



نگاهی به ۱۰ چالش عمده در حوزه **لجستیک**

جاده پر دست انداز لجستیک ایران

معرفی مهم ترین رویدادهای حوزه لجستیک ایران و جهان




بررسی نقش و چالش های زنان در حوزه فناوری اطلاعات به مناسبت روز جهانی زنان مهندس

پرورش مهارت های نرم راهکار موفقیت زنان



۲۰
فیلمو؛ کیفیتی پایین تر
قیمتی گران تر از نتفلیکس

آیا در بازار VODها شاهد نوعی انحصارگرایی هستیم؟

گزارش REPORT



۵
رتبه یک فروش
هوایمایی ایران ایر
به فلای تودی تعلق گرفت

خبر NEWS

اعتراف به دو دهه حکمرانی غلط در موضوع اینترنت

اگر اتفاقی در روز شنبه رخ ندهد و انتخابات به دور دوم کشیده نشود باید شاهد یک رئیس جمهور جدید در کشور باشیم. هر چند زمانی که این یادداشت نوشته می شود هنوز انتخابات ریاست جمهوری برگزار نشده؛ اما طی یک هفته گذشته مناظرات قابل توجهی در میان نامزدهای ریاست جمهوری برگزار شد که برای افرادی که با اقتصاد دیجیتال و کسب و کارهای این حوزه سروکار داشتند قابل توجه بود.

اصلی ترین موضوعی که نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری به آن اشاره کردند موضوع اینترنت و فیلتر بنگ بود. در ایران دو بازه بسیار حساس و مهم وجود دارد که اینترنت در کشور قطع شد؛ یکی مربوط به وقایع آبان ۹۸ و دیگری در شهریور سال ۱۴۰۱ بود. در این دو بازه کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال کشور به شدت آسیب دیدند؛ چرا که پس از وقایع ۹۸ تلگرام در عمل فیلتر شد و پس از وقایع ۱۴۰۱ نیز شاهد فیلتر بنگ اینستاگرام، واتس اپ و گوگل پلی در ایران بودیم. اما نکته این قطع اینترنت تنها بحث فیلتر بنگ نبود؛ چرا که این موضوع به نحوی قابل حل بود؛ اما ضربه دیگری که به کسب و کارها در این مسیر وارد شد، موضوع فعالانی بود که در داخل ایران برای کسب و کارهای خارجی کار می کردند؛ شاید برای کسی باور پذیر نبود که اینترنت کشور به مدت یک هفته با قطعی کامل یا اختلال شدید مواجه شود.

از طرفی با توجه به شرایط تحریمی، بسیاری از فریلنسرها و شرکت هایی که در داخل ایران برای خارج از کشور، بدون هویت ایرانی فعالیت می کردند تا مشکلی برای تعامل با خارج از کشور نداشته باشند نیز با مشکل مواجه شدند و بسیاری از کارهای این افراد با چالش مواجه شد.

اما هنگام تماشای مناظرات انتخاباتی نامزدها و سخنرانی هایشان شاهد این بودیم که همگی نامزدها که اکنون نیز نقش های مهمی در کشور دارند یا در گذشته داشتند، بر این عقیده بودند که سیاست کنونی فیلتر بنگ با شکست مواجه شده است. موضوعی که نشان می دهد، اقدامات گذشته و مسیری که طی دو دهه طی شده همگی یک خطای راهبردی بوده که نتوانسته نتیجه مطلوب برای کشور به همراه داشته باشد.

بسیاری از افزایش پهنای باند و سرعت اینترنت سخن می گویند و هر بار آزمون اسپید تست برای سنجش سرعت اینترنت به نمایش گذاشته می شود. ولی اختلال در اینترنت یک واقعیت است. سرعت اینترنت موضوعی نیست که در لحظه رخ دهد؛ بلکه این سرعت زمانی به رخ شما کشیده می شود که با یک سرور خارجی بدون فیلتر قصد دانلود یک فایل یا حتی بازی روی کنسول را داشته باشید؛ آن زمان نوسان در سرعت اینترنت به شما نشان می دهد تا چه حد اینترنت مشکل دارد. واقعیتی که نامزدهای انتخابات چهاردهم ریاست جمهوری به ما نشان دادند یک اعتراف بود؛ اعتراف به دو دهه حکمرانی غلط در بحث اینترنت. از مقاماتی که در دهه ۸۰ سمت داشتند تا دهه ۹۰ و دهه کنونی که در آن زندگی می کنیم، معترف بودند که حکمرانی غلطی در این حوزه پیاده شده است. باید به این نکته توجه داشت که اینترنت تبدیل به کالایی اساسی شده و هر دولتی که بخواهد سرکار بیاید اگر قصد موفقیت دارد باید بتواند رضایت کاربران ایرانی را در این زمینه جلب کند، چرا که دیگر توقعات بیش از گذشته خواهد بود.



مهتم سلیمانی
سردبیر

راه کار

کارخانه نوآوری رسانه راه کار
way2work.ir

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



کارنگ

هفته نامه کارنگ | شماره ۱۴۰ | سال چهارم | ۹ تیر | ۱۴۰۳

مدیر مسئول و صاحب امتیاز: مینا والی

سردبیر: مهتم سلیمانی

دبیر تحریریه: رضا امیرزاده

تحریریه: بهناز ملکی، مریم آزادی طلب
مهران امیری

مدیر هنری: علیرضا کیوان

صفحه آرا: حمید ابراهیمی، محمد قربانی

عکس: نسیم اعتمادی

بازاریابی: محمدحسین صیادی نژاد

شبکه های اجتماعی: حانیه همتی

چاپ: هنر اشکان

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

دیوار

یک شب آزادی چند؟

درباره بیانیه
دیوار راجع به
اشتباه نرم افزاری
و بازداشت
اشتباهی
شهروندان



میناوالی
مدیرمسئول

هر کدام از جملات این یک پاراگراف را که مرور می‌کنیم، چیزی جز وحشت و تعجب به دنبال ندارد. «بروز خطای نرم افزاری»، «کلاهبرداری ارز دیجیتال»، «بازداشت اشتباهی یکی از شهروندان»، «دقت پلیس فتا و دادسرای جرائم رایانه‌ای»، «دلجویی»، «گرامت»... تمام این عبارات و واژه‌ها در بیانیه پلتفرمی آمده که قرار بوده «بر سبک زندگی میلیون‌ها انسان تأثیر گذار» باشد که بله به هدف تأثیرگذاری رسیده است، اما آیا قرار بود این‌طور تأثیر بگذارد؟

دیوار همان پلتفرمی است که بارها پلیس فتا با اعلام آمارهایی گفته است یک طرف درصد بالایی از شکایات به این واحد پلیس بوده است. گرچه دیوار از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های کشور است و طبق گزارش سال ۱۴۰۰ خود، فقط در این یک سال، بیش از ۲۱.۸ میلیون کاربر یکتا در اپلیکیشن دیوار آگهی منتشر کرده‌اند که این آمار یعنی

یک خطای نرم افزاری در پلتفرم «دیوار» منجر به بازداشت اشتباهی یکی از شهروندان به مدت چهار شبانه‌روز شده است. این خبری است که در بیانیه چند روز پیش دیوار اعلام شد؛ بیانیه‌ای که بیشتر شبیه یک فرار رو به جلو است. در این بیانیه دیوار اعلام کرده است: «اخیراً متوجه شدیم که با بروز خطایی نرم افزاری در دیوار، متأسفانه در پاسخ به تعدادی از استعلام‌های قضایی درباره یک پرونده کلاهبرداری ارز دیجیتال، یک نشانی اینترنتی (IP) نادرست را گزارش کرده‌ایم. این خطای ما باعث بازداشت اشتباهی یکی از شهروندان به مدت چهار شبانه‌روز شد. با دقت پلیس فتا و دادسرای جرائم رایانه‌ای در کشف این خطا، بلافاصله ضمن شناسایی و رفع آن، برای دلجویی و پرداخت غرامت این اتفاق ناگوار اقدام کرده و رضایت شهروند یادشده را جلب کردیم.»

آیا این حق کسب و کارها نیست که زمان بهتری را برای برگزاری الکامپ مطالبه کنند؟



رسول
قربانی

عضو هیئت مدیره
راه کار

اشخاصی به غیر از صنف و نظام صنفی است. در بازی الکامپ که سازمان نظام صنفی هر سال صد خود را برای آن می گذارد، سازمان نصر به مثابه بازاریابی است که اعتبار خود را هزینه نمایشگاهی می کند که اختیاری هم درباره آن ندارد. در واقع توهم کنترل و اختیار وجود دارد ولی تصمیم گیرنده اصلی الکامپ صاحبان و مالکان اصلی الکامپ هستند که متأسفانه صنف و نظام صنفی نیستند.

سازمان نصر اختیاری برای تغییر الکامپ ندارد

سازمان نصر حتی توان و اختیاری برای تغییر تاریخ الکامپ ندارد. صنف مظلوم فناوری اطلاعات باید در زمانی که مصداق «بین مریض» است، بزرگترین نمایشگاه خود را برگزار کند. این را مقایسه کنید با رویدادهای دیگر صنایع، مانند نفت و پتروشیمی. متأسفانه برخی از افراد ذی نفع تلاش می کنند، تمام توان سازمان نظام صنفی صرف این شود که در این زمان نامناسب، رویداد الکامپ به هر شکل ممکن برگزار شود.

هر روز چند تماس از کسب و کارهایی دارم که می پرسند آیا الکامپ در این تاریخ برگزار می شود؟ می پرسند اگر انتخابات به دور دوم بکشد چه می شود؟ حتی اگر انتخابات تک مرحله ای باشد، در زمانی که چگالی تمام خبرها معطوف به نتایج انتخابات ریاست جمهوری است، نمایشگاه الکامپ چه کارکرد کسب و کاری خواهد داشت؟ در شرایطی که حضور یک کسب و کار معمولی در نمایشگاه، هزینه ای بالای دو میلیارد تومان بر آنها تحمیل خواهد کرد، آیا این حق صنف نیست که زمان بهتری را مطالبه کنند؟

چرا نصر صداها را نمی شنود

به چه دلیل سازمان نصر صداها را نمی شنود و سعی در خاموش کردن صداها دارد؟ اگر شرایط

رسول قربانی، عضو هیئت مدیره راه کار طی یادداشتی که در رسانه راه پرداخت منتشر شده، به بررسی شرایط برگزاری الکامپ ۱۴۰۳ پرداخته است. در ادامه متن کامل این یادداشت را می خوانید: هفت روز دیگر مردم ایران به دنبال این هستند که آخرین نتایج شمارش آرای ۱۴ امین دوره انتخابات ریاست جمهوری را بدانند؛ کسی نمی داند که آیا کار انتخابات در همان مرحله اول تمام می شود یا ممکن است کار به مرحله دوم بکشد. هفت روز دیگر و تا چند روز پس از آن، ذهن مردم ایران پذیرای موضوعی به غیر از نتایج انتخابات نیست.

بدترین زمان نمایشگاهها برای صنف مظلوم فناوری اطلاعات

در این شرایط، برخی از فعالان کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات یا همان فاوا، مجبور هستند پشت غرفه های نمایشگاه الکامپ اخبار را دنبال کنند؛ شاید شناس با آنها یار بود و به واسطه میلیاردها تومان هزینه ای که کرده اند، دیده شوند؛ آن هم در شرایطی که معلوم نیست رئیس جمهور جدید کیست و قرار است سیاست های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را چه کسی راهبری کند؟ چرا بدترین زمان نمایشگاهها، برای صنف مظلوم فناوری اطلاعات و ارتباطات است؟ چرا سازمان نظام صنفی رایانه ای که باید از حق کسب و کارها دفاع کند، قادر به این کار نیست و به جای ایستادن سمت کسب و کارها، ترجیح داده سمت دولت بایستد و سازمان نمایشگاهها!

الکامپ به واسطه سالها هزینه از برند سازمان نظام صنفی رایانه ای، به مهم ترین رویداد فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور تبدیل شده است. وقتی برندی این چنین با هزینه از اعتبار یک نهاد صنفی ساخته می شود، طبیعی است که این برند متعلق به صنف باشد و صنف درباره آن تصمیم بگیرد. متأسفانه چنین نیست و برند الکامپ برندی در مالکیت



پرورش مهارت‌های نرم راهکار موفقیت زنان

بررسی نقش و
چالش‌های زنان
در حوزه فناوری
اطلاعات به
مناسبت روز جهانی
زنان در مهندسی

۲۳ ژوئن (۳ تیرماه) روز جهانی «زنان در مهندسی» نام‌گذاری شده و هدف از این نام‌گذاری، ترویج حضور زنان در حوزه مهندسی و بهبود وضعیت کاری آنها در این زمینه است. در سال‌های گذشته حضور زنان ایرانی در حوزه مهندسی بارش چشمگیری همراه بوده، اما همچنان این نیاز احساس می‌شود که برای تشویق این بخش از جامعه جهت حضور در این فضا باید تلاش شود. مهم‌ترین راهکار برای تشویق زنان در این زمینه، بهبود وضعیت به نحوی است که میان افراد هیچ‌گونه تبعیضی به دلیل جنسیت اتفاق نیفتد.

- زنان در عرصه فناوری اطلاعات است.
- به عقیده مرجان سلیمانی و ماندانا ابوالفتحی که هر دو
- سابقه فعالیت در لایه‌های ارشد حوزه فناوری اطلاعات
- را دارند، زنان باید مهارت‌های نرم، همچون قدرت اقناع
- و تفکر رهبری را در خود پرورش دهند تا بتوانند حضور
- پررنگ‌تری نه تنها در این صنعت، بلکه در همه صنایع
- داشته باشند.



بهناز
ملکی

- صنعت فناوری اطلاعات یکی از حوزه‌هایی است که
- حضور زنان در آن به نسبت مردان کم‌رنگ‌تر است. به
- مناسبت روز جهانی زنان در مهندسی با دو خانم فعال
- در حوزه فناوری اطلاعات درباره میزان مشارکت زنان در
- این صنعت گفت‌وگو کرده‌ایم.
- نکته قابل توجهی که در گفته‌های این دو فعال وجود
- دارد، اشاره به نگاه و فرهنگ جامعه و تأثیر آن بر حضور

برخی دوره‌ها باید آنها را فراگیرند.»

نسبت کم رشد زنان در مراحل کاری در برابر مردان هم‌رده

ماندانا ابوالفتحی، مدیر پورتفولیوی محصولات مالی کارگزاری فارابی است. او در ابتدای صحبت‌هایش به توضیح چالش‌های پیش روی مراحل کاری زنان پرداخت. به باور ابوالفتحی، این چالش‌ها تنها مختص حوزه فناوری اطلاعات یا حتی کشور ایران نیست، بلکه چالش‌هایی جهان‌شمول در همه کسب‌وکارها برای زنان به شمار می‌رود.

ابوالفتحی در این باره گفت: «چالش‌هایی برای زنان وجود دارد که مختص صنعت دیجیتال نیست و برای تمام زنانی که در ایران مشغول کار هستند وجود دارد. یکی از مهم‌ترین آنها، طی کردن مراحل کاری زنان نسبت به مردان هم‌رده و هم‌سطح است. حتی گاهی ممکن است مدیران به مردان در سطوح پایین‌تر مهارتی نسبت به یک زن در سطح مهارتی بالاتر اعتماد بیشتری بکنند و در نتیجه، آنها فرصت‌های بیشتری در اختیار داشته باشند. در بسیاری از اوقات، ممکن است مردان در موقعیت شغلی خود حتی کسب‌وکار را متحمل هزینه هم بکنند و در نهایت جایگاه‌شان را حفظ کنند، اما چنین فرصت‌هایی برای یک زن وجود ندارد.»

ناخودآگاه جمعی اعتماد کمتری به زنان دارد

فرهنگ یک جامعه می‌تواند تأثیر مستقیمی بر جایگاه

شغلی زنان در آن جامعه داشته باشد. به عقیده ابوالفتحی فرهنگی که در جامعه ایران وجود دارد به توانایی زن باورمند نیست و این نگاه حتی بر خود زنان تأثیرگذار بوده است.

ابوالفتحی بیان کرد: «در بسیاری از اوقات، زنان با سابقه شغلی طولانی‌تر در صنعت، در رده‌های پایین‌تر شغلی نسبت به مردان با سابقه و تجربه کمتر قرار می‌گیرند. این وضعیت را ناخودآگاه جمعی رقم می‌زند. این ناخودآگاه همان نگاه مردان به زنان است؛ نگاهی که معمولاً پذیرش موضع یک زن را برای مردان سخت می‌کند. مردان با این عقیده، که اگر موضع یک زن را بپذیرند در جایگاه زن قرار می‌گیرند، از پذیرش جایگاه زنان خودداری می‌کنند.»

او در ادامه درباره نگاه زنان توضیح داد: «نگاه زنان به خود و هم‌جنس‌هایشان نیز اهمیت دارد. این نگاه، نبود باورمندی به توانمندی‌های خود و ناتوانی در ابراز توانمندی‌هایشان است. یک مرد در موقعیت مشابه بهتر می‌تواند دانش خود را ارائه دهد و برای خود برندسازی کند، اما زنان در همین سطح به دلیل باورمند نبودن به خود، توانمندی خود را دیرتر ثابت می‌کنند.»

به عقیده ابوالفتحی، نکته دیگری که در باور عموم وجود دارد این است که وقتی زنان به موفقیتی می‌رسند، بسیاری دلیل این موفقیت را توانمندی آن زن نمی‌دانند، بلکه فاکتورهای دیگری را به آن نسبت می‌دهند.

قابل جایگزین شدن و با دستمزد کم

ابوالفتحی درباره حضور زنان در صنعت فناوری اطلاعات گفت: «در شرکت‌های این حوزه قریب به اتفاق در موقعیت‌های شغلی در سطح کارشناسی و پشتیبانی‌های شرکت‌های IT حضور زنان را مشاهده می‌کنید. در این سطوح امکان یافتن نیروی جایگزین بیشتر است و دستمزد کمتری هم برای آن وجود دارد.»

او ادامه داد: «اما در مراتب سازمانی و لایه‌های مدیریتی تعداد خانم‌ها به شکل چشمگیری کمتر از مردان است. برای مثال در یک جمع ۱۰ نفره از مدیران، در بهترین حالت دو الی سه نفر مدیر زن در تیم مدیریتی هستند.»

ابوالفتحی نیز به پرورش مهارت‌های نرم برای مشارکت زنان در حوزه IT اشاره کرد و گفت: «مهارت‌های سخت معمولاً در یک بازه زمانی شش‌ماهه تا یک‌ساله آموخته می‌شوند، اما مهارت‌های فردی و نرم مثل نحوه حل مسئله، نحوه تعامل با هم‌گروهی‌ها، مهارت حل تعارض و داشتن تفکر رهبری و مهارت‌های نرم دیگر بسیار مهم‌اند و باید توجه کنیم که توسعه مهارت‌های فردی یک فرآیند دائمی و ادامه‌دار است.»



در بسیاری از اوقات، زنان با سابقه شغلی طولانی‌تر در صنعت، در رده‌های پایین‌تر شغلی نسبت به مردان با سابقه و تجربه کمتر قرار می‌گیرند. این وضعیت را ناخودآگاه جمعی رقم می‌زند.



جاده پر دست انداز لجستیک ایران

نگاهی به
هالچالش عمده در
حوزه لجستیک

یکی از حوزه های حیاتی چرخه های اقتصادی است؛ از مراحل پیش تولید گرفته تا رساندن یک محصول به دست مصرف کننده. لجستیک و بهینه بودن آن می تواند نقش تعیین کننده ای در قیمت نهایی کالا، سود کسب و کارهای فعال در یک زنجیره و به شکل کلی تر رونق اقتصادی کشور داشته باشد. توسعه اقتصاد دیجیتال در جهان و به دنبال آن ایران، اهمیت این حوزه را دوچندان کرده؛ به نحوی که نبود توسعه در حوزه لجستیک و انطباق نداشتن آن با وضعیت نوآورانه جدید، توسعه سایر بخش های اقتصاد دیجیتال را هم ناممکن می کند. پس بی دلیل نیست لجستیک را پاشنه آشیل اقتصاد دیجیتال می نامند و آن را عاملی تعیین کننده برای کسب و کارهای برنده در زمینه فروش آنلاین می دانند. هفته نامه «کارنگ» از نخستین شماره های خود به شکل پیوسته به لجستیک به عنوان یکی از حوزه های تأثیرگذار در اقتصاد نوآوری پرداخته است. در این گزارش نیز به مناسبت ۲۸ ژوئن (۱۱ تیر)، روز جهانی لجستیک عمده ترین چالش هایی را که فعالان حوزه لجستیک در گفت و گوهای خود با کارنگ مطرح کرده اند، مرور کرده ایم. زیرا دغدغه های کسب و کارهای فعال این حوزه هنوز رفع نشده و مانعی برای توسعه کشور در این حوزه است. جندی پیش نیز انتشارات «راه پرداخت» کتابی منتشر کرد با عنوان: «نوآوری در صنعت لجستیک ایران؛ مجموعه گفت و گوهای تحلیلی با چهره های نوآور یک صنعت». بخشی از آن کتاب را گفت و گوهای تشکیلی می دهد که هفته نامه کارنگ با فعالان حوزه لجستیک انجام داده بود. در ادامه به مرور هالچالش مهم حوزه لجستیک که فعالان این حوزه پیش از این با کارنگ مطرح کرده اند پرداخته ایم.

● قیمت های دستوری شرکت ملی پست



رضا امیرزاده

پشوتن پورپزشک، مدیرعامل پادرو، قیمت گذاری دستوری در شرکت ملی پست را که نهاد بالادستی انجام می دهد، یکی از آسیب های این صنعت می داند و می گوید: «اگرچه این قیمت گذاری با هدف توجه به مصرف کننده، موجب پایین نگه داشتن کاذب قیمت ها در اکوسیستم پستی کشور شده، اما توازن عرضه و رغبت به توسعه زیرساخت را در بخش خصوصی محدود کرده است.» او ادامه می دهد: «این سیاست گذاری در نهایت به ضرر توسعه صنعت پست ایران خواهد شد و ذینفع اصلی این چرخه یعنی مشتری نهایی را از دریافت خدمات مناسب محروم خواهد کرد؛ اکنون به دلیل قیمت های غیر واقعی، سرمایه گذاران تصور روشنی از توسعه این حوزه ندارند و حاضر نیستند در توسعه زیرساخت ها سرمایه گذاری کنند. در نهایت ورود به بازار لجستیک دیربازده و پیچیده است و برای بخش

● خصوصی جذاب نیست.»

● پورپزشک معتقد است قیمت گذاری های دستوری در نهایت توقع مصرف کننده نهایی را نیز تحت تأثیر قرار می دهد و موجب می شود کسب و کارهای آنلاین که یکی از مصرف کنندگان عمده و اصلی



لجستیک؛ صنعتی که بر بستر شبکه سازی رشد می کند

معرفی مهم ترین
رویدادهای حوزه
لجستیک ایران و
جهان

یکی از ویژگی های صنعت لجستیک، زنجیره ای بودن آن و مبتنی بودن این حوزه بر بازیگران فعال در یک شبکه است. بر همین اساس نمی توان نقش رویدادها را که محلی برای آشنایی فعالان این حوزه با آخرین دستاوردهای یکدیگر و شبکه سازی در راستای هم افزایی بیشتر است نادیده گرفت؛ رویدادهایی که بستری برای تجربه ای متمایز از اشتراک دانش، شبکه سازی و اکتشافات شگفت انگیزند. در ادامه این گزارش به معرفی برخی از رویدادهای لجستیکی ایران و جهان پرداخته ایم.

کنفرانس EDGE متخصصان مدیریت زنجیره تأمین (CSCMP)

شورای متخصصان مدیریت زنجیره تأمین، در سرتاسر آب های جهان با کنفرانس EDGE، قدرت نفوذ خود را اعمال کرده است. این رویداد یک گردهمایی مرکزی برای متخصصان زنجیره تأمین از هر گوشه جهان است که از ۲۹ سپتامبر تا ۲ اکتبر ۲۰۲۴ (۸ تا ۱۱ مهر ۱۴۰۳) برگزار می شود. شرکت کنندگان با مجموعه ای از جلسات آموزشی غنی و کسب انواع نگرش های صنعتی، فرصت های شبکه سازی خود را در دنیایی از امکانات گسترده به اشتراک می گذارند. این کنفرانس به مثابه قطب نمایی برای هدایت مدیران زنجیره تأمین در چشم انداز همواره متغیر این حوزه

نمایشگاه بین المللی لجستیک و حمل و نقل مواد (SIL)

یکی از رویدادهای مهمی که سالانه در شهر پرجنپ و جوش بارسلونای اسپانیا در حوزه حمل و نقل برگزار می شود، نمایشگاه بین المللی لجستیک و حمل و نقل مواد یا SIL است که امسال از پنجم تا هفتم ژوئن ۲۰۲۴ (۱۶ تا ۱۸ خرداد ۱۴۰۳) برگزار شد. این نمایشگاه بزرگ، رهبران صنعت، مبتکران و افراد خلاق را به یک اندازه به خود جلب می کند. شرکت کنندگان از این فرصت برای مشاهده فناوری های پیشرفته و شرکت در جلسات علمی مباحثه استفاده می کنند و از فرصتهایی که ارتباطات آینده لجستیک را شکل می دهد بهره مند می شوند.



فیلمو؛ کیفیتی پایین تر و قیمتی گران تر از نتفلیکس

آیا در بازار
VODها
شاهد نوعی
انحصارگرایی
هستیم؟

این روزها یکی از اصلی ترین سرگرمی های مردم، دیدن فیلم و سریال به روش های مختلف است. عده ای محتوای مدنظر خود را دانلود می کنند و در وقت مناسب می بینند، اما از سال ۱۳۹۱ به بعد در دوران کرونا، دیدن آنلاین فیلم و سریال در پلتفرم هایی مثل «فیلمو» و «نماوا» به شدت پای خود را به زندگی مردم باز کرد. استفاده از این پلتفرم ها دلایل زیادی دارد. شاید یکی از مهم ترین آنها دسترسی ساده به تولیدات ایرانی و خارجی و رفع نگرانی خانواده ها درباره محتوای فیلم ها در این سایت ها است، ولی مهم ترین دلیل، چیز دیگری است؛ اینکه مردم، همان طور که مجبور به خرید محصولات ایران خود رو و سایپا هستند، چاره ای جز استفاده از این پلتفرم ها ندارند.

جدول ۲

نام کشور	میانگین در آمد ماهانه (دلار) اعلام شده از طرف بانک جهانی در سال ۲۰۲۲	هزینه اشتراک	نسبت اشتراک به در آمد
ایران	۳۸۹ USD (۱۱ میلیون و ۶۷۰ هزار تومان)	۴,۵ USD (۱۳۶ هزار تومان) (با احتساب مالیات)	۱.۱۵ درصد

عملکرد شرکت «فناوران ایده پرداز صبا» منتشر شد. طبق این گزارش، درآمد عملیاتی فیلمو از فروش اشتراک در شش ماه ابتدایی سال ۱۴۰۱ بیش از ۴۹۶ میلیارد تومان، درآمد حاصل از تبلیغات ۴۲ میلیارد تومان، فروش ترافیک ۲۳ میلیارد تومان و فروش فیلم و سریال ۱۰۰۸ میلیارد تومان اعلام شده بود. این ارقام مجموع درآمدهای فیلمورا بیش از ۵۷۴ میلیارد تومان نشان می دهد. به این ترتیب سال ۱۴۰۱ فیلمو چهار روش درآمدی داشته است: فروش اشتراک که ۸۶ درصد درآمد را به خود اختصاص داده است، تبلیغات، فروش ترافیک و فروش فیلم و سریال.

فیلمو هم مانند نتفلیکس حجم زیادی از درآمد خود را از راه فروش اشتراک به دست می آورد، ولی تفاوت در نحوه ارائه اشتراک است. برخلاف نتفلیکس، فیلمو فقط یک نوع اشتراک ثابت دارد که به چهار شکل یک ماهه، سه ماهه، شش ماهه و یک ساله ارائه می شود.

این اشتراک ها همگی شامل تبلیغ می شوند که به صورت ۱۰ ثانیه اول هر محتوا و پنج ثانیه در میان آن پخش می شود. در جدول زیر نسبت هزینه اشتراک فیلمو در سال ۱۴۰۱ به میانگین درآمد ماهانه اعلام شده از طرف بانک جهانی در سال ۲۰۲۲ آورده شده است. در این جدول برای تبدیل ریال به دلار، قیمت متوسط این ارز در سال ۱۴۰۱ عدد ۳۰ هزار تومان در نظر گرفته شده است. به این ترتیب تقریباً ۱.۱۵ درصد از درآمد یک ایرانی؛ یعنی ۴.۷ برابر یک شهروند ایالات متحده آمریکا، صرف دریافت خدماتی می شود که از لحاظ کیفیتی حتی به کف استانداردهای جهانی هم نمی رسند.

مصرف کنندگان، بازنده انحصارگرایی

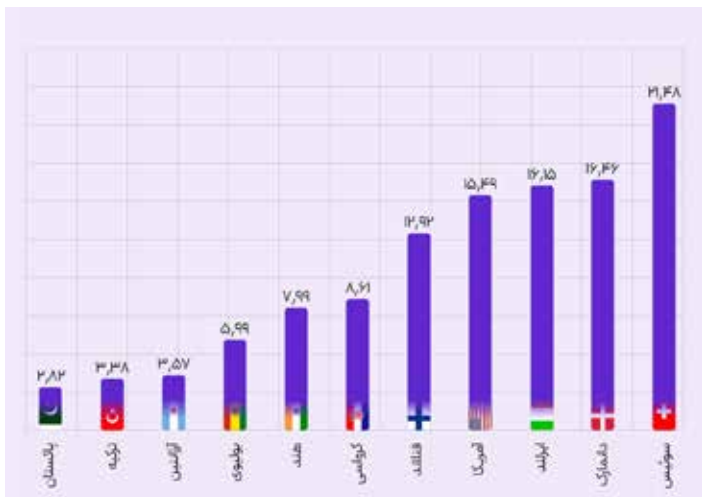
حالا سؤال اینجاست چرا باز هم بازنده این انحصارگرایی که قرار بود به رشد و پیشرفت فرهنگ کشور کمک کند، مردم هستند؟ مردم دیگر نه به تولیدات درجه یک خارجی بدون دشواری دسترسی دارند و نه تولیدات ایرانی اعلاایی در اختیار دارند؟

اشتراک نتفلیکس را دارند و در آخر این فهرست هم آرژانتین، ترکیه و پاکستان قرار گرفته اند. در جدول زیر نرخ اشتراک ماهانه نتفلیکس بر اساس اشتراک استاندارد آمده که از سال ۲۰۲۲ تا کنون تغییری نکرده است.

مقایسه فیلمو با نتفلیکس

حالا بیایید نتفلیکس را با فیلمو مقایسه کنیم. فیلمو گزارش های مالی خود را جداگانه منتشر نمی کند و درآمد آن آخرین بار در سال ۱۴۰۱ همراه با گزارش

نمودار جدول شماره ۱



مقایسه هزینه اشتراک فیلمو در ایران و نتفلیکس در کشورهای دیگر نسبت به متوسط درآمد افراد در هر کشور

