



گفت‌وگو با **حسین اسلامی**، رئیس هیئت مدیره سازمان نصر تهران  
او معتقد است در این دوره این نهاد صنفی در اوج قدرت خود است  
و توانسته با کسب و کارها و نهادهای حاکمیتی، ارتباطی مؤثر ایجاد کند

## شفافیت صنفی



برخلاف گذشته تصمیمات  
نه در رأس هرم بلکه در  
کمیسیون‌ها گرفته می‌شود

## فعلا خیلی کم!

جایگاه سرمایه‌گذاری خطرپذیر در اقتصاد کشور بررسی شد



گزارش  
REPORT

رشد ۴۹ درصدی  
خرده‌فروش  
بزرگ آنلاین

نگاهی به گزارش سال  
۱۴۰۰ دیجی کالا

۶

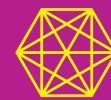


طنز  
HUMOR

خریدتتل کوین  
بافحش

چرا دنیا هر روز به جای  
عجیب و غریب‌تری  
تبدیل می‌شود

۱۶



گفتگو  
INTERVIEW

اعتبار با کمک  
هوش مصنوعی

گفت‌وگو با محمدرضا  
آشتیانی، بنیان‌گذار  
کسب و کار قسطا

۶



لوجستیک  
LOGISTIC

مشتری سرویس  
ویژه می‌خواهد

گفت‌وگو با سید علیرضا  
موسوی، مدیرعامل  
شرکت پرشیا اکسپرس

۴

## بزرگان در عصر پسا استارت‌آپ

اختلاف بیمه مرکزی با استارت‌آپ‌ها: تسهیلگری یا انحصارگرایی؟





شرکت‌های بزرگ ایرانی چطور باید تحول دیجیتال را در سازمان و فرهنگ خود جاری کنند؟

## بزرگان در عصر پسااستارتاپ

یکی از اهداف ما در کارنگ در ۵۵ هفته‌ای که آن را منتشر کرده‌ایم، جانداختن این گزاره مهم است که شرکت‌ها با هر درجه‌ای از بزرگی و موفقیت نیازمند تغییرات و جلو آمدن با روح زمانه خود هستند؛ زمانه‌ای که سیالیت و میزان دگرگونی آن تحت تأثیر روندهای جهانی و فناوری‌هایی که مدام توسعه پیدا می‌کنند، بسیار بالاست. در روزگاری که می‌بریم که فناوری‌های پایه‌ای چون اینترنت که دیگر به زیرساخت تبدیل شده‌اند، در کنار فناوری‌های جدیدتر که مدام سبک زندگی و رفتار کاربران را تغییر می‌دهند، دست به دست هم داده‌اند تا بازارها و صنایع فرمول‌های سنتی خود را ناکارآمد بینند. شرکت‌های بزرگ بین‌المللی تحت تأثیر همین فضای سیال مدام در اندیشه و در کار بازنگرایی استراتژی‌ها و راهبردهای سازمانی خود، محصولات، خدمات و مسیرهای جدید را جست‌وجو می‌کنند. از جمله رفتن شرکت‌های کاملاً سنتی به سوی مفهومی چون تحول دیجیتال که در سال‌های اخیر به یک انتخاب ناگزیر برای بسیاری از آنها تبدیل شده است.

برندها و شرکت‌های بزرگ و موفق ایرانی در حوزه‌های مختلف از جمله صنایع غذایی، حمل و نقل، خرده‌فروشی، سلامت و... هم در دو، سه سال اخیر و تحت تأثیر موفقیت کسب‌وکارهای آنلاین داخلی

البته هنوز بسیاری از نام‌ها و برندهای بزرگ اقتصاد ایران در هزارتوی مطالعه و پژوهش متوقف شده‌اند و تا ورود به این بازی جدید راه زیادی در پیش دارند. و بماند که برخی از برندهایی که به این فضا ورود کرده‌اند، به اشتباه تلاش‌های خود را با سبک و سیاق استارتاپ‌های کوچک انجام می‌دهند که این خطایی است استراتژیک. شرکت‌های موفق داخلی که از یک جامعه مشتریان قابل توجه و از یک سبد محصولات و خدمات متنوع برخوردارند، باید این اصل مهم در تحول دیجیتال را درک کنند که ورود به این زمانه جدید لزوماً نیازمند طی کردن مسیر شرکت‌های کوچک بر پایه اصل عدم قطعیت نیست. وقت آن رسیده بزرگان صنعت و کسب‌وکار در ایران، نوآوری را به جامعه بیاورند، نه اینکه آن را به شکلی باسماهی در ساختارهای یا در بخش‌هایی از سازمان خود به نمایش بگذارند.

## ماجرای سوئیچ بیمه مرکزی و مخالفت اینشورتک‌ها تسهیلگری یا انحصارگرایی؟

آخرین اخطار به بیمه مرکزی به شرکت‌های بیمه و استارتاپ‌ها در آخرین روز بهار سال ۱۴۰۱ حکم ضربه آخر را داشت. نهاد ناظر در تصمیمی که برای اجرای سوئیچ بیمه مرکزی گرفته بود، راسخ به نظر می‌رسد و جایی برای صحبت و تعامل باقی نیست. آن هم درست در بحبوحه روزهایی که فعالان صنعت بیمه و حتی انجمن فین‌تک از تکرار دوباره آنچه بر صنعت پرداخت و تجربه شاپرک گذشت، نگرانی‌های زیادی دارند؛ اجبار به استفاده از خدماتی که بیمه مرکزی را به شکلی انحصاری در اختیار گرفته است!

اواخر مردادماه ۱۳۹۹ بود که قاسم نعمتی، مدیرکل فناوری اطلاعات بیمه مرکزی خبر از راه‌اندازی سوئیچ بیمه مرکزی داد. طبق صحبت‌های نعمتی سوئیچ بیمه‌ای قرار بود شرایط حضور و اتصال بیمه‌گران با بیمه‌گران را تسهیل کند و این امکان را به استارتاپ‌ها بدهد تا بتوانند به رابط‌های کاربری دسترسی داشته باشند و خودشان بیمه‌نامه‌ها را مستقیم در سامانه‌های بیمه‌گری ثبت کنند.

مدتی بعد پای سنها به میان آمد؛ شرکتی به اسم سامانه‌نگار حامی که قرار بود بازوی حمایتی بیمه مرکزی در فناوری اطلاعات باشد. به مرور اسامی آشنایی در پیکره هیئت‌مدیره سنها دیده شد. ورود افرادی با سابقه حضور در پیکره بیمه مرکزی.

این در حالی است که طبق استعلام ثبت شرکت‌ها سهام‌داران اصلی این شرکت تعاونی کارکنان بیمه مرکزی هستند و صندوق بازنشستگی کارکنان بیمه مرکزی و شرکت سامانه‌نگار حامی همان مجری اصلی پروژه سنها. تا اینجا داستان صدا از کسی بلند نشده بود، اما الزام و اجبار همه شرکت‌های بیمه به استفاده از خدمات سوئیچ نگرانی‌هایی به دنبال داشت.

اجبار به استفاده از سرویسی که بدون کمترین میزان رایزنی با انجمن‌های تخصصی و گروه‌های استارت‌آپی و... از سوی شرکتی با پایه و اساس نهاد ناظر بنا شده بود، یکباره شائبه انحصارگرایی بیمه مرکزی را بر سر زبان‌ها انداخت و عده



شماره ۵۵  
تیر ۱۴۰۱  
سال دوم



زیادی از فعالان صنعت بیمه را نگران فردای اتصال به سوئیچ کرد.

در حالی که فعالان صنعت بیمه به شکل یک صدا معترض این حرکت بیمه مرکزی هستند، این نهاد ناظر با انتشار اطلاعیه‌ای در خصوص مباحث اخیر درباره پروژه سوئیچ نهاد ناظر به نگرانی‌های اهالی صنعت بیمه پاسخ داد. این اطلاعیه به دنبال واکنش فعالان صنعت بیمه و بعد از بیانیه رسمی انجمن فین‌تک در اعتراض به اجرای پروژه سوئیچ بیمه مرکزی و انحصار آن به شرکتی خصوصی از زیرمجموعه سنها منتشر شده است.

در بخشی از این اطلاعیه آمده است: «بیمه مرکزی صرفاً به وظیفه قانونی خود عمل کرده و هیچ‌گونه قصد انتفاع از سوئیچ بیمه در میان نیست و ایجاد انحصار برای شرکتی خاص و نظایر آن موضوعیت ندارد و مطرح نیست. اهل فن و دست‌اندرکاران صنعت بیمه می‌دانند که سوئیچ بیمه صرفاً نقش‌هاب را دارد و محلی برای تمرکز اطلاعات نیست و صرفاً تسهیل‌کننده و برقرارکننده ارتباط بین ذی‌نفعان گوناگون فرایندهای توزیع برخط بیمه است. همچنین سوئیچ بیمه امکان ارائه سایر خدمات و تسهیلات به کارگزاران، مؤسسات بیمه و نمایندگان آنها و ایجاد امکان نظارت‌های هوشمند از سوی نهاد ناظر بر فعالیت‌های صدور و توزیع بیمه را فراهم می‌کند.»

## با حضور ۱۱ نفر از اعضا و نماینده وزارت کار و امور اجتماعی

### انتخابات هیئت‌مدیره انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی برگزار شد

عبارت‌اند از: زینب دلوند، رضا شیرازی، عادل طالبی، محمدرضا رحمانی زنجانی، شیما شریفی، مجید خاکپور مقدم و نوید معافیان. اعضای علی‌البدل هیئت‌مدیره را امیرحسین اسماعیلی و وحید خسروی تشکیل می‌دهند. حبیب جانبهان به عنوان بازرس انتخاب شد و حجت فرید عنوان بازرس علی‌البدل این انجمن صنفی را دریافت کرد. سمت‌های اعضای جدید هیئت‌مدیره در اولین جلسه که طی ماه جاری برگزار خواهد شد، انتخاب می‌شود و به اطلاع اعضای می‌رسد.

نوبت سوم مجمع عادی انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی (فروشگاه‌های اینترنتی شهر تهران) با حضور ۱۱۰ نفر از اعضا و نماینده وزارت کار و امور اجتماعی برگزار شد و طی آن اعضای جدید هیئت‌مدیره و بازرس برای مدت سه سال انتخاب شدند. تشریفات قانونی تشکیل هیئت برگزاری با هدایت نماینده وزارت کار برگزار شد. ۲۰ نفر از اعضا کاندیدای حضور در هیئت‌مدیره و دو نفر کاندیدای بازرس انجمن بودند که پس از معرفی و انجام رأی‌گیری هیئت‌مدیره جدید انجمن انتخاب شدند. اعضای اصلی هیئت‌مدیره



رضا جمیلی  
سردبیر  
@rezajamili



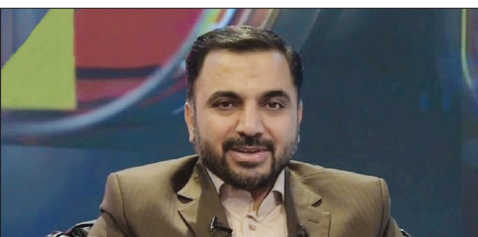
شماره ۵۵ | تیر ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیرهنری: روح‌اله گیتی‌نژاد  
مدیرفنی: علیرضا کیوان  
صفحه‌آرا: بهناز سعیدی  
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو  
سایت: راضیه مینایی  
چاپ: هنر سرزمین سبز  
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸  
تلفن تحریریه: ۴۶۰۱۲۲۰۴  
وبسایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی  
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی  
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی  
لی‌لی اسلامی، سپیده اشرفی، پارسا خاک‌نژاد  
ترانه احمد دوست، پریسا امام‌وردیلو  
زهره دودانگه، منیره شاه‌حسینی





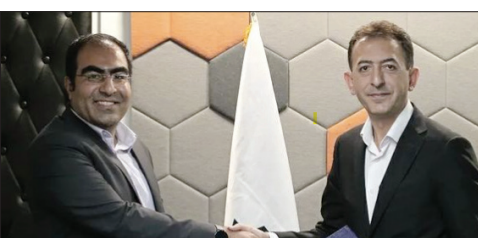
۲۰ پله ارتقا

وزیر ارتباطات وعده داد در پایان دولت سیزدهم، رتبه ایران در اینترنت همراه ۲۰ پله ارتقا یابد و در رده بندی اینترنت ثابت نیز میان ۵۰ کشور اول جهان قرار بگیریم.



خودرو ۴۵ بورسی می شود

مدیر مارکتینگ خودرو ۴۵ گفته است که این شرکت تحت پوشش حسابرسان و تأییدیه سازمان بورس است و در سال ۱۴۰۲ عرضه اولیه سهام آن انجام می شود.



افزایش بودجه ۱۰۰ درصدی

حرکت اول بودجه شتابدهی خود را ۱۰۰ درصد افزایش داد. همچنین هاب های شتابدهی امکان سرمایه گذاری مجدد در سبد فعلی برای کمک به رشد استارت آپ های موفق خود را دارند.



حبیب اله در بانک شهر

حسام حبیب اله که مدیر عاملی هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر را بر عهده داشت، به سمت معاون فناوری اطلاعات این بانک منصوب شد.



شماره ۵۵  
تیر ۱۴۰۱  
سال دوم



اسنپ تأکید کرد: «اگر میان پرده سوم اقتصاد دیجیتال که بخش دیجیتالی نشده اقتصاد است و حلقه های اول و دوم که مربوط به زیرساخت، اینترنت، ابزار و دیوایس است و بعد اقتصاد دیجیتال هسته آن که اقتصاد پلتفرمی و مشارکتی است، هم افزایی لازم صورت گیرد، به سهم بسیار بیشتری از آن ۱۰ درصد خواهیم رسید.»

در ادامه نشست شهرام شکوری در توضیح معیارهای اصلی یک استارت آپ برای جذب سرمایه و مدل های مختلف سرمایه گذاری توضیح داد: «ما در خصوص یک اکوسیستم صحبت می کنیم؛ بنابراین باید تمام عوامل و زیرساخت های آن را در نظر بگیریم.

ارزش آفرینی در این اکوسیستم از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و واژه کار آفرینی و ارزش آفرینی عجین شده با «نوآوری» است. من فکر می کنم ما در حوزه نوآوری چیزی در کشور کم نداریم و نیروهای مستعد بسیاری داریم. باید به دنبال مشکل اصلی باشیم و ببینیم چرا بعد از سرمایه گذاری عایدی را که می خواهیم، به دست نمی آوریم.» او ادامه داد: «اگر افراد به عنوان سرمایه گذار فرشته سرمایه گذاری می کنند، آیا ادبیات این نوع سرمایه گذاری را می دانند و با انواع مختلف سرمایه آشنا هستند؟ سرمایه گذاران خطرپذیر نیز باید با این موارد آشنا باشند. موردی که من فکر می کنم نسبت به سایر بخش های اکوسیستم رشد بیشتری خواهد داشت، CVC ها هستند. استارت آپ ها علم و نوآوری کافی را برای رسیدن به اهداف خود دارند و نسبت به اهداف شان تمرکز خاصی دارند و شرکت های بزرگ این موارد را ندارند؛ در عوض سرمایه، تجربه و بازار لازم برای کمک به استارت آپ ها را در اختیار دارند، بنابراین CVC یک بازار جدی است و هم افزایی شرکت های بزرگ و استارت آپ و رشد و توسعه اکوسیستم نوآوری کشور بسیار کمک کننده خواهد بود.»

بزرگ تر است و گاهی صنایع بزرگ ما آمادگی پذیرش این نوآوری را ندارند. به دلایلی نظیر فرهنگ سازی و ساختار سازمانی و نحوه مدیریت و آنچه محدودیت ایجاد کرده است، در ضریب نفوذ نوآوری و البته محدودیت هایی که قوانین و رگولاتوری در پذیرش نوآوری ایجاد می کنند، بسیار اثرگذار است.» مدیرعامل فناپ با بیان اینکه باور دارد که ما چاره ای جز حرکت به سمت اقتصاد نوآوری نداریم، تأکید کرد: «اگر می خواهیم قیمت ها در کشور واقعی شوند، بهره وری حرف اصلی را بزنند و مزیت سازی و خلق ارزش در زنجیره ارزش صنایع مختلف داشته باشیم، مجبوریم به سمت اقتصاد نوآوری حرکت کنیم و این بازار را بزرگ کنیم.»

در ادامه پنل، محمد خلج در پاسخ به سؤال مدیر پنل در خصوص تحقق سهم ۱۰ درصدی اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی تا سال ۱۴۰۴ و نقش استارت آپ ها و اکوسیستم نوآوری در تحقق این هدف گذاری عنوان کرد: «در اسنپ روزانه بیش از سه میلیون سفر ثبت می شود و این آمار خوبی است؛ اما جالب است بدانید که این عدد فقط پنج درصد از کل حمل و نقل کشور در یک روز را تشکیل می دهد. ۵۰ درصد افراد از وسایل حمل و نقل عمومی و ۴۵ درصد افراد از خودروی شخصی استفاده می کنند؛ بنابراین هنوز یک بازار بزرگ، بکر و دست نخورده پیش روی حتی شرکت بزرگی مانند اسنپ قرار دارد.»

خلج عنوان کرد: «با توجه به شرایط تحریم در کشور، ما امکان جذب سرمایه گذاران خارجی را نداریم و شاید به سختی بتوانیم از تخصص و تجربه مدیران خارجی در کشور استفاده کنیم. با این حال ما به راحتی می توانیم به هدف گذاری ۱۰ درصدی برسیم و سهمی از بازار آفلاین را بگیریم، اما برای این مهم نیاز است که از ابزار مختلف تأمین مالی، سرمایه های خارجی و از دانش و تجربه آنها و همین طور از سرمایه های داخلی به درستی استفاده شود.» مدیرعامل

جایگاه سرمایه گذاری خطرپذیر در آینه اقتصاد کشور بررسی شد

# سهم اقتصاد نوآوری از تولید ناخالص داخلی چقدر است؟

بنگاه و ششمین نشست سرمایه گذاری کارپا برگزار شد و با پانلی با عنوان «جایگاه سرمایه گذاری خطرپذیر در آینده اقتصاد ایران» به کار خود پایان داد. محمد خلج، مدیرعامل گروه اسنپ؛ شهاب جوانمردی، مدیرعامل گروه فناپ؛ شهرام شکوری، مدیرعامل هلدینگ طرفه نگار، علیرضا صادقیان، معاون استراتژی گروه اسنپ و مدیرعامل اسنپ و نچرز از مهمانان این پنل بودند. در این پنل مهمانان به بیان نقطه نظرات خود در خصوص چالش ها، ظرفیت ها و راه های افزایش سهم اقتصاد نوآوری در GDP با محوریت موضوع سرمایه گذاری پرداختند و همچنین در خصوص ویژگی ها و برنامه های آینده کسب و کار خود گفت و گو کردند.

شهاب جوانمردی در توضیح آینده بازار سرمایه گذاری استارت آپ ها در ایران و عوامل مؤثر بر آن عنوان کرد: «من باور دارم که فضای اقتصاد نوآوری ظرفیت بالقوه بالایی در ایران دارد. ما در حوزه اقتصاد دیجیتال فاصله معناداری با کشورهای توسعه یافته داریم، اما آنچه باعث ورود و پیشرفت ما در این حوزه می شود، این است که از مرحله «service industry» عبور کنیم و تأکید و تمرکزمان را روی خطوط کسب و کاری بگذاریم که در حال حاضر بخش های عمده اقتصاد کشور و تولید ناخالص داخلی را تشکیل می دهند. به طور مثال باید بررسی کنیم که اگر فرضاً اقتصاد سلامت ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می دهد، اقتصاد نوآوری چه سهمی از آن دارد. این را به حوزه های بزرگ تر نظیر نفت و پتروشیمی، حمل و نقل و... نیز تعمیم دهیم.»

او ادامه داد: «باید سمت عرضه و تقاضا را نیز بررسی کنیم. سمت عرضه از حیث فرهنگ سازی و ایجاد ادبیات و گفتن به نظر من خوب عمل کرده، اما شاید، جرئت و جسارت سمت عرضه برای ورود به زمینه های اصلی کم بوده است. در سمت تقاضا مشکل ما خیلی

با تأیید بانک مرکزی

## تارا به جمع تأمین کنندگان اطلاعات سامانه اعتبارسنجی پیوست



۵۰۰ هزار تومان تا سقف ۵ میلیون تومان اعتبار دریافت کند و از آن جهت خرید خدمات و محصولات مورد نیاز خود از ۴۵۰۰ نقطه فروش طرف قرارداد تارا، استفاده کند.

استفاده کند. شرکت توسعه تجارت و فناوری تارا با پشتوانه فعالیت و تجربه اقتصادی ۵۰ ساله گروه صنعتی گلرنگ، فعالیت جدی خود را از سال ۱۴۰۰ آغاز کرده و هم اکنون با ارائه راهکارهای مالی دیجیتال، در جهت بهبود تجربه کاربران در استفاده از خدمات مالی تلاش می کند. به طوری که در مدت زمان کوتاه از آغاز فعالیت، خدمات متنوع مانند کیف الکترونیکی پول، بن های رفاهی سازمانی، اعتبار سازمانی و به تازگی سرویس اعتبار خرید فردی را فراهم و به مشتریان ارائه داده است. کاربرد در این بخش قادر است بدون مراجعه حضوری و در حداقل زمان، کلیه مراحل ثبت نام، احراز هویت و اعتبارسنجی خود را انجام داده و از مبلغ

در راستای توسعه تأمین کنندگان اطلاعات سامانه اعتبارسنجی و تنوع بخشی به آن، شرکت توسعه تجارت و فناوری تارا به عنوان یکی از بازیگران جدی فعال حوزه لندنتک (BNPL)، با تأیید بانک مرکزی، به جمع تأمین کنندگان اطلاعات سامانه اعتبارسنجی شرکت مشاوره رتبه بندی اعتباری ایران پیوست و از این پس قادر خواهد بود تا ضمن استفاده از گزارش های اعتباری شرکت مشاوره رتبه بندی اعتباری ایران در فرایند اعتبارسنجی مشتریان خود، با ارسال اطلاعات رفتار اعتباری کاربران، جهت انعکاس در گزارش های اعتباری، از مزایای آن همانند کاهش نرخ نکول و افزایش وصول مطالبات





گزارش دیجی کالا از سال ۱۴۰۰ منتشر شد

## رشد ۴۹ درصدی خرده‌فروش بزرگ آنلاین

گزارش سالانه دیجی کالا در سال ۱۴۰۰ منتشر شد. حمید محمدی، بنیان‌گذار و مدیرعامل دیجی کالا در ابتدای گزارش گفته که دیجی کالا از محدودیت‌های کرونا یاد گرفته مقیاس‌پذیر باشد و به سمت روش‌های خلاقانه برای مقیاس‌پذیری و استفاده از مدل‌های کسب‌وکار جدید برود و راهکارهای هوشمند و غیرمتمرکز را برای افزایش ظرفیت و حضور فراگیرتر در سراسر کشور پیدا کند. بر اساس گفته‌های محمدی، دیجی کالا در مسیر ایجاد اکوسیستم اقتصاد دیجیتال گام برداشته؛ دیجی اکسپرس، اسمارتک، دیجی‌پی، پیندو، دیجی نکست، افزایش حضور عرضه‌کننده‌های روستایی، رونمایی از دیجی کالا بیزینس، دیجی‌فای، دیجی کلادو و مگنت همگی از پایه‌های توسعه این اکوسیستم در زنجیره ارزش تجارت الکترونیک هستند. دیجی کالا ۲۴۹ هزار فروشنده و هفت میلیون و ۵۰۰ هزار تنوع کالایی دارد. این پلتفرم ۸۷۰۰ همکار مستقیم و ۱۲۶ مرکز زیرساختی دارد و ظرفیت پردازش کالا در طول یک روز رقمی معادل ۹۶۰ هزار مورد برآورد شده است.

گزارش سالانه دیجی کالا در سال ۱۴۰۰ منتشر شد. حمید محمدی، بنیان‌گذار و مدیرعامل دیجی کالا در ابتدای گزارش گفته که دیجی کالا از محدودیت‌های کرونا یاد گرفته مقیاس‌پذیر باشد و به سمت روش‌های خلاقانه برای مقیاس‌پذیری و استفاده از مدل‌های کسب‌وکار جدید برود و راهکارهای هوشمند و غیرمتمرکز را برای افزایش ظرفیت و حضور فراگیرتر در سراسر کشور پیدا کند. بر اساس گفته‌های محمدی، دیجی کالا در مسیر ایجاد اکوسیستم اقتصاد دیجیتال گام برداشته؛ دیجی اکسپرس، اسمارتک، دیجی‌پی، پیندو، دیجی نکست، افزایش حضور عرضه‌کننده‌های روستایی، رونمایی از دیجی کالا بیزینس، دیجی‌فای، دیجی کلادو و مگنت همگی از پایه‌های توسعه این اکوسیستم در زنجیره ارزش تجارت الکترونیک هستند. دیجی کالا ۲۴۹ هزار فروشنده و هفت میلیون و ۵۰۰ هزار تنوع کالایی دارد. این پلتفرم ۸۷۰۰ همکار مستقیم و ۱۲۶ مرکز زیرساختی دارد و ظرفیت پردازش کالا در طول یک روز رقمی معادل ۹۶۰ هزار مورد برآورد شده است.

### برخی اقدامات دیجی کالا

دیجی کالا جت در مرداد ۱۴۰۰ فعالیت خود را آغاز کرد و اکنون به دو روش همکاری با فروشگاه‌های معتبر و فروشگاه‌های اختصاصی «جت‌مارکت» محصولات خود را در گروه‌های سوپرمارکتی، دارو، نان، شیرینی، کافه، میوه، پروتئینی و گل تأمین می‌کند. تهران، کرج، اصفهان، شیراز، مشهد و قم شهرهای تحت پوشش دیجی کالا جت هستند. دیجی کالا جت با بیش از دو میلیون کاربر یکتای ماهانه، ۱۷ هزار سفارش را در یک روز به دست خریداران می‌رساند. حتی در مواردی ارسال سفارش به دست مشتری پنج دقیقه‌ای انجام شده است.

دیجی‌پی در سال ۱۴۰۰ سرویس‌های اعتباری، درگاه پرداخت هوشمند، کیف پول و سرویس بازگشت وجه کالاهای مرجوعی را به کاربران ارائه داده است؛ در سال ۱۴۰۰، از طریق درگاه‌های پرداخت دیجی‌پی، ۲۸۲ هزار میلیارد ریال تراکنش انجام شده، ۳۵ هزار میلیارد ریال هم به کاربرانی که از خریدشان منصرف شده‌اند، پرداخت شده؛ دیجی‌پی ۱۰ هزار میلیارد ریال اعتبار خرید به کاربران تخصیص داده است.

یکی دیگر از خدمات دیجی کالا، دیجی نکست است. دیجی نکست یا همان مرکز نوآوری و سرمایه‌گذاری دیجی کالا به کسب‌وکارهای نوپا سرمایه‌تزیق می‌کند. توسعه فناوری پیش‌شتاب‌دهی، شتاب‌دهی و برنامه‌های آموزشی از محورهای فعالیت دیجی نکست هستند. دیجی نکست با ۲۵ استارت‌آپ فعال، دارای پنج محصول بر لبه فناوری است و تاکنون روی ۴۹ استارت‌آپ سرمایه‌گذاری کرده است. دیجی کالا بیزینس هم راهکار هوشمند برای خریدهای

### خرده‌فروشی آنلاین در ایران و جهان

ارزش خالص کالای فروخته شده در دیجی کالا در سال ۱۴۰۰ در مقایسه با سال گذشته ۴۹ درصد رشد داشته و فروش خالص ریالی دیجی کالا در ۱۰ سال گذشته به‌طور متوسط هر سال ۹۴ درصد رشد کرده است.

چین، کره جنوبی، بریتانیا، آمریکا، استرالیا، آلمان، فرانسه، ژاپن، روسیه، ترکیه، برزیل، هند، اندونزی و ایران به ترتیب بیشترین سهم خرده‌فروشی آنلاین از کل بازار خرده‌فروشی همان کشور را دارند. ایران در این رتبه‌بندی با ۴- درصد، کمترین سهم را دارد. با این حال سهم خرده‌فروشی آنلاین در سال ۱۴۰۰ با رشد ۲۵ درصدی همراه بوده و از ۲/۳ درصد در سال ۱۳۹۹ به حدود ۴ درصد در سال ۱۴۰۰ رسیده است. دیجی کالا در سال ۱۴۰۰ پوشش حداکثری در ارسال سفارش‌های مشتریان، نمایندگی‌های توزیع کالا را در سراسر کشور افزایش داد. برخی مراکز تحویل حضوری در برخی استان‌ها به مشتریان خدمت‌رسانی کردند. تا پایان سال ۱۴۰۰ دیجی کالا با ۸۲ مرکز، چهار محل برای توزیع کالا و خدمات پس از فروش و ۴۸ محل جمع‌آوری کالای فروشندگان در سراسر کشور، به توسعه توان پردازشی خود پرداخته است.

### آمارهایی از کاربران

۷۰ درصد کاربران دیجی کالا آقا هستند و ۳۰ درصد خانم. بیشتر کاربران دیجی کالا را دهه شصتی‌ها و دهه هفتادی‌ها تشکیل می‌دهند... اپلیکیشن موبایلی محبوب‌ترین ابزار کاربران دیجی کالا در زمینه بازدید و سفارش است. مشتریان دیجی کالا در تهران، البرز و اصفهان در سال ۱۴۰۰ بیشترین خرید را داشته‌اند. بیش از ۱۰ درصد از پرداخت‌ها در سال ۱۴۰۰ به روش پرداخت اعتباری و پرداخت از طریق کیف پول اتفاق افتاده، ۷۸/۱ درصد پرداخت‌ها آنلاین، ۱۰/۵ درصد پرداخت‌ها در محل، ۵/۵ درصد پرداخت‌ها به صورت اعتباری، ۵/۱ درصد پرداخت‌ها با کیف پول و ۰/۸ درصد پرداخت‌ها با کارت هدیه انجام شده است. در سال ۱۴۰۰ مارکت پلیس دیجی کالا وارد ششمین سال فعالیتش شد. در سال ۱۴۰۰ همزمان با رشد فروش در مارکت پلیس، تعداد فروشندگان نیز با رشد ۶۳/۶ درصدی همراه بود. در سال ۱۴۰۰، هر فروشنده فعال مارکت پلیس به‌طور متوسط ماهانه ۴۹۴ میلیون ریال فروش داشته است. فروشندگان استان‌های تهران، خراسان رضوی، اصفهان، البرز و آذربایجان شرقی بیشترین فروش را در دیجی کالا داشته‌اند.



# اعتبار؛ بدون ضامن و با کمک هوش مصنوعی

گفت‌وگو با محمدرضا آشتیانی، بنیان‌گذار کسب‌وکار قسطا؛ او می‌گوید با وجود اینکه شرایط پرداخت وام توسط آنها بسیار ساده‌تر از بانک‌هاست، اما نرخ نکول پایین‌تری دارند

قسطا اولین شرکت لندتکی است که امکان خرید از فروشگاه‌های اینترنتی و فیزیکی را به صورت اقساطی برای کاربران مهیا می‌کند. شرایط ویژه‌ای که قسطا کارت به کاربران می‌دهد، سبب شده بیش از ۱۲۰ هزار کاربر ظرف مدت سه سال این کارت را دریافت کنند و از خدمات وام آن بهره‌مند شوند. برای آگاهی از جزئیات بیشتر لندتک قسطا گفت‌وگویی با محمدرضا آشتیانی، بنیان‌گذار این کسب‌وکار انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

دهد. تعداد زیادی فروشگاه اینترنتی در حال شکل‌گیری بودند، اما از فروش اقساطی کالاها و خدمات خبری نبود. البته برخی فروشگاه‌ها بودند که در کنار فروش نقدی خود، فروش اقساطی نیز داشتند، اما امکان خرید خدمات و کالاها از تمام فروشگاه‌های آنلاین یا فیزیکی وجود نداشت. این کار در بازار لندتک متداول است و قسطا با هدف و ایجاد این فرصت، تأسیس شد تا کارت اعتباری خرید را در اختیار مشتریان قرار دهد و آنها

ایده تأسیس قسطا چگونه شکل گرفت؟  
ایده تأسیس اولین شرکت لندتکی در حوزه فروش اقساطی کالا و خدمات، در سال ۹۷ همراه با جمعی از دانشجویان دانشگاه شریف شکل گرفت و با سرمایه‌گذاری استارت‌آپ استودیو آراد به کار خود ادامه داد. در آن زمان، هیچ سایت آنلاینی وجود نداشت که کالا و خدمات را به صورت قسطی در اختیار مردم قرار



شماره ۵۵  
تیر ۱۴۰۱  
سال دوم





## چرا حسین اسلامی و چرا نصر تهران؟

یکی از نشانه‌های مهم بلوغ جوامع، نهادهای صنفی قدرتمند است. به تجربه ثابت شده که هر جا صنفی قوی حضور داشته، رشد در آن صنف اتفاق افتاده است. زیرا نهاد صنفی از یکسو اتحاد میان افراد ذی نفع را ایجاد می‌کند و از سوی دیگر با تعامل درست با حاکمیت، مشکلات را از پیش پای صنف خود برمی‌دارد.

سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران نیز در سال‌های اخیر تلاش کرده تا هم اعتماد کسب‌وکارها و مشارکت آنها را جلب کند و هم با تعامل صحیح با حاکمیت، گره از مشکلات بگشاید.

نکته‌ای که در مورد سازمان نصر تهران جالب توجه است، شفافیت و بازتابی رسانه‌ای قدرتمند آنهاست. جلسات متعدد با خبرنگاران و حضور در فضاهای مختلف، باعث شده است تا مواضع این سازمان صنفی بر همگان روشن باشد و افراد در جریان اقدامات این نهاد قرار گیرند.

حسین اسلامی، رئیس هیئت مدیره نصر تهران می‌گوید با وجود آنکه این شفافیت مشکلاتی را نیز به وجود آورده، اما مزایای بسیاری به همراه داشته که می‌توان چشم بر معایب آن بست. از جمله اینکه فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال که تا پیش از این ارتباط خوبی با این نهاد صنفی نداشته‌اند، پا به میدان گذاشته‌اند و نظرات کارشناسی خود را به شیوه‌های گوناگون در اختیار صنف قرار می‌دهند.

به علاوه با وجود اینکه برخی بر طبل اختلافات می‌کوبند، سازمان نصر تهران در دوره ششم تمام تلاش خود را کرده تا با سایر نهادهای صنفی همگرا شود و بتوانند همگی در کنار هم در راستای توسعه اقتصاد دیجیتال تلاش کنند، زیرا دود آتش چند دستگی فقط می‌تواند کسب‌وکارها را کور کند و فایده دیگری نخواهد داشت.



شماره ۵۵  
تیر ۱۴۰۱  
سال دوم



عکس: نسیم اعتمادی

# دردسرهای شفافیت بیشتر

گفت و گو با حسین اسلامی، رئیس هیئت مدیره سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران؛ او معتقد است نصر تهران در دوره ششم در اوج قدرت خود است و توانسته هم با کسب و کارها و هم با نهادهای حاکمیتی، ارتباطی مؤثر ایجاد کند

اصناف مهم‌ترین بخش‌های هر جامعه‌ای را تشکیل می‌دهند. هر جا که دولت مردان متوجه نکاتی نباشند یا از نظرشان دور بماند، این وظیفه اصناف است که حقوق اعضای خود را مطالبه کنند و به صورت یکپارچه در جهت تأمین منافع صنف خود گام بردارند. طی سال‌های اخیر سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران تلاش داشته تا این مسئولیت سنگین را به انجام برساند و به همین منظور تعامل خود را با بخش‌های مختلف حاکمیتی افزایش داده است. سازمانی که در روزگار تأسیسش نماینده بخش نرم‌افزار و سخت‌افزار بود، حالا با گستره عظیمی از کسب و کارها روبه‌رو است که اکوسیستم اقتصاد دیجیتال را تشکیل می‌دهند و باید صدای آنها باشد و مشکلات کوچک و بزرگ آنها را تا جایی که در توان دارد، مرتفع سازد. حسین اسلامی، رئیس هیئت مدیره نصر تهران، دوره ششم را قوی‌ترین دوره نصر تهران می‌داند و معتقد است هم حاکمیت متوجه اهمیت مشورت گرفتن از صنف شده و هم کسب و کارها به دلیل شفافیت ایجاد شده، نهاد صنفی را حامی خود می‌دانند.

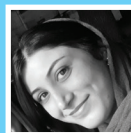
از منظر دیگر، حاکمیت هوشمند از اینکه نظرات بخش خصوصی را پیش از تصمیم‌گیری دریافت کند، استقبال می‌کند. مادر لایه‌های بالایی حاکمیت با یک استقبال جدی از متخصصان فناوری، مجموعه‌های دانش‌بنیان و صنف فاوا مواجه هستیم، ولی زمانی که با لایه‌های پایینی حاکمیت تعامل روزمره داریم و به ویژه زمانی که به سطح کارشناسان می‌رسیم، متوجه می‌شویم که اصلاً علاقه‌ای به شنیدن صدای یکپارچه صنف ندارند و حتی گاهی با دنبال کردن اختلاف‌هایی که بین تشکلهای وجود دارد، از این اختلافات در راستای عدم اصلاح و تحول خود استفاده می‌کنند.

اما در مورد نصر تهران که دوره ششم خود را می‌گذراند، باید بگویم هم از نظر تعداد اعضای فعال که بیش از نیمی از کل اعضای نصر در سراسر کشور است و هم از نظر میزان حضور اعضای نصر تهران در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال، با وضعیت ویژه‌ای مواجه هستیم. در این زمانه حاکمیت نگاه متفاوتی به فاوا دارد و صنف فاوا را - با وجود چالش‌های جدی و انتقاداتی که نصر تهران علنی ساخته است - دلسوز کشور می‌داند. برای اولین بار است که وقتی صنوف مختلف

حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات محدود به حوزه‌های نرم‌افزار و سخت‌افزار بود و طی دو دهه اخیر، این حوزه به کل اقتصاد دیجیتال بسط پیدا کرده است. وقتی ما راجع به یک موضوع دوگانه لجستیکی - فناوریانه مثل حمل و نقل اینترنتی حرف می‌زنیم، صنف باید درباره آن نظر بدهد و پیگیری و حمایت کند. از سویی دیگر وقتی درباره اپلیکیشن‌های پرداخت حرف می‌زنیم نیز پای صنف به میان می‌آید. یعنی گستره‌ای از کسب و کارها و حوزه‌های مختلف ذیل فعالیت صنف فاوا قرار می‌گیرند. به زبان دیگر صنعت فاوا برخلاف تصاویر سابق یک صنعت به موازات سایر صنایع نیست، بلکه بخشی است که به نوعی همه صنایع دیگر را فعال می‌کند.

بر این اساس، حوزه‌ای که ما قبلاً به عنوان نظام صنفی رایانه‌ای می‌شناختیم، بسیار بسط یافته و بزرگ شده و حجم زیادی از کل اقتصاد کشور را در بر می‌گیرد. پس کارکرد صنف عوض شده و نسبت به دو دهه پیش تغییرات بسیاری کرده است.

گفته می‌شود که اگر ارتباط رگولاتور و نهادهای صنفی همراه با اعتماد باشد و نهادهای صنفی آن قدر قدرتمند باشند که این ارتباط به درستی شکل بگیرد، وزن مشورت گرفتن از بخش خصوصی بالاتر می‌رود و قانون‌گذاری به سمتی که جلوی فعالیت کسب و کارها را بگیرد، حرکت نمی‌کند. شما جایگاه نصر کشور و نصر تهران را چطور می‌بینید؟ آیا این تشکل توانسته در جایگاهی قرار بگیرد که مورد مشورت رگولاتور در مقررات‌گذاری برای فاوا باشد؟



المیرا حسینی



elmirahosseini@gmail.com

حاکمیت در حوزه‌های مختلف، ابزارهای گوناگونی دارد برای اینکه بتواند به شیوه‌ای موضوعات را پیش ببرد که هم رضایت شهروندان را به دست بیاورد، هم موانع پیش راه خود را بردارد. به طور کلی اندیشگاه‌های حاکمیت در خصوص نحوه مواجهه با فناوری‌های نوین و مبتنی بر آن دچار اختلال هستند. در زمان تشکیل نظام صنفی رایانه‌ای،





## آمازون در حال از دست دادن کارگران است مارپیچ مرگ

مطالعه‌ای نشان می‌دهد که نرخ بیکاری ایالات متحده بسیار پایین، یعنی ۳/۶ درصد است که ۲/۲ درصد کمتر از یک سال گذشته است. به عبارت دیگر، شرکت‌ها در حال استخدام نیروی کار هستند.

اما در آمازون، دومین کارفرمای بزرگ ایالات متحده چه می‌گذرد؟ طبق گزارش‌های داخلی آمازون، این شرکت با کمبود نیروی انسانی برای استخدام مواجه است. این شرکت یک مدل برای ورود و خروج کارکنان ایجاد کرده بود؛ جف بزوس عمداً می‌خواست کارمندان هر سال آنجا را ترک کنند. در نتیجه، شرکت به‌طور وحشیانه‌ای کارکنان را به دلیل عملکرد پایین جریمه می‌کرد.

مدیران انبار می‌گویند گردش مالی گاهی بیش از ۲۰۰ درصد است، یعنی هر جایگاه شغلی دوبار در سال پر و خالی می‌شود. تصور کنید هزینه‌های استخدام و آموزش در چنین مدلی چقدر است. بسیاری از افرادی که در آمازون فعال هستند، نام این استراتژی را مارپیچ مرگ گذاشته‌اند، زیرا نه تنها رشد شرکت را دشوار می‌کند، بلکه به برند کارفرمایی شرکت لطمه می‌زند و استخدام نیروی جدید روز به روز سخت‌تر می‌شود. شرکت‌هایی که به این روش کار می‌کنند، در طولانی مدت عملکرد ضعیفی دارند. مانند پیمانکاران پروژه‌های هوا فضا که هر زمان یک قرارداد بزرگ را از دست می‌دهند، کارمندان خود را اخراج می‌کنند و به این کار مشهورند. مدیران منابع انسانی در این شرکت‌ها می‌گویند هر چند مدیران با این روش نتایج مالی خوبی می‌گیرند، اما روند استخدام به‌مرور دشوار می‌شود و آنها دیگر نمی‌توانند کارگری را پیدا کنند که طولانی مدت در استخدام آنها بماند.

دنیای جدید کار متفاوت است و هر شرکتی به افراد خود وابسته است. ایده «جایگزینی افراد با عملکرد پایین با افرادی با عملکرد بالا» احمقانه است. وظیفه شما به عنوان یک رهبر این است که افراد مناسب را استخدام کنید، سپس آنها را آموزش دهید.



شماره ۵۵  
تیرماه ۱۴۰۱  
سال دوم



# فرهنگ سازمانی عملکرد شرکت را هدایت می‌کند

### شرکت‌هایی که از نظر کارمندان، مکان‌هایی برتر برای فعالیت بودند چه ویژگی‌هایی داشتند؟

همه‌گیری زمانی کافی در اختیار افراد قرار داد تا وضعیت زندگی و شغل خود را مورد ارزیابی قرار دهند. در همین مدت بود که بسیاری از افرادی که احساس ناکامی می‌کردند یا گمان می‌بردند به اندازه کافی پاداش دریافت نکرده‌اند، تصمیم گرفتند شغل خود را ترک کنند و اتفاقی به نام «استعفای بزرگ» به وقوع پیوست. از آنجا که کارکنان به دنبال افزایش انعطاف‌پذیری و بهبود تعادل بین کار و زندگی بودند، کارفرمایان خود را با دو گزینه مواجه کردند؛ سازگاری با نیازهای متغیر نیروی کار خود یا خطر مهاجرت انبوه

کارکنان که به‌طور بالقوه می‌تواند آنها را با معضل پر کردن موقعیت‌های شغلی خالی مانده مواجه کند.

### عنصر کلیدی انعطاف

برای اینکه دریا بیم کدام یک از شرکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ، طی این زمان پرفراز و نشیب کار بزرگی انجام داده‌اند، پلتفرم تعامل کارکنان اینترگیج به همراه کارفرمایان مستقر در نیوجرسی، با بیش از ۵۰ کارمند ارتباط برقرار کرده و آنها را مورد بررسی قرار دادند تا مکان‌های کاری برتر این ایالت را

مشخص کنند. باب هلبیگ، مدیر مشارکت‌های رسانه‌ای اینترگیج مستقر در پنسیلوانیا، توضیح داد که این داده‌ها می‌تواند به کارفرمایان کمک کند تا سلامت شرکت خود را ارزیابی کنند، زیرا یافته‌ها دستاوردها را تأیید می‌کند، مشکلات را آشکار می‌سازد و به ایجاد پایه‌ای برای اهداف جدید یاری می‌رساند. هلبیگ می‌گوید: «ما از ۶۱۹۷ شرکت دعوت کردیم تا در این ارزیابی شرکت کنند و در نهایت ۱۴۹ شرکت را مورد بررسی قرار دادیم. شرکت‌های مورد بررسی ۷۹۶۶۱ نفر را در نیوجرسی استخدام کرده‌اند. ۴۲۴۹۸ کارمند

نکاتی که می‌تواند کارمندان را به کار در شرکت شما متعهد نگه دارد

## کارمندان راضی کلید موفقیت هر شرکتی



### افزایش شفافیت

شفافیت مفهومی است که در سال‌های اخیر رونق گرفته است. این یک اصل است که نشان می‌دهد سازمان‌ها چگونه باید کار کنند و با کارکنان خود ارتباط برقرار سازند. می‌توان آن را به عنوان معیاری تعریف کرد که فرد می‌تواند به وسیله آن هر چیزی را مشاهده، اندازه‌گیری یا درک کند. سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای شفاف‌تر می‌شوند، زیرا متوجه شده‌اند که از این طریق می‌توانند مشارکت و بهره‌وری کارکنان را افزایش دهند. کلید افزایش شفافیت این است که بتوانید اطلاعات را با کارمندان خود به اشتراک بگذارید و فرصتی برای آنها فراهم کنید تا ایده‌های خود را برای بهبود فعالیت شرکت مطرح کنند. کارمندان باید بتوانند در مورد

مشارکت کارکنان یک عامل کلیدی برای موفقیت هر کارفرمایی است، زیرا به کارفرما کمک می‌کند تا یک برند قوی بسازد و محیط کاری مثبتی ایجاد کند. مشارکت کارکنان، میزان اشتیاق و حمایت آنها از شرکتی است که برای آن کار می‌کنند و همچنین به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی رضایت کارکنان در نظر گرفته می‌شود. در دنیای پرشتاب امروزی که مردم همیشه در حال حرکت هستند و می‌خواهند مطمئن شوند که به اندازه ارزش خود، پول از کارفرمایان دریافت می‌کنند، نمی‌توان اهمیت مشارکت کارکنان را نادیده گرفت. بنابراین چگونه یک کارفرما می‌تواند مشارکت کارکنان را افزایش دهد؟





انسان‌ها به فناوری خو گرفته‌اند

## نوسان زندگی بین خوب و بد فناوری

فناوری از زمان طلوع تمدن گاهی به شکل بنیادین نحوه زندگی مردم، شیوه فعالیت مشاغل، چگونگی رشد جوانان و زندگی روزمره مردم را دستخوش تغییر کرده است. این تغییرات شامل جنبه‌های گوناگون از رفتارهای اجتماعی مانند ارتباطات، سفر، یادگیری، کسب‌وکار، آسایش و سلامت است. صرف‌نظر از اینکه شدت تأثیرات فناوری بر رفتار انسان چقدر بوده، در هر حال اثرات مثبت و منفی فراوانی بر جامعه داشته است.

زندگی بشری از آغاز تمدن تأثیری شگرف و تقریباً غیرقابل تصور از فناوری گرفته است. در حالی که سنجش همه اثرات آن بر جامعه بشری تقریباً ناممکن است، فناوری به شکلی آشکار برای آسان‌تر، لذت‌بخش‌تر و راحت‌تر کردن زندگی انسان‌ها کارهای بسیاری انجام داده است. با این حال در صورت کاربرد نادرست یا تولید غیرمسئولانه می‌تواند موجب بروز عواقبی مخرب می‌شود، بنابراین خالی از اشکال نیست. همان‌طور که انسان‌ها به آینده می‌روند، برای مهندسان مهم است که به شیوه‌ای وظیفه‌شناسانه و مسئولانه‌تر عمل کنند و برای کاربران نهایی این نکته مهم است که بین استفاده از سامانه‌های فناورانه با روش‌های قدیمی و انجام بهتر کارها توازن ایجاد کنند تا کارها به روشی سالم‌تر و سازنده‌تر انجام شود.

رفتار انسان هم‌زمان به یک اندازه مرموز و پیچیده است، اما جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان رفتار انسان را در یک بافت اجتماعی مطالعه می‌کنند؛ روشن است که فناوری در خدمت شکل‌گیری و تکامل رفتار انسان کار کرده و انسان به شکلی فزاینده و روزمره به فناوری وابسته

است. به عنوان موجودات در جست‌وجوی آسایش، نیازمند سهولت کاربرد و راحتی هستیم که فناوری فراهم می‌کند. این نیاز موجب پذیرش مداوم تلفن‌های هوشمند، رسانه‌های اجتماعی و دستگاه‌های متصل به اینترنت است و حتی در صنعت مهمان‌پذیری وجود نقاط اتصال وای‌فای تقریباً در هر مکانی ضروری شده است. مردم به شکل رو به رشد در جست‌وجوی نرم‌افزارهایی هستند که در هر کار ممکن از یادگیری زبان گرفته تا یافتن مکانی برای اجاره و پیدا کردن یک قرار ملاقات به آنها کمک کند. فناوری کارکردهای مثبت زیادی دارد اما یک نکته منفی این است که رفتار انسان چنان به فناوری وابسته شده که افراد برای تنبل شدن آمادگی دارند و بدون فناوری که بسیاری به آن خو گرفته‌اند، قادر به ادامه کار و زندگی نیستند. گرچه برخی این دیدگاه بحث‌برانگیز را دارند که آسایش هزینه دارد.

کشف اینکه اثر هر فناوری پیشرفته جدید بر زندگی ما و آینده غیرممکن است. فناوری بر محیط زیست، مردم و کل جامعه تأثیر می‌گذارد. می‌توانیم از ذرت برای ساخت اتانول استفاده کنیم و اتانول را برای راه‌اندازی ماشین‌آلات و خودروها به کار بگیریم که باعث افزایش بازده صنایع تولیدی با هزینه کمتر می‌شود. با این حال اگر تصمیم بگیریم مقادیر زیادی ذرت را از روند تولید مواد غذایی به فرایند تولید سوخت سوق دهیم، انسان‌ها بدون غذا می‌مانند که به گرسنگی جهان می‌انجامد و شرایط بدتری را فراهم می‌سازد. لازم است به یاد داشته باشیم فناوری به خودی خود برای جامعه زیان‌بار نیست، اما چگونگی استفاده از فناوری برای دستیابی به اهداف ویژه موجب ایجاد اثرات منفی فناوری بر جامعه می‌شود.



# کارکردهای منفی فناوری در جامعه

آنها که به نسل زد معروف هستند، تقریباً برای هر کاری از فناوری استفاده می‌کنند و بیشتر اوقات در معرض امواج الکترومغناطیس و نور آبی قرار می‌گیرند

در آستانه انفجار قرار گرفته است. این رشد شتابان ناشی از کاربرد فناوری‌های بهتر است که عمر درازتر، دسترسی بیشتر به مواد غذایی فراوان و تولید مثل مؤثرتر را فراهم آورده است. گرچه حضور بیشتر انسان‌ها تا حدی موجب کاهش بیشتر منابع مربوط می‌شود، اما به مدیریت کارآمدتر در بهره‌گیری از منابع نیز منجر می‌شود. با این حال گسترش کاربرد فناوری بر برخی بیماری‌های همه‌گیر اثر گذاشته است. ایجاد سبک زندگی اجتماعی بدون تحرک و نشستن مداوم، قرار گرفتن بیش از اندازه در معرض تابش نور آبی دستگاه‌های الکترونیک و قرار گرفتن پیاپی در معرض EMF (میدان مغناطیس الکتریکی) می‌تواند به بیماری‌های مزمن مانند اختلال عملکرد سیستم ایمنی بینجامد.

فناوری اثرات منفی بر جامعه و دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم، داشته است؛ کاهش منابع سوخت، نیاز به عناصر کمیاب‌تر مانند طلا، کلتان و تانتالوم (که برای ابزارهای الکترونیک مدرن مورد نیاز است)، کشمکش در قاره‌ها و کشورهای صاحب مواد معدنی، سوزاندن سوخت‌هایی که بر گرمایش جهانی اثر می‌گذارد و... مسائل بسیار واقعی امروزی هستند که کاربرد روزافزون فناوری آنها را ایجاد می‌کند.



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

### افزایش آلودگی

یکی از بارزترین اثرات منفی فناوری، افزایش شدید آلودگی به دلیل صنعتی شدن است. که در کنار کاهش منابع مورد توجه فراوان قرار گرفته است. این آلودگی شامل انتشار سوخت‌های فسیلی، گرم شدن کره زمین و ایجاد شهرهایی در سرتاسر جهان شده که کارخانجات آنها مقادیر انبوه آلودگی / زباله‌های جامد تولید و منتشر می‌کنند؛ این گونه آلودگی‌ها موجب افزایش چشمگیر سرطان و بیماری‌های مزمن می‌شود. در حالی که تغییرات آب‌وهوایی موضوعی بسیار بحث‌برانگیز است، گروه بزرگی از دانشمندان گرمایش جهانی را یک واقعیت تهدیدآمیز برای گونه بشر می‌دانند.

### تخلیه منابع

کاهش منابع طبیعی یکی از نگران‌کننده‌ترین موارد مرتبط با استفاده روزافزون از فناوری‌هاست. این کمبود از عناصر خاکی کمیاب و مواد معدنی تا منابع غذایی یا سوخت‌های فسیلی را در بر می‌گیرد. در سال ۲۰۱۲ Karehka Ramey نیز یاد آور شد که برای مثال استفاده از ذرت برای تولید سوخت به شکل اتانول می‌تواند دستیابی به ذرت را در سطح جهانی کاهش دهد. در همین حال اشتیاق جهان برای وسایل الکترونیکی بیشتر موجب کاهش یا نابودی منابع طلا، کلتان و سایر مواد معدنی کمیاب در جهان می‌شود. این گونه کمبودها به درگیری در سطح جهانی دامن می‌زند و در جاهایی که چنین مواد معدنی یافت می‌شود، در بیشتر اوقات شاهد کشمکش و درگیری هستیم.

### افزایش جمعیت و نگرانی‌های بهداشتی

جمعیت جهانی برخلاف اختراع وسایل پیشگیری از بارداری



شماره ۵۵  
تیر ۱۴۰۱  
سال دوم







نصایح خواجه نصیرالدین طوسی در اخلاق ناصری

## معرفت فضایل کافی نیست

خواجه نصیرالدین طوسی (۵۹۷-۶۷۲ ه. ق.) فیلسوف، متکلم و ریاضیدان بزرگ قرن هفتم هجری بود که رصدخانه مراغه را ساخت. وی کتب و رساله‌های علمی فراوان در موضوعات گوناگون نوشته که از آن جمله می‌توان به تجرید الاعتقاد و اخلاق ناصری اشاره کرد. حلقه درس خواجه نصیرالدین شاگردان بزرگی همچون علامه حلی و قطب‌الدین شیرازی را در خود پرورش داده است.

خواجه نصیر در اخلاق ناصری در باب سیاست می‌گوید:

«معرفت فضایل کافی نیست بلکه کفایت در عمل و استعمال آن بود و از مردمان بعضی به فضایل و خیرات راغب باشند و مواعظ را در ایشان اثری بود و ایشان به عدد اندک اند که امتناع از رذائت و شرور به غریزت پاک و طبع نیک کنند، و بعضی از رذائت و شرور به وعید و تفریح و انذار و انکار امتناع کنند و خوف ایشان از دوزخ و عذاب و انکال بود و از اینجاست که بعضی مردمان اختیار به طبع اند و بعضی اختیار به شرع و به تعلم. و شریعت این صنف را مانند آب بود کسی را که لقمه در گلو گیرد و اگر به شریعت مؤدب نشوند، مانند کسی بود که او را آب در گلو گیرد و لامحاله هلاک شود. و در اصلاح ایشان حیلتی صورت نیند، پس خیر به طبع و فاضل به غریزت محب خدای تعالی بود و امر او به دست و تدبیر ما برنیاید، بلکه خدای سبحانه متولی و مدبر کار او بود.»



شماره ۵۵  
تیر ۱۴۰۱  
سال دوم

# خرید تنل کوین پافش

می بینید دنیا چقدر عجیب است؟ به نظرم بهتر است از این به بعد از هیچ چیز تعجب نکنیم، حتی از بیت کوین هجده هزار دلاری

صفا بکشد، التماس بکند، چند برابر پول بدهد، هر بار که محصول را می‌گیرد، ببیند یک چیزی از آن برداشته شده اما، اما... اما باز هم بخرد و همان طوری که

می‌خرد... می‌گوید امکان ندارد؟ یک سر به جاده مخصوص کرج بزنید تا بفهمید که در این دنیا همه چیز امکان دارد.



عبدالله مقدمی

@moghaddamy0007

البته آن آقا در کمال صداقت گفته که در کلاهبرداری قبلی قرار بود لامبورگینی بگیرد اما آن شاه‌دزدها پراید ۷۴ اصل گره! هم دستش نداده‌اند.

می بینید دنیا چقدر عجیب است؟ به نظرم بهتر است از این به بعد از هیچ چیز تعجب نکنیم، حتی از بیت کوین هجده هزار دلاری. مثل موقعی که می‌خواهیم آمپول بخوریم، عضله‌ها را شل کنیم تا کمتر زجر بکشیم.

می‌گویند امکان ندارد؟ پس یک سر به آن ناخواننده رنگی بزنید و اصولاً هیچ محصولی دست مشتری ندهد. به معنی واقعی کلمه باد هوا بفروشد. گران هم بفروشد. هیچ استانداری را هم رعایت نکنند.

آخر سر هم سر همه را کلاه بگذارد و پول شان را بالا که کشید، همه مشتری‌ها را فحش کش کند و همین طور که میکروفون را حواله ملت می‌دهد، طلبکار باشد که چرا از او حمایت مالی نمی‌کنند.

یکی تا می‌کند با مشتری بد. یکی از روی بیچاره می‌شه رد. همین طوری که می‌غرغر می‌کردم تنل کوین اومد و رو دستشون زد.

بایهجان بگه بیشتر اثر می‌کنه، اما برای ما فقط گوش خراش و آزاردهنده می‌شد. «اما محمد و مهدی سر شوق آمده بودند و می‌خواستند بیشتر بدانند. محمد دست من را گرفت و از بین جمعیت کشاند تا رسیدیم به جایی که جنتلمن مان ایستاده بود و تعریف می‌کرد که چطور زندان برایش دانشگاه شد و فهمیده که آموزش کارآفرینی به دیگران مسئولیت اجتماعی است که بر دوش دارد! و وقتی که من پرسیدم چرا برای اجرای مسئولیت اجتماعی پول به اندازه جلسه ویزیت دکتر متخصص می‌گیرد، با نگاه خشمگینانه محمد روبه‌رو شدم. ولی سامان بیشتر از همه ما کلافه بود. وقتی که کم‌کم خودمان را به درب خروجی نزدیک کرده بودیم، روی یکی از سکوها رفت، نگاهی به جمعیت انداخت، سکوتی ژرف کرد و گفت: «تصمیم گرفتم برم کلاس آشپزی! این جور کمی شرمند مامان کامیار می‌شم و می‌تونم یک جاهایی مشت محکم‌تری به دهن کامیار بزنم، اما می‌بینم اگه بشه با قاطی کردن این همه آدم ناامید و مقداری سروصدا، کمی نورپردازی و تعدادی بیلبورد شهری و چندتایی اصطلاح خارجی و چهارتا قصه اشک‌آلود در یک سالن مجلل دست به کار پخت‌وپز کارآفرین زد، من هم می‌تونم آشپز بشم.»

در اختیار بگیرد و به جلسه‌ای خارج از دفتر برسد. اما در میان هیاهوی راه‌بندان، آقا کامیار ما، این جوان جویای نام که از باد خنک کولر خودرو محروم بود و به جای شنیدن ترانه انتخابی، داستان غصه‌های راننده را می‌شنید، برای لحظه‌ای چشمش را از گوشی برداشته بود تا بالاخره تصمیم بگیرد که به راننده چه امتیازی بدهد که پس از این شاید هم خدمات بهتری به مسافران بدهد و هم توی این وانفسا شغلش به خطر نیفتد؛ اما ناگهان چشم کامیار به تابلوی تبلیغاتی خورده بود که تصویر و اسم بزرگ فردی را روی خودش داشته با ادعای آموزش کسب‌وکار موفق و سودآور. به قول خودش بی‌خیال امتیاز و اعتراض مدنی به کاهش همزمان سطح خدمات و افزایش هزینه شده و درگیر یک جست‌وجوی دامنه‌دار اینترنتی شده بود و به محض برگشت به دفتر، من و سامان و سمیرا و محمد و مهدی را نشانده بود تا شنونده نتیجه پژوهش درباره آن جنتلمن باشیم. حالا کامیار خان همان گروه را برای شرکت در جلسه آموزشی آقای جنتلمن آورده بود! چه جلسه‌ای و چه سروصدایی.

سمیرا بلادرنگ گفت: «روحش شاد باشه مامان جونم که اون هم فکر می‌کرد اگر حرفی رو بلند و

شما فکرش را بکن کسب‌وکاری راه‌بیندازی که جان مشتری‌ات برای خودت و محصولت دربرود. ساعت‌ها و روزها زیر تیغ آفتاب و باران و برف توی چادر و کارتن یخچال و تلویزیون بخوابد تا بلکه نفر اولی باشد که پول نقد می‌دهد و تحفه ساخته‌شده به دست شما را می‌خرد. حتی ممکن باشد کسانی پیدا شوند که کلیه خودشان را بفروشند تا بتوانند کالای شما را بخرند. تازه بعد از این همه داستان و اتفاق، وقتی محصول را خریدند، حاضر باشند برای اثبات کارایی و خوبی آن، با همه کل کل کنند و مثل هوادارهای تیم‌های فوتبال، کله طرف مقابل را بشکنند. تازه هر بار که نسخه جدیدی از کالای خود بیرون می‌دهید، یک چیزی از آن - دور از جان شما - بپیچانید.

می‌گویند امکان ندارد؟ یک سر بروید سر قبر آن جنت‌مکان خلد آشیان، مرحوم مغفور استیو جابز فقید تا بدانید در مورد چه حرف می‌زنم.

حالا بالایی که خوب است؛ لاقل مشتری از کیفیت محصولی که با هر ذلت و بدبختی‌ای می‌خرد خوشحال است و از اینکه آن را دارد، کیف می‌کند. حالا شما همه موارد بالا را تصور بفروید به جز اینکه مشتری از چیزی که می‌خرد به اندازه سر یک سوزن راضی نباشد. یعنی

شب‌نوشته‌های یک بچه نوآورا (۴۷)

## مواد لازم برای پخت یک کارآفرین جلی روی بیلبورد ۱۶ متری

تکلیف من که از همان آغاز روشن بود و بچه‌ها هم می‌دانستند در کار تبلیغات به بزرگ‌نمایی نه حساسیت، بلکه آلرژی دارم (یعنی از نوع فرنگی‌اش که خیلی توپ و اساسی است)؛ اما این یکی دیگه نوپر بود. چنان شیک و مجلسی خالی‌بندی می‌کرد که همه مات و مبهوت مانده بودند.

ماجرای آنجا شروع شد که کامیار در یک بعدازظهر گرم تابستانی در بزرگراه شلوغ شهری روی صندلی خودروی شرکت حمل‌ونقل اینترنتی نشسته بود و چون عجله داشت، پول بیشتری هم داده بود تا زودتر خودرویی



مهران امیری



mehranamiri@gmail.com

