

گفت‌وگو با زهره
برزگر، معاون منابع
انسانی هلدینگ
ارتباط فردا



هفته‌نامه
اقتصاد نسواوری
سال چهارم
شماره
صد و چهل و یکم
شماره دهم تیر
۱۴۰۳
صفحه ۲۴
۱۵۰ هزار تومان

K A R A N G

W E E K L Y M A G A Z I N E

به کدام سو می‌رویم؟

به بهانه روز بازاریابی وضعیت «بازاریابی
کثیف» در ایران را در گفت‌وگو با مدیر
بازاریابی بیت‌مکس بررسی کرده‌ایم



جنگ قدرت در بازاریابی

سپیده پناه، مدیر
مارکتینگ «تبدیل»
معتقد است که
تمیز یا کثیف لقب
مناسبی برای
بازاریابی نیست



الکامپ در انتخابات یا انتخابات

الکامپ ۲۷ کمرونق برگزار شد ولی پر حاشیه؛ احتمالاً این الکامپ
به عنوان یکی از سیاسی‌ترین الکامپ‌های تاریخ در ذهن‌ها باقی
می‌ماند؛ الکامپی که سعید جلیلی کاندیدای ریاست جمهوری در
آن گفت که از بخش خصوصی و با هماهنگی سازمان نصر وزیر
ارتباطات را انتخاب نمی‌کند

عکس: نسیم اعتمادی

انتخابات ریاست جمهوری و شان صنف فاوا

بگویند چه چیزی از صنف می خواهند، ولی خود به جای فعالانه عمل کردن و مطالبه‌گری در انتخابات ریاست جمهوری، درگیر برگزاری ال‌کامپ بود. با کشیده شدن انتخابات به دور دوم، سایه سنگین انتخابات ریاست جمهوری بر ال‌کامپ بیشتر شد و آن را کاملاً به رویدادی برای وزن‌کشی سیاسی تبدیل کرد.

عده‌ای از جمله وزیر ارتباطات از نامزدهای حاضر در دور دوم انتخابات دعوت به حضور در نمایشگاه کردند و برخی هم از صنف دعوت کردند که نامزدها برای شنیدن مطالبات به نمایشگاه بیایند و جلسه برگزار کنند. ولی واقعیت این است که این طرز مطالبه‌گری نه درست است و نه در شأن صنف فاوای کشور. اینکه یک نفر شبانه دعوت شود و صبح اول وقت جلسه بگذارد چه مطالبات روشن و مشخصی مطرح می‌شود که از دل همان جلسه نیز موضوعاتی همچون اینترنت طبقه‌بندی و حتی خواسته‌های شخصی مطرح شد و مشخص نشد افرادی که در جلسه حضور داشتند

دقیقاً چه خواسته‌ای داشتند. این در حالی است که حتی در ارائه خواسته‌ها نیز سازمان نظام صنفی باید شأن خود را حفظ کند، نه اینکه در روزهای پایانی تبلیغات انتخاباتی، یک نمایشگاه که بنا بود محلی برای حضور بخش خصوصی باشد، تبدیل به میتینگ انتخاباتی شود.

سازمان نظام صنفی رایانه‌ای می‌توانست در زمان مناسب نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری را در دور اول دعوت کند تا اعضا به صورت شفاف و مشخص برنامه نامزدها را بشنوند و خواسته‌هایشان را شفاف و روشن بیان کنند. حتی نصر می‌توانست مطالبات خود را به شکل مکتوب و جدی برای نامزدهای ریاست جمهوری ارسال کند، اما در برخورد با نامزدهای ریاست جمهوری نصر هم انفعال نشان داد و هم شأن این نهاد صنفی را حفظ نکرد.

سازمان نظام صنفی رایانه‌ای از محدود نهادهای صنفی است که ایجاد آن در مجلس به تصویب رسید و آیین‌نامه‌اش را نیز دولت تأیید کرده است. نظام صنفی رایانه‌ای از نهادهایی است که با یک حکم وزارت کشور یا وزارت رفاه به راحتی قابل انحلال نیست و جایگاه مهمی در رده قانون‌گذاری دارد. اما مشاهدات عینی و بررسی دوره‌های مختلف آن نشان می‌دهد اعضای صنف در بسیاری اوقات، شأن و جایگاه نهادی را که نماینده صنف فاوای کشور شناخته می‌شود، رعایت نمی‌کنند. این موضوع را می‌توان کاملاً

روشن و مشخص در تفاوت رویکرد نظام صنفی رایانه‌ای با اتاق بازرگانی مشاهده کرد. اتاق بازرگانی طبق سنت همیشگی به عنوان نماینده بخش خصوصی همواره میزبان نامزدهای ریاست جمهوری است تا ابتدا خواسته‌هایش از دولت را بیان کند و در گام بعدی، رویکرد نامزدهای ریاست جمهوری درباره سیاست‌های اقتصادی را ارزیابی کند. در این دوره

نیز اتاق بازرگانی خواسته‌های خود را به طور شفاف و مشخص درباره رئیس جمهور آینده بیان کرد، اما در طرف مقابل، سازمان نظام صنفی رایانه‌ای وجود دارد که می‌توان گفت در موضوع انتخابات ریاست جمهوری کاملاً منفعل عمل کرد. این در حالی است که رئیس‌جمهور حکم ریاست سازمان ضرر را هر سه سال یک‌بار صادر می‌کند و در این سال‌ها موضوع اقتصاد دیجیتال به حدی جدی شده که نمی‌توان به آن بی‌توجه بود. این منفعل بودن در حدی است که حتی از نمایندگان یا رئیس سازمان نصر برای سؤال در مناظره ریاست جمهوری دعوت نشد و در مدت حدود یک‌ماهه تبلیغات ریاست جمهوری، سازمان نظام صنفی رایانه‌ای هیچ مطالبه رسمی و مکتوبی مطرح نکرد. در این بین صنف به نحوی بیان کرد که نامزدها برنامه‌های خود را مطرح کنند و حتی



میثم سلیمانی
سردبیر
msr52004@gmail.com



شماره ۱۴۱
۱۶ تیر ۱۴۰۲
سال چهارم

راه‌کار

کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار
w a y 2 w o r k . i r

مدیرعامل: رضا قربانی
رئیس هیئت مدیره: رسول قربانی
نائب رئیس هیئت مدیره: مینا والی
مدیر توسعه کسب و کار: رضا جمیلی
مدیر محتوا: میثم سلیمانی



عکس جلد: نسیم اعتمادی

کارنگ

هفت‌نامه کارنگ | شماره ۱۴۱ | سال چهارم | ۱۶ تیر ۱۴۰۲

مدیر مسئول و صاحب امتیاز:
مینا والی

سردبیر: میثم سلیمانی

دبیر تحریریه: رضا امیرزاده

تحریریه: بهناز ملکی
مریم آزادی طلب، مهران امیری
منصوره محمدی

مدیر هنری: علیرضا کیوان

صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
محمد قربانی

عکس: نسیم اعتمادی

بازاریابی: محمدحسین صیادی نژاد

شبکه‌های اجتماعی: حانیه همتی

چاپ: هنراشکان

ناظر چاپ: قادر شهبازی

نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی
خیابان لاله غربی، خیابان حدیث
کوچه حدیث دوم، پلاک ۸

وب‌سایت: Karangweekly.ir

شماره تماس: ۰۲۱-۴۶۰۱۲۲۰۴

آژانس «آبنوس گشت تهران» با نام تجاری «فلای تودی» گزارش عملکرد سال ۱۴۰۲ خود را منتشر کرد.

در این گزارش به بررسی فروش، معرفی محصولات و خدمات جدید، بررسی رفتار و عملکرد کاربران و منابع انسانی پرداخته شده است. فلای تودی می‌گوید در سال گذشته توانسته، در عین حفظ جایگاه اول خود در رزرو هتل خارجی، رتبه یک فروش بلیت پرواز را نیز از آن خود کند.

بر اساس این گزارش، این شرکت که امکان خرید بلیت هواپیما از ۹۰۰ ایرلاین داخلی و خارجی را

رشد ۷۳ درصدی فروش بلیت پرواز فلای تودی در سال گذشته



سفرش آنلاین غذا در روبیکا
 روبیکا سرویس سفرش آنلاین غذا و بلیت خود راه اندازی کرد. رونمایی از این دو سرویس در نمایشگاه ال کامپ بیست و هفتم صورت گرفت.



نمایشگاه ملی «فن نما» در اصفهان
 دومین نمایشگاه ملی «فن نما»، با شعار «ما برای وصل کردن آمدم» مهرماه ۱۴۰۳ در اصفهان برگزار می شود. این نمایشگاه با عنوان «فن نما» در تاریخ دهم تا سیزدهم مهرماه ۱۴۰۳ برگزار خواهد شد.



تفاهم نامه برخورد با ماینرهای غیرمجاز
 تفاهم نامه همکاری شرکت توانیر و فراجا در زمینه برخورد با مراکز غیرمجاز تولید رمزدارایی ها به امضا رسید.



خرید و فروش سهام در آپ
 آپ تریدر سرویس جدید سوپرا ایلکیشتن آپ است که اخیراً از آن رونمایی کرد و کاربران با استفاده از آن می توانند در بازار سرمایه حضور داشته و به خرید و فروش سهام اقدام بپردازند.



شماره ۱۴۱
 ۱۶ تیر ۱۴۰۳
 سال چهارم



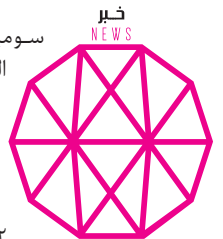
۸۳ درصد از کاربران ایرانی از فیلترشکن استفاده می کنند

رتبه ۹۷ و در گزارش cFUX رتبه ۹۰ را دارد. گفتنی است بر اساس این گزارش ۸۳.۶ درصد از کاربران اینترنتی از فیلترشکن استفاده می کنند. در گزارش مشابهی «دیتاک» نشان می دهد که پس از کاهش مقطعی استفاده از اینستاگرام، از شهریور ۱۴۰۱ تا اسفند ۱۴۰۲، بیش از ۹۰ درصد کاربران به این شبکه اجتماعی بازگشتند.

این گزارش همچنین می گوید: «به طور خلاصه می توان دو بعد از آسیب کلی به اینترنت کشور را پررنگ کرد: ۱. تحریم های فناوری، گسترده، پرهزینه و به شدت علیه مردم ایران است و در عمل استفاده از سامانه های «تحریم شکن» راهکارهای مؤثری نیستند. ۲. مسدود کردن فیلترشکن ها نه تنها از نظر فنی ممکن نیست و موجب تغییر رفتار مردم نمی شود، بلکه دلیل ایجاد کندی گسترده و تحمیل هزینه های سنگین و جبران ناپذیر به کشور است و راهکار آن اصلاح سیاست ها، کاهش تقاضا و نزدیک تر کردن آمار مصرف فیلترشکن به میانگین جهانی است.»

سومین گزارش انجمن تجارت الکترونیک از وضعیت اینترنت کشور منتشر شد. در ابتدای این گزارش در مقایسه اینترنت با وضعیت آن در زمان انتشار آخرین گزارش کیفیت که دی ماه ۱۴۰۲ منتشر شده بود، آمده است

که به دلیل ادامه محدودیت های داخلی و تحریم های خارجی وضعیت اینترنت تغییری نکرده و کیفیت آن هنوز هم در پایین ترین سطح بین المللی قرار دارد. در ادامه این گزارش با اشاره به آمار مهاجرت نیروی انسانی، از دست رفتن استارت آپ ها و خروج سرمایه، آمده است با اینکه اینترنت ایران در آمار جهانی در میان کشورهای توسعه نیافته است، ولی از نظر شاخص های اقتصادی توسعه، ایران از نظر GDP وضعیت مطلوبی نزدیک به کشورهای نوظهور جهانی دارد. همچنین اینترنت ایران در گزارش کلادفالر از ۱۰۰ کشور



گزارش عملکرد فلائی تودی در ۱۴۰۲

به مشتری می دهد، در سال ۱۴۰۲ با رشد ۷۳ درصدی فروش بلیط هواپیما نسبت به سال گذشته روبرو بوده است. فروش بلیط هواپیمای خارجی ۷۵ درصد و فروش پروازهای داخلی نسبت به سال قبل ۵۰ درصد افزایش داشته است. این رشد در سال گذشته ۱۲۹ درصد بوده است.

در این گزارش همچنین آمده است که فلائی تودی با رشد کلی ۱۰۳ درصدی در سال ۱۴۰۲ نسبت به ۱۴۰۱، در فروش هتل خارجی با ۹۶ درصد و فروش هتل داخلی با ۱۶۶ درصد رشد همراه بوده است.



امین خادمی، مدیرعامل
اقساط مارکت عنوان کرد

تبیین تعاریف و هم‌افزایی تنها راه نجات لندتک‌ها است

امین خادمی، مدیرعامل فروشگاه‌های زنجیره‌ای اقساط مارکت، در دومین پیش‌رویداد «رویداد لندتک ایران» با بیان تاریخچه اقساط مارکت از فضای حاکم بر صنعت لندتک و چالش‌های آن سخن گفت. رویداد لندتک به همت کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار در نیمه اول مردادماه برگزار می‌شود. خادمی در این وبینار با پرداختن به تجربه‌ای که اقساط مارکت در سال‌های گذشته به دست آورده و چالش‌هایی که بازیگران حوزه لندتک با آن مواجه هستند، نقش تبیین تعاریف و افزایش هم‌افزایی میان فعالان این حوزه را بسیار حائز اهمیت برشمرد.

لندتک و حمایت از تولید

او همچنین در بخش دیگری از صحبت‌های خود گفت: «در باره شعار «حمایت از تولید» باید پرسید اگر انبار کارخانه‌ها تا سقف پر باشد اما مشتری نتواند خرید کند، چه فایده‌ای دارد جز اینکه به غرق زود هنگام تولیدکننده کمک کرده است؟ برای حمایت از تولید، باید زمینه خرید را برای مشتری تسهیل کنیم تا خود به خود به خرید و مصرف تولیدات داخلی روی بیاورد و این کار با شرکت‌های BNPL ممکن می‌شود.»



شماره ۱۴۱
تیرماه ۱۴۰۳
سال چهارم

رویداد بزرگ لندتک ایران در مردادماه برگزار می‌شود

به همت کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار

رونمایی کند.

لندتک در سبب ایرانی‌ها

با توسعه و فراگیری صنعت لندتک در ایران کاربران زیادی برای گرفتن وام به سراغ این کسب‌وکارها رفتند، به طوری که سال گذشته تعداد کاربران لندتک‌ها و تسهیلات‌گیرندگان این صنعت ۵ برابر شد. حالا با وجود لندتک‌ها بسیاری از افرادی که تا به حال از بانک‌ها وام نگرفته بودند، با افتتاح یک حساب آنلاین و بدون ضامن وام نقدی فوری یا خرید کالا دریافت می‌کنند.

در حال حاضر لندتک وارد سبب مالی خیلی از ایرانی‌ها شده است و اهمیت همین فراگیری دغدغه‌ای شد که کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار

در رویداد دو روزه لندتک، «راه‌کار» نقشه اکوسیستم لندتک ایران را رونمایی می‌کند و در پل‌ها و ارائه‌های مختلف، وضعیت امروز و چشم‌انداز لندتک، پرداخت و تأمین مالی خرد به بحث گذاشته خواهد شد.

رویداد لندتک ایران توسط کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار ۱۷ و ۱۸ مردادماه برگزار می‌شود. در این رویداد بزرگ بیش از ۵۰ نفر از مدیران ارشد و کارشناسان اکوسیستم فناوری‌های مالی و لندتک سخنرانی خواهند کرد و تازه‌ترین توصیف‌ها، تحلیل‌ها و خدمات در حوزه لندتک ارائه خواهد شد. این گردهمایی فرصتی است برای شبکه‌سازی و تعامل میان اعضای این اکوسیستم، ضمن اینکه راه‌کار قصد دارد در این رویداد از نقشه اکوسیستم لندتک ایران





دبیر اجرایی کامپ ۲۷:

تمام تلاش مان را کردیم که کامپ را در بدترین دوره و موقعیت برگزار کنیم

در دومین روز از برگزاری بیست و هفتمین نمایشگاه کامپ، یک نشست خبری با حضور علی حکیم جوادی، رئیس نصر کشور؛ رضا حیدری، دبیر اجرایی نمایشگاه کامپ و مهرداد ذوالفقار بیان، دبیر نصر تهران برگزار شد که در آن خبرنگاران سؤالات خود را درباره نمایشگاه کامپ مطرح کردند.

رضا حیدری، دبیر اجرایی نمایشگاه کامپ، در این نشست خبری به بد بودن زمان برگزاری کامپ اذعان کرد، اما تأکید داشت که این تاریخ تنها زمانی بود که می توانستند کامپ را در سال ۱۴۰۳ برگزار کنند. نکته جالب توجه دیگر در صحبت های حیدری، انکار حضور نداشتن پانصد استارتاپ در کامپ بود که به نوعی صحبت های دبیر کام استارز را رد می کرد. تمام تلاش حاضران این نشست بر این بود که بیان کنند کامپ با سختی های فراوان، سرانجام برگزار شد و این دستاورد بزرگی برای آنها به شمار می رود. با وجود تمام مخالفت های فعالان این حوزه که درباره زمان برگزاری این نمایشگاه، به دلیل تداخل با انتخابات ریاست جمهوری وجود داشت، اعضای حاضر در این نشست خبری، برگزار کردن کامپ در این موقعیت را یک دستاورد بزرگ خواندند و بر این باور بودند که هرکس برخلاف آن صحبت کند، نمی تواند بگوید که دلسوز صنف است.

علی حکیم جوادی، رئیس نصر تهران، در پاسخ به خبرنگار کارنگ درباره دلیل حذف مجموعه رسانه های راه کار از نمایشگاه کامپ، آن را به نحوی تکذیب کرد، اما رضا حیدری، دبیر اجرایی کامپ، تلویحاً موضوع حذف را تأیید و اظهار کرد رسانه هایی که با نمایشگاه تعامل مستقیم داشتند، حامیان رسانه ای معرفی شدند.

او در این باره افزود: «ما رسانه ای را حذف نکردیم. شاید برخی دوستان، به ویژه در سیستم شما تعاملی با این فضا نداشته اند. مطالب شما برای سایر دوستان هم مشخص است؛ بنابراین ما از نظر خودمان پروسه حذف راه کار را نداشته ایم.»

ادامه در صفحه ۱۰

شماره ۱۴۱
۱۶ تیر ۱۴۰۳
سال چهارم

همه با هم برای اقتصاد دیجیتال البته به جز منتقدین

یادداشتی درباره خالص سازی منتقدین توسط برگزارکنندگان کامپ

هستند دور هم برای صنف تصمیم بگیرند و خشنود از عملکرد خود، تنها به کسانی اجازه همکاری دهند که جرئت انتقاد ندارند. داستان از این قرار است که در صفی از لوگوهای رسانه ها (یا شبه رسانه ها) در بیلبورد شهری امسال کامپ هیچ اثری از رسانه های راه کار نیست. این تصمیم به هیچ وجه از سمت ما در راه کار نبوده؛ بلکه تصمیمی بوده که در تیم برگزاری کامپ گرفته شده است. ما امسال تصمیم داشتیم به همراه رسانه های راه کار شامل پایگاه خبری راه پرداخت، هفته نامه کارنگ و

نوشته ای که می خوانید بیشتر یک گلایه است تا یادداشت. گلایه از کسانی که به سبب فعالیت های انتقادی رسانه های راه کار دست به حذف این رسانه ها از یکی از رویدادهای اکوسیستم اقتصاد دیجیتال کشور زده اند؛ شاید خالص سازی باعث شود اشکالات موجود حل شود. بیش از همه از این نگرانم که این روحیه عدم تحمل منتقدین، به صنفی که قرار است پیشرو باشد آسیب برساند. نگرانم این نوع نگاه و عملکرد نسبت به منتقدین صنف را به سمتی بکشاند که تنها کسانی که پیرو طرز فکری خاص



ضمیمه رمزارز) و ماهنامه عصر تراکنش در نمایشگاه کامپیفره‌ای بزرگ داشته باشیم و با پرداخت هزینه در این نمایشگاه حضور داشته باشیم. بعد از حادثه ناگوار برای رئیس جمهور و هم‌زمانی کامپی با برگزاری انتخابات ریاست جمهوری، شاهد بی‌نظمی‌های جدی در روند برگزاری کامپی بودیم. علی‌رغم تماس‌هایی که گرفته شد به دلیل زمان نامناسب نمایشگاه، ترجیح دادیم برای حضور در این رویداد هزینه نکنیم.

در تمام این مدت نیز شاهد سردرگمی و بلاتکلیفی کسب‌وکارها درباره حضور در کامپی با شرایط جدید بودیم. ما معتقدیم در زمانی که مهم‌ترین

موضوع کشور انتخابات ریاست جمهوری است، عدم توجه به خواست صنف برای تغییر زمان برگزاری کامپی ظلم در حق کسب‌وکارهای بخش خصوصی است که به دلیل سیاست‌های اشتباه هر روز نحیف‌تر و ضعیف‌تر می‌شوند؛ کسب‌وکارهایی که سهمی از بیت‌المال ندارند و برای ریال به ریال هزینه‌های خود حساب و کتاب می‌کنند. ما در راه‌کار معتقد بودیم و هستیم که این وظیفه سازمان نظام صنفی است

که بهترین زمان را برای برگزاری کامپی فراهم کند. این دلیل که مجری کامپی نمی‌تواند یا نمی‌خواهد زمان را تغییر دهد به هیچ وجه پذیرفتنی نیست.

باتوجه به هزینه‌های نسبتاً بالای کامپی نسبت به دیگر نمایشگاه‌ها، طبیعی است که انتظار حداقلی شرکت‌کننده‌ها این باشد که زمان مناسبی برای نمایشگاه اختصاص پیدا کند.

کسب‌وکارهای متعددی موضوع زمان را به ما منتقل کردند و ما نیز همین موضوع را از طریق رسانه‌هایمان پیگیری کردیم؛ به طور خاص هم این موضوع در هفته‌نامه کارنگ پیگیری شد. فقط چند روز مانده به برگزاری رویداد اینوتکس صاحبان کامپی ناگهان تصمیم گرفتند به صورت فشرده و دقیقاً در روزهای برگزاری اینوتکس، برنامه‌های متفاوتی برای کامپی برگزار کنند؛ روز اول هم‌فکری با رسانه‌ها بود که به نمایندگی از مجموعه ما میثم سلیمانی حاضر شد و همان جا هم مراتب اعتراض خود را اعلام کردیم. در فردای آن روز «نشست تبادل نظر و هم‌فکری کامپی استارز ۱۴۰۳» با اعضای اکوسیستم نوآوری و کارآفرینی برگزار شد که بنده از طرف مجموعه راه‌کار دعوت شدم. متأسفانه دقیقاً در همان زمان برگزاری جلسه و در رویداد

اینونایت در پارک فناوری پردیس سخنرانی درباره مصائب رسانه‌داری در ایران داشتم که قاعدتاً امکان حضور برای من وجود نداشت. اگر این هم‌زمانی نبود قطعاً در این جلسه شرکت می‌کردم و باز مراتب اعتراض خود را نسبت به بی‌نظمی‌های موجود اعلام می‌کردم. در روز سه‌شنبه هجدهم اردیبهشت‌ماه یعنی تنها یک روز قبل، اعلام شد که کنفرانس خبری سازمان نصر روز نوزدهم اردیبهشت‌ماه برگزار می‌شود. باتوجه به حجم گسترده فعالیت‌هایی که در نمایشگاه اینوتکس و در شهر پردیس و با برنامه‌ریزی قبلی در حال انجام آن بودیم و باتوجه به اینکه پیش از آن هم نسبت به زمان نامناسب اعتراض کرده بودیم ترجیح دادیم بیش از این همکاری خود را آزار ندهیم.

امیدوار بودیم روند تصمیمات عجیب در برگزاری کامپی امسال تنها به این بی‌نظمی‌های زمانی محدود شود؛ اما متأسفانه شاهد این هستیم که کامپی، رویدادی که ادعای تعلق به بخش خصوصی را دارد در روندی عجیب و غریب به سوی دولتی شدن رفته و بیش از این که نمایشگاهی برای کسب‌وکارهای بخش خصوصی باشد به جایی تبدیل شده برای شواخات دولتی‌ها؛ آن هم دولتی که تا دو ماه دیگر می‌رود! امسال به جای نام‌های شناخته شده، برخی کسب‌وکارهای خصولتی هستند که تمام‌قد حاضر شده‌اند که عرصه را بر اندک کسب‌وکارهای خصوصی حاضر در رویداد هم تنگ خواهند کرد.

ما در رسانه‌های راه‌کار از سیزده سال پیش صدای کسب‌وکارها بودیم و در این یکی دو ماه اخیر نیز تلاش کردیم اعتراض صنف نسبت به روندهایی که شرکت مجری کامپی با حمایت برخی از اعضای سازمان نصر در پیش گرفته را بیان کنیم. متأسفانه سازمان مجری کامپی و برخی حامیان آن در هیئت‌مدیره نصر تلاش کرده‌اند نشنوند؛ آنها که باید پاسخ دهند همه این اعتراضات به روند برگزاری کامپی را با پنهان شدن



مینا والی
مدیرمسئول



@mina_vali



اگر کامپی نمایشگاهی متعلق به شرکت «راهکار تجارت مدیریت کوشا» بود ما حرفی نداشتیم؛ شاید ما به اشتباه تصور می‌کنیم کامپی نمایشگاهی برای صنف است و صنف برای همه است، نه برای عده‌ای خاص و محدود

پشت درهای بسته و سکوتی کش‌دار پاسخ داده‌اند. کامپی که اعتبارش را از حمایت‌های سازمان نصر به دست آورده و قاعدتاً رویدادی برای صنف است حالا به جای پاسخگویی دست به حذف منتقدین خود زده است.

این در حالی است که ما شاهد بودیم که در دوره پیش کامپی و کام استارز، به منتقدین نظام صنفی هم تریبون داده شد. هیچ رسانه‌ای حذف نشد و تمام رسانه‌های مرتبط حضور پررنگی در پنل‌های کام استارز داشتند. اگر بخواهیم به نمونه‌ای از مشارکت منتقدین اشاره کنیم، باید یادی کنیم از آرش برهمنند، خبرنگار ماهنامه پیوست که در اسفند ۱۴۰۰ گزارشی علیه هیئت‌مدیره سازمان نصر نوشت با عنوان «سازمان نظام صنفی رایانه‌ای در آستانه فروپاشی». علی‌رغم کنفرانس‌های خبری و حضور پررنگ رسانه‌ای اعضای هیئت‌مدیره او نوشت: «سازمان نظام صنفی تاکنون همه این

اعتراضات به حاکمیت خود را با پنهان شدن پشت درهای بسته و سکوتی کش‌دار پاسخ داده است. دو هفته پیش همین بنیان‌گذاران سازمان، آزاده داننده را که تنها رئیس‌ی بود که صادقانه اعلام کرد به نفع کیان سازمان و بقای آن از بازی قدرت کنار می‌رود به خاک سپردند. شمایل محبوبی که نماینده شفافیت، صداقت و شفقت سازمانی بود که زمانی محبوبیت بالایی در این بازار داشت. مشابه چنین گذشته‌ای در فضای صنفی و مدیریتی امروز سازمان کم‌پیدا است و از مبارزه طلبی هم خبری نیست. شاید ۱۴۰۱ همان‌طور که از سال‌ها قبل پیش‌بینی می‌شد، سال تعیین سرنوشت بزرگ‌ترین تشکل فناوری ایران باشد.»

در کامپی ۲۶ همه رسانه‌های تخصصی حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات دعوت شدند؛ این بار ولی ورزش ۳ و روبیکا قرار است مطالبات صنف مظلوم فناوری اطلاعات را پیگیری کنند؛ ولی رسانه‌های ریشه‌دار و قدیمی مشمول خالص‌سازی شدند!

ما در رسانه‌های راه‌کار داوطلبانه بخشی از ظرفیت‌هایمان را به فعالان و چهره‌های سازمان نظام صنفی رایانه‌ای اختصاص دادیم تا با بیان دیدگاه‌های خود تعامل مناسبی میان صنف و سازمان نصر شکل بگیرد. تا امروز تصویر برخی از این چهره‌ها روی جلد هفته‌نامه کارنگ همراه با گفت‌وگوهای مفصل منتشر شده است و در میان مطالب رسانه‌های راه‌کار بارها و بارها به این فعالان فضا اختصاص داده شده است، بنابراین بی‌انصافی است که در رویدادی منتسب به سازمان نصر رسانه‌های راه‌کار حذف شوند.

اگر کامپی نمایشگاهی متعلق به شرکت «راهکار تجارت مدیریت کوشا» بود ما حرفی نداشتیم؛ شاید ما به اشتباه تصور می‌کنیم کامپی نمایشگاهی برای صنف است و صنف برای همه است، نه برای عده‌ای خاص و محدود.

دست‌م‌ریزاد هم می‌گوییم به همه آنها بی‌کی که در هیئت‌مدیره سازمان نصر این ظلم را دیدند و دم برنیاروندند.



ادامه از صفحه ۸

تمام تلاش مان را...

رئیس نصر تهران نیز در ادامه گفت: «این طور نیست که اگر کسی از ما انتقاد کند، او را حذف کنیم؛ برعکس، از نقد استقبال می‌کنیم. انتقادهای برای ما سازنده است، اما اگر خود دوستان متقاضی نبوده‌اند این را نباید به پای ما نوشت. ما درخواستی از طرف مجموعه شما برای شرکت در الکامپ نداشتیم و این اتفاق نیفتاده که ما راه کار را حذف کرده باشیم و من این را نمی‌پذیرم.» البته واقعیت این است که مشخص نیست فرایند حضور در نمایشگاه به‌عنوان حامی رسانه‌ای به چه شکل بوده است و آیا باید درخواستی از طرف رسانه به‌عنوان حامی رسانه‌ای ارسال می‌شد یا خیر. ضمن اینکه رسانه‌های طی جلسه‌ای در خردادماه یک کمیته رسانه تعیین کردند تا فرایند و مسائل مربوط به مقوله رسانه پیگیری شود، اما پس از آن جلسه، نه خبری از کمیته بود و نه حضور رسانه‌ها در الکامپ پیگیری شد، از همین رو مشخص نشد فرایندی برای حضور به‌عنوان حامی رسانه‌ای تعریف شده است یا خیر.

پانصد استارت‌آپ داده غلط است

در ادامه درباره دلیل کاهش استارت‌آپ‌ها از پانصد به صد در این نمایشگاه سؤال شد که رضا حیدری، دبیر اجرایی نمایشگاه الکامپ، آن را داده غلط نامید؛ در حالی که دبیر الکامپ استارز در گفت‌وگویی با وبسایت دیجیاتو بیان کرد که در آخرین الکامپ استارز پانصد تیم در پنج سالن حضور داشتند، اما اکنون با گذشت حدود چهار سال و نیم، این عدد به صد رسیده است. بنابراین مشخص نیست آقای حیدری کدام موضوع را داده غلط اعلام کرد و گفت که الکامپ هیچ‌گاه پانصد استارت‌آپ نداشته است. او در این باره گفت: «تمام تلاش و همت سازمان نظام صنفی و ستاد اجرایی الکامپ در این جهت بوده که بتوانیم نمایشگاه را در بدترین دوره و موقعیت برگزار کنیم.» حیدری در ادامه اظهار کرد: «سیاه‌نمایی و ارائه داده غلط، غیر از ایجاد یأس و ناامیدی، اثر دیگری نخواهد داشت؛ بنابراین ما سعی کردیم در این فضا کار را جلو ببریم. به‌طور میانگین در نمایشگاه‌های مختلف، شصت تا هفتاد یا صد کانتر استارت‌آپی داشتیم.» از طرف دیگر در حالی دبیر الکامپ استارز درباره حضور صد تیم استارت‌آپی در نمایشگاه امسال سخن گفته بود که رضا حیدری، دبیر نمایشگاه الکامپ، اعلام کرد در بخش الکامپ استارز شصت تیم با هم رقابت می‌کنند.

چه کسی سعید جلیلی را به الکامپ دعوت کرد؟

خان‌ی علی‌اکبری: به خبرنگاران که همراه آقای جلیلی بودند اجازه ندادند که در نشست ایشان با فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال، حضور یابند و این هم کاری غیراخلاقی بود

و هماهنگی‌ها نیز از کانال او انجام شده است. خان‌ی علی‌اکبری انتقادهایی نیز به نحوه برگزاری نشست این نامزد ریاست جمهوری با فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال دارد. بیژن عباسی آرند، مدیرعامل ایرانسل، در پستی که دیروز درباره الکامپ در اینستاگرام منتشر کرده، نوشته است: «صبح امروز، سعید جلیلی، نامزد محترم انتخابات ریاست جمهوری، پیرو دعوت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از نامزدهای انتخابات، در این نمایشگاه حضور یافت...»

خان‌ی علی‌اکبری: سعید جلیلی به دعوت من به الکامپ آمد

صادق خان‌ی علی‌اکبری، عضو کمیسیون هوش مصنوعی سازمان نصر تهران، درباره حضور سعید جلیلی در الکامپ ۱۴۰۳ و برگزاری نشست با فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال بیان کرد: «روز شنبه که الکامپ افتتاح شده بود، من و آقای حکیم جوادی به برنامه گفت‌وگویی ویژه خبری شبکه خبر دعوت شدیم. و آنجا درباره الکامپ صحبت کردیم. در آن برنامه من اعلام کردم که اقتصاد دیجیتال یکی از فرصت‌های کشور است که در برنامه‌های کاندیداها آنچنان پررنگ نبود و اکنون نمایشگاه الکامپ، با حضور فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال، در حال برگزاری است و فرصتی است که کاندیداهای ریاست جمهوری، آقای پزشکیان و جلیلی از این نمایشگاه بازدید کنند.»

او ادامه داد: «روز یکشنبه یکی از دوستانم که در ستاد آقای جلیلی فعال است، با من تماس گرفت و گفت با توجه به دعوتی که در برنامه ویژه خبری از کاندیداها داشتید، آقای دکتر جلیلی گفته که می‌خواهد از این نمایشگاه بازدید کند. من هم درباره الکامپ اطلاعاتی در اختیار ایشان قرار دادم. این دوستان بعداً به من اطلاع داد که صبح دوشنبه آقای جلیلی به الکامپ خواهد آمد.» خان‌ی علی‌اکبری در ادامه افزود: «من نیز روز یکشنبه قبل از ظهر به آقای ذوالفقاریان، دبیر نصر تهران اطلاع دادم که آقای جلیلی قصد دارد

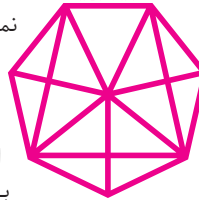
سه‌شنبه ۱۲ تیرماه آخرین روز نمایشگاه الکامپ ۱۴۰۳ بود؛ نمایشگاهی که علی‌رغم هشدارها، برگزار کنندگان آن پیش‌بینی نمی‌کردند انتخابات ریاست جمهوری به دور دوم کشیده شود، افتتاحیه‌اش زیر سایه اخبار اعلام نتایج انتخابات برگزار شود و این رویداد هم‌زمان با شلوغی‌های ایام انتخابات ادامه یابد.

حضور سعید جلیلی، یکی از نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری در الکامپ و برگزاری نشست با فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال، شاید مهم‌ترین خبر الکامپ در روز سوم برگزاری‌اش را رقم زد؛ نشست که البته با حاشیه‌هایی همراه بود. گفته می‌شد قرار است دیگر کاندیدای ریاست جمهوری، مسعود پزشکیان، نیز در الکامپ حضور یابد، اما چنین اتفاقی نیفتاد.


روایت‌های مختلفی از چگونگی هماهنگی با سعید جلیلی برای حضور در الکامپ به گوش می‌رسد. برخی از اعضای سازمان نظام صنفی رایانه‌ای می‌گویند این سازمان طی نامه‌ای از هر دو کاندیدای انتخابات ریاست جمهوری برای حضور در الکامپ دعوت کرده است و سعید جلیلی این دعوت را پذیرفته و مسعود پزشکیان، نمایندگان از جمله جواد ظریف را به الکامپ فرستاده است. این در حالی است که حضور ظریف در قالب یک بازدیدکننده از نمایشگاه بوده و جلیلی در چارچوب یک برنامه از قبل هماهنگ شده جلسه‌ای با برگزار کنندگان الکامپ و برخی از اعضای صنف داشته است.

از زمان حضور جلیلی در الکامپ حواشی بسیار فراوانی اطراف این اتفاق رخ داد. از مطرح شدن اخراج خبرنگاران از نشست تا مطرح شدن درخواست ارائه اینترنت طبقاتی به اعضای صنف از جمله موضوعاتی بود که در حاشیه حضور سعید جلیلی در الکامپ رخ داد. صادق خان‌ی علی‌اکبری، عضو کمیسیون هوش مصنوعی نصر تهران، می‌گوید حضور سعید جلیلی در الکامپ با دعوتی بوده که او در برنامه ویژه خبری از نامزدهای ریاست جمهوری داشته

گزارش REPORT



شماره ۱۴۱
تیرماه ۱۴۰۳
سال چهارم



سفر

۱۷ و ۱۸ مردادماه ۱۴۰۳



نگاهی به چالش‌هایی که یک مدیر منابع انسانی با آن مواجه است

اخراج نیروها وظیفه منابع انسانی نیست

شاید یکی از دشواری‌های واحد منابع انسانی در هر سازمانی به ذات این حوزه برمی‌گردد، چرا که این واحد همان‌طور که از نامش مشخص است، با انسان‌ها و پیچیدگی‌هایشان و چالش‌هایی از این جنس سروکار دارد. زهره برزگر، معاون منابع انسانی ارتباط فردا درباره چالش‌هایی که فعالان این حوزه با آن مواجه هستند، می‌گوید: «مهم‌ترین چالش منابع انسانی این است که سایر مدیران میانی وظایف منابع انسانی خود را بلد نیستند. یک مدیر میانی منصوب می‌شود و برایش تیم و هدف سازمانی و کسب‌وکاری تعیین می‌کنیم، اما هرگز مهارت‌های منابع انسانی لازم برای کارکردن با تیمش را به او متذکر نمی‌شویم. در برخی سازمان‌ها فرد حتی نمی‌تواند بازخورد بدهد یا برای هم‌تیمی خود مدت و هدف تعیین کند. او قادر نیست بررسی کند که چرا فرد نتوانسته در زمان خواسته‌شده کارهایش را تحویل دهد. آیا اصلاً هدف به‌درستی تعریف شده است؟ آیا فرد با مشکلاتی مواجه بوده است؟ و این‌طور می‌شود که تمام این مسائل را به منابع انسانی منتقل می‌کنند.»

اعلام اولیه اخراج یک نیرو به عهده مدیر اوست

او در بخش دیگری از صحبت‌های خود مطرح می‌کند: «منابع انسانی موظف نیست فردی را اخراج کند. این واحد فقط باید به افراد بگوید که به چه دلایلی همکاری آنها با سازمان ادامه نخواهد داشت. این اعلام ثانویه است و اعلام اول به عهده مدیر مربوطه است. توانایی ارتباط برقرار کردن با کارمندان در سازمان‌ها مغفول مانده و در برخی شرکت‌ها منابع انسانی این وظیفه را برداشته و در برخی دیگر هیچ فردی عهده‌دار آن نشده است.»

همه مدیران وظایفی از جنس منابع انسانی دارند

به باور این معاون منابع انسانی، خوب است همه مدیران بدانند که در کنار تخصص خود، تعدادی وظیفه منابع انسانی هم دارند و نماینده واحدهای منابع انسانی در واحد و تیم خودشان هستند.

او عنوان می‌کند: «در ارتباط فردا سعی کرده‌ایم با آموزش‌هایی این فرهنگ را در شرکت جا بیندازیم.»

شفافیت باید در استانداردها باشد نه عدد

گفت‌وگو با زهره برزگر، معاون منابع انسانی هلدینگ ارتباط فردا

وجود دارد. تعریف شما از این مفهوم چیست؟

ارائه جریان‌های درونی شرکت به نیروهای آماده‌به‌کار بیرون سازمان. کاری را که مارکتینگ برای محصولات شرکت انجام می‌دهد، برند کارفرمایی برای نیروهای فعلی سازمان‌ها، کارچویان و استعداد‌های بازار که رقابت بر سر آنها وجود دارد انجام می‌دهد.

متولی برند کارفرمایی کیست؟

یکی از اختلاف نظرهایی که درباره برند کارفرمایی وجود دارد، این است که آیا برند کارفرمایی نتیجه برندینگ و مارکتینگ است یا محصولی است که درون واحد منابع انسانی شکل می‌گیرد؟ در واقع هیچ‌یک از این دو دیدگاه صحیح نیستند. برند کارفرمایی یک مهارت بین‌رشته‌ای است، اما وزنه منابع انسانی آن سنگین‌تر از برندینگ است. برند کارفرمایی واحدی است که افراد باید با مهارت منابع انسانی و کمی برندینگ، مارکتینگ و روابط عمومی در آن فعالیت کنند.

با این اوصاف در چارت سازمانی آن را چطور بینیم؟ این واحد باید زیرمجموعه واحد منابع انسانی باشد؟

برند کارفرمایی یک مهارت بین‌رشته‌ای است، اما وزنه منابع انسانی در آن سنگین‌تر از برندینگ است. این جمله، گفته زهره برزگر، معاون منابع انسانی هلدینگ ارتباط فردا است در پاسخ به این سوال که آیا برند کارفرمایی حاصل کار

مارکتینگ و واحد تبلیغات سازمان‌ها است یا مربوط به واحد منابع انسانی در یک سازمان می‌شود. یکی از رایج‌ترین تعاریف برند کارفرمایی ساختن ذهنیت نیروی آماده‌به‌کار بیرون از سازمان از درون سازمان است. به عقیده برزگر شرکت‌ها و سازمان‌هایی که از ساختار منابع انسانی سنتی به منابع انسانی مدرن تغییر کرده‌اند می‌توانند پذیرای برند کارفرمایی باشند. زهره برزگر در گفت‌وگویی که با سایت برند کارفرمایی داشته، تفاوت میان منابع انسانی سنتی و مدرن و نقش امروزی منابع انسانی و پذیرش برند کارفرمایی در شرکت‌ها و سازمان‌ها را مورد بررسی قرار داده است. در ادامه این گفت‌وگو را می‌خوانید.

تعاریف فراوانی از برند کارفرمایی



شماره ۱۴۱
تیرماه ۱۴۰۳
سال چهارم



محورها

نوآوری با صنعت لجستیک ایران چه کرد؟
کدام بازیگران، لجستیک ایران را متحول کردند؟
لجستیک ایران با چه چالش‌هایی دست و پنجه نرم می‌کند؟
استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های بزرگ؛ قواعد بازی دست کیست؟
شرکت ملی پست جمهوری اسلامی رقیب بخش خصوصی است؟

لجستیک شو
LOGISTICS SHOW



علی حسینی

مدیرعامل
لینک اکسپرس



سامان حبیب‌اللهی

مدیرعامل
آقای لجستیک



کاوه احسانی

معاون زنجیره ارزش گروه
زرین روبا



صالح آچاک

مشاور مدیرعامل و مدیر بازرگانی
راه آسمان آبی



رضا مقصودی

مدیرعامل
پردازش داده نگار



حسین غضنفری

قائم مقام مدیرعامل
باکسیت



مهناز علمایی

مدیرعامل
اسپید



محمد صدوقی

مدیرعامل
ترابرنت



مجتبی نصیری

مدیرعامل
پارسی پست



سعید ناسوتی

مدیرعامل
پیشروپست



مهراد ملک محمدی

مدیرعامل
تاپین



مهشید مقیمی فر

مدیرعامل
COD24