مخاطبان غیرتخصصی را هم درگیر می‌کرد.

دوگانه بود. از یک سو، نمایشگاهی که معمولاً خبری از آن به بیرون درز نمی‌کرد بیش از هر دوره‌ای در قانون توجه قرار گرفت؛ نام رویداد به مخاطبان بیرون از حیطه فناوری رسید و حتی کسانی که هیچ‌گاه پیگیر این رویداد نبودند درباره‌اش حرف زدند. از سوی دیگر این توجه عمدتاً با بار منفی همراه شد و ارزش رویداد را برای ذی‌نفعان اصلی‌اش خدشه‌دار کرد. وقتی محور اصلی طنزها و نقدها، «جاذدن انسان به جای ربات» باشد، ذهن جمعی به سمت بی‌اعتمادی نسبت به وجه فناورانه این رویداد حرکت کرد. فراوانی محتوا به‌ضرر برند کیش اینوکس و به‌طور کلی اکوسیستم فناوری و بانکی کشور شد. هر میم تازه، هر ویدئوی خانگی بازآفرینی شده، نه‌تنها یادآوری رویداد، که یادآوری شکست و نتوانستن فناوران ایران بود. تاجایی که عده‌ای به میدان آمدند و در دفاع از بچه‌ها و تیم‌های رباتیک ایرانی مدرک و سند آوردند و از کاربران خواستند به خاطر این حرکت سطحی در یک نمایشگاه خودتحقیری نکنند و به یاد بیاورند که ایرانی‌ها در رقابت‌های رباتیک چه دستاوردها و مدال‌هایی داشته‌اند!

فعلاً که اقتصاد توجه برای یکی از نمایشگاه‌های باسابقه کیش حساسی موجب ضرر و خسران شده و بعید است به این زودی کسی انسان‌های ربات‌نما را فراموش کند. بدتر اینکه با هر خبری در زمینه پیشرفت‌های جهانی ربات‌ها و... باز بخشی از این ویدئوها و طنزها به صحنه طنزهای ایرانی‌های خوش‌ذوق اما همیشه نقاد باز خواهند گشت.

شوخی‌های تک‌پست به میم‌های سریالی و قابل تقلید ارتقا داد. بلاگرها و ویدئوسازها هم با بازآفرینی صحنه‌ها، دیالوگ‌گذاری و حتی با تقلید از بازی «میس دیتا» و همراهش، محتواهایی ساختند که نه‌فقط می‌خنداند، بلکه نقد کل ماجرا هم بود. وقتی موج شبکه‌های اجتماعی اوج گرفت، رسانه‌ها با تیتروهای مبتنی بر جنجال، ویدئوی عجیب و آبروریزی وارد شدند و عملاً روایت غالب آنلاین را رسمی‌سازی کردند. گزارش‌ها دو نکته را برجسته کردند. نشانه‌های انسانی در صحنه‌ها که با استانداردهای ربات‌های انسان‌نمای روز جهان ناسازگار بود و دوم، تناقض آزاردهنده بین وعده فناوری و یک اجرای نمایشی در کیش اینوکس. بخش تحلیلی رسانه‌های فناوری نیز به این خط پیوستند که حتی اگر اجرا به‌عنوان سرگرمی طراحی شده باشد، در بستر نمایشگاهی که انتظار دستاورد باید به نمایش بگذازد، مرز شفاف میان نمایش و فناوری حداقل باید دقیق اعلام شود.

در حاشیه، برخی منابع رسمی تلاش کردند موضوع را به ابتکار تبلیغاتی یک غرفه محدود کنند و از نمایشگاه رفع مسئولیت کنند اما در میدان افکار عمومی، تفاوتی نمی‌کرد که این دسته‌گل را چه کسی به آب داده است و همه کاسه کوزه‌ها را بر سر نمایشگاه شکستند.

آسیب به اعتبار یا دیده‌شدن کیش اینوکس؟

اثر میس دیتا و همراهش برای کیش اینوکس در ظاهر

اگرچه که خیلی زود مشخص شد که کسی چنین قصد آشکاری برای فریب مخاطبان نداشته و صرفاً این موضوع یکی از همان کارهای معمول نمایشگاهی بوده که در آن‌ها افرادی گریم‌شده در غرفه یک شرکت کارشان توجه دادن بازدیدکنندگان به آن برند و یا به‌طور کلی ایجاد سرگرمی در محیط نمایشگاه است اما گویا دیگر برای کسی اصل ماجرا چندان اهمیتی نداشت. آن‌هم وقتی چند ماهی از جیتکس و فناوری‌ها و زرق و برق رباتیک آن نگذشته بود. بازار مقایسه و نقدهای آتیشین حسابی داغ شد و کماکان هم ادامه دارد.

چرخش از نقد به طنزهای خلاقانه

فاز اول واکنش‌ها، شوک و حیرت آمیخته به کنجکاوی بود؛ کاربران می‌پرسیدند آیا این‌ها واقعاً ربات‌اند یا هنرپیشه؟ خیلی زود زبان جمعی به سمت طنز چرخید. کپشن‌ها و میم‌ها بر دو محور متمرکز بودند: یکی جزئیات انسانی ربات‌ها و دیگری قیاس با استانداردهای جهانی رباتیک.

عبارت‌های تکرارشونده‌ای مثل انسان‌ربات‌نما تبدیل به هشتک‌های تکرارشونده شد و روایت را همگن و قابل نقل کرد. ویدئوهای کوتاه تحلیلی که با دایره قرمز روی جزئیاتی مثل پلک زدن، چین پوست یا الگوی گام گذاشتن مکت می‌کردند، نقش آموزش جمعی را بر عهده گرفتند. هر کاربر تازه‌وارد، در چند ثانیه می‌فهمید چرا جمع به «نمایش» مشکوک است و چگونه باید نشانه‌ها را تشخیص دهد. این انسجام، طنز را از سطح



افتتاح بزرگ‌ترین
کارخانه تولید غشاهای
آب شیرین‌کن خاورمیانه
در عربستان

فناوری آب شیرین در عربستان

بزرگ‌ترین کارخانه تولید غشاهای آب شیرین‌کن خاورمیانه که که در شهرک صنعتی سوم دمام قرار دارد، توسط شرکت جهانی تولید غشا «توری ممیران خاورمیانه» توسعه یافته و با حضور شاهزاده سعود بن نایف بن عبدالعزیز، فرماندار استان شرقی عربستان، به طور رسمی افتتاح شد.

این کارخانه بر اساس فناوری غشای اسمز معکوس (RO) ساخته شده است، یک فناوری کلیدی که در سیستم‌های آب شیرین‌کن برای تبدیل آب دریا به آب آشامیدنی به کار می‌رود. این کارخانه قادر است سالانه ۳۰۰ هزار غشا تولید کند و با شش خط تولید یکپارچه، هدفش تأمین نیاز منطقه خلیج فارس و عرضه محصولات به بازار جهانی است.

این پروژه یک سرمایه‌گذاری مشترک بین «ابن‌یان هول‌دینگ» و شرکت ژاپنی «توری اینجستریز» است و سرمایه‌گذاری انجام شده در آن بیش از یک میلیارد ریال سعودی است. همچنین، این کارخانه دومین تأسیسات مشابه توری در خارج از ژاپن به شمار می‌رود.

از اهداف اصلی این پروژه می‌توان به بومی‌سازی مواد اولیه تولید با حدود ۷۰٪ مشارکت نیروهای محلی، کاهش بیش از نصف زمان تأمین زنجیره تولید و بهبود مصرف انرژی به میزان ۴ تا ۵٪ اشاره کرد. با این افتتاح، عربستان سعودی جایگاه خود را به عنوان یکی از قطب‌های تولید غشاهای آب شیرین‌کن در منطقه و جهان تثبیت کرده است.



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

حتی عرب‌های ژاپنی باز هم چینی‌پسند شدند

کند شدن رشد بازار خودروهای برقی در چین باعث شده سیلی از مدل‌های جدید با قیمت‌های رقابتی‌تری کشورهای حاشیه خلیج فارس شود

کاهش تقاضای خودروهای برقی در چین، اروپا و آمریکا تولیدکنندگان جهانی را با ظرفیت مازاد روبه‌رو کرده و این ظرفیت حالا به سمت بازارهای کشورهای حاشیه خلیج فارس هدایت می‌شود؛ همین موضوع تنوع مدل‌ها را بیشتر کرده و قیمت‌ها را پایین آورده و در نتیجه تقاضای نهفته در امارات و عربستان را فعال کرده است.

شارژر بود. با افزایش واردات رقابتی، این موانع در حال رفع شدن است. او می‌گوید مصرف‌کنندگان کشورهای جی‌سی‌سی به‌ویژه در عربستان و امارات، تمایل زیادی به امتحان برندهای جدید دارند و همین موضوع باعث تغییر چهره نمایشگاه‌های ریاض و دویبی شده است.

رشد نفوذ خودروهای برقی تا سال ۲۰۳۰
آروند پیش‌بینی می‌کند سهم خودروهای برقی در کشورهای جی‌سی‌سی تا سال ۲۰۳۰ به ۱۰ تا ۱۵ درصد برسد و امارات و عربستان پیش‌تاز باشند. او می‌گوید این عدد می‌تواند حتی بیشتر هم بشود خصوصاً اگر هرکدام از این کشورها مشوق‌هایی مثل کمک نقدی یا معافیت مالیاتی ارائه کنند. او همچنین می‌گوید ممکن است صندوق‌های ثروت ملی منطقه فراتر از سرمایه‌گذاری‌های سنتی خود در خودروسازان حرکت کنند و تعجبی نخواهد داشت اگر وارد حوزه زیرساخت شارژ یا سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید خودرو شوند. به گفته او، جهش فروش در عربستان نتیجه رفع مشکل‌های مربوط به صدور گواهی و همچنین تنوع بهتر تقاضا میان خریدهای دولتی، ناوگان‌ها و تاکسی‌های اینترنتی و خریداران عادی است؛ یعنی رشد فقط به یک بخش وابسته نیست و پایدارتر است. رضایت از زیرساخت شارژ در منطقه در سطحی بسیار بالا قرار دارد: قطر ۹۷ درصد، امارات ۹۵ درصد و عربستان

طبق شاخص زیرساخت شارژ خودروهای برقی رولاند برگر در سال ۲۰۲۵، امارات در سال ۲۰۲۴ همچنان بزرگ‌ترین بازار خودروهای برقی در میان کشورهای جی‌سی‌سی بوده و حدود ۲۴ هزار خودروی برقی و هیبرید شارژی فروخته است. در عربستان نیز فروش تقریباً ده برابر شده و از ۱۱ هزار دستگاه عبور کرده. در قطر، امارات و عربستان، سهم خودروهای برقی از فروش کل، از حدود ۲ درصد به نزدیک ۴ درصد در سال ۲۰۲۴ رسیده است. آروند سی‌جی، شریک و مسئول بخش خودروسازی رولاند برگر در خاورمیانه، می‌گوید: «چون رشد در بازارهای دیگر کند شده، ظرفیت مازاد ایجاد شده است. همین باعث شده خاورمیانه، مخصوصاً برای برندهای چینی، به مقصد مهم‌تری تبدیل شود تا مدل‌های خود را عرضه کنند. در نتیجه مصرف‌کنندگان اینجا ناگهان با مدل‌های بیشتر و قیمت‌های مناسب‌تر روبه‌رو شده‌اند.»

طی دو سال گذشته، برندهای چینی خودروهای برقی به‌طور گسترده وارد امارات و عربستان شده‌اند و با افتتاح نمایشگاه‌های جدید و شکل‌گیری همکاری‌های تازه با توزیع‌کنندگان، هم تنوع مدل‌ها را افزایش داده‌اند و هم قیمت‌ها را رقابتی‌تر کرده‌اند.

به گفته آروند، خریداران کشورهای حاشیه خلیج فارس از قبل هم نسبت به خودروهای برقی دید مثبت داشتند؛ مشکل اصلی، قیمت مناسب، تنوع مدل و دسترسی به



۹۴ درصد. این رضایت ناشی از توسعه گسترده شبکه شارژ است. دویبی تا اوت ۲۰۲۵ حدود ۱۲۷۰ نقطه شارژ عمومی دارد و «ادناک تاکا» برنامه دارد تا سال ۲۰۲۸ حدود ۵۰۰ شارژر در ابوظبی نصب کند. همچنین شرکت «ای‌وی‌آی‌کیو» وابسته به صندوق سرمایه‌گذاری عمومی عربستان قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ پنج هزار شارژر در هزار نقطه ایجاد کند.

روایت تغییر عمیق در الگوی مصرف رانندگان

رانندگان کشورهای حاشیه خلیج فارس خودروهای برقی را به‌عنوان وسیله نقلیه روزمره استفاده می‌کنند، نه وسیله‌ای خاص یا نمایشی. تقریباً نیمی از آن‌ها هر روز یا تقریباً هر روز رانندگی می‌کنند و یک‌سومشان سالانه بیش از ۲۰ هزار کیلومتر طی می‌کنند؛ رقمی مشابه کاربران در کشورهای پیشرفته اروپایی مانند نروژ و آلمان. نرخ وفاداری نیز بسیار بالاست. ۹۱ درصد از مالکان خودروهای تمام‌برقی در کشورهای GCC می‌گویند احتمال می‌دهند خودروی بعدی‌شان هم برقی باشد، در حالی که میانگین جهانی ۸۷ درصد است. این رقم در امارات ۹۴ درصد است و فقط چین با ۹۹ درصد بالاتر قرار دارد. با این حال انگیزه خریداران در هر کشور متفاوت است. کاهش هزینه‌های استفاده و نگهداری مهم‌ترین انگیزه در قطر (۵۵ درصد) و امارات (۵۲ درصد) است. در عربستان، فناوری پیشرفته‌تر بیش از همه اهمیت دارد؛ ۴۸ درصد این عامل را مطرح کرده‌اند که بعد از چین با ۴۹ درصد در رتبه دوم قرار می‌گیرد. تأثیرات زیست‌محیطی نیز در عربستان با ۴۳ درصد سومین عامل است و در امارات با ۴۷ درصد در جایگاه دوم قرار دارد. رفتار شارژ نیز میان کشورها متفاوت است. عربستان در مالکیت شارژر خانگی پیش‌تاز است و ۶۲ درصد رانندگان خودروی برقی شارژر اختصاصی دارند. امارات بیشترین استفاده از شارژرهای مشترک یا نیمه‌خصوصی را دارد (۳۳ درصد) که نشان‌دهنده فراوانی برج‌های مسکونی است. قطر بین این دو قرار می‌گیرد؛ ۵۹ درصد شارژر خصوصی دارند و ۲۸ درصد از شارژر مشترک استفاده می‌کنند. ترجیحات شارژ عمومی هم تفاوت بیشتری دارد. رانندگان اماراتی بیشترین استفاده را از مراکز خرید دارند (۷۹ درصد)، و پس از آن پارکینگ‌های محلی با ۴۷ درصد قرار گرفته است. در عربستان، بزرگراه‌ها با ۶۲ درصد و پارکینگ‌های محلی با ۵۱ درصد در صدر قرار دارند. قطری‌ها بیشتر از بزرگراه‌ها (چیزی در حدود ۶۸ درصد) و نزدیک ۵۰ درصد از مراکز خرید استفاده می‌کنند.

مدیرعامل خانگی

فیدجی سیمو، مدیرعامل اوپن‌ای‌آی مأموریت دارد در مسیر گسترش این محصول پرترفدار، آن به یک ابزار ضروری و سودآور بدل کند.

اگر ساختار مدیریتی اوپن‌ای‌آی پیش‌تر عجیب به نظر می‌رسید (یک سازمان غیرانتفاعی که بر یک شرکت انتفاعی نظارت دارد و اکنون به یک شرکت عام‌المنفعه تبدیل شده) حالا باید گفت که امروزه حتی پیچیده‌تر است. این شرکت دو مدیرعامل دارد: یکی سم آلتمن که هدایت تحقیق و محاسبات برعهده اوست و دیگری فیدجی سیمو، مدیرعامل پیشین اینستاکارت، که از تابستان امسال مسئول باقی زمینه‌های دیگر سازمان است.

سیمو در دوره‌ای پرآشوب به شرکت پیوست؛ زمانی که اوپن‌ای‌آی تقریباً در هر جهت ممکن توسعه پیدا می‌کرد: همکاری‌های مربوط به هوش مصنوعی حاکمیتی، مدل‌های جدید، پروژه‌های خرده‌فروشی، قراردادهای محاسباتی چندمیلیارددلاری، ساخت تراشه اختصاصی، یک محصول سخت‌افزاری مرمرز و البته چت‌جی‌پی‌تی. او درباره شرایط می‌گوید: «ما برای گسترده‌تر شدن نمی‌جنگیم؛ برای محدود کردن حوزه کار می‌جنگیم».

◀ **مدیریت سازمان از قلب خانه**
او که در ماه اوت کارش را آغاز کرد، به دلیل عود بیماری پاتس کمتر در دفتر سان‌فرانسیسکو حاضر بوده و اکنون از خانه‌اش در لس‌آنجلس کار می‌کند. با این حال، حضور سیمو در تمام لایه‌های شرکت احساس می‌شود؛ به‌خصوص که مسئولیت هدایت چت‌جی‌پی‌تی و همه محصولاتی را دارد که باید برای شرکت درآمد ایجاد کنند. سیمو توضیح می‌دهد که از ساعت هشت صبح تا نیمه‌شب در اسلک فعال است و معمولاً ظرف چند دقیقه پاسخ می‌دهد و همین باعث شده کارکنان حضور دائمی او را حس کنند. فرهنگ اسلک‌محور اوپن‌ای‌آی که برای نیروهای تازه‌وارد گاهی سخت است، سیمو در این باره می‌گوید: «فعال بودن در اسلک و پاسخ ظرف پنج دقیقه باعث می‌شود مردم حس کنند من همیشه در دسترس هستم». کارکنان نیز تأیید می‌کنند که این سبک مدیریت، حتی با فرهنگ اسلک‌محور اوپن‌ای‌آی، بسیار مؤثر است و سیمو مرتب در کانال‌ها ظاهر می‌شود، نظر می‌دهد و پرسش می‌کند.

◀ **تبدیل تحقیق به محصول و درآمد**
هرچند استخدام او خارج از اکوسیستم سیلیکون‌ولی غافلگیرکننده به نظر می‌رسید اما برای افرادی که او را می‌شناختند دور از انتظار نبود. سیمو که اهل شهری کوچک در جنوب فرانسه است، پیش از رسیدن به سمت مدیرعاملی اینستاکارت در ۲۰۲۱، با مدیریت اپلیکیشن فیس‌بوک در متا شناخته شده بود. او اینستاکارت را طی دو سال وارد بورس کرد و در سیلیکون‌ولی، به‌عنوان مدیری محصول‌محور با مهارت بالا در مقیاس‌پذیری اپلیکیشن‌های مصرفی شهرت دارد.

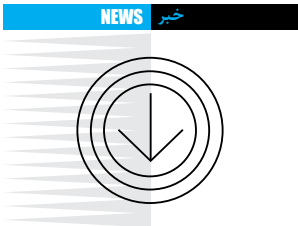
در اوپن‌ای‌آی نیز او قرار است همین نقش را ایفا کند: تبدیل دستاوردهای تحقیقاتی به محصولات ضروری و پول‌ساز. او با رقابت شدیدی از سوی غول‌هایی مثل گوگل و متا تا استارت‌آپ‌هایی که با نیروهای سابق اوپن‌ای‌آی تأسیس شده‌اند، روبه‌روست. از جمله تینکینگ ماشینز، انتروپیک و پیریادیک لبز. او می‌گوید: «نقش من این است که فاصله میان توانایی مدل‌های ما و استفاده واقعی مردم از آنها را کم‌کنم».

از زمان ورودش، سیمو بر راه‌اندازی پالس نظارت داشته. محصولی که به تقویم کاربران متصل می‌شود و بر اساس

می‌دهد که چگونه تیم او با روان‌شناسان همکاری می‌کند تا مدل‌ها را اصلاح کنند؛ بدون آنکه هشدارهای نابجا به کاربران سالم بدهند.

◀ **ایده‌هایی که پول می‌سازند**
در بخش کسب‌وکار، سیمو فرصت‌های بزرگی برای سودآوری می‌بیند. او باور دارد بازارهایی که چت‌جی‌پی‌تی می‌تواند متحول کند بسیار بزرگ‌اند: از نقش یک دستیار خرید گرفته تا برنامه‌ریز سفر، مشاور مالی یا مربی سلامت. سیمو توضیح می‌دهد که این محصول ارزش بالایی دارد و تصور می‌کند مردم حاضر خواهند بود برای آن پول بپردازند. در بخش سازمانی نیز به نظر او هنوز فقط سطحی از امکانات بالقوه استفاده شده و ایجاد «عامل‌های هوشمند» برای صنایع مختلف فرصت بزرگی است. او در پاسخ به نگرانی‌ها درباره قراردادهای عظیم محاسباتی اوپن‌ای‌آی، می‌گوید که این قراردادها با توجه به نیاز شدید شرکت به جی‌پی‌یو کاملاً منطقی‌اند و از داخل شرکت، بزرگ‌ترین ریسک سرمایه‌گذاری نکردن روی محاسبات است.

سیمو درباره برنامه شرکت برای ورود تبلیغات به چت‌جی‌پی‌تی توضیح می‌دهد که ابتدا باید تجربه خرید در چت‌جی‌پی‌تی عالی شود و سپس تبلیغات در جاهایی که نیت خرید بالاست، وارد شود. او تأکید می‌کند که با توجه به حساسیت داده‌های کاربران، هر نوع مدل تبلیغاتی باید بسیار متفاوت از نمونه‌های گذشته باشد. او همچنین نگران پراکندگی بیش‌ازحد شرکت در پروژه‌های متعدد است و یکی از نقش‌هایش را جلوگیری از همین ریسک عنوان می‌کند؛ از طریق جذب استعداد‌های ممتاز و ساخت تیم‌های قوی برای هر پروژه. او در ادامه درباره موج انتقاد‌ها نسبت به «محتوای بی‌کیفیت» هوش مصنوعی بیان می‌کند که هر رسانه جدید چنین مرحله‌ای را می‌گذراند و به باور او، این فناوری می‌تواند حداقل سطح دسترسی و کیفیت را برای افراد زیادی بالا ببرد؛ افرادی که شاید هرگز به منابع حرفه‌ای دسترسی نداشته باشند. درباره نگرانی‌ها نسبت به از بین رفتن شغل‌ها نیز توضیح می‌دهد که با وجود اختلال جدی در برخی نقش‌ها، مشاغل جدید زیادی ایجاد خواهد شد. او ساخت پلتفرم گواهی‌نامه را برای آماده‌سازی کارگران و ایجاد بازار کاری جدید مهم می‌داند. سیمو باور دارد مزیت انسان در خلاقیت است و ای‌آی این خلاقیت را تقویت می‌کند.



فیگما، مرکز تحقیق و توسعه جدیدی در خاورمیانه تأسیس می‌کند

وی‌وی عضو جدید فیگما

◀ فیگما اعلام کرده که بزرگ‌ترین خرید تاریخ خود را انجام داده و استارت‌آپ «وی‌وی»، فعال در حوزه جریان‌کاری طراحی مبتنی بر هوش مصنوعی را با مبلغی بیش از ۲۰۰ میلیون دلار تصاحب کرده است. این معامله گام مهمی در استراتژی فیگما پس از عرضه عمومی سهام محسوب می‌شود و با تأسیس مرکز تحقیق و توسعه جدیدی در خاورمیانه، قرار است توان هوش مصنوعی این شرکت را تقویت کند. ارزش بیش از ۲۰۰ میلیون دلاری این معامله، آن را به بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری فیگما از زمان تأسیس بدل کرده است. وی‌وی به‌خاطر مدل‌های پیشرفته هوش مصنوعی خود در تولید تصویر و ویدئو برای جریان‌های کاری طراحی شناخته می‌شود و تخصص آن در ابزارهای مبتنی بر نود توجه بسیاری را جلب کرده است. قیمت خرید که بیش از ۵۰ برابر سرمایه‌گذاری‌های قبلی وی‌وی است، نشان‌دهنده ارزش استراتژیک این فناوری برای فیگماست.

◀ فیگما وی‌وی و برنامه‌های آینده به‌عنوان بخشی از این توافق، فیگما مرکز تحقیق و توسعه جدید خود را در تل‌آویو راه‌اندازی خواهد کرد. این مرکز با ادغام تیم مهندسان هوش مصنوعی وی‌وی، حضور جهانی فیگما را گسترش می‌دهد و قرار است نقشی کلیدی در پیشبرد نقشه راه هوش مصنوعی شرکت داشته باشد. این مرکز در توسعه سریع‌تر ویژگی‌های جدید مبتنی بر فناوری وی‌وی نقش اساسی ایفا خواهد کرد. در فاز نخست، محصولات وی‌وی همچنان به‌صورت مستقل عرضه خواهند شد، اما فیگما قصد دارد این فناوری را در آینده تحت برند جدیدی به نام «فیگما وی‌وی» ادغام کند. این ادغام توانمندی‌های پلتفرم طراحی فیگما را در زمینه ابزارهای هوش مصنوعی برای تولید محتوای تصویری و ویدئویی گسترش خواهد داد. با پیشرفت طرح‌های توسعه مشترک، هر دو تیم فیگما و وی‌وی نیز توسعه خواهند یافت.



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



معمار آندرا مور

کوپن پلانک از زمین فوتبال دانشگاه مریلند تا یک برند چند میلیارد دلاری چه راهی را طی کرده است؟

و گستردگی سبک محصول نیازمند انضباط عملیاتی سنگین تری بود. در ۲۰۲۰، پلانک از مدیرعاملی کنار رفت و بر نقش راهبردی تمرکز کرد. این جابه‌جایی، فرصتی برای بازتنظیم انتظارات بازار و بازاندیشی در تمایز اصلی برند بود؛ همان بازگشت به دی‌ان‌ای ماده و کارایی. در ۲۰۲۴، او دوباره به صندلی مدیرعاملی برگشت تا با تمرکز و ساده‌سازی سبک، سهم بیشتری از «ارزش ادراکی عملکرد» را پس بگیرد؛ تمرکزی که به زبان مدیریت، یعنی انتخاب جنگ‌های کمتر اما مهم‌تر و تقویت ۸۰/۲۰ در محصول و روایت.

اگر به بیوگرافی او با عینک درس‌آموزی نگاه کنیم، چند خط واضح دیده می‌شود. نخست پیدا کردن مسئله از دل تجربه؛ او متخصص نساجی نبود، اما مسئله را بهتر از هر مهندسی حس کرده بود. دوم شروع از رختکن. به جای کمپین‌های پرخرج آغازین، تأیید هم‌تیمی‌ها و تیم‌های کالجی را نردبان کرد و بعد رسانه را برای جهش به کار گرفت. سوم، قمار حساب‌شده؛ هزینه کرد بزرگ برای آگهی، نه از سر هیجان، که بر بستر شواهد اولیه و دروازه‌بانی درست رسانه‌ای بود. چهارم، گسترش با حفظ هسته‌ای اصلی و مرکزی برندش. تنوع محصول زمانی معنا دارد که هسته تمایز یعنی کیفیت متریال و کارکرد محصولات زنده بماند. هرچا از این هسته دور شد، بازار به او یادآوری کرد که چرا اساساً دیده شده است.

امروز آندر آرمور علاوه بر پوشاک در کفش‌های عملکردی نیز بازیگر جدی است و همچنان تصویری نزدیک به ورزش حرفه‌ای و تمرین سخت را نمایندگی می‌کند. روایت شخصی پلانک؛ بازیکنی که از مشکل عرق کردن به یک استاندارد تازه در لباس ورزشی رسید هنوز سرمایه نمادین برند است. بازگشت او به مدیریت اجرایی نیز تلاش برای هم‌نوا کردن دوباره سه مؤلفه کلیدی است: محصولی که واقعاً بهتر کار کند، داستانی که این برتری را ساده و قانع‌کننده بگوید، و سیستمی که بتواند این وعده را در مقیاس جهانی بی‌نقص تحویل دهد. داستان او نشان می‌دهد یک مشاهده ساده، اگر با سماجت ورزشی، قمارهای سنجیده و انضباط عملیاتی همراه شود، می‌تواند از زیرزمین مادر بزرگ به تالار بورس و رختکن قهرمانان برسد – و هنوز هم با همان سوال اول زنده بماند: آیا می‌شود کاری کرد که ورزشکار، کمی خشک‌تر، سبک‌تر و بهتر بدود؟

کوپن پلانک را اگر در یک قاب روایی ببینیم، داستان جوانی است از حومه واشنگتن که عرق تمرین فوتبال را به ایده‌ای برای ساخت یک طبقه محصول تازه تبدیل کرد. او در تیم فوتبال دانشگاه مریلند مدام زیر شل‌پدها تی شرت نخی می‌پوشید و همان جا فهمید پنبه، وقتی خیس می‌شود، دشمن کارایی است. این تجربه روزمره، بذر سؤالی شد که بعدتر یک برند ساخت: آیا می‌توان پیراهنی ساخت که عرق را از بدن دور کند، سبک بماند و بازیکن را خنک نگه دارد؟ پس از فارغ‌التحصیلی در ۱۹۹۶، با جیب‌های نه‌چندان پر و پشتکار یک ورزشکار، آزمایش پارچه‌های مصنوعی را در زیرزمین خانه مادر بزرگش شروع کرد؛ نماد همان گاراژ آمریکایی که بارها در زندگی کارآفرینان تکرار شده است.

پلانک ماه‌ها نمونه ساخت، به هم‌تیمی‌های قدیمی‌اش فرستاد و از صندوق عقب ماشین، به تیم‌های کالجی در سواحل شرقی فروخت. اولین سال را با فروشی حدود ۱۷ هزار دلار جمع کرد و یک سال بعد سفارش‌ها چند برابر شد. او تولید را برون‌سپاری کرد، و با همان رویکردی که در زمین مسابقه یاد گرفته بود – دویدن، تکرار و اصلاح – به سراغ تیم‌های حرفه‌ای رفت. نقطه عطف، قمار بزرگ اواخر ۱۹۹۹ بود. تقریباً تمام نقدینگی شرکت و حتی بخشی از حقوق کارکنان آن را اختصاص داد به یک آگهی ۲۵ هزار دلاری در مجله ورزشی. آگهی جواب داد؛ یک سال بعد، فروش مستقیم به حدود یک میلیون دلار رسید و آندر آرمور از گوشه‌های رختکن‌ها وارد گفت‌وگوی اصلی بازار شد.

از همان‌جا روایت برند شکل گرفت: «زیر زره» یعنی همان لایه‌ای که به چشم نمی‌آید اما عملکرد را می‌سازد. پس از تی شرت رطوبت‌بر اولیه سری‌های مخصوص سرما و چهار فصل آمدند و بعد نوبت به کفش رسید؛ حوزه‌ای سخت‌تر با رقابایی باسابقه. اما موتور محرک همان بود: حل یک درد واقعی از ورزشکاران و سپس روایت‌سازی دقیق از مزیت کارکردی کفش‌ها. در دهه ۲۰۱۰، شرکت از مرز یک میلیارد دلار درآمد عبور کرد و به چند میلیارد رسید. پلانک به عنوان چهره بنیان‌گذار نماد «کارکرد+فرهنگ عملکرد» شد. او هم‌زمان در بالتیمور سرمایه‌گذاری و کنش اجتماعی داشت و تصویر کارآفرینی محلی اثرگذار ساخت.

البته مسیر فقط صعود نبود. رشد سریع، فشار رقابت



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

معرفی INTRODUCTION



جذب سرمایه ۱۲ میلیون دلاری سوت‌پلز برای گسترش جنبش «روزمرگی سالم»

شبکه اجتماعی رویدادهای ورزشی

هستند و بین ژانویه تا سپتامبر ۲۰۲۵، حضور در آن‌ها ۲۱۶ درصد افزایش داشته است. در ۲۲ ماه گذشته، بیش از ۲۳۷ هزار نفر به باشگاه‌های دویدن وابسته به سوت‌پلز پیوسته‌اند. شهرهای فعال شامل میامی، آستین، شیکاگو، نیویورک و لس‌آنجلس هستند و دسته‌های محبوب شامل ورزش‌های اجتماعی ترکیبی، تمرینات قدرتی، پیلاتس، دویدن و پیاده‌روی و ورزش‌های ماجراجویانه می‌شوند.

این ایده با تغییر سبک زندگی نسل‌های جوان همخوانی دارد. با کاهش مصرف الکل به پایین‌ترین سطح تاریخی، تنها حدود نیمی از بزرگسالان آمریکایی اکنون الکل مصرف می‌کنند، سلامت به گزینه اجتماعی محبوبی تبدیل شده است. سوت‌پلز این روند را «جنبش روزمرگی سالم» می‌نامد، جایی که تمرین‌ها، باشگاه‌های دویدن و جلسات یوگا جایگزین بارهای سنتی می‌شوند. کوپن هارت می‌گوید: «وقتی برای اولین بار سوت‌پلز را دیدم، بلافاصله فهمیدم که این آینده نحوه ارتباط ماست. آن‌ها حرکتی را رهبری می‌کنند که سلامت را در دسترس، اجتماعی و سرگرم‌کننده می‌کند.»

اندرو چن از a16z اسپیدران هم می‌گوید: «جذابیت سوت‌پلز در توانایی آن برای ایجاد جامعه واقعی در دنیای واقعی همراه با درآمدزایی داخلی است.»

با سرمایه جدید، سوت‌پلز که اکنون در ۲۴ شهر فعال است، قصد دارد تا اوایل ۲۰۲۶ به ۱۲ بازار جدید گسترش یابد، ابزارهای اجتماعی و درآمدزایی میزبان‌ها را ارتقا دهد و ویژگی‌های جدیدی برای باشگاه‌ها، استودیوها و برگزارکنندگان رویدادها ارائه کند. از دیگر سرمایه‌گذاران این شرکت می‌توان به مکس مولن، هم‌بنیان‌گذار اینستاکارت، جفری کاتنبرگ، هم‌بنیان‌گذار وندرکو و دب لیو، مدیرعامل آن‌سیستری (Ancestry) اشاره کرد.

با تغییر علاقه نسل جوان، به ویژه نسل زد، از شب‌نشینی به تجربه‌های سلامت‌محور، سوت‌پلز باور دارد که می‌توان حرکت و ارتباط اجتماعی را با هم داشت. این پلتفرم توانسته ۱۲ میلیون دلار سرمایه اولیه از پاترون و هارت‌بیت ونچرز متعلق به کوپن هارت جذب کند تا برنامه‌های توسعه ملی و محصولات جدیدش را سرعت ببخشد. این پلتفرم که توسط سالار شاهینی و مندی ژو تأسیس شده، می‌خواهد نحوه آشنایی و دوستیابی مردم را بازتعریف کند و سلامت را به عنوان «ارز اجتماعی» معرفی کند. کاربران می‌توانند کلاس‌ها و رویدادهای ورزشی را کشف و حتی برگزار کنند و باشگاه‌ها و استودیوها را به مراکز اجتماعی تبدیل کنند. ابزارهای پشتیبانی شامل صدور بلیت دیجیتال، امضای فرم‌های رضایت، مدیریت شرکت‌کنندگان و ارتباط گروهی است. شاهینی می‌گوید: «ما می‌خواهیم زیرساخت ارتباط انسانی را در دنیای روز به روز تنها تر بسازیم. هدف ما این است که هر استودیو، پارک و فضای اجتماعی جایی باشد که افراد از طریق حرکت حس‌تعلق پیدا کنند.»

طبق اعلام سوت‌پلز، میزبان‌ها به‌طور متوسط ۳۰ درصد مشتری بیشتری جذب می‌کنند، نشان می‌دهد که این مدل هم ارتباط اجتماعی و هم کسب درآمد را ممکن می‌سازد. این پلتفرم بیش از ۱ میلیون کاربر ماهانه دارد، با ۱۷۰ هزار کاربر فعال هفتگی و بیش از ۲۰ هزار تجربه جدید فقط در ماه گذشته، از کلاس‌ها گرفته تا اردوها. میزبان‌های فعال میانگین درآمد سالانه ۷۰ هزار دلار دارند، که نشان می‌دهد سوت‌پلز چگونه کارآفرینی و ایجاد یک جامعه را با هم ترکیب کرده است. ماه گذشته، این پلتفرم به عنوان شریک فناوری و بلیت‌دهی، نماینده استراتانگ نیویورک کنی سانتوچی را در نیویورک پشتیبانی کرد.

باشگاه‌های دویدن یکی از حوزه‌های اصلی رشد



رمپ ۳۲ میلیارد دلاری شد

نگاهی به بزرگ ترین معامله بازار مدیریت هزینه ۲۰۲۵



رمپ، پلتفرم مدیریت هزینه و اتوماسیون مالی مستقر در نیویورک، ۳۰۰ میلیون دلار سرمایه جدید به رهبری لایت اسپید ونچر جذب کرده و ارزش آن به ۳۲ میلیارد دلار رسیده است. شرکت رمپ می گوید این چهارمین دور جذب سرمایه آن در سال ۲۰۲۵ است و مجموع سرمایه سهامی آن از زمان آغاز فعالیت در ۲۰۱۹ به ۲.۳ میلیارد دلار رسیده. حدود نیمی از این سرمایه جدید برای ایجاد نقدشوندگی برای کارکنان و یک فروش ثانویه جداگانه استفاده می شود. سرمایه گذاران فعلی از جمله آیکوئیک کپیتال، فوندرز فاند، خسلاونچرز، جنرال کتالیست و لوکس کپیتال در این دور مشارکت داشته اند و سرمایه گذاران جدیدی مانند آلفا ویو و بسمر ونچرز هم به جمع آن ها اضافه شده اند. این اعلامیه که در ۱۷ نوامبر ۲۰۲۵ منتشر شد، همراه با اطلاعات عملیاتی مهمی بود: رمپ بیش از ۱ میلیارد دلار درآمد سالانه سازی شده، جریان نقدی آزاد مثبت، بیش از ۵۰ هزار مشتری از جمله سی بی آر ای، شاپی فای، آندوریل، فیگما، نئشن و کرسر و بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار حجم خرید سالانه گزارش کرده. همچنین تعداد مشتریان سازمانی این شرکت طی یک سال دو برابر شده و به بیش از ۲۴۰۰ رسیده است.

چرا سرمایه گذاران از رمپ حمایت می کنند؟

استراتژی رمپ خیلی فراتر از ارائه کارت های شرکتی است. این شرکت یک پلتفرم مالی یکپارچه ساخته که مدیریت هزینه، پرداخت صورتحساب، تدارکات، سفر و تحلیل داده را پوشش می دهد و تمام این ها با اتوماسیون تقویت شده اند. در بازاری که سرمایه گذاران بیش از هر زمان دیگری به رشد پایدار و اقتصاد واحد قوی توجه دارند، رویکرد تمام پشته رمپ به خوبی دیده می شود.

پلتفرم هایی که چندین جریان کاری مالی را در یک سیستم یکپارچه جمع می کنند و درآمد نرم افزاری ایجاد می کنند، نه فقط کارمزدهای پرداخت، بیشترین توجه را جلب کرده اند. تصمیم «لایت اسپید» برای رهبری این دور، آن هم در چنین مرحله ای، نشان می دهد که این شرکت به توان رمپ برای رشد در میان مشتریان سازمانی بزرگ اعتماد زیادی دارد.

این سرمایه جدید برای رمپ چه معنایی دارد؟

مدیریت رمپ می گوید این سرمایه گذاری تازه هم نقدشوندگی کارکنان را فراهم می کند و هم به شرکت امکان می دهد آزادانه تر در توسعه محصول و گسترش بازار سازمانی سرمایه گذاری کند. از آنجا که رمپ هم اکنون جریان نقدی آزاد تولید می کند، این دور بیشتر از اقدامی دفاعی، به عنوان فرصتی تهاجمی دیده می شود. رمپ قصد دارد دامنه محصولاتش را در حوزه هایی مانند تدارکات، حساب های پرداختی و مدیریت سفر گسترده تر کند، یکپارچه سازی های بیشتری بسازد و حضورش را در بازار میان رده، رو به بالا و سازمانی پررنگ تر کند. شاخص های گزارش شده مانند بیش از ۱ میلیارد دلار درآمد سالانه تکرار شونده و بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار حجم خرید سالانه، پشتوانه ای مهم برای این برنامه است.

تغییری بزرگ تر در فین تک

دنیای فین تک در حال یک تحول جدی است. طبق داده های کی پی ام جی، سرمایه گذاری جهانی در فین تک طی نیمه نخست ۲۰۲۵ حدود ۴۴.۷ میلیارد دلار بوده است. اگرچه این رقم قابل توجه است، اما پایین ترین میزان طی یک دوره شش ماهه از نیمه اول ۲۰۲۰ محسوب می شود و نشان دهنده احتیاط بیشتر سرمایه گذاران

است. موضوع مهم اما این است که سرمایه ها به کدام سمت می روند. سرمایه گذاران اکنون بیشتر به سراغ فین تک هایی می روند که فقط پرداخت یا کارت ارائه نمی کنند، بلکه پلتفرم هایی را می سازند که چندین جریان کاری مالی را یکپارچه می کنند (مدیریت هزینه، تدارکات، اتوماسیون، تحلیل ها) و ظرفیت مقیاس پذیری در سطح سازمانی دارند. در این روند، شرکت هایی مانند رمپ که از کارت های شرکتی فراتر رفته و به سمت اتوماسیون تمام پشته برای

تیم های مالی سازمانی حرکت کرده اند، نمونه های واضحی از جریان سرمایه کنونی هستند. توانایی ترکیب پرداخت، نرم افزار، یکپارچه سازی و مقیاس دقیقاً همان چیزی است که سرمایه گذاران امروز به دنبال آن اند.

فصلی تازه برای رمپ

رشد سریع رمپ نگاه ها را مستقیماً به توانایی شرکت در اجرای این برنامه ها جلب می کند. گسترش به حوزه هایی مانند تدارکات، حساب های پرداختی و مدیریت سفر منطقی است، اما پیچیدگی های عملیاتی زیادی دارد.

هر یک از این بخش ها نیازمند یکپارچه سازی عمیق با سیستم های ای آر پی و حسابداری است و باید بازدهی ملموسی برای تیم های مالی که همین حالا هم تحت فشارند ایجاد کند. رقابت نیز چالشی جدی است. بازار مدیریت هزینه با حضور رقبای پرسرمایه ای مانند برکس، ایرباس و همین طور شرکت های با سابقه سازمانی مثل اس ای پی کانکور و کوپا شلوغ شده است.

با حرکت رمپ به سمت بازارهای سازمانی بزرگ تر، هزینه جذب و نگهداشت مشتری ممکن است بیشتر شود. ارزش گذاری بیش از ۳۰ میلیارد دلار نیز سطح انتظارات را بالا می برد. سرمایه گذاران انتظار دارند رمپ بتواند رشد سود آور و کارآمد را حفظ کند، مخصوصاً از مسیر درآمد نرم افزاری و اتوماسیونی با حاشیه سود بالا و کمتر به کارمزد کارت یا حجم پرداخت وابسته باشد. اینکه رمپ بتواند نفوذ سازمانی کنونی اش را به درآمد نرم افزار محور و پایدار تبدیل کند،

تعیین می کند که این ارزش گذاری در طول زمان حفظ خواهد شد یا نه. اگر رمپ بتواند گستره محصولات و مدل اتوماسیون خود را به حضور عمیق و پایدار در سازمان ها تبدیل کند، این جذب سرمایه می تواند نقطه تبدیل آن از یک فین تک در حال رشد سریع به یک پلتفرم قدرتمند عملیات مالی باشد. در فضایی که توجه دوباره به سمت اصول بنیادی برگشته، ترکیب مقیاس، کیفیت درآمد و جریان نقدی آزاد رمپ می تواند آن را به یکی از بازیگران اصلی فناوری مالی سازمانی در دوران جدید تبدیل کند.

مدیریت رمپ می گوید
این سرمایه گذاری
تازه هم نقدشوندگی
کارکنان را فراهم
می کند و هم به
شرکت امکان می دهد
آزادانه تر در توسعه
محصول و گسترش
بازار سازمانی
سرمایه گذاری کند



مدیرعامل استارتاپ حوزه
طول عمر کوین بیس، ۴۵
میلیون دلار جذب کرد

جوانی بازگشت پذیر شد؟

نیو لیمیت، شرکت بیوتکنولوژی که روی معکوس کردن روند پیری تمرکز دارد و توسط برایان آرمسترانگ، مدیرعامل صرافی ارز دیجیتال کوین بیس، تأسیس شده، تنها پنج ماه پس از جذب ۱۳۰ میلیون دلار در دور سری بی، ۴۵ میلیون دلار دیگر از سرمایه گذاران جدید و قبلی جمع آوری کرد. در این دور، سرمایه گذارانی مثل الی لیلی اند کمپانی، دوک منیجمنت و سکشن ۳۲ حضور داشتند و همچنان حمایت ابسترکت، کلایئر پریکینز، دایمنشن و هیومن کپیتال ادامه یافت. سرمایه جدید نیز با سقف ارزش گذاری ۱.۶ میلیارد دلار جذب شد.

نیو لیمیت اعلام کرده این جذب سرمایه به دلیل «پیشرفت های فنی جدید» پس از سری بی انجام شده و زمینه را برای اولین آزمایش های بالینی در چند سال آینده فراهم می کند. این شرکت در حال توسعه داروهایی است که با بازبرنامه ریزی اپی ژنتیک، عملکرد سلول های پیر را به حالت جوان بازمی گردانند. بنیان گذاران نیو لیمیت، از جمله آرمسترانگ، جیکوب سی. کیمل، بلیک بایرز و کتی اوهریر، معتقدند یک نسل جدید از داروهای طول عمر می تواند زندگی همه افراد روی زمین را بهبود بخشد، حتی کسانی که به بیماری های معمول تشخیص داده شده مبتلا نیستند. این شرکت می گوید برنامه های اصلی آن از زمان پایان سری بی، پیشرفت های قابل توجهی داشته و این پیشرفت ها به تیم اطمینان داده که برنامه ریزی برای مطالعات بالینی را آغاز کند.

آمارها در سال ۲۰۲۵ نشان می دهد که تابستان گذشته برای نیو لیمیت پر از پیشرفت بوده است؛ از جمله راه اندازی برنامه ای برای بازسازی سلول های اندوتلیال که پوشش دهنده رگ های بدن هستند، استخدام چند نیروی جدید و ورود بنجامین هامفریز و متیو بریر به هیئت مشاوران علمی شرکت.



شماره ۱۸۴
۲ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



RAMP Platform



چرا نشر نوم نمی شود؟

آیا صنعت نشر در حال برداشتن اولین گام‌های خود به سمت انقراض است؟

طور متوسط شش دقیقه در روز مطالعه می‌کند. در حالی که هر فرد به طور متوسط پنج ساعت از روز را در سامانه‌های اینترنتی و دیجیتالی صرف می‌کند. شکل دیگری از نشر که رقیبی جدی برای نشر کاغذی به حساب می‌آید، کتب صوتی هستند. طی یک نظرسنجی در ایالات متحده در سال ۲۰۱۷، بیش از ۳۱ درصد از مخاطبان اذعان داشتند که شیوه مورد علاقه آن‌ها برای مطالعه نه نشر کاغذی و نه متن دیجیتال، بلکه کتب صوتی است. کمبود فزاینده منابع مورد نیاز برای نشر فیزیکی، همراه با اقبال و محبوبیت فرم‌های جایگزین، اصلی‌ترین تهدیدها برای بقای این صنعت ۵۰۰ ساله است.

یکی دیگر از اصلی‌ترین و بزرگ‌ترین مشکلات صنعت نشر چاپی انحصارطلبی ابرشرکت‌هایی است که لزوماً تخصص آن‌ها چاپ و نشر کتب نیست. یکی از خواص این ابرشرکت‌ها توانایی مالی بالای آن‌ها و انعطاف‌پذیری آن‌ها در ارائه تخفیف و عرضه محصولات مختلف با قیمت پایین‌تر است. در صدر این ابرشرکت‌ها آمازون قرار دارد. این تصرف بازار منجر به از دست رفتن کسب‌وکار بسیاری از کتابفروشی‌هایی می‌شود که منحصراً به شکل تخصصی در این زمینه فعالیت می‌کنند و در عین حال نابرابری عمیقی را در بازار ایجاد می‌کند. آمازون که خود به عنوان یک کتابفروشی آنلاین کارش را شروع کرد، حالا تبدیل به بزرگ‌ترین دشمن همکاران خود شده است.

صنعت نشر که به عنوان انقلاب چاپ نیز شناخته می‌شود، ریشه در آلمان دوران رنسانس دارد. در آن زمان متون مختلف و خصوصاً مذهبی تنها به تعداد محدود و زبان مرده لاتین در اختیار اقشار غنی مذهبی قرار داشت و بدون دسترسی عموم به این متون، آن‌ها به راحتی از مردم سوءاستفاده می‌کردند. ماشین چاپ اولیه گوته برای اولین بار هم در گسترش متونی که به واسطه آن‌ها سوءاستفاده انجام می‌شد و هم در رواج متون علمی به تعداد کثیر نقشی انقلابی ایفا کرد و شاید تمام پیشرفت‌های بعدی بشریت از جمله انقلاب صنعتی تا عصر اینترنت مدیون این نوآوری گوته باشد.

با این وجود اکنون صنعت نشر در مرحله‌ای قرار دارد که آینده آن به روشنی آشکار نیست. وابستگی این صنعت به منابع محدود و حیاتی مانند کاغذ از مشکلات اصلی آن است. شاید در دوران دورتر و زمانی که استفاده بشر از منابع جنگلی به حد امروز نبود، این صنعت حیاتی می‌توانست با قناعت به سهم خود از این منابع به کارش ادامه دهد، اما امروزه با توجه به گسترش بی‌حد و مرز استفاده بشر از جنگل‌ها و ارائه جایگزینی به نام نشر دیجیتال، صنعت نشر با مشکل مواجه است. با وجود اینکه همچنان در میان عده‌ای علاقه و تقاضا برای محصولات و کتب کاغذی به وفور وجود دارد، برای عامه مردم در این مقطع زمانی، ماهیت دیجیتالی یا فیزیکی متون اهمیت خود را از دست داده است. برای مثال مطالعات نشان داده است که هر فرد به



پارسا خاک‌نژاد



Parsa.khaknezhad@gmail.com



شماره ۱۸۴
آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

تحلیل ANALYSES



به نظر می‌رسد کتابفروشی‌ها در برابر رفتار ابرشرکت‌هایی چون آمازون، راه حل‌های زیادی ندارند

گران‌فروشی؛ تیری در تاریکی

برای کتابفروشی‌های کهنه‌کار و سنتی دارد. چاره چیست؟ گران‌فروشی. این اواخر یکی از اخبار مهم بازار نشر، استراتژی کتابفروشی Raven برای مقابله با آمازون بود که قیمت‌های بالای اجباری را به عنوان ابزار مارکتینگ به کار گرفته بود. داستان این کتابفروشی و تقلای آن برای بقادر نهایت سر از مجله نیویورکر درآورد و هشتک آن‌ها، #savetheUSPS تبدیل به یکی از ترندهای سال آمریکا در توئیتر شد. داستان این کتابفروشی و الزام گران‌فروشی برای بقا تنها یکی از نمونه‌های تقلای کتابفروشی‌ها در برابر آمازون است.

در پاسخ به انحصارطلبی فروش آنلاین ابرفروشگاه‌ها، این اواخر گران‌فروشی تبدیل به یکی از ترندهای اصلی بازار در میان کتابفروشی‌های سنتی شده است. برای مثال یک کتاب که در آمازون به قیمت ۱۵ دلار فروش می‌رود، در کتابفروشی‌های سنتی با قیمت‌های ۲۵ دلار به بالا دیده می‌شود. دلیل این امر این است که چنین کتابی حتی وقتی با تخفیف ۴۶ درصد به کتابفروشی می‌رسد، برای او نزدیک به ۱۴ دلار آب می‌خورد. بنابراین عرضه ۱۵ دلاری در رقابت با آمازون، سودی تنها معادل یک دلار یا کمتر



نبرد نشر دیجیتال و کاغذی به کجای می‌رسد؟

کاغذهای جایگزین؛ قدرتمند ولی ناکافی

فناوری‌ها برای بقای چاپ فیزیکی هستند، همه مشکلات این صنعت را حل نمی‌کنند. گرایش مردم به فضای اینترنت برای مطالعه به جای مطالعه نسخه فیزیکی باعث شده تا ناشرها به دنبال به کارگیری این فرمت‌های مدرن و ورود به فضای اینترنتی باشند. این اتفاق خود منجر به رویدادهای دیگری می‌شود. از طرفی ناشرها درگیر مارکتینگ آنلاین و نبرد برای سهم بازار در آینده صنعت نشر روی پلتفرم‌های آنلاین خواهند شد و از طرفی ناشرهای سنتی برای بقا و افزایش تقاضا برای نسخه‌های فیزیکی ناچار به نوآوری خواهند بود. آینده صنعت نشر را نبرد این دو جریان نوآور رقم خواهد زد.

یکی از راه‌حل‌هایی که می‌تواند به بقای صنعت چاپ کمک کند، تکنولوژی کاغذهای جایگزین است. هر چند هنوز این تکنولوژی در سطح وسیع به کار نمی‌رود، اما گسترده بودن طیف موادی که می‌تواند برای ساخت کاغذهای جایگزین به کار گرفته شود، آینده درخشانی را برای این شیوه به صرفه تولید کاغذ ترسیم می‌کند. مواد اصلی‌ای که برای ساخت کاغذ جایگزین به کار می‌رود، شامل دورریختنی‌های کشاورزی، فیبرهای طبیعی، نیشکر و کلسیم کربنات است. در یکی از جدیدترین شیوه‌ها حتی ترکیب آب و سنگ نیز برای تولید کاغذ استفاده شده است. هر چند کاغذهای جایگزین یکی از امیدوارکننده‌ترین





وضعیت کارگرانی که در قطر کار می کنند، اسفبار است

مرگ های خاموش

اولیه، برای حقوقی کمتر از یک دلار در ساعت کار می کردند، برآورد شده که تاکنون بر اثر نبود امکانات امنیتی، بیش از شش هزار کارگر جان خود را از دست داده اند. این مثال به تنهایی بخش بزرگی از مشکلات صنعت را در خود جا داده است: قراردادهای غیرمنصفانه، ناامنی کار و گرانی مصالحی که باعث جبران خسارت از طریق استخدام نیروی کار ارزان شده است. با وجود ابعاد وسیع فاجعه و پوشش خبری گسترده آن، نه از طرف فعالان حوزه و نه از طرف مسئولان کشورهای درگیر هیچ واکنشی دیده نشد.

یکی از رویدادهای خبری جهان که برای اولین بار توانست از فضای نسبتاً بسته صنعت ساخت و ساز عبور کند، افزایش وضعیت کارکنان ساخت و ساز در کشور قطر در جریان ایجاد زیرساخت های مورد نیاز برای جام جهانی فوتبال در سال ۲۰۲۲ بود. قطر برای برگزاری این رویداد شروع به ساخت هشت استادیوم تراز اول، پنج مرکز اقامت لوکس و بسیاری ساختمان های جانبی کرد. اما نیروی کار قطر، شامل کارگران کشورهای فقیر آفریقا و جنوب شرق آسیا مانند بنگلادش بود. کارگرانی که بدون هیچ امکان



درباره ساخت و ساز سبز و سه بعدی

خانه هایی که چاپ می شوند!

است. چاپ سه بعدی یکی از جدیدترین و همه گیرترین فناوری هایی است که استفاده از آن البته محدود به صنعت ساخت و ساز نمی شود. چاپ سه بعدی همین حالا هم نشان داده که می تواند با سرعت و بهینگی بسیار بالاتری نسبت به نیروی انسانی به ساختن طراحی های مسکونی نظیر خانه ها بپردازد. ساخت قطعات با دقت صدرصد، حذف ریسک هزینه جانی، سرعت بالا و پیاده سازی عینی از مزایای اصلی این فناوری است که پیش بینی می شود در آینده بتواند حتی شهرهای کامل را نیز به خودی خود بسازد، در حالی که فراهم سازی مواد خام و هزینه ها تنها موانع به کارگیری گسترده آن در سطح جهانی هستند.

علیرغم بار منفی فزاینده صنعت ساخت و ساز در لایه های عمیق تر این حوزه، نوآوران این بخش نیز مانند تمام صنایع دیگر در تلاش برای بهبود وضعیت و رویه کلی این صنعت هستند. در این راستا، دو تکنولوژی هستند که از بقیه بیشتر به چشم می آیند: ساخت و ساز سبز و چاپ سه بعدی. ساخت و ساز سبز ایده چندان جدیدی نیست و نزدیک به دو دهه است که به کار می رود، با این وجود ماهیت این فناوری در حال تکامل است و روز به روز شیوه های جدیدی برای ارتقای آن یافت می شود. اصلی ترین شیوه های به کارگیری ساخت سبز شامل استفاده از مواد تجدیدپذیر و قابل بازیافت، معماری شیشه ای و محدودسازی مصرف انرژی ساختمان در مرحله بهره برداری



شماره ۱۸۴
آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



ساختمان سازها سخت تغییر می کنند

صنعت ساخت و ساز با غفلت از نیازهای نوآوران در حال درهم شکستن زیر وزن زیاد خود است

۲۳ درصد از آلودگی هوا، ۵۰ درصد از گرمایش جهانی، ۴۰ درصد از آلودگی آب شرب و ۵۰ درصد از زباله های خاک چالی است. در تحقیق دیگری که شورای ساخت سبز آمریکا (USGBC) انجام داده، معلوم شد بیش از ۴۰ درصد انرژی مورد استفاده در دنیا، در صنعت ساخت و ساز به کار می رود. همه این ها باعث شده تا ساخت و ساز در تمامی شاخص های مهم آلودگی در دنیا جزو پنج صنعت آلوده کننده قرار گیرد. یکی دیگر از بزرگترین مشکلات صنعت ساخت و ساز عدم وجود امنیت در لایه های کاری پایین تر آن است. هر چقدر معیار برای سنجش ناامنی محل کار صنعت ساخت و ساز در شاخص توسعه پایین تر باشد، درصد این خطرات نیز بالاتر است. با به یاد داشتن این پدیده، حالا در نظر بگیرید که در ایالات متحده آمریکا، بیش از ۷۱ درصد کارگران در ۱۲ ماه گذشته دچار یک حادثه ناامن یا جراحت شده اند. آمریکا در قله هرم کشورهای توسعه یافته است، پس می توان به راحتی عمق فاجعه را در کشورهای در حال توسعه نظیر کشور خودمان درک کرد. بالاتر بودن این آمار در هر کشور به طور طبیعی و نسبی آمار مرگ و میر در صنعت را نیز افزایش می دهد. مشکلات این صنعت عظیم به این ها محدود نمی شود و دیگر مشکلات بزرگ صنعت شامل گرانی و انحصار کنترل کشور چین بر مواد خام مورد نیاز برای ساخت و ساز، قراردادهای نابرابر، نابرابری نسبی در میان کارکنان صنعت در کشورهای توسعه یافته، تأخیر و عدم بهینه سازی پروژه ها، عدم تقبل هزینه ها و نابرابری فناوری در صنعت می شود.

یکی از چرخ دنده های بزرگ سیستمی که در آن زندگی مدرن و راحت امروزی برای ما محقق شده، صنعت عظیم و جهان شمول ساخت و ساز است. مانند بسیاری از صنایع کلیدی دیگر، صنعت ساخت و ساز نیز تاریخ دراز و قابل تحسینی دارد و از لحظه وقوع انقلاب کشاورزی در طلوع تمدن تاکنون ایفای نقش کرده است. از طرف دیگر در لیست بزرگترین و پرسودترین شرکت های دنیا یا حتی لیست میلیونرهای بزرگ، همیشه بساز و بفروش ها و ساختمانی ها جایگاه ویژه ای داشته اند.

امر دیگری که اهمیت ساخت و ساز را حتی بالاتر از بسیاری از صنایع حیاتی دیگر نشان می دهد، ماهیت تکمیلی این صنعت در کنار صنایع دیگر است. تقریباً تمام صنایع جهان که ماهیت فیزیکی دارند، در حداقل یکی از بخش های خود نیاز حیاتی به ساخت و ساز دارند. برای مثال کشتیرانی نیاز به اسکله دارد، پزشکی نیاز به بیمارستان دارد و کشاورزی نیاز به انبار و سیلو. دانستن نقش کلیدی و غیرقابل تعویض ساخت و ساز به عنوان یک صنعت تمدن ساز، وقتی اهمیت دوچندان پیدا می کند که پس از نگاهی دقیق تر به لایه های عمیق این صنعت، مشکلات و کوتاهی های بسیاری به چشم می آید. اما این مشکلات چیست و چگونه می توان جلو آسیب زدن آن ها به ساختار فعلی حیات بشری را گرفت؟

بی شک مهم ترین مشکلی که ساخت و ساز به عنوان یک صنعت با خود به ارمغان می آورد، مشکلات زیست محیطی است. بر اساس آخرین آمار، بخش ساخت و ساز مسئول

راه کار

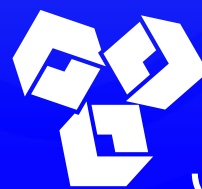
کارخانه نوآوری راه کار

w a y 2 w o r k . i r

w a y 2 w o r k . i r

در نیمه دوم ۱۴۰۴ پنج رویداد
تخصصی برگزار می کند

زیرساخت
دیجیتال



رویداد ۹ ژانویه

Jan 9



لندتک
LENDTECH



برند کارفرمای

EMPLOYER BRANDING



ASRE TARAKONESH
AWARD

رویداد برند کارفرمایی ۱۷ آذرماه و رویداد زیرساخت دیجیتال ۱۶ دی ماه برگزار می شوند